

第3回消費者志向経営の推進に関する 有識者検討会

令和3年7月20日

消費者庁参事官（公益通報・協働担当）

消費者志向経営の推進に関する 有識者検討会 中間報告書

令和3年7月20日

消費者庁参事官（公益通報・協働担当）

- 1、令和3年度優良事例表彰事業における消費者志向経営の概念
- 2、令和3年度有識者検討会
- 3、令和3年度表彰の枠組みの変更について
- 4、令和3年度評価軸について（総合枠・特別枠）
- 5、令和3年度選考について
- 6、令和3年度設問表について
- 7、中間報告時点での成果物一覧

＜参考資料＞ その他検討内容

- ①総合枠の応募要件（フォローアップ活動）の緩和
- ②令和2年度からの評価軸の見直し
- ③設問表の主要な見直しポイント

1、令和3年度優良事例表彰事業における消費者志向経営の概念

2、令和3年度有識者検討会

3、令和3年度表彰の枠組みの変更について

4、令和3年度評価軸について（総合枠・特別枠）

5、令和3年度選考について

6、令和3年度設問表について

7、中間報告時点での成果物一覧

<参考資料> その他検討内容

- ①総合枠の応募要件（フォローアップ活動）の緩和
- ②令和2年度からの評価軸の見直し
- ③設問表の主要な見直しポイント

目標

持続可能な社会に貢献する

第4期消費者基本計画より（令和2年3月閣議決定）

定義

「消費者」と「共創・協働」して「社会価値」を向上させる経営

消費者

事業者が提供する商品・サービスを現在、若しくは将来利用又は、関与する可能性のある主体

※消費者の多様化の結果、捉えられる消費者の例
高齢者、外国人、障がい者、地域住民、エンドユーザー、従業員等

共創・協働

事業者が消費者との双方向コミュニケーションにより、消費者がワクワクする商品・サービス・体験を共有し、消費者とのWIN-WINの関係になること

社会価値

事業者が本業を通して、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

活動

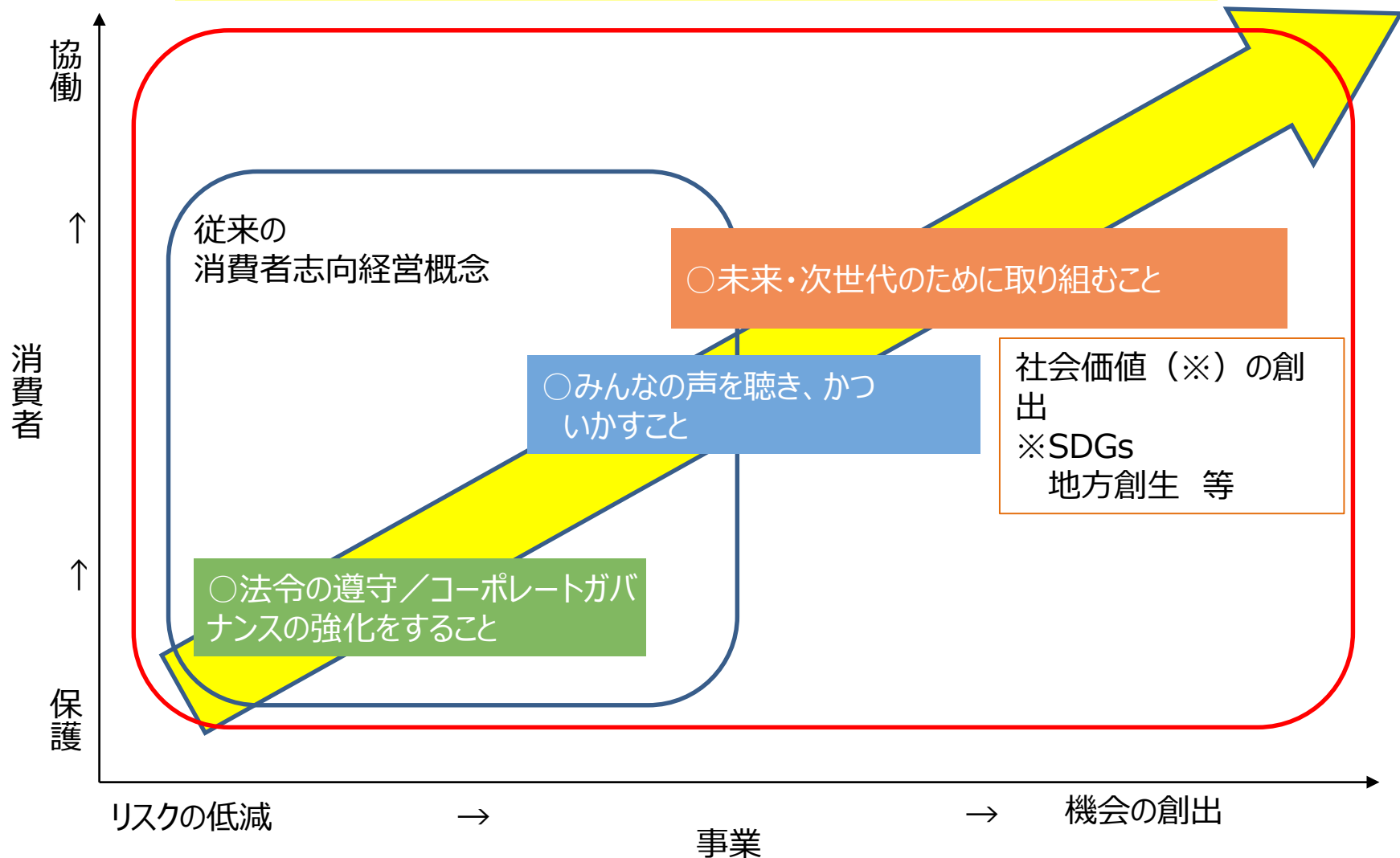
○みんなの声を聴き、かついかすこと

○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

「消費者」と「共創・協働」して「社会価値」を向上させる経営

持続可能な社会
への貢献



1、令和3年度優良事例表彰事業における消費者志向経営の概念

2、令和3年度有識者検討会

3、令和3年度表彰の枠組みの変更について

4、令和3年度評価軸について（総合枠・特別枠）

5、令和3年度選考について

6、令和3年度設問表について

7、中間報告時点での成果物一覧

＜参考資料＞ その他検討内容

- ①総合枠の応募要件（フォローアップ活動）の緩和
- ②令和2年度からの評価軸の見直し
- ③設問表の主要な見直しポイント

「2021年度消費者志向経営の推進に関する有識者検討会」の委員及びコンサルタントの変更

- ・2021年度の有識者検討会の委員は、2020年度の有識者検討会の委員をベースに構成。
- ・評価軸の整備、金融との結びつきの構築のノウハウを得るため、2020年度と同様、コンサルタントを事務局に追加。
- ・消費者志向経営が市場で評価を得るため、格付け機関や運用機関等の関係者から意見聴取。

2021年度有識者検討会委員・選考委員

- 名和委員
(一橋ビジネススクール 国際企業戦略専攻 客員教授)
- 蟹江委員
(慶応義塾大学大学院政策・メディア研究科 教授)
- 青木委員
(公益社団法人日本青年会議所 副会頭)
- 山口委員
(一般社団法人 日本サステナブル・ラベル協会 代表理事)
- 半澤委員
(日経BP日経ESG経営フォーラム 主任研究員)
- 古谷委員
(サステナビリティ消費者会議 代表)
- 笠井委員
(一般社団法人日本経済団体連合会
ソーシャル・コミュニケーション本部 上席主幹)



事務局

消費者庁・新未来創造戦略本部

コンサルタント
(株式会社日本総合研究所)

オブザーバー

推進組織

- 事業者団体：一般社団法人日本経済団体連合会、公益社団法人経済同友会、公益社団法人消費者関連専門家会議、一般社団法人日本ヒーブ協議会
- 消費者団体：一般社団法人全国消費者団体連絡会、公益社団法人全国消費生活相談員協会、公益社団法人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

