

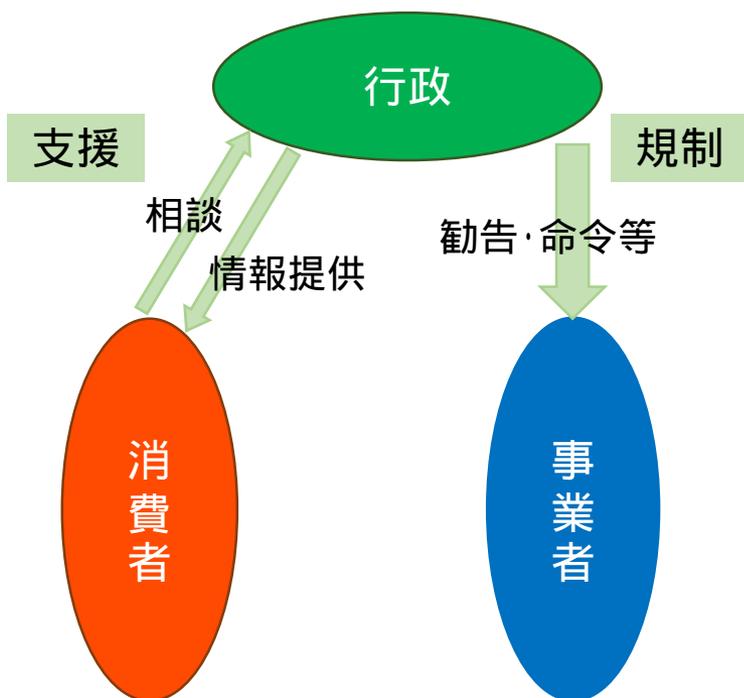
「消費者志向経営の取組促進に関する検討会」 報告書について

平成28年6月19日
消費者庁消費者調査課

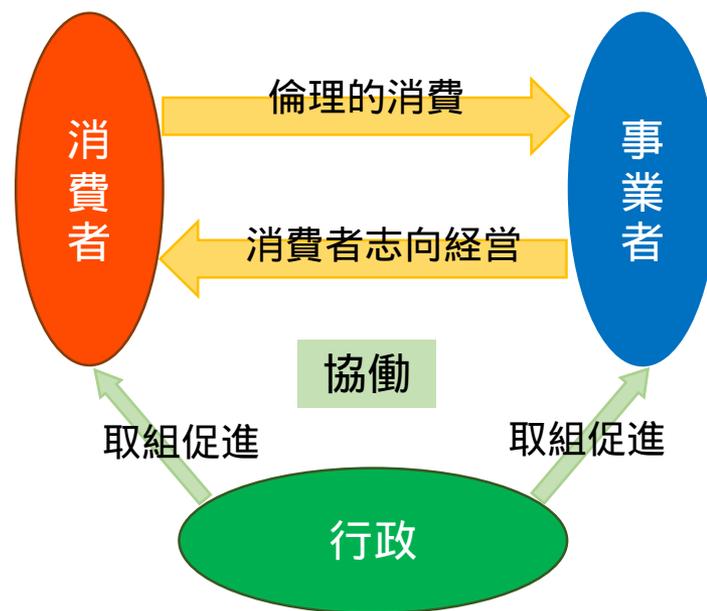


持続可能な社会と消費者の権利が尊重される社会の形成に向けた 消費者行政のイメージ

従来の取組の充実・強化
～被害の防止・救済、消費者の安全の確保～



今後の新たな取組
～倫理的消費、消費者志向経営の促進～



1. 趣旨

- 消費者を重視した事業活動を行うことは消費者志向経営と呼ぶことができるが、社会的に有用で安全な商品・サービスを開発・提供し、消費者・顧客の満足と信頼を獲得することなくしては、事業活動は継続できないと考えられる。十分な消費者対応がなされることで、消費者・顧客の満足や信頼が高まれば、安心して消費活動が行われる。また、消費者の意見をいかした商品・サービスが提供されることなど、消費者を重視した事業活動が更に行われることにより、相乗効果によって、消費者と事業者による健全な市場の実現が期待される。
- こうした消費者を重視した事業活動である「消費者志向経営」への事業者の取組を促進するために、消費者庁において「消費者志向経営」の内容や評価の視点、推進方策について検討を行う。

