

# 消費者志向経営の推進

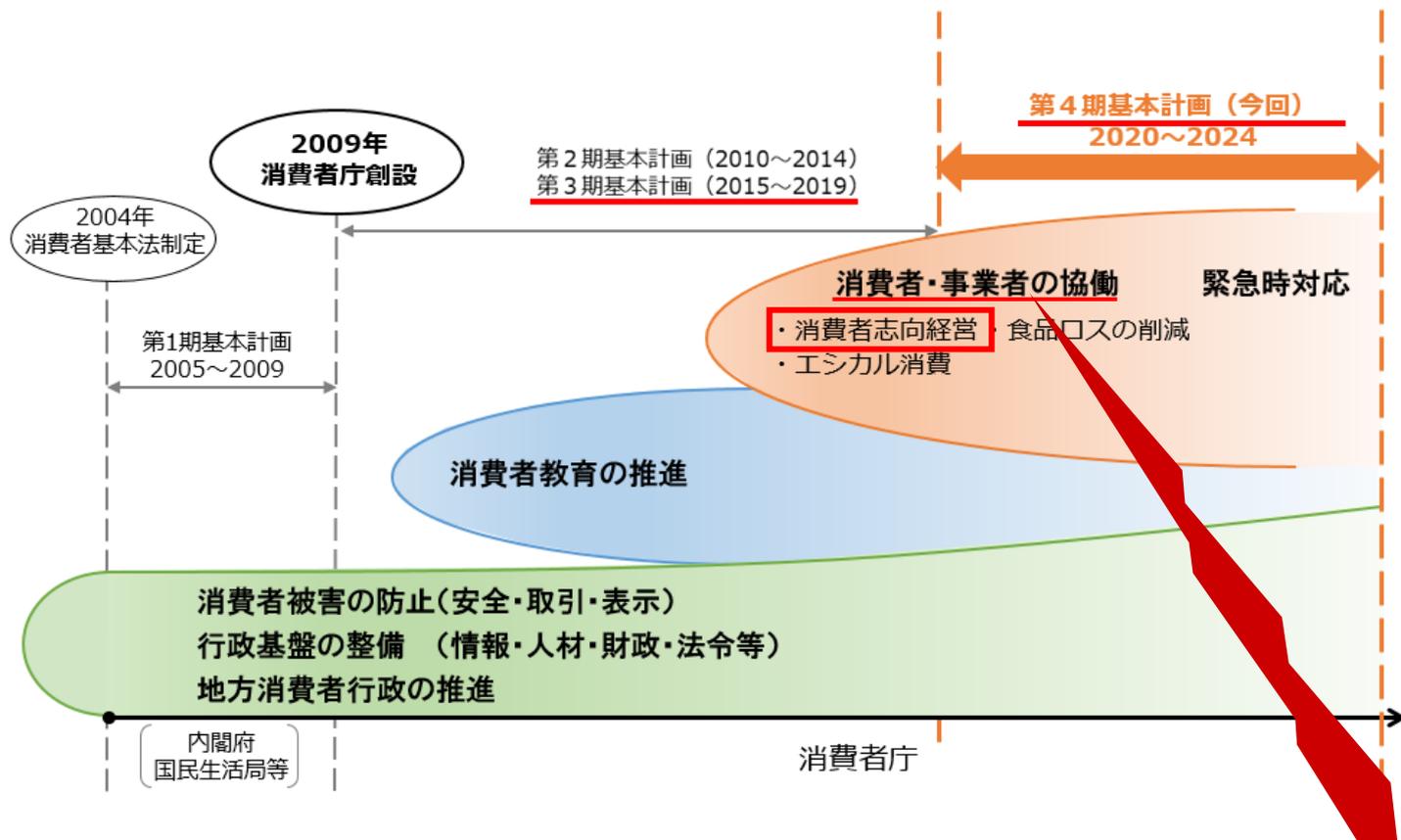
令和4年3月24日

消費者庁新未来創造戦略本部



# はじめに

## 消費者基本計画



従来から実施している ①事業者に対する規制 ②消費者に対する支援 に加えて、  
今後は、持続可能な社会の実現に向けた社会的課題を解決する観点から、  
③消費者と事業者とが共通の目標の実現に向けて協力して取り組むこと(協働による取組)を促す必要がある