(意見聴取)

格付け機関

有識者

運用機関 (保険・証券会社・DBJ等)

※赤文字は、2020年度からの変更を示す。

		有識者検討会委員 + オブザーバー	有識者検討会委員
第1回	令和3年5月21日	・2021年有識者検討会の委員及びコンサルタントの変更 ・2021年有識者検討会スケジュール ・表彰の枠組みの変更	・昨年度表彰結果を踏まえた見直し（評価軸の再構成、質問票への落とし込み他）
第2回	令和3年6月10日	・表彰の枠組みの変更 ・連続受賞の考え方	・評価軸の再構成 ・表彰の枠組み ・設問表 ・審査フロー・配点 ・設問審査ポイント ・利益相反関係
第3回	令和3年7月20日	・中間報告	・複数事業者協働取組枠の新設 ・選考委員配点 ・表彰件数

- 1、令和3年度優良事例表彰事業における消費者志向経営の概念
- 2、令和3年度有識者検討会
- 3、令和3年度表彰の枠組みの変更について
- 4、令和3年度評価軸について（総合枠・特別枠）
- 5、令和3年度選考について
- 6、令和3年度設問表について
- 7、中間報告時点での成果物一覧

＜参考資料＞ その他検討内容

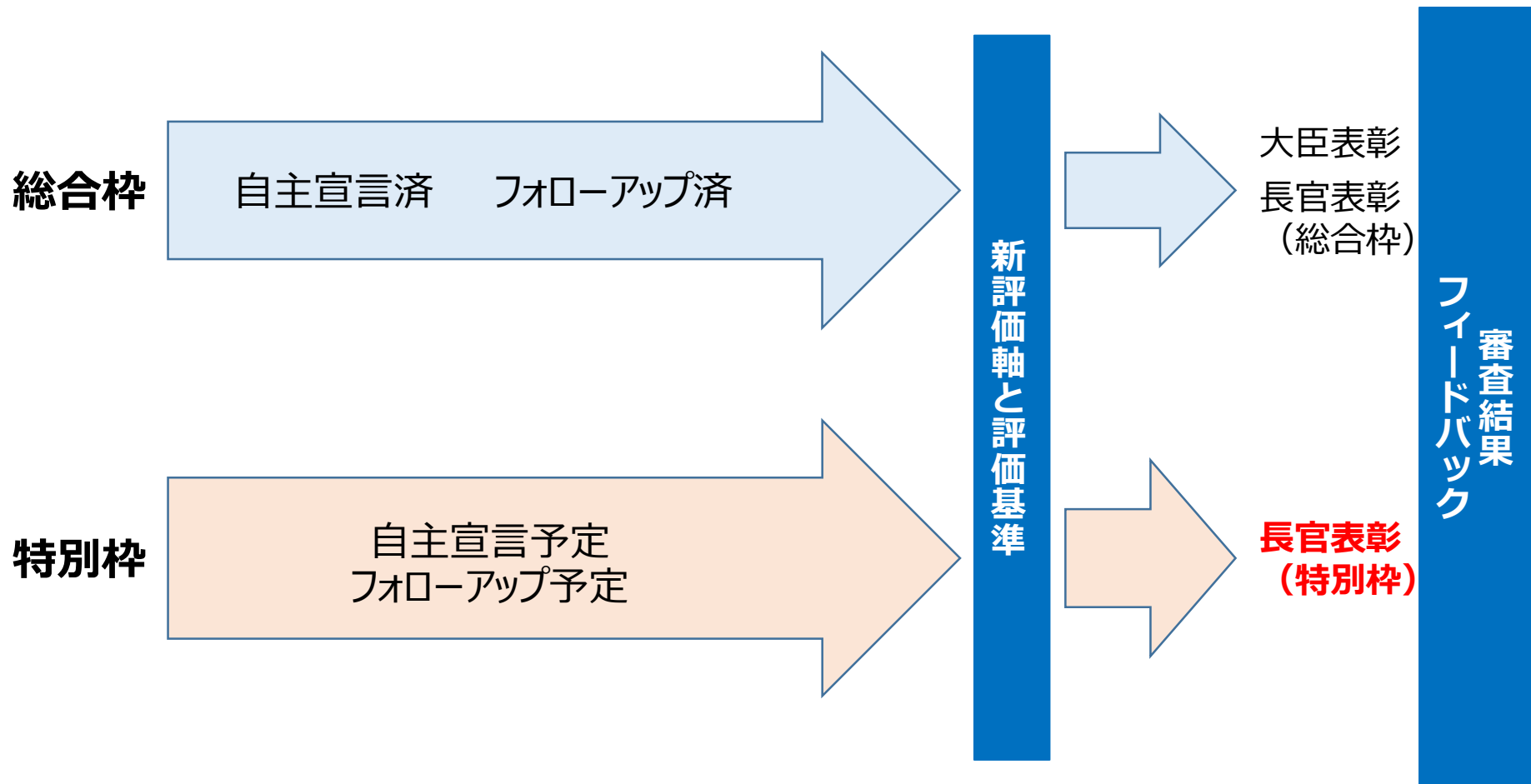
- ①総合枠の応募要件（フォローアップ活動）の緩和
- ②令和2年度からの評価軸の見直し
- ③設問表の主要な見直しポイント

表彰の枠組み変更

令和2年度消費者志向経営優良事例表彰の特別枠の考え方

特別枠新設の目的：業態や規模を超えた自主宣言事業者を増加。

特別枠テーマを指定：「新型コロナ時代を生きる」「地域と共に生きる」



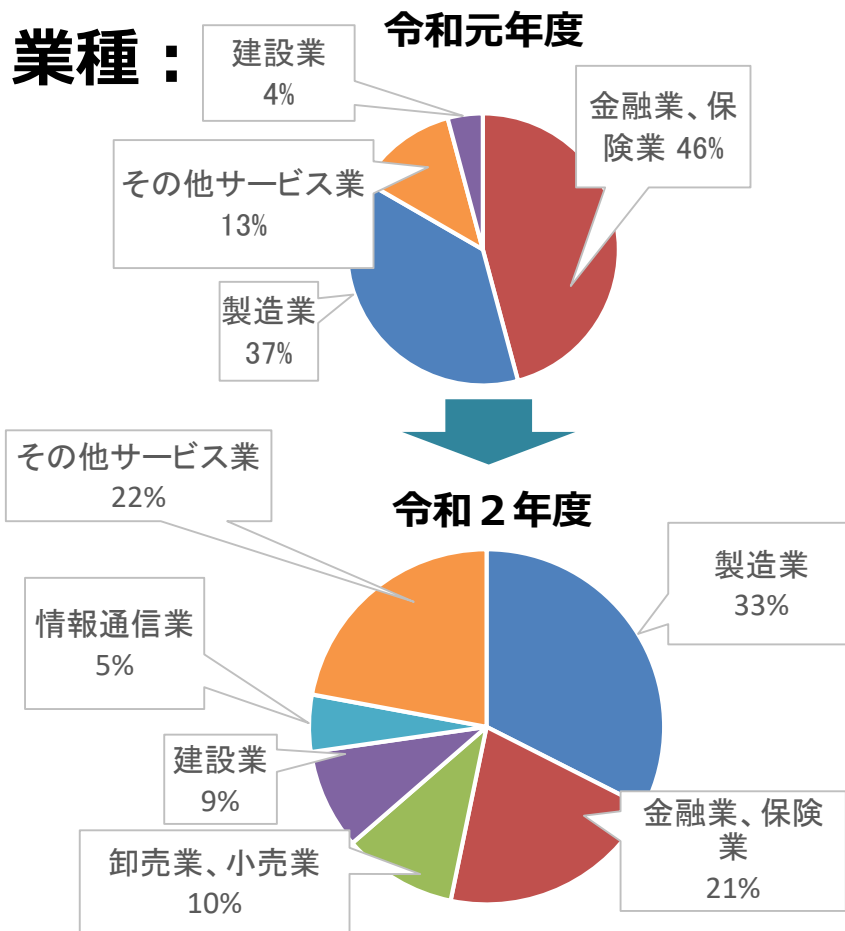
令和2年度応募事業者の特徴

応募数：77社

(昨年度の約3倍)

