

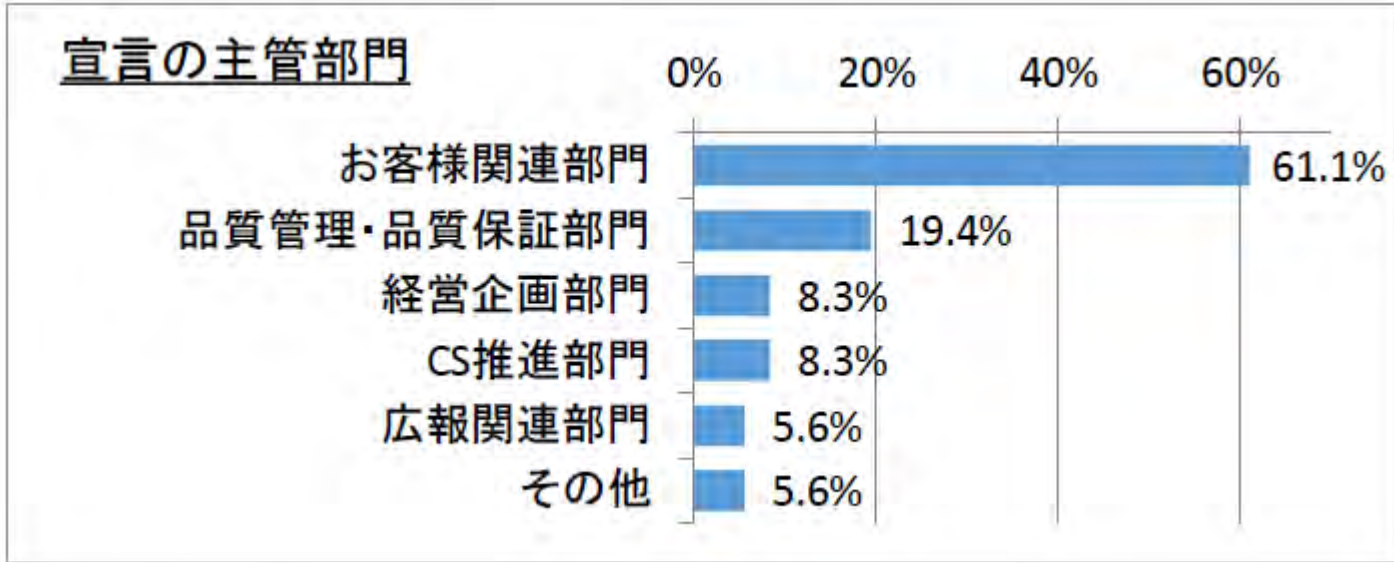
消費者志向経営の推進に向けた ACAPの取り組み

2018年7月30日

公益社団法人消費者関連専門家会議（ACAP）

- ◆名称 公益社団法人 消費者関連専門家会議 (略称 ACAP)
(The Association of Consumer Affairs Professionals)
- ◆創立 1980年10月 2012年4月より公益社団法人
- ◆事業者や団体の消費者関連部門の責任者及び担当で構成
- ◆会員数 正会員：732名、会員総数：851名、会員企業数：565社
- ◆理念 ミッション 「社会、経済の健全な発展と国民生活の向上に寄与する」
ビジョン 「消費者志向経営を推進し、消費者市民社会の実現をめざす
消費者志向事業者団体」
- ◆活動内容
 - ①消費者に向けた活動 ～消費者教育・消費者啓発の支援
出前講座、講師派遣、消費者への情報提供
消費生活相談員を対象にしたACAP講座、消費者問題に関する論文表彰 等
 - ②企業に向けた活動 ～会員の資質向上、企業の消費者志向経営の推進
例会、研修、自主研究会、セミナー、シンポジウム、施設見学会、ISO10002普及活動 等
 - ③消費者・行政・企業のかげ橋としての活動
行政・消費者団体等との交流、委員会・審議会等への委員の派遣
消費者問題の調査・研究 等