【消費者基本計画(令和2年3月31日閣議決定)】

# 消費者志向経営とは

## 消費者志向経営

「消費者」と「共創・協働」して「社会価値」を向上させる経営



SDGsをはじめとした持続可能な社会の実現

### 消費者とは？

商品やサービスを、  
**現在**もしくは**将来**、  
利用する可能性のある者



### 共創・協働とは？

事業者と消費者の  
**双方向のコミュニケーション**により  
**WIN-WIN**の関係を構築



### 社会価値とは？

本業を通じて  
**地域や社会の課題解決に寄与**  
し、  
**社会全体の持続可能性の向上**  
を目指すことから生み出されるもの



## 消費者志向経営の3つの活動

○みんなの声を聴き、かつ  
いかすこと

○未来・次世代のために  
取り組むこと

○法令の遵守／コーポレート  
ガバナンスの強化をすること

# 新未来創造戦略本部の取組

## 令和2年度までの取組

### ○ 地方公共団体や事業者団体への推進活動

四国4県(徳島県、香川県、愛媛県、高知県)、岡山県、関西広域連合

### ○ 事業者への説明を実施し、消費者志向自主宣言・フォローアップ活動への参加を呼びかけ

### 【課題】

- ・ 参加事業者数の拡大
- ・ 社会的認知度の低さ
- ・ 具体的なメリットが不明瞭

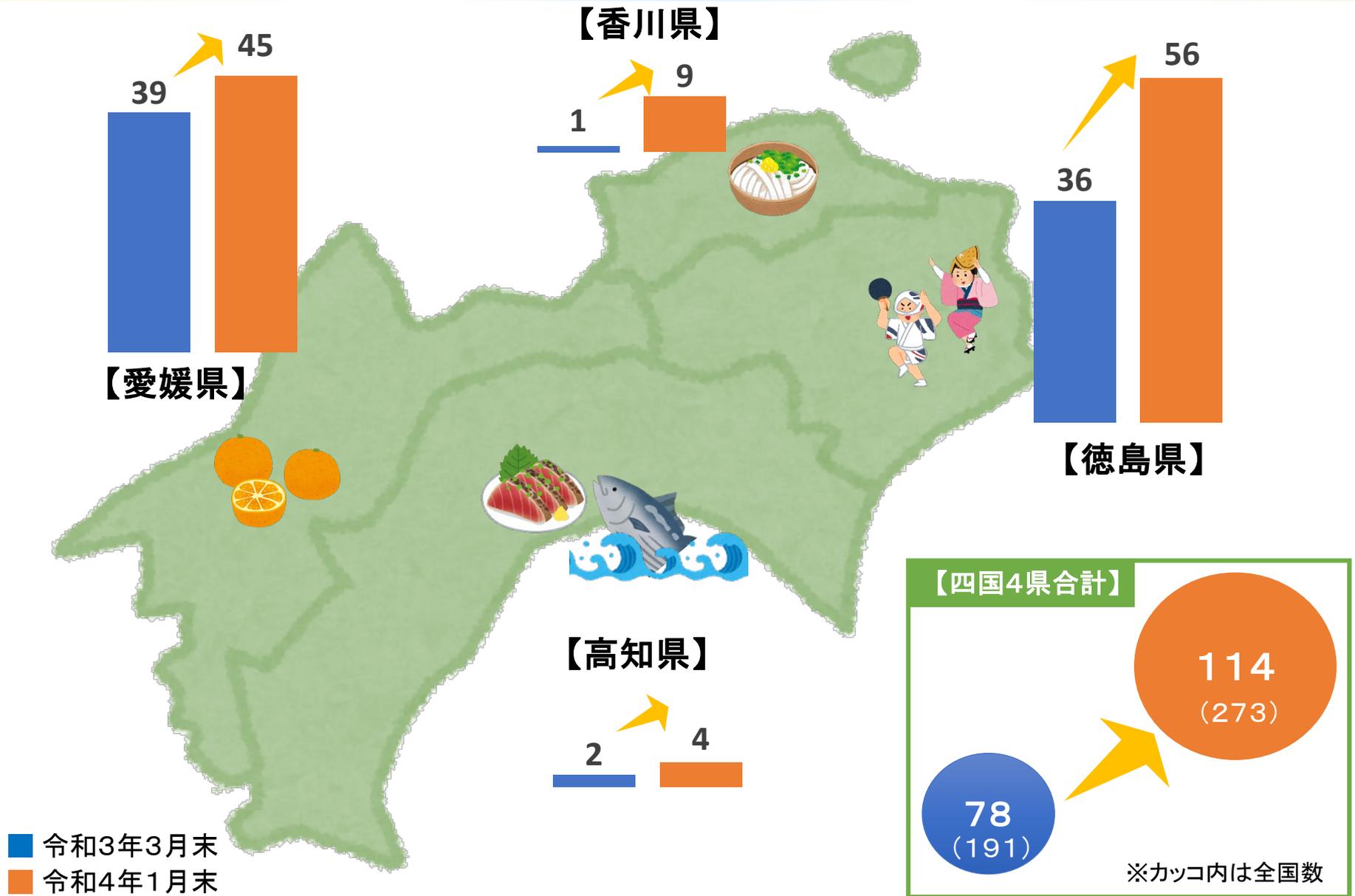
## 今年度の取組

### ○ 地方公共団体や事業者団体への推進活動

### ○ 消費者志向経営セミナーin四国の開催

### ○ 新たな施策を検討するためのアンケート・ヒアリング調査

# 取組結果 ~ 自主宣言事業者数の変化（四国4県） ~



# 自主宣言事業者一覧（四国4県）

## 【徳島県】

(株)旭木工  
(株)阿波銀行  
阿波証券(株)  
(株)あわわ  
市岡製菓(株)  
(有)エイブルフーズ  
(株)エフエム徳島  
(株)大竹組  
鳳建設(株)  
オートリホーム(株)  
(有)鹿島タイヤ興業所  
喜多機械産業(株)  
(株)キョーエイ  
(株)クラッシー  
(福)敬老福祉会  
(福)健祥会  
(株)コバヤシ  
佐々木建設(株)  
佐々木たたみ店(有)  
サン電子工業(株)  
(株)サンフォート  
(株)シケン  
四国建設コンサルタント(株)  
四国放送(株)  
(株)セイコーハウジング  
(株)高橋ふとん店  
(株)高畑畳店  
(株)多田組

田中建設(株)  
(株)寺内製作所  
東光(株)  
(株)ときわ  
(業)徳島印刷センター  
徳島県教育印刷(株)  
徳島合同証券(株)  
(生協)とくしま生協  
(株)徳島大正銀行  
徳島トヨペット(株)  
(有)富永石油  
(株)日誠産業  
(株)ネオビエント  
ノヴィルホールディングス(株)  
(株)パッケージ松浦  
(株)平惣  
(株)広沢自動車学校  
(株)福井組  
藤田商事(株)  
富士ファニチア(株)  
(株)フジみらい  
(株)project home  
(株)マルハ物産  
(株)丸本  
宮崎商事(株)  
(株)山のせ  
(株)吉岡組  
(株)ルーチェ

## 【愛媛県】

(株)愛亀  
(株)あわしま堂  
石田クリーニング(株)  
石鎚酒造(株)  
今治合同製パン(株)  
(株)伊予銀行  
(株)伊予鉄グループ  
(有)内田パン  
宇和島自動車(株)  
(株)愛媛銀行  
愛媛県信用(農協連)  
愛媛信用金庫  
愛媛トヨペット(株)  
えひめ洋紙(株)  
(株)エフエム愛媛

岡田印刷(株)  
(特非)家族支援フォーラム  
金城産業(株)  
環境資材(株)  
義農味噌(株)  
(生協)コープえひめ  
(株)古湧園  
近藤酒造(株)  
山陽物産(株)  
四国ガス(株)  
(有)篠崎ペーカリー  
(株)ジョイ・アート  
太陽印刷(株)  
(株)第一自動車練習所  
(株)宝荘ホテル

(株)玉川製パン所  
千代の亀酒造(株)  
(有)つじうち  
南海放送(株)  
(株)日本有機四国  
(株)平野  
(株)フジ  
(株)藤井組  
(株)富士炭化興業  
(株)ホテル椿館  
(株)母恵夢  
マルトモ(株)  
水口酒造(株)  
(株)明朗社  
(株)八木酒造部

## 【香川県】

RE100電力(株)  
(有)エスコートライフ  
(株)香川銀行  
香川県ケアマネジメントセンター(株)  
(株)合同経営  
三和電業グループ  
西野金陵(株)  
日本エネルギー総合システム(株)  
(株)マルヨシセンター