**企業規模：大企業 37社
中小企業 40社**

**業態：BtoC 56社
BtoB 21社**

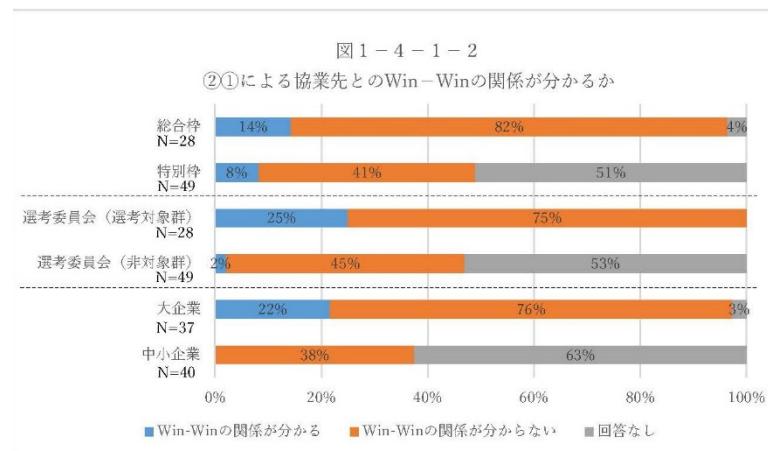
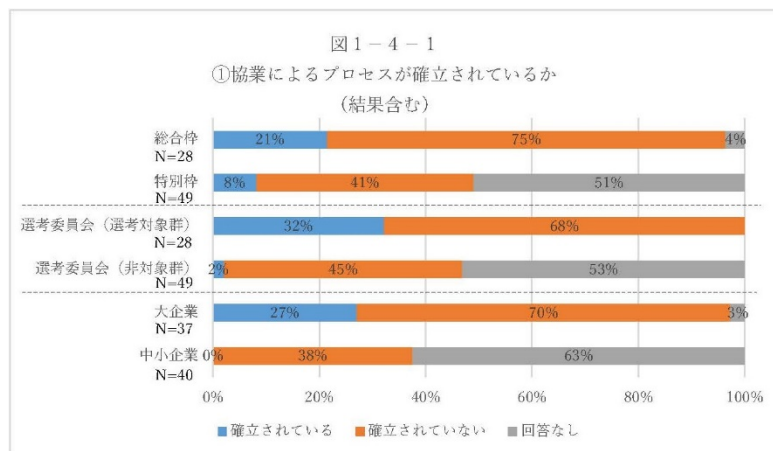


昨年新設した特別枠を継続する

- 令和2年度消費者志向経営優良事例表彰において、特別枠を設置したところ、応募事業者数が前年度の約3倍となった。
- 応募者の増加のために、令和3年度消費者志向経営優良事例表彰においても、引き続き特別枠を設置する。
- 一方昨年の特別枠のテーマは、「未来・次世代のために取り組む」という色彩が強かったため、「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」の枠にとらわれず、消費者を向いた「活動」（一点豪華主義）を見る表彰としたい。

複数事業者協働取組枠を新設する

- 令和2年度消費者志向経営優良事例表彰において、「外部との連携性」という評価軸を設けたところ、「①協業によるプロセスが確立されているか」「②前記①による協業先とのWin-Winの関係が分かるか」という観点で回答内容を見ると、特に後者について、選考委員会に残った事業者もそうでない事業者も、ポイントが低い結果となった。
- 「複数の事業者が連携して消費者の便益向上を図る等の先進的な取組を促進する仕掛け」という意味合いも込めて、令和3年度は試行的に導入することとしたい。



※「第5回消費者志向経営の推進に関する有識者検討会」参考資料4より

表彰の枠組み変更

令和3年度消費者志向経営優良事例表彰の特別枠の考え方

令和3年度も1事業者での応募による総合枠・特別枠を継続。

加えて複数事業者での応募による協働取り組みを評価する「選考委員長表彰」を試行的に新設する。

また複数事業者共同取組枠は、総合枠・特別枠との併願も可能とする。

(継続) 1事業者での応募

総合枠

自主宣言・フォローアップ活動公表済事業者

特別枠

- ・自主宣言公表済・フォローアップ活動公表予定事業者
- ・自主宣言公表予定事業者

新評価軸と評価基準

大臣表彰
長官表彰
(総合枠)

長官表彰
(特別枠)

審査結果
フィードバック

(新設) 複数事業者での応募

複数事業者協働取組枠

「自主宣言」「フォローアップ活動」公表済事業者が1社以上参加されることを前提に
「自主宣言」公表済「フォローアップ活動」公表予定事業者
「自主宣言」公表予定事業者いずれも応募可能

新評価軸と評価基準

選考委員長賞

審査結果
フィードバック

表彰の枠組み変更：令和 3 年度表彰の枠組み案

総合枠

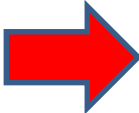
- 消費者を向いた「経営」全体を見る表彰
- 自主宣言・フォローアップ活動公表済事業者が応募

特別枠

- 消費者を向いた「活動」（一点豪華主義）を見る表彰
- 自主宣言公表済・フォローアップ活動公表予定事業者、自主宣言公表予定事業者が応募
- 「消費者庁として消費者志向経営を実践する上で最低限求める基本要件」設問を明示し（詳細は「5、令和 3 年度選考について」P 29参照）、必ず回答いただく。
- その上で、主に自由記述に記載されている活動内容により選考を行う（特定の領域での秀でた取組を選考するため、全ての設問に回答いただく必要はありません。）。

令和 2 年度

枠		表彰名称
総合枠		大臣賞、長官賞
特別枠	地域と共に生きる	長官賞
	新型コロナ時代を生きる	長官賞



令和 3 年度

枠		表彰名称
総合枠		大臣賞、長官賞
特別枠		長官賞

表彰の枠組み変更：令和 3 年度表彰の枠組み案

複数事業者協働取組枠（新設）

- 消費者を向いた「複数事業者による協働取組活動」を見る表彰
- 事業者は総合枠・特別枠と重複しての応募も可能
- 「自主宣言」「フォローアップ活動」公表済事業者が1社以上参加されることを前提に、「自主宣言」公表済「フォローアップ活動」公表予定事業者、「自主宣言」公表予定事業者いずれも応募可能とする
- 応募事業者のうち代表で申請を行う事業者は「消費者庁として消費者志向経営を実践する上で最低限求める基本要件」設問（詳細は「5、令和 3 年度選考について」P 29参照）、及び協働取組に関する自由記述を回答いただく。
- 他の応募事業者は、「消費者庁として消費者志向経営を実践する上で最低限求める基本要件」設問（詳細は「5、令和 3 年度選考について」P 29参照）のみ回答いただく。
- 各社の基本要件の取組状況を審査の上、協働取組に関する自由記述に記載されている活動内容により選考を行う。

枠	表彰名称
複数事業者協働取組枠	選考委員長賞

- 1、令和3年度優良事例表彰事業における消費者志向経営の概念
- 2、令和3年度有識者検討会
- 3、令和3年度表彰の枠組みの変更について
- 4、令和3年度評価軸について（総合枠・特別枠）
- 5、令和3年度選考について
- 6、令和3年度設問表について
- 7、中間報告時点での成果物一覧