2. 主な検討事項

- (1) 消費者志向経営の意義
- (2) 消費者志向経営の推進方策
- (3) 消費者志向経営の評価の視点

委員

| | |
|--------|------------------------------|
| 大山 健太郎 | アイリスグループ会長 |
| 河野 康子 | 一般社団法人全国消費者団体連絡会事務局長 |
| 五味 祐子 | パートナー弁護士 |
| 坂倉 忠夫 | 公益社団法人消費者関連専門家会議理事長 |
| 高 巖 | 麗澤大学大学院経済研究科教授 |
| 高山 靖子 | 一般社団法人日本経済団体連合会消費者政策委員会企画部会長 |
| 根岸 秋男 | 明治安田生命保険相互会社取締役代表執行役社長 |
| 野村 豊弘 | 学習院大学名誉教授 |
| 吉川 萬里子 | 公益社団法人全国消費生活相談員協会理事長 |

オブザーバー

| | |
|-------|-------------------|
| 松本 恒雄 | 独立行政法人国民生活センター理事長 |
|-------|-------------------|

〔 は座長，敬称略 五十音順 〕

消費者志向経営とは何か

事業者が、

- ・消費者全体の視点に立ち、消費者の権利の確保及び利益の向上を図ることを経営の中心と位置付ける。
- ・健全な市場の担い手として、消費者の安全や取引の公正性の確保、消費者に必要な情報の提供等を通じ、消費者の信頼を獲得する。
- ・持続可能で望ましい社会の構築に向けて、自らの社会的責任を自覚して事業活動を行う。

消費者と直接取引をする事業者に限らない。



消費者とのコミュニケーションの深化

事業者求められる行動

ü 組織体制の整備・充実

経営トップの
コミットメント

コーポレートガバナンス
の確保

従業員の積極的活動
(企業風土や従業員
の意識の醸成)

消費者対応部門等と
他部門との有機的連携

ü 消費者に対する具体的な行動

消費者への情報提供の充実・
双方向の情報交換

消費者・社会の要望を踏まえた
商品・サービスの改善・開発

期待される効果

事業者

- ・事業者の持続的成長と
中長期の企業価値の向上
- ・消費者トラブルの減少
- ・リスクの軽減(危機の未然防止等)
- ・従業員の仕事へのモチベーション
の向上

消費者

- ・消費の満足度の向上
- ・商品・サービスの安全・安心・
品質の確保
- ・消費者ニーズの商品・サービス
への反映
- ・消費者の自主的・合理的選択
による消費の満足度の向上