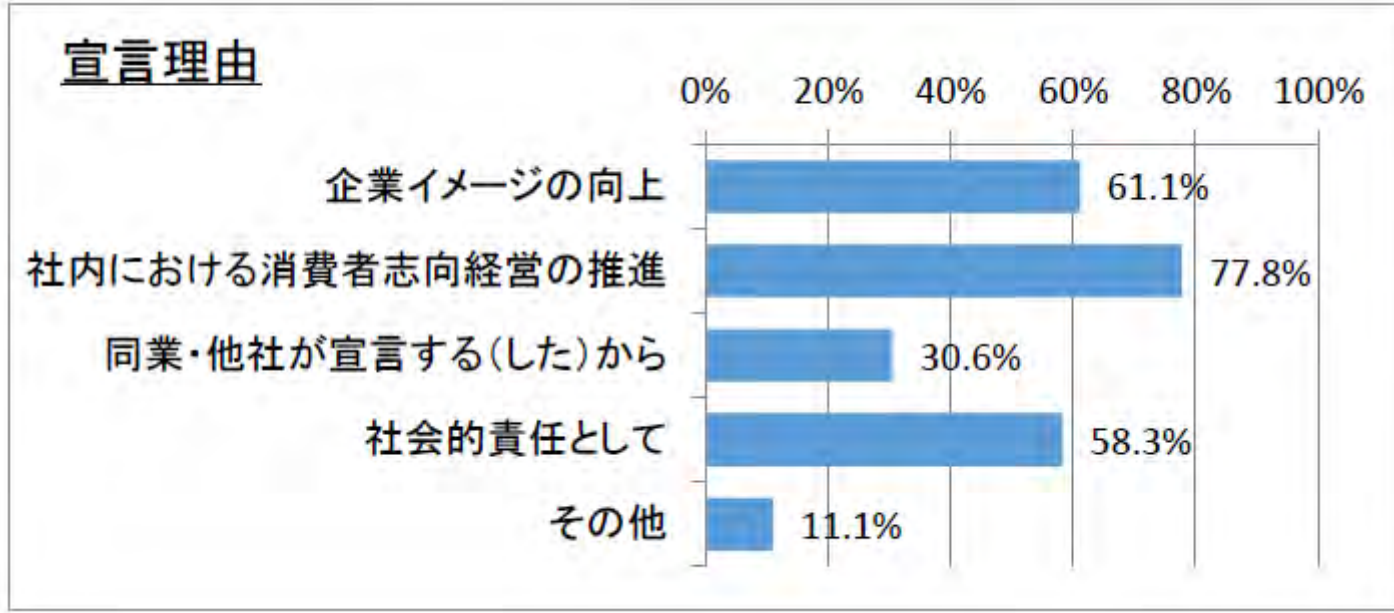
消費者志向自主宣言を行ったACAP会員企業へのアンケート結果より



対象 自主宣言を行った
ACAP会員企業42社

回答 36社

実施時期 2017年10月



消費者志向自主宣言をして良かったこと

<自社の取り組みの再認識>

- ◆現在の会社の取組が消費者志向経営につながっているのを実感した
- ◆個々の取組が消費者志向という観点で整理できた
- ◆社内に向けて自社の取組みが再度アピールできた

<社内での取り組み強化>

- ◆会社の取組に関し、改めてレベルアップを検討する契機になった
- ◆改めて全社的にお客様視点を意識するきっかけとなった
- ◆お客様の声に耳を傾ける姿勢が社内で強化できた
- ◆経営層、従業員の目が消費者視点に向けられた
- ◆関係部署との連携の重要性を意識するようになった

<対外メッセージ>

- ◆社外の方に会社の姿勢を伝えやすくなった
- ◆お客様へのわかりやすいメッセージになった

なぜ消費者志向自主宣言をしないのか？

<必要性を感じない>

- ◆ 自社で既に独自に体制を作って進めている。
- ◆ 社内の体制ができていますので、急ぐ必要はない。
- ◆ ISO9001にそってPDCAを回している。
- ◆ 企業理念に既に顧客志向をうたっており、わざわざ改めて社会に発表するまでもない。
- ◆ メリットが感じられない。
- ◆ 同業他社はやっていない。

<その他>

- ◆ お客様対応部門から経営陣への働きかけができる環境にない。
- ◆ 宣言した後に不祥事を起こしたらどうしよう とかまえてしまう。

＜消費者志向経営の定義＞

※2015年9月制定

消費者志向経営とは、事業者が社会の一員としてその責任を十分に理解し、消費者の権利・利益を尊重し、消費者視点に基づいた事業活動を行うとともに、持続可能な社会に貢献する経営のあり方。