＜参考資料＞ その他検討内容

- ①総合枠の応募要件（フォローアップ活動）の緩和
- ②令和2年度からの評価軸の見直し
- ③設問表の主要な見直しポイント

令和3年度評価軸について：各評価軸での評価視点

- 設問表の各設問を見直し・追加する上で、各評価軸で把握したい事項を以下のように定義。

「理念・推進体制の構築」（共通）

- 消費者志向経営の考え方や目標を理解し、企業理念に落とし込めているか。
- 消費者志向経営に経営トップが関わり、適切な推進体制が構築されているか。

「双方向コミュニケーション」（共通）

- コミュニケーションを通じて自社の目指す姿、取組に消費者からの共感・協働を得ることを意識しているか。
- 消費者からの共感を取得、把握するための仕組みが構築されているか。

「外部との連携性」（共通）

- 顧客の考えやニーズの把握のため顧客以外の関係者（従業員や有識者等）から意見を収集する仕組み等があるか。
- 商品・サービスの提供及び社会課題の解決に向けて、顧客以外の関係者とのコミュニケーションや連携を行っているか。

「経営に対する影響」（共通）

- 消費者志向経営に関する取組を通じて、企業経営に財務的/非財務的に良い影響が出ているか。
- 未来に向けて、事業の継続性が担保されているか。

「みんなの声を聴き、かついかすこと」

- “みんな”を**主に現在の消費者（商品・サービスを利用又は商品・サービスに関与する主体）**と捉え、共に社会価値を向上させることを念頭に彼らの声を把握しているか。
- 把握した声を基に自社の商品・サービスの改良・開発にいかしているか。

「未来・次世代のために取り組むこと」

- 主に未来の消費者（将来商品・サービスを利用又は商品・サービスに関与する可能性のある主体）**に対して自社が目指す社会の姿を明確にし、それを実現する商品・サービスの開発が行えているか。
- 上記商品・サービスと目指す社会の姿を結び付け、消費者の行動変容を促すことで、社会・消費者・自社とWin-Winの関係が構築できているか。

「法令遵守・コーポレートガバナンスを強化すること」

- 事業活動を行う上で、法令及び企業倫理を遵守しているか。
- 事業活動を行う上で、風通しの良い風土作りができているか。

令和3年度評価軸について：設問表の構成と設問の全体像（1 / 2）

- 設問表は「理念・推進体制」「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」「法令遵守・コーポレートガバナンスを強化すること」の4章で構成することを想定。
- 「外部との連携性」「双方向コミュニケーション」「経営に対する影響」に関する設問については、「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」のそれぞれの章に関連する設問を設定する。

I. 理念・推進体制の構築 1. 理念・推進体制 (1) 理念 (2) 社内への浸透 (3) 社外への発信 (4) 推進体制		
II. みんなの声を聴き、かついかすこと 2. 消費者への安全・安心への配慮 (1) 消費者の安全・安心の確保 (2) 消費者への情報提供 (3) 消費者の被害に対する補償 3. 顧客ニーズの把握、事業への活用 (1) 調査等による顧客ニーズの明確化 (2) 顧客以外の関係者との連携 「外部との連携性」の視点からの設問 (3) 顧客ニーズの事業への活用 (4) 配慮すべき顧客への意識		
4. 顧客との双方向コミュニケーション (1) 顧客への情報発信、共感の獲得		「双方向コミュニケーション」の視点からの設問
5. 独自性・革新性 (1) 独自性のある取組 (2) 革新性のある製品・サービス		
6. 経営に対する影響 (1) 財務的な影響 (2) 経営に対するその他の良い影響		「経営に対する影響」の視点からの設問

令和 3 年度評価軸について：設問表の構成と設問の全体像（ 2 / 2 ）

- 設問表は「理念・推進体制」「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」「法令遵守・コーポレートガバナンスを強化すること」の4章で構成することを想定。
- 「外部との連携性」「双方向コミュニケーション」「経営に対する影響」に関する設問については、「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」のそれぞれの章で関連する設問を設定する。

Ⅲ. 未来・次世代のために取り組むこと

7. 社会価値の創出

(1) より良い社会を目指した商品・サービスの創出 (2) 社会貢献活動への取組

(3) 顧客以外の関係者との連携

「外部との連携性」の視点からの設問

8. 消費者の行動変容

(1) 消費者の行動変容を起こす仕組み作り (2) 消費者の行動変容の把握

「双方向コミュニケーション」の視点からの設問

9. 事業の継続性

(1) 事業方針・計画への反映 (2) 社会への影響

(3) 財務的な影響 (4) 経営に対するその他の良い影響

「経営に対する影響」の視点からの設問

Ⅳ. 法令の遵守/コーポレートガバナンスの強化をすること

10. 法令の遵守/コーポレートガバナンスの強化

(1) 消費者関連法令の遵守 (2) 法令遵守体制の整備、コーポレートガバナンスの強化

＊ 複数事業者協働取組枠における評価軸は「5、令和 3 年度選考について」で説明

- 1、令和3年度優良事例表彰事業における消費者志向経営の概念
- 2、令和3年度有識者検討会
- 3、令和3年度表彰の枠組みの変更について
- 4、令和3年度評価軸について（総合枠・特別枠）
- 5、令和3年度選考について**
- 6、令和3年度設問表について
- 7、中間報告時点での成果物一覧

＜参考資料＞ その他検討内容

- ①総合枠の応募要件（フォローアップ活動）の緩和
- ②令和2年度からの評価軸の見直し
- ③設問表の主要な見直しポイント

令和3年度選考について：令和3年度の表彰件数案

令和2年度の表彰(案)

- ・ 一般公募方式
- ・ 表彰は以下のとおり。
 - ※ 大臣賞 1件程度
 - ※ 長官賞 3件程度
 - ※ 長官賞 (特別枠) 2件程度



令和3年度の表彰(案)

- ・ 一般公募方式
- ・ 表彰は以下のとおり。
 - ※ 大臣賞 1件程度
 - ※ 長官賞 5件程度
 - ※ 長官賞 (特別枠) 3件程度
 - ※ 選考委員長賞 1件程度
- ⇒ 自主宣言事業数の増加を図るため、
長官賞・選考委員長賞の拡充を図る

令和3年度選考について： 応募から選考までのフロー概要

準備

応募

選考

表彰

令和3年

7月30日（金）～10月1日（金）

10月4日（月）～

令和3年度 年度内

公表

オンライン説明会

*1事業者での応募と複数事業者での応募の併願は可能です

1事業者での応募の場合

複数事業者での応募の場合

応募事業者

「自主宣言」「フ
ローアップ活動」公表
済事業者

「自主宣言」公表済
「フローアップ活動」
公表予定事業者
「自主宣言」公表予定事
業者

「自主宣言」「フ
ローアップ活動」公表済事業者
が1社参加されることを前
提に
「自主宣言」公表済「フ
ローアップ活動」公表予定
事業者
「自主宣言」公表予定事業
者いずれも応募可能

