

(4)これまでの取組⑤: 消費者志向経営ロゴマーク

ロゴマークの目的

消費者志向経営の更なる推進のため、消費者志向自主宣言事業者等に活用いただくことにより、事業者の消費者志向の取組を消費者に広く認知していただく。

ロゴマークの意味

消費者庁シンボルマークと同じ3色を使用しつつ、

- ①イエロー: 消費者全体の視点
- ②ブルー : 健全な市場の担い手
- ③ライトグリーン: 社会的責任の自覚

という意味づけをし、3つの消費者志向経営の理念が無限(∞)を形作ること、消費者志向経営を継続的かつ発展的に推進していく。

ロゴマークの使用範囲

【使用できる者】

- ①消費者志向自主宣言事業者
- ②消費者志向経営推進組織構成団体
- ③その他推進組織が使用を認める事業者

【使用の目的・用途】

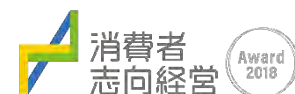
消費者志向経営の推進又は消費者志向自主宣言の実施に関する啓発・広報
 (例)○自主宣言に関する資料、自主宣言事業者の役員や従業員の名刺
 ×商品・サービスの販売等に関する資料、商品の容器・包装等

【ロゴマーク(通常)】



【大臣表彰】

【長官表彰】



(5) 消費者政策上の位置付け

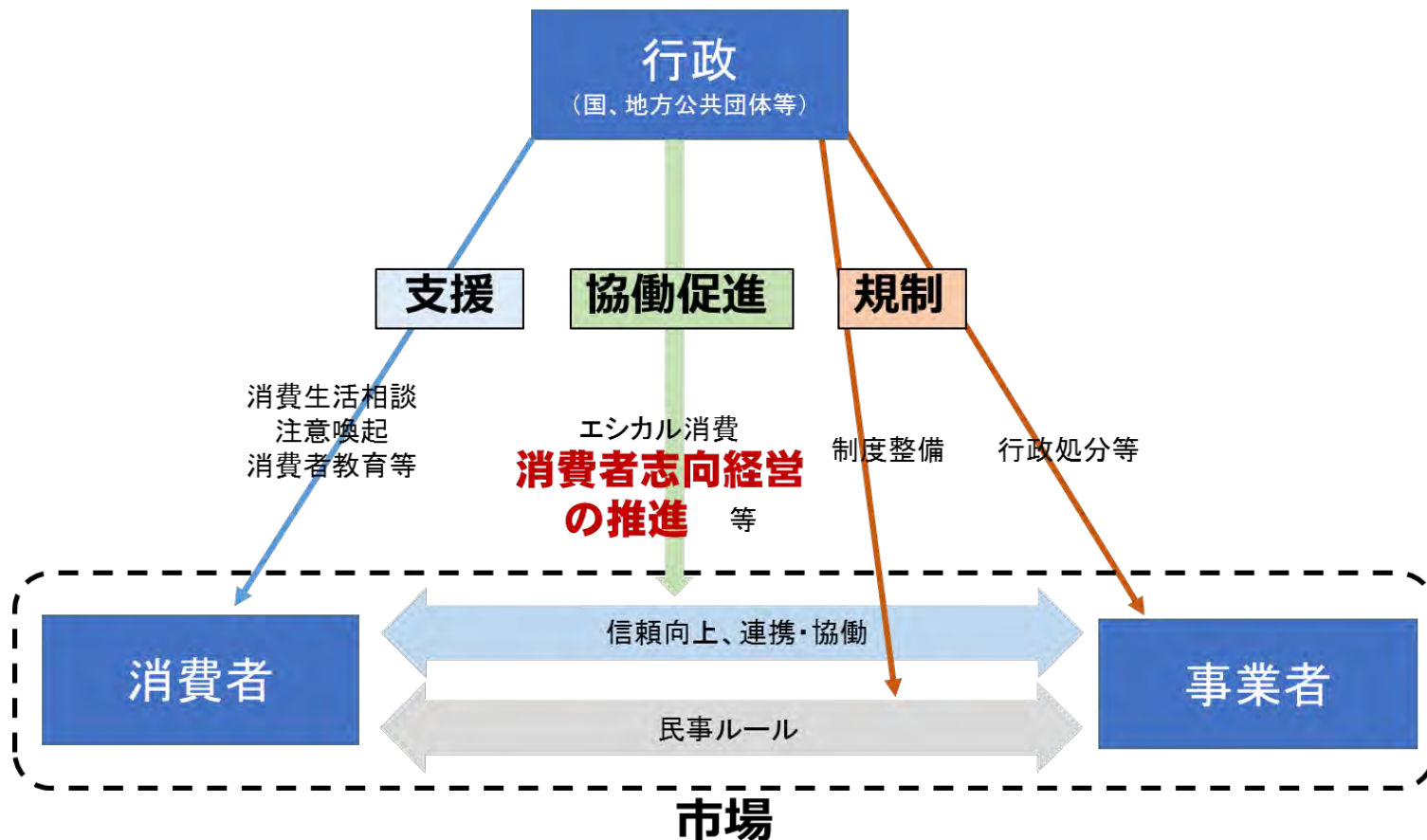
消費者志向経営は、より望ましい方向に向けて、消費者・事業者の連携・協働を促進するもの

