

消費者志向経営の推進に向けた取り組み

消費者庁 消費者調査課

消費者志向経営の推進の趣旨・目的

商品やサービスの多様化・複雑化、情報社会の進展など社会環境が変化する中、安全で安心な消費社会、持続可能な社会を構築していくために、事業者と消費者とのコミュニケーションの一層の深化が求められている。

事業者に求められる行動

消費者志向経営の推進に当たり、事業者に求められる行動としては、①事業者の組織体制の整備・充実、②事業者の消費者に対する具体的な行動の大きく二つに分けられると考えられる。

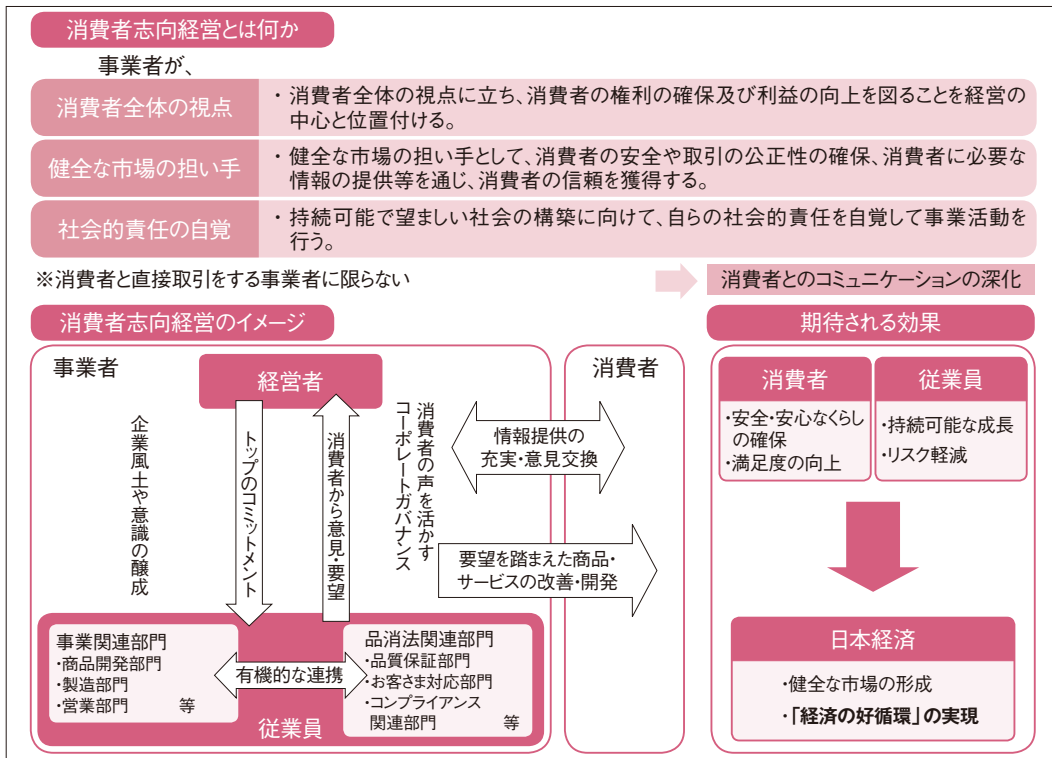
このような事業者が消費者を重視した事業活動などの検討について、消費者庁において、平成27年8月から「消費者志向経営の取組促進に関する検討会」を開催し、平成28年4月に「消費者志向経営の取組促進に関する検討会」報告書をとりとまとめ、公表した。

事業者と消費者のコミュニケーションの一層の深化を図ることは、健全な市場の形成を図り、消費者市民社会の実現を目指す上で、非常に重要な活動である。事業者においては事業内容や規模を問わず、その活動に積極的に取り組むことが強く期待されている(図表1参照)。