総合枠

特別枠

複数事業者協働取組枠

推進組織による審査（詳細はP25～P27参照）

消費者志向経営に高い知見を持つ、選考委員会により、各賞の表彰候補を選定する。
なお、事務局（消費者庁等）は、選考委員会の円滑な運営を行う。

内閣府特命担当大臣（消費
者及び食品安全）賞
1件程度

消費者庁長官賞（総合枠）
2件程度

消費者庁長官賞
（特別枠）3件程度

選考委員長賞
（複数事業者協働取組枠）
1件程度

- ・応募要項・Q&A
- ・記入ガイドライン
- ・設問表（設問）
- ・オンライン説明会案内

令和3年度選考について： 令和3年度審査フロー概要

消費者志向経営優良事例表彰

自主宣言 フォローアップ 新表彰設問表

総合枠

※大臣表彰・
長官表彰

審査員審査

審査結果を応募事業者に
フィードバックする

新表彰設問表

特別枠

※長官表彰

複数事業者 協働取組枠

※ 選考委員長表彰

推進組織による審査

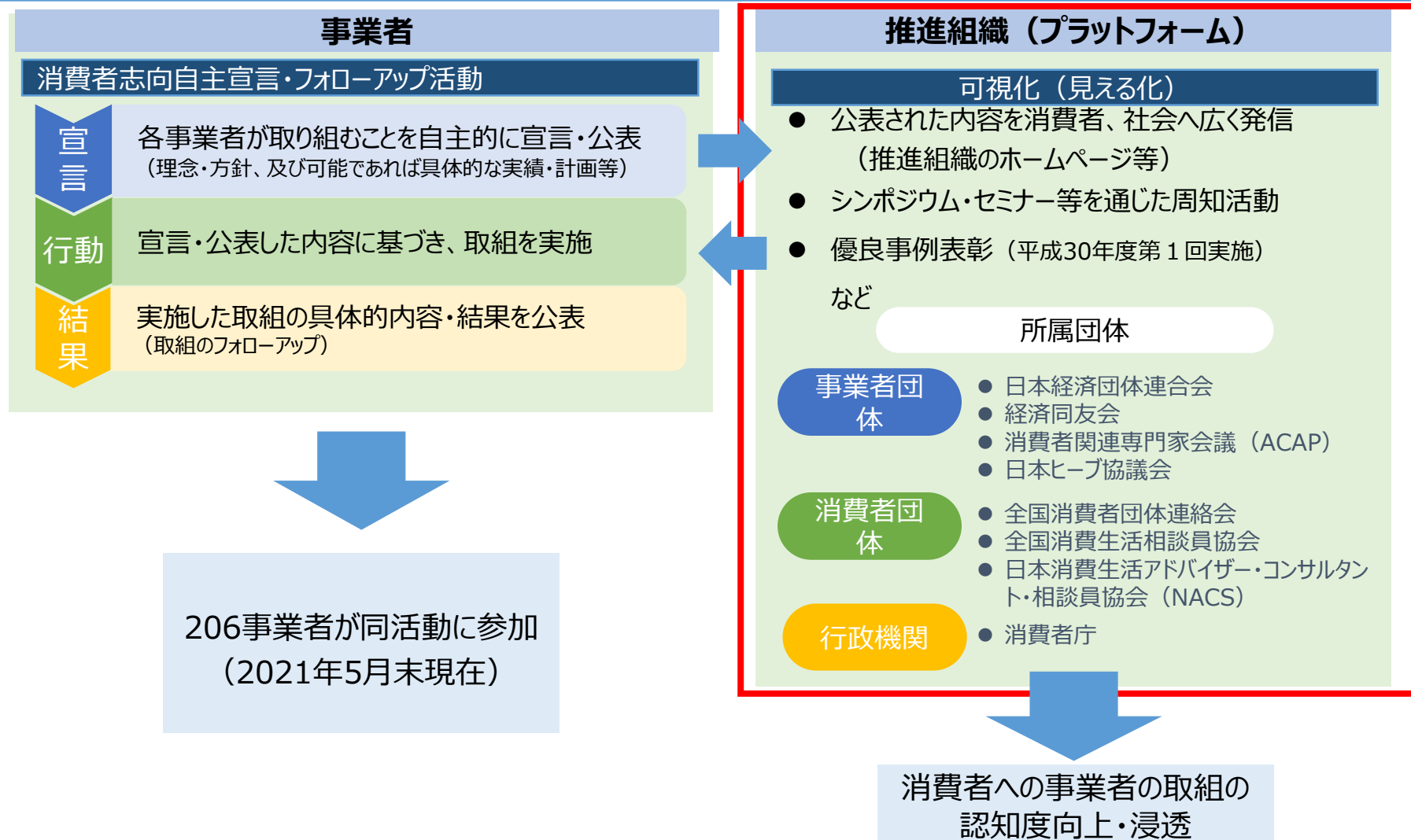
審査員審査

- 自主宣言済・フォローアップ予定事業者
応募後1年以内にフォローアップ活動が推進組織のウェブサイトにされるよう取り組んでいただく
- 自主宣言予定事業者
自主宣言が応募後1年以内に推進組織のウェブサイトに掲載されるよう取り組んでいただく。

審査結果を応募事業者に
フィードバックする

- ・推進組織による審査を設ける。（詳細は次ページ参照）
 - ・内規に照らし合わせて、自主主宣言事業者として認められるかの判断を行う。
- ※応募数によっては、「推進組織による審査」と「事務局審査」が前後する可能性はある。

推進組織（プラットフォーム）とは、事業者団体、消費者団体、行政機関によって構成され、事業者と連携を図りながら、消費者への事業者の取組の認知度向上・浸透等、全国的な推進活動を展開している組織



「消費者志向自主宣言事業者として認められるか否か」の判断

✓次の各号のいずれかに該当する事業者の自主宣言は、推進組織のウェブページに掲載いたしません。また、掲載後に該当することが判明した場合は、その時点で、同ウェブページへの掲載を取りやめます。

① 消費者関連法令に関して、自主宣言掲載時点までの過去1年間のうちに不利益処分等を受けた場合、若しくは不利益処分等の終了後1年を経過していない場合、又は、自主宣言掲載後に不利益処分等を受けた場合

② 反社会的勢力と関係を有する場合

③ 公序良俗に反する行為を行った場合

④ 推進組織が適当と認めない場合

※④の例（消費者庁ウェブサイトより抜粋）

●消費者志向経営の内容に係る事業活動の実績が著しく不十分である場合(例:法人設立から日が浅い等)

●推進組織事務局が、「消費者志向自主宣言・フォローアップ活動」への参加を申請した事業者(以下「申請事業者」といいます。)に対し、相当な期限を設けて、事業内容等の報告や追加資料等の提出を求めたものの、当該期限までに報告や提出がなされない場合

●申請事業者のウェブサイト(原則として当該申請事業者名で開設するものに限る。)に消費者志向自主宣言の掲載が確認できず、自主宣言が一般に公開されていると認められない場合

●フランチャイズ契約に係る個々のフランチャイジーが申請事業者であって、当該フランチャイズ契約のフランチャイザーの地位にある事業者の取組とは異なる独自の消費者志向経営の具体的な取組がない場合