＜消費者志向経営の推進に向けたACAPの活動＞

①会員の資質向上

（例会、自主研究会、研修、セミナー、シンポジウム、講演会 等）

②会員企業の経営層への働きかけ

（経営層と行政との懇談会の設定、消費者志向経営トップセミナー
消費者志向経営推進ステップシート、会報誌「FORUM」にて毎回トップインタビュー等）

③会員企業以外への消費者志向経営の輪の拡大

（会員外の企業・団体に対して交流会の実施や講師派遣、JISQ10002の普及等）

④消費者啓発活動

（消費者教育・消費者啓発の支援活動、消費者啓発資料常設展示コーナーの設置
など消費者への情報提供、消費者問題に関するわたしの提言 等）

⑤優良な消費者志向活動の表彰

（ACAP消費者志向活動表彰制度 等）

- ◆目的 消費者志向経営について考え、関係各主体の相互理解を図る。
- ◆内容 企業の経営層の方を対象に、消費者志向経営を目指す企業の取り組み事例や、行政や消費者関連団体が企業に期待する行動等について、講演や意見交換、パネルディスカッションを通じて理解を深める。
- ◆主催 日本経済団体連合会、消費者庁、ACAP
- ◆後援 経済産業省
- ◆2013年度より毎年。2018年度は2019年2月に開催予定



ACAP活動事例②

消費者志向経営推進ステップシート

◆事業者が消費者志向経営を進めるにあたり、検討会報告書の「取り組みの柱」を中心に想定される活動事例をマトリックス形式にまとめたもので、自社の現状確認、推進計画の策定、活動の推進等に役立ててもらうことを目的としたシート。

