

消費者志向経営に係るセミナーの開催について

消費者庁新未来創造戦略本部 細川 鮎美（ほそかわ・あゆみ）

消費者庁では、持続可能な社会の実現に向けて、事業者が「消費者」と「共創・協働」して「社会価値」を向上させる経営を「消費者志向経営」と定義し、事業者が消費者志向経営を行うことが当たり前となる社会の実現に向けた環境整備に取り組んでいる。消費者志向経営の「消費者」とは、現在の顧客に限定せず、事業者が提供する商品・サービスを将来利

用する、または関与する可能性のある主体（自社従業員、取引先、地域住民など）すべてを指す。

そこで消費者庁新未来創造戦略本部（以下「未来本部」という）では、経済産業省四国経済産業局との共催で、それぞれが推進する「消費者志向経営」と「製品安全」の意義を広く知っていただくため、2023年6月6日に「消費者志向経営×製品安全

セミナー」を知ってみよう、選んでみよう、みんなのことを考える企業〜」を開催した※1。本セミナーは会場（香川県高松市）とオンライン

参加のハイブリッド形式で開催し、参加人数は約160名であった。

式チャンネルにてアーカイブ配信を予定している。

本セミナーでは、相本浩志未来本部次長による消費者志向経営の概要に関する講演のほか、優れた取組を実践している事業者から、お客様相談センターとマーケティング部門との情報連携による消費者の声を反映した商品やサービスの開発や提供、社員個人の能力を最大限に生かせる職場環境づくり等、さまざまな取組を紹介した。また会場内には、登壇企業による消費者志向経営や製品安全等に関するパネルやパンフレット、製品等の展示をした。その他、当日の様子、YouTubeの消費者庁公

このセミナーを通して、消費者に消費者志向経営や製品安全に対する理解を深めてもらうことで、今後の商品・サービスの選択における判断材料の一助となるとともに、事業者における更なる取組への機運醸成につなげていきたいと考えている。

未来本部では「消費者志向経営」推進活動を、四国はもとより、全国に広げるため、また、消費者志向自主宣言事業者数の更なる拡大や当活動の認知度向上に向け、今回のセミナーで得た知見を参考にしつつ、引き続き取組を進めていく。

環境負荷としては、例えば、ファストファッションの需要拡大により、大量生産・大量消費のもと、世界全体で毎秒トラック一台分の衣服が埋め立て、または焼却処分され、人間活動で排出される炭素の10%が衣服生産段階で排出されていることがあげら

「消費者志向経営×製品安全セミナー ～知ってみよう、選んでみよう、みんなのことを考える企業～」の様子



サステナブルファッションに関する日EU国際シンポジウム

消費者庁新未来創造戦略本部 楠 佑美（くすのき・ゆみ）

新未来創造戦略本部では、令和5年6月20日に「未来を変えるサステナブルファッションの可能性」をテーマに、「サ

に関する日EU国際シンポジウム」を開催した。

環境負荷としては、例えば、ファストファッションの需要拡大により、大量生産・大量消費のもと、世界全体で毎秒トラック一台分の衣服が埋め立て、または焼却処分され、人間活動で排出される炭素の10%が衣服生産

ステナブルファッションの取組」をテーマに、「サステナブルファッション

サステナブルファッションが注目されることとなった背景には、衣類の原材料調達から生産、使用、廃棄の各段階で環境負荷等のさまざまな社会課題が内外で指摘されたことがある。

環境負荷としては、例えば、ファストファッションの需要拡大により、大量生産・大量消費のもと、世界全体で毎秒トラック一台分の衣服が埋め立て、または焼却処分され、人間活動で排出される炭素の10%が衣服生産段階で排出されていることがあげら

※1： https://www.caa.go.jp/policies/future/topics/meeting_014/