より望ましい方向とは？



「誰一人取り残さない」
持続可能な社会

安全・安心で豊かに
暮らすことができる社会



※事業者と消費者の間に情報の質・量、交渉力の格差



持続可能な社会の実現

CSR

CSV

ESG

ESG

CS経営

【フェーズ3】
社会的課題解決としての
「消費者志向経営」

【フェーズ2】
持続可能な経営基盤として
の「消費者志向経営」

【フェーズ1】
お客様対応としての
「消費者志向経営」

すべて消費者の安心・安全に寄与

経済価値の追求のほか、社会的課題解決に向けた取組

- ・消費者・社会の要望を踏まえた商品・サービスの開発
 - ・社会課題解決(環境問題等)の取組
 - ・地域社会に貢献する取組
- 等

経営の中心として位置づけ、事業者全体で取り組むもの。

- (例)
- ・経営トップのコミットメント
 - ・経営理念、方針への盛り込み
 - ・コーポレートガバナンス
 - ・従業員の積極的活動
 - ・部門間の連携
- 等

顧客対応などの個別の事業部門における取組。

- (例)
- ・安全・安心な商品・サービスの開発
 - ・契約時の丁寧な説明
 - ・商品・サービスのアフターケアやお客様対応
- 等

(参考) 消費者基本計画 (第3期) 工程表

4 消費者が主役となって選択・行動できる社会の形成

(3) 消費者団体、事業者・事業者団体等による自主的な取組の支援・促進

施策名	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	[参考]			K P I	
						2020年度	2021年度	2022年度		
(3) 消費者団体、事業者・事業者団体等による自主的な取組の支援・促進 ② 消費者志向経営の推進に向けた方策の検討・実施と情報提供、消費者団体と事業者団体との連携促進等	消費者志向経営を促進する方策の検討【消費者庁、経済産業省】	消費者志向経営を促進する施策の実施【消費者庁、経済産業省】 ・消費者志向自主宣言・フォローアップ活動の促進 ・セミナーやシンポジウム、研修等による消費者志向経営の普及・啓発など				進捗状況を踏まえた推進の在り方の見直し			(イ) 消費者志向経営を促進するセミナーやシンポジウム、研修の実施状況 (ロ) 事業者等への消費者行政に関わる情報の提供等の状況(情報提供を行った回数、情報提供を行った事業者数等) (ハ) 豊かな消費経済の構築に向けた方策の検討状況(意見交換の場を通じた消費経済動向の把握等)	
		優良事例の表彰【消費者庁】								
		事業者や事業者団体に対する消費者行政に関わる情報提供【消費者庁、経済産業省】								
		豊かな消費経済の構築に向けた方策の検討【経済産業省】	豊かな消費経済の構築に係る具体的施策の立案・実施【経済産業省】							
			消費者団体と事業者団体の意見交換の場の設定【消費者庁】							
			「消費者行政新未来創造オフィス」における、地方の事業者への普及・啓発【消費者庁】							
(K P I の現状) ※2018年度 (イ) 消費者志向経営推進シンポジウム (2018年11月) ・消費者志向経営トップセミナー (2019年2月) ・消費者志向経営推進セミナー (2019年3月東京、大阪) (消費者庁) (ロ) ・リーフレット等の作成・配布数 : 63種類 (2017年度: 23種類) ・説明会・意見交換会の開催回数 : 113回 (2017年度: 66回) ・講演依頼への対応回数 : 217回 (2017年度: 252回) (消費者庁) (ハ) ・2030年頃の消費経済市場を見据えつつ、消費者意識の変化、より一層の消費者理解やそれに伴う企業経営の在り方、消費者起点のイノベーション等について検討を行う研究会を立ち上げ、報告書を2017年3月に取りまとめた。(経済産業省)										

(令和2年度予算案について)

4. 事業者における取組の推進・ガバナンスの強化

○消費者志向経営(愛称: サステナブル経営)の推進 0.1億円(0.05億円)

◇事業者の優れた取組事例の収集や、消費者志向経営の評価指標の開発を行うなど、消費者志向経営の更なる普及に向けた推進策を検討する。