✓自主宣言に基づく取組内容の提出（フォローアップ活動）が行われない場合、推進組織のウェブページでの掲載を取りやめます。

✓ウェブページ掲載時あるいは掲載後に、必要に応じてヒアリングをお願いすることがあります。ヒアリングの結果は、推進組織のウェブページ掲載判断の参考といたします。

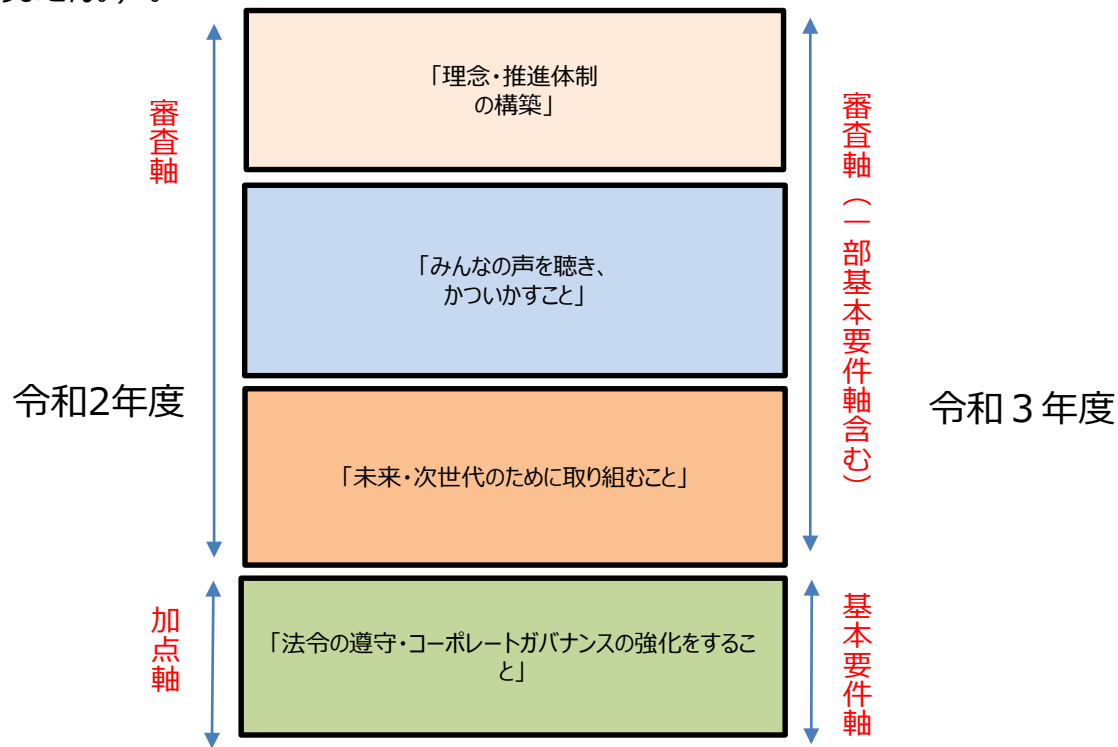
令和3年度選考について：総合枠・特別枠の設問内容と選考について

総合枠

- 消費者を向いた「経営」全体を見る表彰
- 選択式・自由記述設問、全ての回答内容を総合的に評価する

特別枠

- 消費者を向いた「活動」（一点豪華主義）を見る表彰
- 「消費者庁として消費者志向経営を实践する上で最低限求める基本要件」設問を明示し（詳細は「5、令和3年度選考について」P29参照）、必ず回答いただく（当該設問は設問表内にも明示する）。
 - これに伴い昨年まで設定していた「加點軸」という概念を廃止し、審査軸と基本要件軸とする。
- その上で、主に自由記述に記載されている活動内容により選考を行う（特定の領域での秀でた取組を選考するため、全ての設問に回答いただく必要はありません。）。



<基本要件設問（選択式）>

＝「消費者庁として消費者志向経営を実践する上で最低限求める要件」

＝この設問は応募全事業者必ず回答いただきます。

（・理念・推進体制 ・消費者の安全・安心の確保 ・消費者への情報提供・法令の遵守／コーポレートガバナンスの強化）

→基本要件設問は、設問表内に★印を付け、応募者に判別できるよう表記する

I.理念・推進体制の構築	
1.理念・推進体制	
(1) 理念	消費者志向経営を行うことを目指しているか？
(2) 社内への浸透	消費者志向経営、又はそれに類することを社員に伝えているか？ 社会を良くすることを目指した事業活動を行う旨、社員に伝えているか？
(3) 社外への発信	消費者を意識・配慮した事業活動を行う旨、社外に発信しているか？
(4) 推進体制	消費者志向経営を推進する責任者の役職レベルは？
II.みんなの声を聴き、かついかすこと	
2.消費者の安全・安心への配慮	
(1) 安全・安心の確保	商品・サービスの品質を担保する活動は行われているか？ 法令によるリコールや製品の自主回収が必要となった場合の対応方針はあるか？
(2) 消費者への情報提供	商品・サービスについて消費者に情報開示する方針はあるか？ 消費者が適切に選択できるよう表示や契約書を通じて正しい情報を発信するよう取り組んでいるか？ 消費者に被害が生じた場合、補償する規定や方針はあるか？
IV. 法令の遵守／コーポレートガバナンスの強化をすること	
10. 法令の遵守／コーポレートガバナンスの強化	
(1) 消費者関連法令の遵守	過去1年間に、刑事告発を受けた事件・事故はありましたか？ 過去1年間に、不祥事等による操業・営業停止やリコールはありましたか？ 過去1年間に、行政機関からの不利益処分等を受けましたか？
(2) 法令遵守体制の整備、コーポレートガバナンスの強化	遵守すべき法令等の内容が規程類に組み込まれ、社内に周知・徹底されていますか？ 経営者自身が法令等遵守の徹底に取り組み、極度の権限集中や治外法権的な特権が生じているようなことはありませんか？ 個々の従業員を尊重し、お互いに信頼し合うことで適切な情報共有が行われるような風通しの良い組織風土作りを行っていますか？ 法令等遵守に関する担当役員・組織・各種委員会等は明確にされていますか？ 取締役会等、法令遵守や重要なリスクに係わる事項が社内で審議され、相互に監督する仕組みが構築されていますか？ 法令等遵守に関する重要案件について、外部の第三者（弁護士や商工会等）に相談する体制が確保されていますか？ 社内外の相談・通報窓口等、内部通報の仕組みが整備され、有効に機能していますか？

複数事業者協働取組枠（新設）

- 消費者を向いた「複数事業者による協働取組活動」を見る表彰
- 複数事業者協働取組枠の設問表は、基本要件設問と複数事業者による具体的協働取組設問のみに絞り込み設定する。
- 応募事業者のうち代表で申請を行う事業者は「消費者庁として消費者志向経営を実践する上で最低限求める基本要件」設問（詳細は「5、令和3年度選考について」P29参照）、及び協働取組に関する自由記述を回答いただく。
- 他の応募事業者は、「消費者庁として消費者志向経営を実践する上で最低限求める基本要件」設問（詳細は「5、令和3年度選考について」P29参照）のみ回答いただく。
- 各社の基本要件の取組状況を審査の上、協働取組に関する自由記述に記載されている活動内容により選考を行う。

総合枠・特別枠における 設問内容

「理念・推進体制
の構築」

「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」

審査軸（一部基本要件軸含む）

基本要件軸

複数事業者協働取組枠における 設問内容

「理念・推進体制
の構築」

「みんなの声を聴き、
かついかすこと」の中の「消費者への安全・安心」

複数事業者による具体的協働取組内容

「法令の遵守・コーポレートガバナンスの強化をする
こと」

基本要件軸

当枠オリジナル
自由記述設問

基本要件軸

令和 3 年度選考について：連続受賞の考え方

大臣表彰・長官表彰・選考委員長賞を連続で受賞した事業者は、1 年は応募できないものとする。

※令和 2 年度と同様の扱い（令和 3 年度表彰においては該当事業者なし）

＜連続受賞の考え方のイメージ＞

※「応募不可年度」の翌年度より応募可能

	平成30年度	令和元年度	令和 2 年度	令和 3 年度	令和 4 年度
例 1) 平成30年度に大臣表彰 令和元年度に長官表彰 →令和 2 年度は応募不可	大臣 表彰	長官 表彰	応募不可年度	応募可能	
例 2) 令和元年度に長官表彰 令和 2 年度に長官表彰 →令和 3 年度は応募不可		長官 表彰	長官 表彰	応募不可年度	応募可能
例 2) 令和 2 年度に大臣表彰 令和 3 年度に選考委員長表彰 →令和 4 年度は応募不可			大臣 表彰	選考 委員 長 表彰	応募不可年度

令和3年度選考について：選考委員の利益相反関係について

- ・ 昨年度の表彰に関して、利益相反関係（※）のある事業者に関しては、選考委員会における発言を控えるような運用
- ・ 今年度の表彰に関しては、以下のような運用にしたいと考えている。なお、厳密に下記の利害関係に該当しないとしても、所属する団体と事業者との関係等を踏まえて、お断りいただく分には構わない。

各委員に対して、委員と応募事業者との間の利害関係の有無について事前に報告を求める

※利害関係

ア 審査対象となる年度の表彰の前年度の4月1日から審査時点までにおいて、**応募事業者の役員、従業員又は当該事業者から定期的に報酬を得る顧問等に就任している又は就任していた場合**

イ 審査対象となる年度の表彰の前年度の4月1日から審査時点までにおいて、**応募事業者から年間500万円を超える寄付金・契約金等を受領した場合**

ウ 審査対象となる年度の表彰の前年度の4月1日から審査時点までにおいて、応募事業者の当該応募に係る**消費者志向経営に関連する取組に対し具体的な助言を行うなど密接に関与した場合**