ACAP 消費者志向経営推進ステップシート

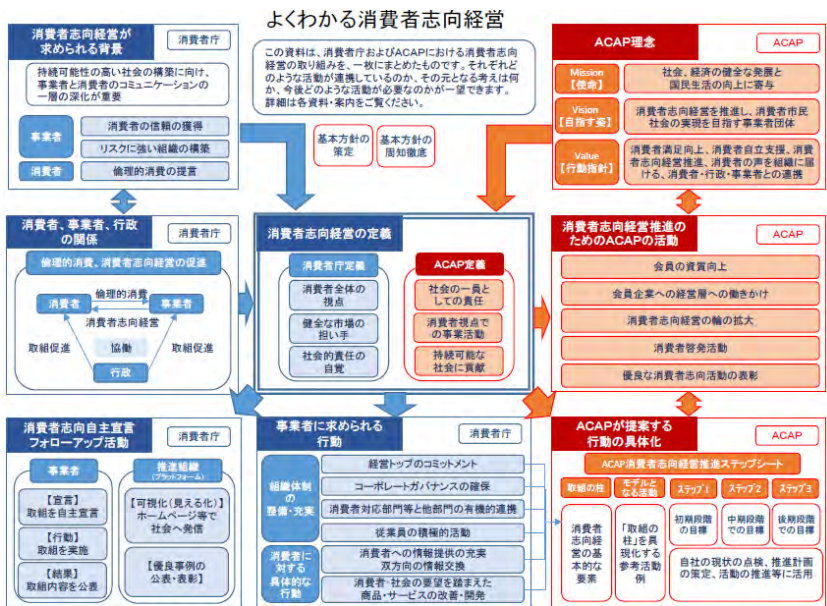
公益社団法人消費者関連専門家会議 編

区分	取り組みの柱	モデルとなる活動	ステップ1	ステップ2	ステップ3	参考情報
I 経営理念の更新・刷新の取組	①経営トップのコミットメント 【消・経・人・図】	経営トップは消費者志向経営の重要性を企業理念や経営方針の中で明文化し公表している 経営トップは消費者志向経営を推進するための社内の組織、機能を設置している	企業理念や経営方針に、消費者志向経営の推進の明文化を検討する 消費者志向経営を推進するために必要な社内の組織、機能の設置を検討する	企業理念や経営方針に消費者志向経営の推進を明文化する 消費者志向経営の推進に必要な組織、機能を設置し活動を推進する	消費者志向経営推進を定めた企業理念や経営方針を社内外に公表する 消費者志向経営を推進する組織、機能を評価し改善する	日本経済団体連合会企業行動指針（経団連HP） 消費者志向自主宣言（消費者庁HP） ACAPの消費者志向経営の定義等（ACAP HP） ACAP WEB 版「お客様相談室」第1章、2章（ACAP HP）※
	②コーポレートガバナンスの確保 【消・経・法・図】	消費者をはじめステークホルダーの声が迅速に経営に届く仕組みがある 取締役会や経営会議等において、消費者志向経営に関する情報共有、議論が行われている 消費者関連法規の遵守を徹底している 公益通報窓口が社内外に設置され、機能している	消費者の声が経営に届く仕組みをつくる 消費者が消費者志向経営について検討する場を設ける 消費者関連法規の動向についての情報を把握する	消費者の安全に係るリスク情報が迅速に経営に届く体制がある 消費者が消費者志向経営に関する課題を共有し議論する	広範なステークホルダーの声が経営者に届く 消費者が消費者志向経営に関する課題の解決を行う 消費者関連法規の遵守を徹底する 公益通報制度に基づく通報窓口を社内外に設置し、通知事項について対応する	企業の「ステークホルダーダイアログ」等 日本経済団体連合会企業行動指針 手引④（経団連HP） ACAP WEB 版「お客様相談室」第2章、4章、5章（ACAP HP）※ 消費者基本法 第5条「事業者の義務」 公益通報者保護法（消費者庁HP）
	③従業員の積極的行動（企業風土、従業員意識向上） 【消・人・経・図】	従業員が消費者志向経営を理解し、実践する 従業員に消費者関連の専門資格の取得を推奨し、資格保有者を活用している 部門の目標や従業員の個人目標に、消費者志向経営推進に関する評価項目を組み込んでいる	従業員に対し消費者志向経営に関する教育、啓発を行う 従業員に消費者関連の専門資格取得についての情報を提供する 部門目標や個人目標に消費者志向経営推進に関する評価項目の組み入れを検討する	従業員が消費者志向経営について理解を深める 従業員の消費者関連専門資格の取得を支援する 部門目標や個人目標に消費者志向経営推進に関する評価項目を組み入れる	従業員が消費者志向経営を推進する積極的な行動を持って取り組む 消費者関連の専門資格保有者を消費者志向経営に活用する 部門目標、個人目標の中で消費者志向経営推進に関する評価を行う 消費者志向経営に関する社内各部門の実績を評価し表彰する	ACAP WEB 版「お客様相談室」第4章※ 消費者教育推進法 第7条、第14条 消費者関連専門資格（消費者庁HP、日本産業協会HP他） ACAP 消費者志向活動表彰（ACAP HP）
	④消費者関連部門と事業関連部門の有機的連携 【消・広・品・事・関】	消費者からの声も消費者関連部門と事業関連部門で共有し連携している 緊急事態（リコール等）発生時、速やかに関連部門が連携し、被害の拡大防止や被害者救済を行う 消費者被害が発生した場合、速やかに消費者や行政機関へ通知する	消費者の声を収集、分析する部門と他の関連部門が情報を共有する 緊急事態発生時の対応方針や手順書を検討する 消費者被害発生を予想した通知先（監督官庁）リストを作成する	消費者関連部門と事業関連部門との定期的な情報交換の場を持つ 緊急事態を想定した対応方針や手順書を作成する 所定の通知リストを使用した連絡活動の手順書を作成する	消費者の声を商品、サービスの改善に活かす 消費者からの声を受け取り 外部組織との意見交換、双方向コミュニケーションを行う 消費者から寄せられた情報を経営に活用する 消費者、子ども、障がい者、外国人などに配慮した表示、コミュニケーションを行う	ACAP WEB 版「お客様相談室」第2章※ 消費者生活用品のリコールハンドブック2016（経済産業省HP） 製品安全に関する迅速事業向けガイド（経済産業省HP）