消費者志向経営の推進に当たり、事業者に求められる行動としては、①事業者の組織体制の整備・充実が不可欠である。このため、事業者の組織体制の面では、経営トップのコミットメントの下、消費者・顧客の声や消費者としての視点を経営に活かすためのコーポレートガバナンスを確保する体制を整備・運用し、幹部・従業員が共に、事業実施部門、消費者・顧客対応部門等間で有機的連携を図りつつ、積極的に取り組むことが重要である。

次に、②事業者の消費者に対する具体的な行動としては、消費者への情報提供の拡充を図るとともに、更に消費者・社会の要望を踏まえた商品・サービスの改善・開発を行うことが重要である(図表2参照)。

図表1 消費者志向経営の推進について



た商品・サービスの改善・開発を行うことが重要である(図表2参照)。

消費者志向経営推進組織（プラットフォーム）の設立と推進活動

こうした中、平成28年10月に事業者団体、消費者団体、消費者庁を始めとする行政機関によって構成される消費者志向経営推進組織（プラットフォーム）（以下「推進組織」という。）を設立し、「全国的な推進活動」を展開している。

推進組織は、消費者志向経営を幅広い事業者に広めていくために、主要な活動の一つとして、「消費者志向自主宣言・フォローアップ活動」を推進している。この活動は、事業者が自社が消費者志向経営を行うことに関する自主宣言の実施及びそのフォローアップの活動に取り組んでいただき、その事業者の皆様を取組を推進組織が消費者や社会に広く周知するというものである。

事業者が自主宣言を行い、そのフォローアップの活動に取り組むことは、各事業者における消費者志向経営の取組を強化するとともに、社内全体の意識を高めることにつながると思っている。

具体的には、中長期的に目指す姿を示す「理念」と、今後の「取

組方針」を掲げて、消費者志向経営を行うことを事業者に自主的に「宣言」していただき、その後、宣言内容に基づいて取組を実施し、「フォローアップ」として結果を公表していただいている（図表3参照）。

現在の状況と今後の展望

平成29年8月末現在、この活動に参加していただいている事業者は、54社であり、事業者の業種も多岐に渡っている。引き続き、多くの事業者からの参加を呼びかけていくとともに、消費者志向自主宣言や事業者の取組を消費者・社会に向けて広く発信していきたい。また、平成30年度以降には、この活動に参加している事業者を対象に、優れた取組に対する表彰を実施する予定である。

推進組織は、今後も、経営層向けのセミナーや研修といった普及・啓発など、様々な推進活動を展開していく予定である。

消費者志向経営の取組を、規模の大きな事業者に加え、中小規模の事業者や地方の事業者など、様々な事業者に広げていけるよう、引き続き、推進活動を進めていきたい。

図表3 消費者志向経営推進組織（プラットフォーム）と推進活動について

消費者志向経営推進組織（プラットフォーム）について

- 平成28年10月、事業者団体、消費者団体、行政機関によって構成される消費者志向経営推進組織が発足
- 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

【現在の所属団体】

事業者団体：日本経済団体連合会、経済同友会、消費者関連専門家会議、日本ヒーブ協議会

消費者団体：全国消費者団体連絡会、全国消費生活相談員協会、日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会

行政：消費者庁

- 消費者志向自主宣言・フォローアップ活動などの推進活動を展開

消費者志向経営推進組織

消費者志向自主宣言・フォローアップ活動について

事業者	推進組織（プラットフォーム）
<p>宣言</p> <ul style="list-style-type: none"> 各事業者が取り組むことを自主的に宣言・公表（理念・方針及び、可能であれば具体的な実績・計画等） <p>行動</p> <ul style="list-style-type: none"> 宣言・公表した内容に基づき、取組を実施 <p>結果</p> <ul style="list-style-type: none"> 実施した取組の具体的な内容・結果を公表 	<p>可視化（見える化）</p> <ul style="list-style-type: none"> 公表された内容を消費者、社会へ広く発信（推進組織のホームページ等） シンポジウム・セミナー等を通じた周知活動 優良事例の公表、表彰など（平成30年度以降）

図表2 消費者志向経営の取組の柱と取組内容の例

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