## 【高知県】

(株)高知銀行  
(有)高知県宿毛自動車学校  
(有)戸田商行  
ミタニ建設工業(株)

【令和4年1月末時点】  
(五十音順)

# 実施した取組

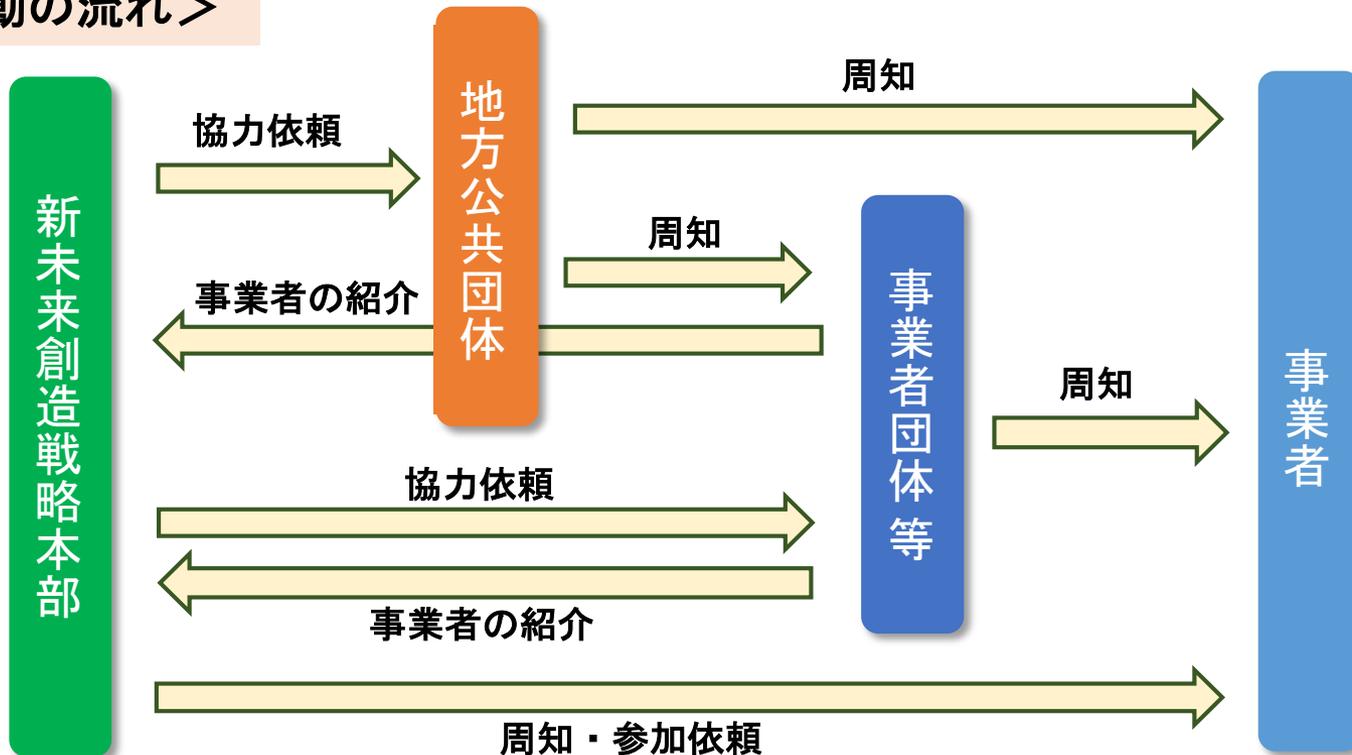
---

- 地方公共団体や事業者団体への推進活動
- 消費者志向経営セミナー in 四国の開催
- 新たな施策を検討するためのアンケート・ヒアリング調査

# 新未来創造戦略本部の取組①

- 地方公共団体や事業者団体への周知啓発を実施、推進活動への協力を依頼
- 訪問やオンライン会議を利用して、直接事業者へ消費者志向経営を説明し、消費者志向自主宣言・フォローアップ活動への参加を呼びかけ

## < 推進活動の流れ >



## 新未来創造戦略本部の取組②

- 各団体の研修等において、事業者や関係者への講演を実施
- 消費者志向経営の概念や優良事例について紹介し、消費者志向自主宣言・フォローアップ活動への参加を呼びかけ

### 【講演実績】

(関西広域連合) ・サステナブル経営推進セミナー

(徳島県内)

- ・徳島県 とくしまSDGsシンポジウム2021
- ・徳島県 消費者志向自主宣言フォローアップ・セミナー
- ・徳島県経営者協会 労務担当者部会
- ・上板町商工会 鳴門・板野地区経営指導員等研修会
- ・徳島商工3団体 職員研修会
- ・徳島県商工会連合会 指導員等研修会

(岡山県岡山市) ・消費生活マイスター講座レベルアップコース



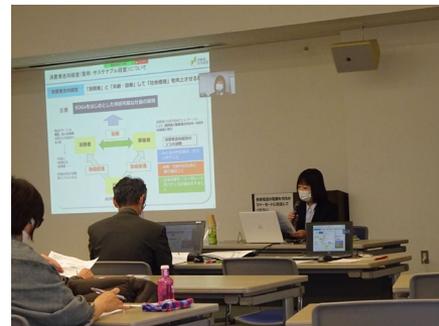
サステナブル経営推進セミナー  
写真提供：徳島県



消費者志向自主宣言フォローアップ・セミナー



徳島県経営者協会



消費生活マイスター講座  
レベルアップコース  
写真提供：岡山市

# 地方公共団体の取組 ①【徳島県】

## ○「とくしま消費者志向経営推進組織」による推進活動

- ・県内事業者に消費者志向自主宣言・フォローアップ活動への参加を呼びかけ
- ・「とくしまSDGsシンポジウム2021」の開催
- ・自主宣言事業者を対象に、「消費者志向自主宣言フォローアップ・セミナー」を開催