日本経済

- ・健全な市場の形成
- ・消費の拡大を通じた
「経済の好循環」の実現

図表4-5-5 事業者に求められる行動

事業者の組織体制の整備・充実

ア) 経営トップのコミットメント

経営トップのリーダーシップの下での組織一体の取組

イ) コーポレートガバナンスの確保

消費者からの情報や意見・要望等を経営層に伝え、消費者の視点を考慮して経営の意思決定を行う体制の整備・強化

ウ) 従業員の積極的活動（企業風土や従業員の意識の醸成）

従業員一人一人による消費者・顧客の視点に立った行動を根付かせるための取組の実施

エ) 事業関連部門と品消法関連部門の有機的連携

社内での消費者関連情報の共有と活用、
問題発生時の緊急対応・原因究明・再発防止・情報発信する体制の整備

※事業関連部門：商品開発部門、製造部門、営業部門等

品消法関連部門：品質保証部門、消費者及び顧客対応部門及びコンプライアンス関連部門の総称

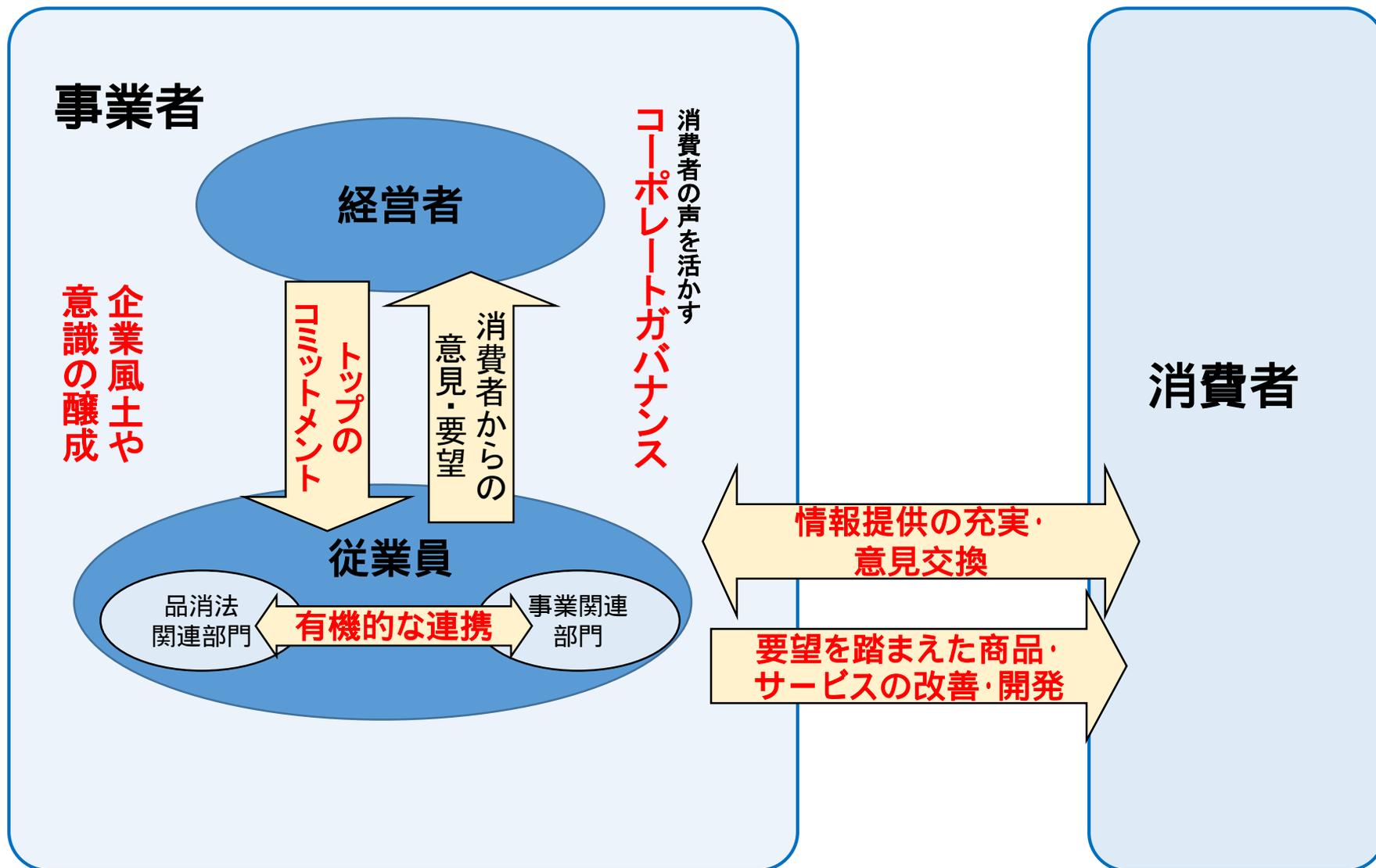
事業者の消費者に対する具体的な行動

ア) 消費者への情報提供の充実・双方向の情報交換

消費者へ提供する情報（商品・サービス内容、取扱方法、問合せ先等）の分かりやすい表示や説明、消費者の行動が社会・環境等に与える影響についての情報提供、消費者との意見交換の開催

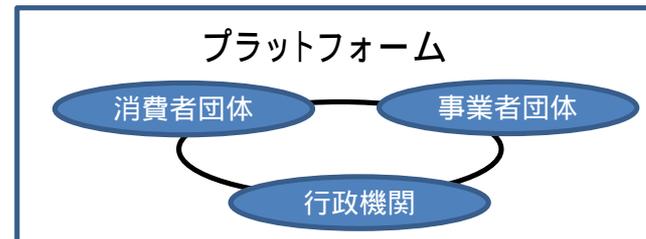
イ) 消費者・社会の要望を踏まえた改善・開発

消費者・顧客のニーズに応え、社会の課題解決を図る視点からの商品・サービスの開発・改善



消費者志向経営の取組を促進するための対策

- 消費者志向経営の広範な普及を図る「全国的な推進活動」を展開。
(当面、5年程度の期間を設定)
- 推進組織(プラットフォーム)を設置
事業者団体、消費者団体、行政機関が連携。



具体的な対策

プラットフォームにおける参加者の情報交換

経営者層向けセミナー(トップセミナー)等の開催

事業者の管理職・担当者の資質向上に向けた研修等の開催

消費者志向経営推進に向けた自主宣言・フォローアップ活動

事業者

宣言

・各事業者が取り組むことを自主的に宣言・公表

行動

・宣言・公表した内容にもとづき、取組を実施

公表

・取組の内容・結果を公表

プラットフォーム

可視化(見える化)

・公表された内容を消費者、社会へ情報発信

優良事例の公表・表彰

・概ね2年後から実施予定