II 事業者の取組に向けた消費者への取組	⑤消費者への情報提供の充実、双方の情報交換 【消・人・経・図】	商品、サービスの内容や取引方法、安全や環境等に関する情報を、わかりやすく提供している 消費者や消費者関連団体等との意見交換等、双方向コミュニケーションを行っている	商品、サービス、取引内容等の情報をわかりやすく提供する 消費者との意見交換、双方向コミュニケーションを行う	消費者が安全面や環境面から選択できる情報を提供する 行政や消費者関連団体との意見交換、双方向コミュニケーションを行う 消費者、子ども、障がい者、外国人などに配慮した表示、コミュニケーションを検討する	消費者が市民として望ましい消費行動に役立つ情報を提供する 外部組織との意見交換、双方向コミュニケーションから得られた情報を経営に活用する 消費者、子ども、障がい者、外国人などに配慮した表示、コミュニケーションを行う	ACAP WEB 版「お客様相談室」第4章※ ステークホルダーズダイアログ実施事例（ACAP 会員企業）
	⑥消費者、社会のニーズを踏まえた改善・開発 【消・品・事・関】	消費者、社会のニーズを把握し、消費者の安全、安心に資する商品、サービスを提供する 持続可能な社会の発展や課題の解決に貢献する商品、サービスを開発、提供している 消費者や子ども、障がい者、外国人など、多様な消費者が利用可能な商品、サービスを開発、提供する	消費者や社会のニーズに基づく商品、サービスを開発する 持続可能な社会づくりに役立つ商品、サービスについて検討する 倫理的（エシカル）消費について検討する	消費者や社会のニーズに基づく商品、サービスを開発する 持続可能な社会づくりに役立つ商品、サービスを開発する 倫理的（エシカル）消費に貢献する商品、サービスを開発する	消費者や社会のニーズに基づく商品、サービスを提供する 持続可能な社会づくりに役立つ商品、サービスを提供する 倫理的（エシカル）消費に貢献する商品、サービスを提供する 消費者、子ども、障がい者、外国人など、多様な消費者が利用可能な商品、サービスを提供する	消費者の声を活用した改善、開発事例（ACAP 会員企業） ISO 26000「中核課題」/「消費者課題」 倫理的（エシカル）消費について（消費者庁HP） ユニバーサルデザイン、バリアフリーへの対応等
III 評価・検証	⑦消費者対応の充実・強化 【消】	FACAP「消費者対応部門」進化度合いチェックマトリックス」を活用しお客様対応機能のステップアップを図る 顧客満足のための苦情対応マネジメント規格 ISO/ JIS Q 10002 を導入し PDCA を回している	ACAP「消費者対応部門」進化度合いチェックマトリックス」を参考に「初級レベル」を達成する 苦情対応マネジメント規格ISO/ JIS Q 10002 について検討する	ACAP「消費者対応部門」進化度合いチェックマトリックス」を参考に「中級レベル」を達成する 苦情対応マネジメント規格ISO/ JIS Q 10002 を導入する	FACAP「消費者対応部門」進化度合いチェックマトリックス」を参考に「上級レベル」を達成し、「最上級レベル」を目指す 苦情対応マネジメント規格ISO/ JIS Q 10002 に基づきPDCAを回す	ACAP「消費者対応部門」進化度合いチェックマトリックス ACAP 協会、企業研修、事業者相談等の事例（ACAP HP） ISO/ JIS Q 10002 について（ACAP HP） ISO/ JIS Q 9001（日本規格協会HP）
	⑧活動の評価と見直し 【消・品・図】	経営が消費者志向経営を推進する活動実績を定期的にレビューし改善を行っている 業界自主基準、認定制度等を導入し、PDCA を回している	消費者志向経営の推進に関する組織目標を具体的、定量的に定める 業界自主基準、認定制度等の策定、導入を検討する	目標に対する活動実績、達成度を定期的に評価する 業界自主基準、認定制度等を策定、導入する	評価に基づき課題を抽出し改善を行う 業界自主基準、認定制度等を活用し消費者対応の品質向上を図る	業界規格認定制度（各事業者団体のHP等） (注) ※は ACAP HP の会員ページ