### とくしま消費者志向経営推進組織

平成29年10月に事業者団体、消費者団体、行政機関等からなる、地方初の「とくしま消費者志向経営推進組織」を設置

消費者庁と連携し、消費者志向経営を推進

### とくしま消費者志向経営推進組織

構成

#### 【事業者団体】

徳島経済同友会、徳島県経営者協会、徳島県商工会議所連合会  
徳島県商工会連合会、徳島県中小企業団体中央会、  
徳島県中小企業家同友会

#### 【消費者団体等】

徳島県消費者協会、とくしま産業振興機構、徳島経済研究所

#### 【行政機関】

徳島県、徳島市



とくしま消費者志向経営推進組織設立（平成29年10月13日）

出典：徳島県資料

### 消費者志向自主宣言フォローアップ・セミナー

自主宣言事業者が、フォローアップ活動の具体的な手続きや事例を知り、自社のフォローアップ活動につなげることを目的に開催

フォローアップ活動の概要や具体例を学んだ後、自主宣言事業者同士でのグループワークを実施



自主宣言事業者による講演



グループワークでの意見交換

## 地方公共団体の取組 ②【愛媛県】

- 「えひめ消費者志向おもいやり経営セミナー」や「えひめ消費者志向おもいやり自主宣言の証交付式」の開催、シンボルマーク・ロゴタイプの作成など独自の取組を実施
- 消費者庁が推進する「消費者志向経営」と愛媛県が推進する「おもいやり消費（エシカル消費）」の一体的な普及・啓発に取り組む「えひめ消費者志向おもいやり経営」を推進



令和3年度えひめ消費者志向おもいやり経営セミナー  
講演する檜橋参事官



令和2年度えひめ消費者志向おもいやり自主宣言  
の証交付式  
出典：愛媛県ウェブサイト



えひめ消費者志向  
おもいやり経営

えひめ消費者志向おもいやり経営シンボルマーク・ロゴタイプ

「えひめ消費者志向おもいやり自主宣言事業者」の事業活動を  
広くPRするために活用

出典：愛媛県ウェブサイト

# 地方公共団体や事業者等からの推進活動に対する意見

地 公 団 体	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <u>消費者の意向を汲む取組であり、良い取組だと思う</u></li> <li>■ 消費者行政部局より、事業者と関わる商工労働部局との連携が効果的なのではないか</li> </ul>
事 業 者 団 体	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <u>地方公共団体と連携して推進するのは効果的なのではないか</u></li> <li>● SDGsやCSRと親和性があるので、取り組みやすい</li> <li>● 中小企業もSDGsへの取り組み方を模索しており、SDGsを達成するために消費者志向自主宣言を行うというストーリーは、訴求力が高い</li> <li>● <u>まずは地域におけるキーマンとなる会社が宣言すれば、推進活動が容易になるのでは</u></li> <li>■ 消費者志向自主宣言した際のメリットが明瞭でない</li> <li>■ 「消費者志向経営」という言葉や、概念が理解しづらい</li> <li>■ イラストを多用するなど、説明資料をもっと平易なものにすべき</li> <li>■ 自主宣言すれば消費者庁のHPに掲載するとのことだが、今はYouTubeやTikTokなどSNSが中心で、HPを見る消費者は少ない</li> </ul>
事 業 者	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 地方の中小企業であっても、自社の取組を情報発信するのに有効</li> <li>● <u>県や市からの表彰があれば、地元企業としては参加意欲につながるのではないか</u></li> <li>● 活動の理念は素晴らしいし、取り組まない理由はない</li> <li>■ 「消費者志向経営」という言葉や概念が理解しづらい</li> <li>■ BtoBの事業者は、消費者志向経営の理念が馴染みにくい</li> <li>■ 自主宣言ではなく「認証制度」の方が、他社と差別化できるのではないか</li> </ul> <div data-bbox="1460 1158 1839 1286" style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 10px;"> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 良かった点</li> <li>■ 改善が必要な点</li> </ul> </div>

# 実施する取組

---

- 地方公共団体や事業者団体への推進活動
- **消費者志向経営セミナー in 四国の開催**
- 新たな施策を検討するためのアンケート・ヒアリング調査

# 消費者志向経営セミナーin四国 概要

- 消費者志向経営の更なる推進と消費者志向自主宣言・フォローアップ活動の活性化を目的に開催
- 地域経済社会の活性化を通じて持続可能な社会の実現に取り組むとの視点から、金融機関の監督官庁である財務省四国財務局と共催で実施
- 主に四国内に所在する事業者を対象として、消費者志向経営の理念や消費者庁の取組について説明を行い、自主宣言事業者による優れた取組を紹介



## 消費者志向経営セミナー in四国



～自主宣言事業者から学ぶサステナブルな経営～



セミナー会場  
の様子

### 【開会挨拶】

#### 【講演】「消費者志向経営について」

消費者庁参事官(公益通報・協働担当) 榎橋 康英

#### 【事例紹介】「自主宣言事業者における取組紹介」

・株式会社キョーエイ 販売促進部長 三島 一臣 氏

・三和電業グループ 三和エコ&エナジー株式会社  
取締役営業部長 中村 貴志 氏

・義農味噌株式会社 代表取締役社長 田中 正志氏

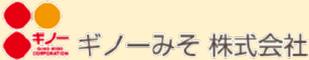
・株式会社高知銀行 営業企画部執行役員部長 深見 英治 氏

### 【閉会挨拶】

「消費者志向経営」とは何か、初めて聞く方にも分かりやすく、現在の社会経済や政府の動向なども含めて解説しました

四国各県の自主宣言事業者から、取り組むことになったきっかけや、具体的にどのような取組を実践しているか等についてご紹介いただきました

# 取組事例紹介

<p>(徳島県) 株式会社キョーエイ</p> 	 <p>「もったいない」から「ありがとう」へ キョーエイ フードバンク</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 農業の継続や発展を支援 ⇒農家の販売先を増やすために“すきとく市”を開催</li> <li>○ 廃棄物削減 ⇒NPO法人と連携した資源ごみの回収</li> <li>○ 食品ロス削減 ⇒フードバンクポストを設置し、福祉団体に提供</li> </ul>				
<p>(香川県) 三和電業グループ</p> 	 <p>自社の環境事業の取り組み ■自社太陽光発電所を保有(発電総出力4.4MW)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>年間発電量(kwh)</th> <th>年間CO2削減量(t)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>5,726,907</td> <td>3,287</td> </tr> </tbody> </table>	年間発電量(kwh)	年間CO2削減量(t)	5,726,907	3,287	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 脱炭素社会に向けた取組 ⇒太陽光発電所や蓄電池システムの導入</li> <li>○ 地域貢献活動 ⇒福祉団体等への寄付、地域スポーツのスポンサー活動</li> <li>○ 人材育成事業 ⇒奨学基金の創設、安全講習や社員教育の実施</li> </ul>
年間発電量(kwh)	年間CO2削減量(t)					
5,726,907	3,287					
<p>(愛媛県) 義農味噌株式会社</p> 	<p>・弊社代表商品「伊予のみそ」について</p>  <p>おいしさの秘密は 麹歩合 200割</p> <p>1993年発売、2020年四国地区販売数「NO.1」商品</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 地域食文化の伝承・発展に向けた取組 ⇒地域の特産品を使用した商品開発</li> <li>○ 消費者への積極的な情報発信活動 ⇒県主催のPR活動に参加、地元報道各社やSNSでの発信</li> <li>○ 復興支援活動 ⇒地域の要望に沿った食糧支援、商品開発</li> </ul>				
<p>(高知県) 株式会社高知銀行</p> 	 <p>2. 取組方針</p> <p>(1)みんなの声を聞き、かつ活かすこと</p> <p>(2)未来、次世代のために取り組むこと</p> <p>(3)法令遵守/コーポレートガバナンスの強化すること</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 産業活性化による地域の持続可能な発展に向けた取組 ⇒融資商品の創設や各種商談会の支援</li> <li>○ コンサルティング機能を強化し、豊かな暮らしを実現 ⇒地域の見守り活動への参加、マネーセミナーやスポーツ教室の開催</li> <li>○ 環境保全 ⇒省エネ設備の導入、SDGs応援私募債の発行</li> </ul>				