エ ア～ウのほか、応募事業者との間で、適正な審査に疑念を生じさせると考えられる特別の利害関係を有すると消費者庁が認めた場合

YES

選考委員による事前選考の段階で点数を付けない
&選考委員会でも当該事業者について発言はしない。

NO

特段問題無く、事前審査・選考委員での発言も行っていたきたい。

- 1、令和3年度優良事例表彰事業における消費者志向経営の概念
- 2、令和3年度有識者検討会
- 3、令和3年度表彰の枠組みの変更について
- 4、令和3年度評価軸について（総合枠・特別枠）
- 5、令和3年度選考について
- 6、令和3年度設問表について**
- 7、中間報告時点での成果物一覧

＜参考資料＞ その他検討内容

- ①総合枠の応募要件（フォローアップ活動）の緩和
- ②令和2年度からの評価軸の見直し
- ③設問表の主要な見直しポイント

設問表について：設問数の増加

- 中小企業にも回答をしやすいよう、選択式の設問数を大幅に増加。その分、全体設問数も約2.5倍と大きく増加させる。

	令和3年度		令和2年度
	(総合枠・特別枠)	(協働枠)	
「Ⅰ. 理念・推進体制の構築」 1. 理念・推進体制	選択式：13問	選択式：6問	
「Ⅱ. みんなの声を聴き、かついかすこと」 2. 消費者への安全・安心への配慮 3. 顧客ニーズの把握、事業への活用 4. 顧客との双方向コミュニケーション 5. 独自性・革新性 6. 経営に対する影響	選択式：26問 自由記述：6問	選択式：5問	
「Ⅲ. 未来・次世代のために取り組むこと」 7. 社会価値の創出 8. 消費者の行動変容 9. 事業の継続性	選択式：20問 自由記述：9問	—	
「Ⅲ. 複数事業者による協働」 複数事業者による協働取組活動	—	選択式：1問 自由記述：5問	
選択式設問割合 (選択式設問数/全設問数)	80% (59問/74問)	70% (12問/17問)	53% (16問/30問)

設問表について：令和3年度設問表（表紙）

○貴事業者の情報をご記入ください。

ふりがな			
事業者名			
ふりがな		役職	
代表者名			
所在地	〒		
法人番号	※個人事業主等の法人格を持たない事業者は、記載いただく必要はありません。また、法人番号が分からない場合は、以下国税庁の法人番号公表サイトからご確認ください。 https://www.houjin-bangou.nta.go.jp/		
公式ウェブサイトのURL			
設立年月日（西暦）			
資本金（百万円）			
従業員数			
業種			
事業内容 （100字以内）			
財務指標	前年度	今年度見込み	※営業利益がマイナスの場合の補足欄。
売上高（百万円）			
営業利益（百万円）			
ふりがな			
担当者氏名			
所属			
役職			
電話番号		FAX番号	
E-mail			

以下の3項目は全事業者様必ずご回答願います。	
反社会的勢力と関係を有する場合、及び公序良俗に反する行為を行った場合のいずれにも該当しない。	
消費者関連法令（※1）に関して、過去5年間のうちに不利益処分等（※2）を受けていない。	
応募後に消費者関連法令に関して不利益処分等を受けた場合又は不利益処分等を受ける可能性が生じた場合、速やかに事務局に申告する。	
「（A）自主宣言済み・フォローアップ済み事業者」の事業者様は以下の項目についてご回答願います。	
既存の消費者志向自主宣言のURLを右に記載願います。	
既存のフォローアップ活動報告のURLを右に記載願います。	
「（B）自主宣言済み・フォローアップ予定事業者」の事業者様は以下の項目についてご回答願います。	
既存の消費者志向自主宣言のURLを記載願います。	
フォローアップ期限までにフォローアップ結果が推進組織ウェブサイト（※3）に掲載されるべく速やかに着手する。	
「（C）自主宣言予定事業者」の事業者様は以下の項目についてご回答願います。	
応募から1年以内に自主宣言が推進組織ウェブサイト（※3）に掲載されるよう速やかに着手する。	

設問表について：令和3年度設問表（Ⅰ．理念・推進体制の構築①）

★ 基本要件

Ⅰ．理念・推進体制の構築

1. 理念・推進体制

★ (1) 理念

社会的に有用で安全な商品・サービスを開発・提供し、消費者の満足と信頼を獲得していかなければ、事業活動は継続できません。
 そのためには、事業者は積極的に自社が本業を通じてどのような社会を目指したいのか、どのような社会課題を解決したいのか（環境問題への貢献、地域社会の活性化等）、
 貴社の事業が消費者・社会にとっていかに有用であるのかを示し、消費者から共感を得ることが必要になります。
 消費者から共感を得ることで、貴社本業での成功、顧客満足度の向上と目指す社会の実現の両立が可能となるのです。
 貴社はこのような考え方の下、“消費者と共創・協働して社会価値を向上させる経営”（＝消費者志向経営）を行うことを目指していますか？
 ＊ここでの消費者は、現在商品・サービスを使用する、又は商品・サービスに関与する可能性のある顧客、取引先・エンドユーザー、従業員、地域・社会・住民全てです。
 BtoB企業であれば、取引先を念頭に置いた取組が求められます。

※1つのみ選択可

☐	1	はい	☐	2	いいえ
--------------------------	---	----	--------------------------	---	-----

★ (2) 社内への浸透

消費者志向経営を推進するに当たっては“消費者と共創・協働して社会価値を向上させる経営”を目指すという理念を社内浸透させていく必要があります。
 ① “消費者と共創・協働”に向け、消費者を意識・配慮した事業活動を行う旨、又はそれに類する内容を社員に伝えていますか？また、その旨を明文化していますか？

★ ①-1 社員に伝えていますか？

※1つのみ選択可

☐	1	はい	☐	2	いいえ
--------------------------	---	----	--------------------------	---	-----

①-2 明文化していますか？

※1つのみ選択可

☐	1	はい	☐	2	いいえ
--------------------------	---	----	--------------------------	---	-----

② 上記①-1において1を選択した場合、どのように発信をしていますか？

※複数選択可

☐	1	口頭やメール等を用いた社員への発信
☐	2	管理職への研修やワークショップ
☐	3	社員への研修やワークショップ
☐	4	社内の理解度を確認するためのアンケートの実施
☐	5	その他

③ 上記①-2において1を選択した場合、何に記載していますか？

※複数選択可。ただし、消費者志向自主宣言をしている場合は、「1」のみ選択してください。

☐	1	消費者志向自主宣言	☐	4	企業の経営方針や事業の計画
☐	2	企業理念や社是	☐	5	統合報告書などのIR資料
☐	3	行動憲章・指針・規範	☐	6	その他

設問表について：令和3年度設問表（Ⅰ．理念・推進体制の構築②）

★

④ “社会価値を向上させる”に向け、社会を良くすることを目指した事業活動を行う旨、又はそれに類する内容を社員に伝えていますか？また、その旨を明文化していますか？

④-1 社員に伝えていますか？

※1つのみ選択可

☐ 1 はい	☐ 2 いいえ
-------------------------------	--------------------------------

④-2 明文化していますか？

※1つのみ選択可

☐ 1 はい	☐ 2 いいえ
-------------------------------	--------------------------------

⑤ 上記④-1において1を選択した場合、どのように発信をしていますか？

※複数選択可

☐ 1	口頭やメール等を用いた社員への発信
☐ 2	管理職への研修やワークショップ
☐ 3	社員への研修やワークショップ
☐ 4	社内の理解度を確保するためのアンケートの実施
☐ 5	その他

⑥ 上記④-2において1を選択した場合、何に記載していますか？

※複数選択可。ただし、消費者志向自主宣言をしている場合は、「1」のみ選択してください。

☐ 1 消費者志向自主宣言	☐ 4 企業の経営方針や事業の計画
☐ 2 企業理念や社是	☐ 5 統合報告書などのIR資料
☐ 3 行動憲章・指針・規範	☐ 6 その他