略称の解説 企業内部門表記 一画：消費者・顧客対応部門 二画：経営企画部門 人：人事部門 経：総務部門 法：法務部門 広：広報部門 品：品質保証部門 事：事業部門 関：関係部門 業：営業部門
※図：消費者関連部門、品質保証部門、消費者・顧客対応部門、コンプライアンス関連部門の略称

公益社団法人消費者関連専門家会議

◆「消費者志向自主宣言」を行うにあたり、具体的に何をどのように取り組んでいくのか、自社の経営層に説明するための資料と自主宣言手順を作成。



🔍 推進の手順

「消費者志向自主宣言」に向けた手順は以下のとおりです。

- 1. 自社の「理念」を定めましょう**
 - 自社の「経営理念」をふまえ、消費者志向経営の定義やACAP理念、他の事業者の事例等を参考に、まず自社の消費者志向経営に関する理念を定めます。
- 2. 具体的な取組方針を作成しましょう**
 - 自社の消費者志向経営を実現するための重点活動事項を策定します。
 - 消費者庁が平成28年4月に公表した「消費者志向経営の取組促進に関する検討会」報告書を参考にしてください。
http://www.caa.go.jp/information/pdf/160406_houkokusho.pdf
 - 同報告書に示された、「消費者志向経営の取組の柱と取組内容の例」（資料1）および「経営者が取り組むべき活動の具体例」（資料2）を骨子とされることをお勧めします。
 - ACAP「消費者志向経営ステップシート」も参考にしてください。
- 3. 関連部署と連携し、全社的な取り組みとしましょう**
 - 消費者関連部門と、関連する事業部門の役割分担についても検討してください。
 - 全社的な取り組みとするには、消費者関連部門だけでなく、経営層のコミットと事業部門の参画が不可欠です。
- 4. 「消費者志向自主宣言」につなげましょう**
 - 経営層の承認を得て消費者志向自主宣言を自社ホームページに掲載しましょう。
 - 自主宣言を実施したら、消費者庁に報告しましょう。
http://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/consumer_oriented_management/propulsion_organization/index.html

- ◆目的 消費者志向経営の推進支援
- ◆内容 企業、団体、個人が行う活動で、消費者志向経営の推進またはこれを支援する観点から称賛に値するものを「消費者志向活動章」として表彰する。
- ◆主催 ACAP
- ◆後援 消費者庁、日本経済団体連合会、
- ◆2015年度に創設。2018年度は現在募集中。
- ◆これまで14事業者・団体の活動を表彰。

**【第1回受賞者・活動内容 2015年度】**

- ・花王株式会社
「字幕付きテレビCMの放映」
- ・公益社団法人 全日本トラック協会
「引越事業者優良認定制度」
- ・第一生命保険株式会社
「消費者教育教材を用いた消費者啓発」
- ・明治安田生命保険相互会社
「ご高齢のお客さまへの対応」