# 実施する取組

---

- 地方公共団体や事業者団体への推進活動
- 消費者志向経営セミナー in 四国の開催
- **新たな施策を検討するためのアンケート・ヒアリング調査**

# 調査概要

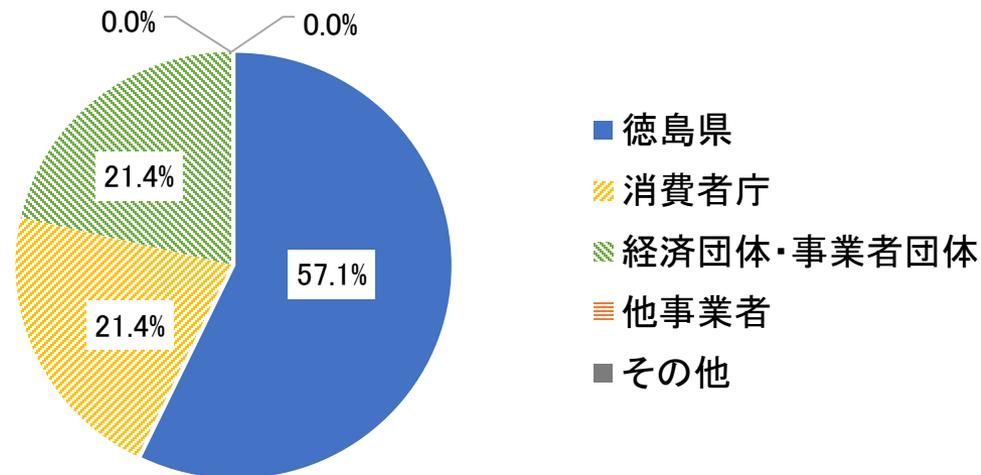
- 調査目的：消費者志向自主宣言・フォローアップへの参加理由、得られた効果、認知度向上に必要な取組等を把握し、より多くの事業者に対活動に参加していただくための施策を検討する
- 調査対象者：徳島県内の消費者志向自主宣言事業者（令和3年4月末時点：36事業者）
- 調査方法：アンケート調査、ヒアリング調査
- 実施期間：令和3年6月8日～令和3年10月29日
- 回収状況：アンケート調査28社（回収率：77.8%）  
ヒアリング調査21社（回収率：58.3%）

## 【調査対象事業者一覧】（五十音順）

(株)旭木工	(福)敬老福祉会	(株)ときわ	(株)パッケージ松浦
(株)阿波銀行	(福)健祥会	(業)徳島印刷センター	(株)広沢自動車学校
阿波証券(株)	サン電子工業(株)	(株)徳島大正銀行	藤田商事(株)
(株)あわわ	(株)サンフォート	徳島県教育印刷(株)	富士ファニチア(株)
市岡製菓(株)	(株)シケン	徳島合同証券(株)	(株)フジみらい
(株)エフエム徳島	(株)セイコーハウジング	(生協)とくしま生協	(株)マルハ物産
喜多機械産業(株)	(株)高橋ふとん店	徳島トヨペット(株)	(株)丸本
(株)キョーエイ	(株)寺内製作所	(株)日誠産業	宮崎商事(株)
(株)クラッシー	東光(株)	(株)ネオビエント	(株)山のせ

# 調査結果①

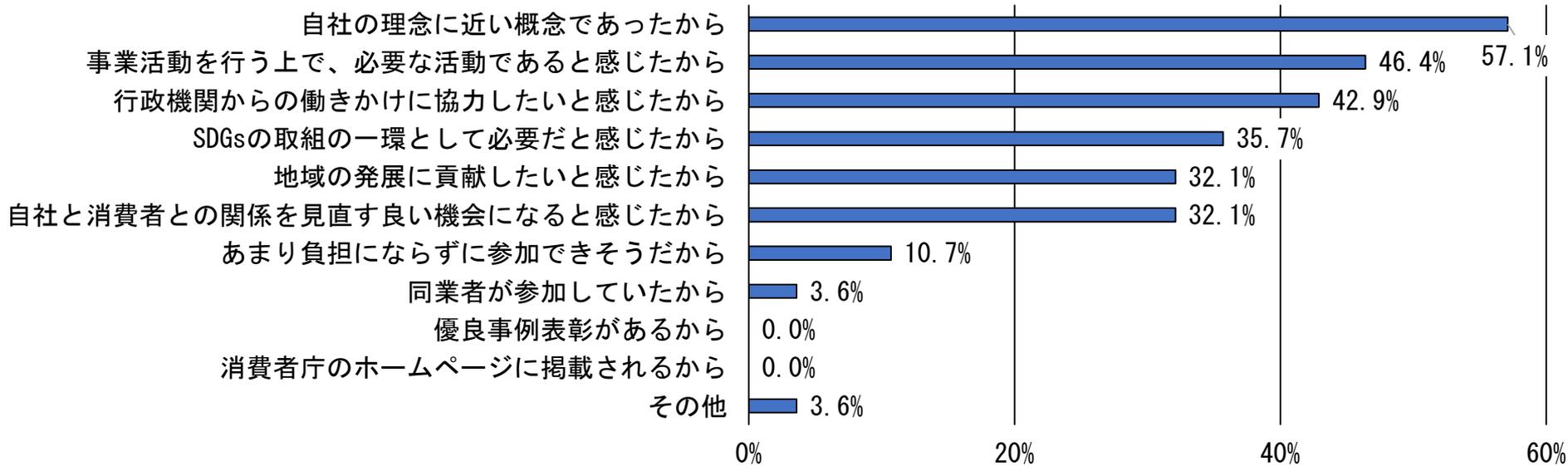
問. 消費者志向自主宣言・フォローアップ活動を知った情報源について(1つ選択)【N=28】



- ・当活動を知った情報源について、「徳島県」と回答した事業者の割合が57.1%と最も高かった
- ・「他事業者」と回答した事業者はいなかった

## 調査結果②

### 問. 消費者志向自主宣言・フォローアップ活動に参加しようと思った理由(3つまで選択)【N=28】



### 【ヒアリング結果】

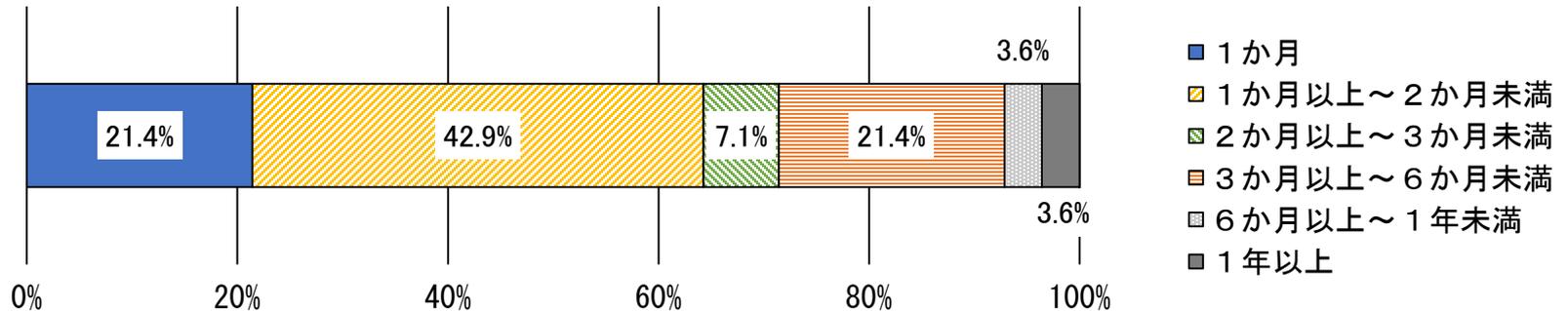
#### 問. 参加を決めた最も大きな理由について

#### 主な回答

- ・事業者団体の役員をしており、率先して自主宣言するべきだと判断したから
- ・協力することで行政との関係性を保てると判断したから
- ・徳島に消費者庁の拠点ができたから

## 調査結果③

問. 消費者志向自主宣言・フォローアップ活動への参加決定から自主宣言の作成、申請までに要した期間  
(1つ選択)【N=28】



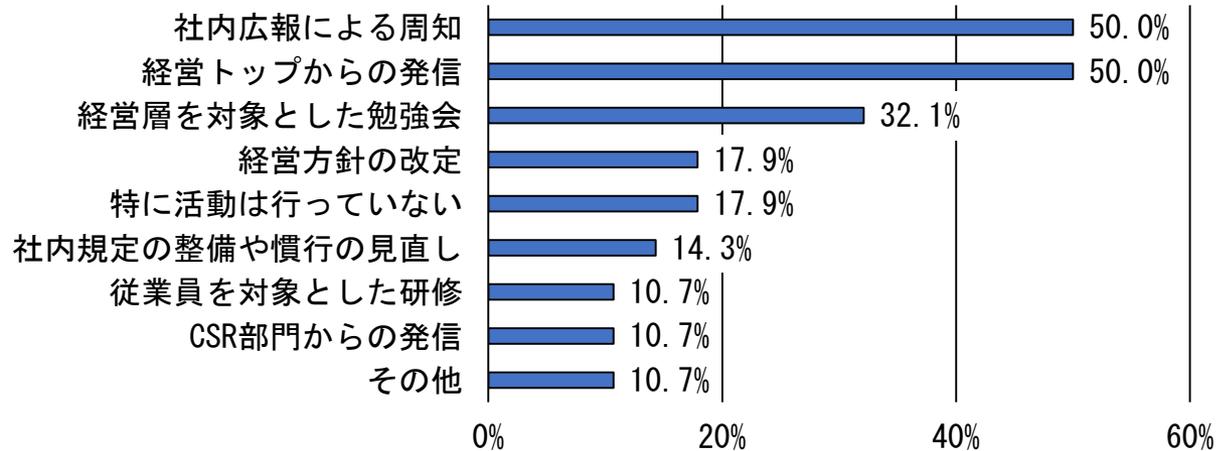
### 【ヒアリング結果】

問. 参加にあたり最も調整が必要だったことについて

- 主な回答
- ・提出書類の作成
  - ・自主宣言モデル案のどの項目に自社の取組が合致するか検討すること
  - ・ホームページで掲載する内容を選定すること
  - ・日頃から行っている取組だが、それを集約して文書化すること
  - ・従業員に理解してもらうこと
  - ・社内で相談し、調整する部署
  - ・自主宣言が自社にどのような影響を与えるか検討すること