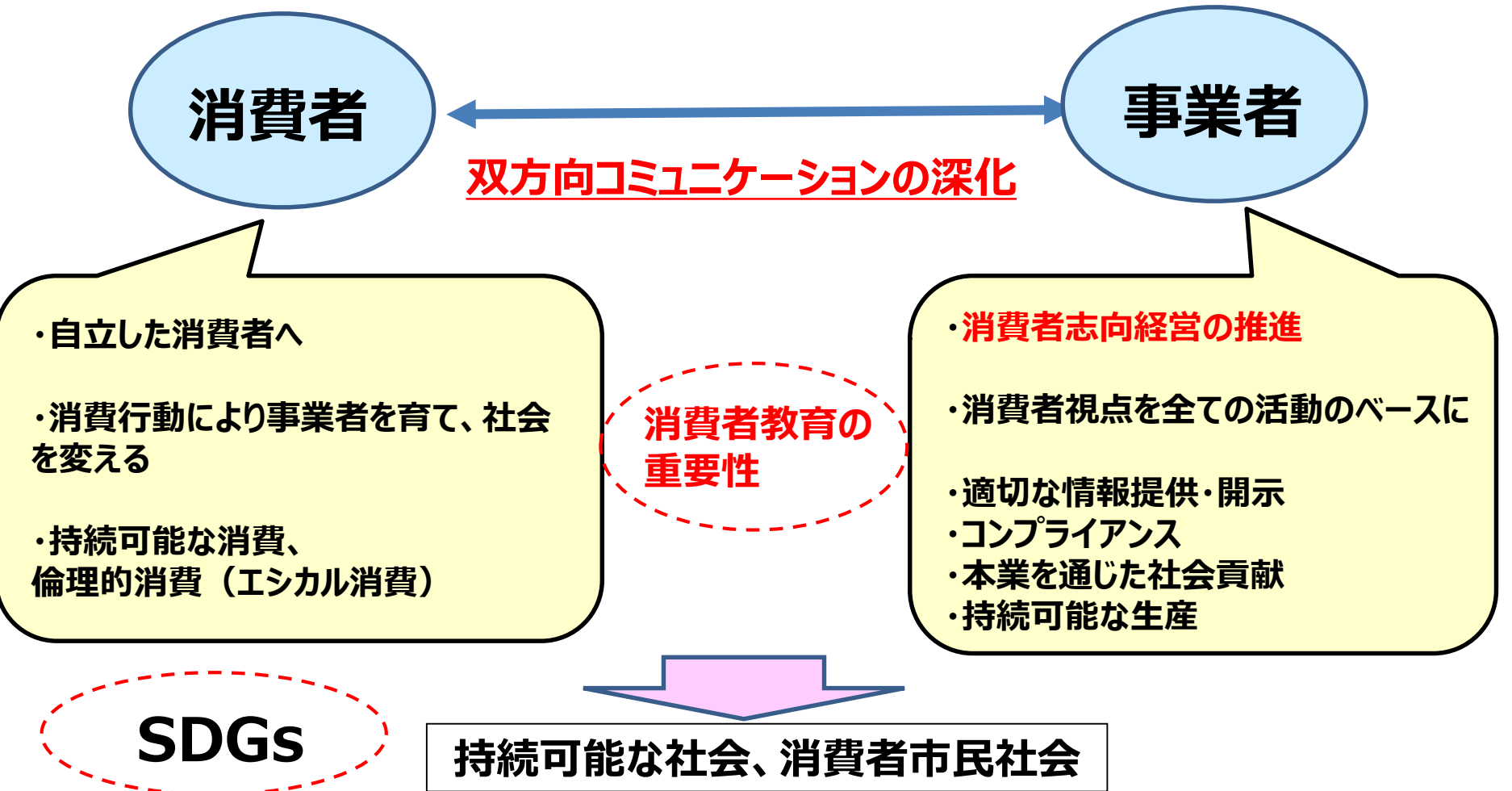
【第2回受賞者・活動内容 2016年度】

- ・生活協同組合連合会大学生協関西西北陸事業連合
「多様な主体と連携した消費者教育の取組み」
- ・損害保険ジャパン日本興亜株式会社
「防災ジャパンダプロジェクト」
- ・日本生命保険相互会社
「全国支社と消費生活センターとの交流活動」
- ・パナソニック株式会社
「消費者志向経営の風土醸成からお客様接点強化の取組み」
- ・パナソニック株式会社アプライアンス社ホームエンターテインメント事業部
「視覚障がい者向け操作マニュアル～操作方法習得のための音声マニュアルの改善取組み～」

【第3回受賞者・活動内容 2017年度】

- ・花王株式会社 生活者コミュニケーションセンター
「ソーシャルメディアを活用した能動的な生活者支援の取組み」
- ・協同組合勝山サンプラザ
「地域と連携したネットワーク構築による持続可能な共同店舗運営と地域活性化の取組み」
- ・太陽生命保険株式会社
「シニアのお客様に最もやさしい生命保険会社を目指して ～ベストシニアサービスの取組み～」
- ・タビオ株式会社
「靴下廃材の「はぎれわか」支援活動への取組み」
- ・ユニ・チャーム株式会社 お客様相談センター
「海外での初経教育を通じた社会貢献とISO10002海外お客様相談室への横展開」

消費者市民社会の構築に向けて



- ・自立した消費者へ
- ・消費行動により事業者を育て、社会を変える
- ・持続可能な消費、倫理的消費（エシカル消費）

- ・消費者志向経営の推進
- ・消費者視点を全ての活動のベースに
- ・適切な情報提供・開示
- ・コンプライアンス
- ・本業を通じた社会貢献
- ・持続可能な生産

◆消費者志向経営は「六方よし」
消費者よし、事業者よし、社会よし、従業員よし、地球よし、未来よし