## 調査結果④

問. 消費者志向自主宣言・フォローアップ活動に参加するにあたり、社内で行った活動について(あてはまるもの全て選択)【N=28】



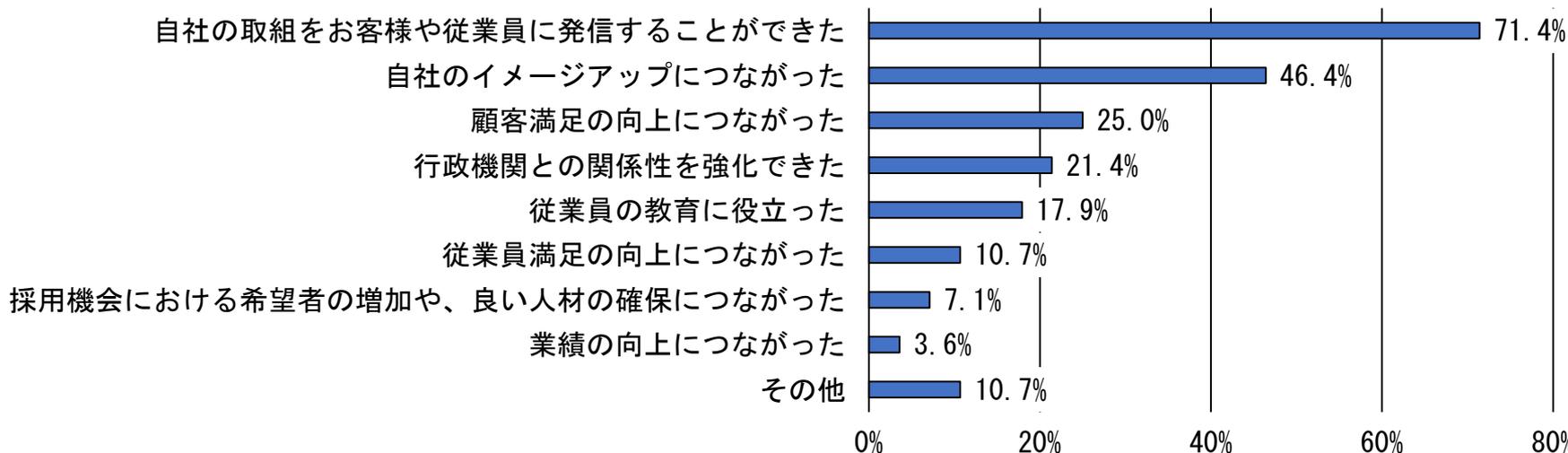
### 【ヒアリング結果】

問. 社内で理解、共有した結果について

- 主な回答
- ・消費者志向経営という単語に馴染みが無く戸惑っていたが、取組内容や意義を共有することで、意欲的に推進するようになった
  - ・単語が難しく、従業員向けにかみ砕く必要があった
  - ・周知をしたが意識は高くならなかった
  - ・従業員だけでなく、周知する側の担当者の理解が深められていないと感じた
  - ・特に反応は無かった

## 調査結果⑤

### 問. 消費者志向自主宣言・フォローアップ活動への参加後に感じた効果について(3つまで選択)【N=28】



### 【ヒアリング結果】

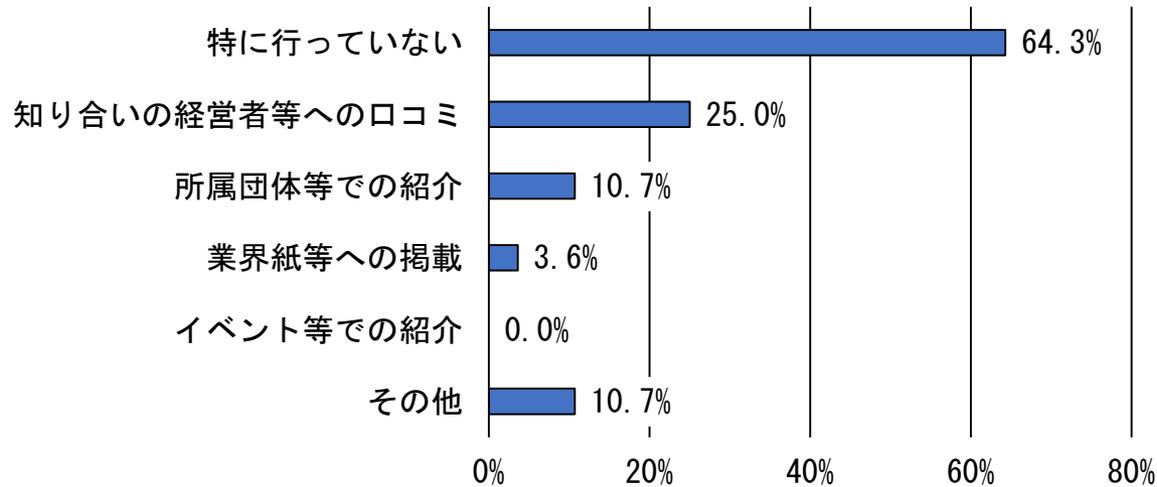
#### 問. 自主宣言により得られた効果について

##### 主な回答

- ・取引先から複数件問い合わせがあった
- ・BtoB企業だが、取引先の向こうにバイヤーや消費者がいるという認識の共有ができた
- ・すぐに効果が出るとは思っていないが、最終的にこの取組により消費者とWIN-WINの関係が築けるため、メリットも出てくるのではないかと考えている
- ・過去に作成していたCSRを見直す良いきっかけになった
- ・自社の取組を発信するためのツールとしてはよい
- ・効果測定が難しく、数字で表すことができない
- ・特に得られた効果は無かった

## 調査結果⑥

問. 消費者志向自主宣言・フォローアップ活動における他事業者への紹介実績と方法について(あてはまるもの全て選択)【N=28】



### 【ヒアリング結果】

問. 他事業者に周知しなかった理由について

#### 主な回答

- ・自主宣言後に肌で感じた効果や変化が無かった
- ・お知らせできるほどの取組をしていないと思った
- ・当たり前のことを行っており、特段アピールする点が無い

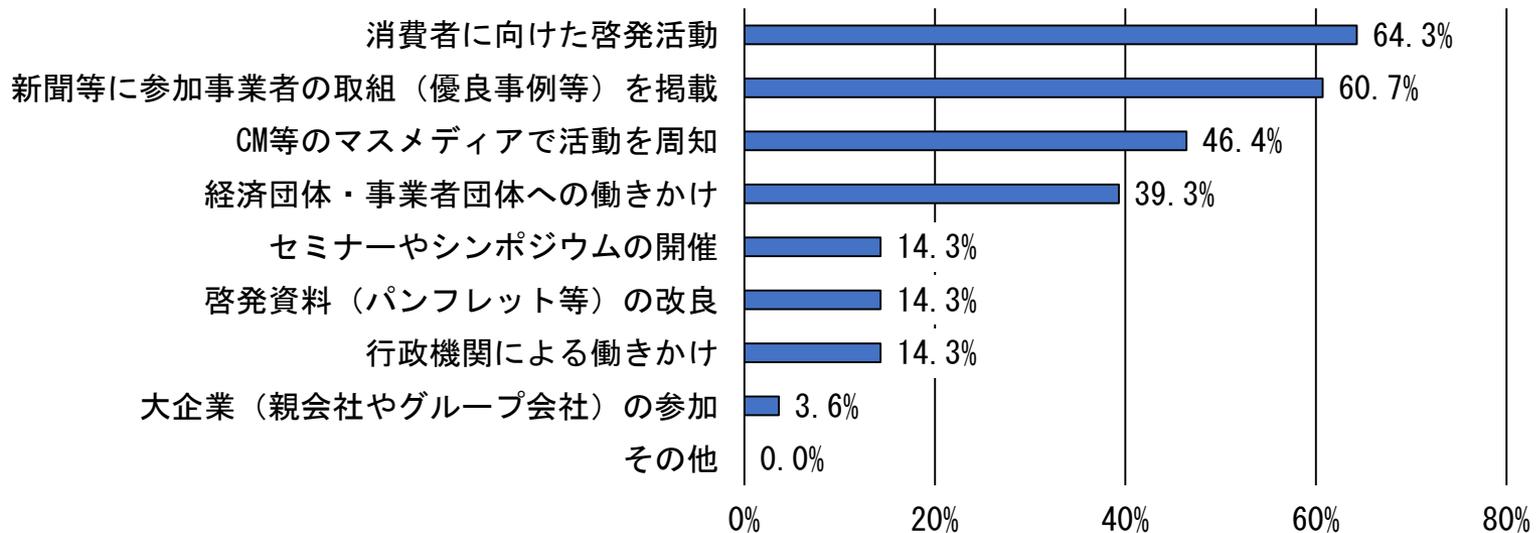
問. 他事業者に周知した理由について

#### 主な回答

- ・消費者庁の活動を支援する必要があると感じた
- ・行政の取組に関わることは企業としての信頼につながる
- ・自身の事業所の紹介をするよいきっかけになる
- ・考えを整理でき、客観的に考えることができる

## 調査結果⑦

問. 消費者志向自主宣言・フォローアップ活動の認知度向上に必要な取組について(3つまで選択)【N=28】



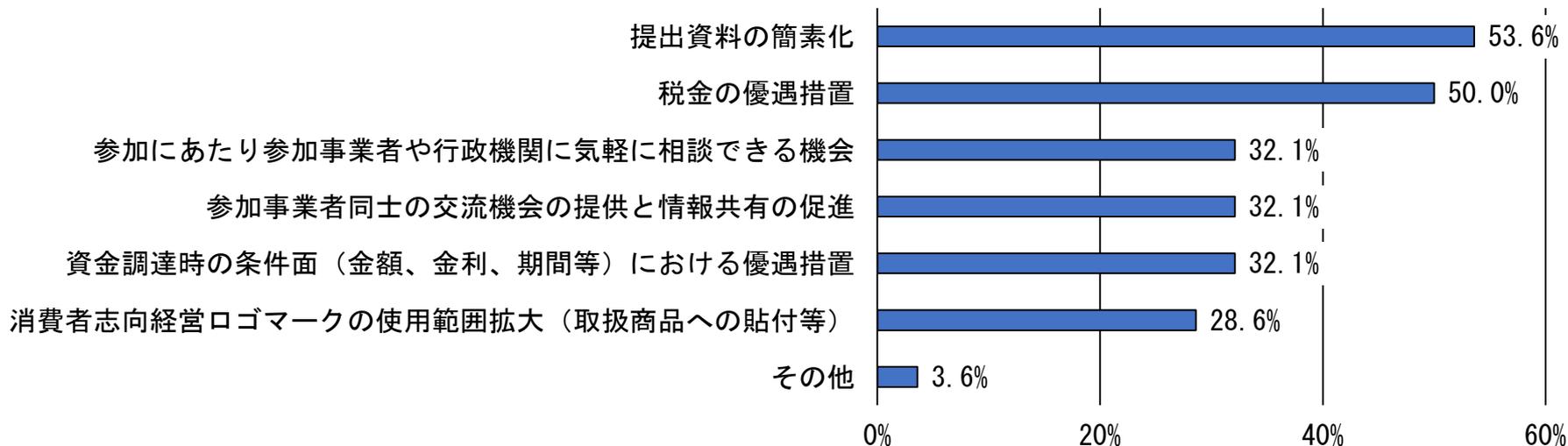
### 【ヒアリング結果】

問. 当活動の認知度向上に必要なと考えられる取組について

- 主な回答
- ・説明資料の簡素化
  - ・担当者が事業者や団体に出向いて直接周知すること
  - ・メディアへの露出、目に触れる機会の創出
  - ・生活拠点での啓発物の設置

## 調査結果⑧

問. 消費者志向自主宣言・フォローアップ活動への参加事業者を増やすのに必要な取組について(3つまで選択)【N=28】



### 【ヒアリング結果】

問. 当活動の参加事業者を増やすために必要と考えられる取組について

#### 主な回答

- ・自主宣言事業者向けの制度融資等、業界別の特殊なサービス
- ・金利の優遇や入札などの分かりやすいメリット
- ・売上、顧客の増加に繋がるような情報の提供
- ・行政からの定期的なフォロー
- ・事業者の取組を発表する機会であることの周知
- ・メディアへの露出、ブランド力の向上

# 調査結果のポイント

## (1) 消費者志向自主宣言・フォローアップ活動を知った情報源について

・「徳島県」が最も多い

⇒ 地方公共団体からの積極的な働きかけは、活動参加の契機となる効果が高い

## (2) 消費者志向自主宣言・フォローアップ活動に参加しようと思った理由について

・過半数の事業者が「自社の理念に近い概念であったから」と回答した

⇒ 未参加の事業者でも、無意識に消費者志向経営を実践している可能性がある

## (3) 消費者志向自主宣言・フォローアップ活動への参加後に感じた効果について

・約7割の事業者が「自社の取組をお客様や従業員に発信することができた」と回答した  
・「業績の向上につながっていない」「特に効果は無かった」という意見もあった

⇒ 情報発信ツールとして有効

一方で、当活動への参加が直ちに業績に好影響をもたらすとは限らない

## (4) 消費者志向自主宣言・フォローアップ活動の認知度向上に必要な取組について

・「消費者に向けた啓発活動」や「新聞等に参加事業者の取組(優良事例等)を掲載」と回答した事業者が特に多い

⇒ 消費者も含め、広く一般での認知度向上が必要

# まとめ

～ 消費者志向経営の更なる推進と消費者志向自主宣言・フォローアップ活動の活性化にむけて ～

引き続き、参加事業者の拡大、社会的認知度の向上に取り組む



## 【今後の取組】

- ・ 地方公共団体や事業者団体へ活動参加に向けた連携強化
- ・ セミナーやシンポジウムなどのイベントの開催
- ・ 説明用資料の平易化
- ・ 優良事例の収集
- ・ 消費者も含めた幅広い周知活動
- ・ ロゴマークの普及

---

**ご清聴いただきありがとうございました**