(3) 社外への発信

貴社が消費者志向経営に取り組んでいることを社外に発信することで、周囲の理解が促進され、貴社事業が推進しやすくなると考えます。

★

① 消費者を意欲・配慮した事業活動を行う旨、又はそれに類する内容を社外に向けて発信していますか？

※1つのみ選択可

☐ 1 はい	☐ 2 いいえ
-------------------------------	--------------------------------

★

② 社会を良くすることを目指した事業活動を行う旨、又はそれに類する内容を社外に向けて発信していますか？

※1つのみ選択可

☐ 1 はい	☐ 2 いいえ
-------------------------------	--------------------------------

(4) 推進体制

消費者志向経営を推進していく上では、責任者を明確にした上で取り組んでいくことが重要であると考えます。

★

① 消費者志向経営を推進する最高責任者は、どの役職レベルが該当しますか？

※1つのみ選択可

☐ 1 経営トップ	☐ 4 その他
☐ 2 執行役員	☐ 5 特に責任者は置いていない
☐ 3 部長職相当	

② 取締役会や経営層が参加する会議の中で、消費者志向経営（“消費者を意欲・配慮した事業活動”や“社会を良くすることを目指した事業活動”に該当する活動）についての具体的な議論を行い、その議論を消費者志向経営の取組に反映していますか？

※1つのみ選択可

☐ 1 はい	☐ 2 いいえ
-------------------------------	--------------------------------

設問表について：令和3年度設問表（Ⅱ．みんなの声を聴き、かついかすこと①）

★ 基本要件

Ⅱ．みんなの声を聴き、かついかすこと

消費者志向経営では消費者の安全・安心への配慮を前提として、社会を良くしていくために顧客の声を聴き、適切に応えていくことを求めています。
単なるニーズに応えた商品・サービスの提供だけでなく、積極的な情報発信を通じて顧客の声を聞き、やり取りを行うことでより彼らの信頼と満足度を高める必要があります。
また、従業員や取引先とのコミュニケーションを通じて、現在の顧客の声が入ってくることもあるかもしれません。
「みんなの声を聴き、かついかすこと」では貴社の上記のような現在の顧客に向けた取組について、お聞きします。
*ここでの消費者は、現在商品・サービスを使用する、又は商品・サービスに関与する可能性のある顧客、取引先・エンドユーザー、従業員、地域・社会・住民全てです。
BtoB企業であれば、取引先を念頭に置いた取組が求められます。

2. 消費者の安全・安心への配慮

消費者志向経営に取り組むに当たり、消費者に対して安心感を与え、信頼を獲得するための取組は欠かせません。

（1）消費者の安全・安心の確保（BtoB企業の場合、取引先を念頭においた取組で可）

★ ① 商品・サービスの品質を担保するための仕組み、ルール等が社内にありますか？

※1つのみ選択可

☐ 1 はい

☐ 2 いいえ

①-2 上記①で2を選択した場合、商品・サービスの品質を担保するための活動（明文化は問わない）は行われていますか？

※1つのみ選択可

☐ 1 はい

☐ 2 いいえ

★ ② 法令によるリコールや製品の自主回収等が必要となった場合、対応するための仕組みやルール等が社内にありますか？

※1つのみ選択可

☐ 1 はい

☐ 2 いいえ

☐ 3 業種的に該当しない

②-2 上記②で2を選択した場合、法令によるリコールや製品の自主回収等が必要となった場合の対応方針（明文化は問わない）はありますか？

※1つのみ選択可

☐ 1 はい

☐ 2 いいえ

☐ 3 業種的に該当しない

（2）消費者への情報提供（BtoB企業の場合、取引先を念頭においた取組で可）

★ ① 商品・サービスについて、消費者へ情報を開示するに当たっての社内の規定等がありますか？

※1つのみ選択可

☐ 1 はい

☐ 2 いいえ

①-2 上記①で2を選択した場合、商品・サービスについて、消費者へ情報を開示するに当たっての対応方針（明文化は問わない）はありますか？

※1つのみ選択可

☐ 1 はい

☐ 2 いいえ

★ ② 商品・サービスの購入時、消費者が適切に選択できるように、表示や契約書等を通じて正しい情報を発信することに取り組んでいますか？

※1つのみ選択可

☐ 1 はい

☐ 2 いいえ

（3）消費者の被害に対する補償（BtoB企業の場合、取引先を念頭においた取組で可）

★ ① 契約不履行や身体被害等といった消費者に被害が生じた際に、それを補償するための社内の規定や対応方針等がありますか？

※1つのみ選択可

☐ 1 はい

☐ 2 いいえ

☐ 3 業種的に該当しない

設問表について：令和3年度設問表（Ⅱ．みんなの声を聴き、かついかすこと②）

3. 顧客ニーズの把握、事業への活用 ※BtoB企業の場合、エンドユーザーや地域・社会・住民等を意識した取引先への取組は、顧客への取組とみなします。
消費者志向経営を推進していく上では、顧客の考えやニーズを理解し、自社の事業にいかすことが求められます。

▼ (1) 顧客等による顧客ニーズの明確化

① 顧客満足度向上のために顧客から直接、考えやニーズを把握していますか？

※1つのみ選択可

☐ 1 はい ☒ 2 いいえ

② 上記①で1を選択した場合、具体的にどのような方法で把握していますか？

※複数選択可

☐ 1 顧客向けのアンケート	☐ 4 相談窓口やコールセンター等の設置
☐ 2 顧客へのインタビュー	☐ 5 イベント・懇談会を通じた顧客との交流
☐ 3 SNS上での情報収集	☐ 6 その他

③ 上記①で1を選択した場合、具体的にどの程度の頻度で把握していますか？ 不定期の場合はおおよその実施回数を基に回答ください。

※1つのみ選択可

☐ 1 毎日	☐ 4 四半期に1回程度
☐ 2 週に1回程度	☐ 5 半期～1年に1回程度
☐ 3 月に1回程度	☐ 6 その他

▼ (2) 顧客以外の関係者との連携

従業員や有識者など、顧客以外の関係者とのやり取りを通じて、顧客のニーズを把握することが可能です。

① 顧客の考えやニーズを把握するに当たり、顧客以外の関係者（従業員や有識者等）から意見をもらうような仕組みやルール、活動等がありますか？

※1つのみ選択可

☐ 1 はい ☒ 2 いいえ

② 上記①で1を選択した場合、具体的にどのような関係者から顧客の考えやニーズを把握していますか？

※複数選択可

☐ 1 従業員	☐ 4 他の事業者
☐ 2 商品・サービスの仕入先	☐ 5 業界の有識者等の第三者
☐ 3 地方自治体、地域のコミュニティ	☐ 6 その他

▼ (3) 顧客ニーズの事業への活用

収集した顧客ニーズを事業にいかすことは、顧客満足度を高めることにつながります。

① 把握した顧客の声やニーズを基に取組を行ったり、製品・サービスへ反映させたりする仕組みやルール、活動等がありますか？

※1つのみ選択可

☐ 1 はい ☒ 2 いいえ

② 上記①で1を選択した場合、ニーズ調査や製品・サービスの提供に当たり、具体的にどのような工夫を行いましたか？

自由記載 300字以内

（例：○○という製品に対して、○○という声があり、○○という改良を行った。）
（例：○○という声を聴き、それに応える新しい製品の開発を進めている/新しい事業を開始しようとしている。）

もし本回答の参考となるウェブページがあれば、こちらにURLを掲載ください。

URL

▼ (4) 配慮すべき顧客への意識

商品・サービスを提供するに当たり、高齢者・外国人・心身障害者など配慮が必要となる顧客を意識した取組を行うことも消費者志向経営につながります。

① 商品・サービスの提供において、下記のような配慮が必要な顧客を意識していますか？

※複数選択可

☐ 1 子ども	☐ 5 外国人
☐ 2 高齢者	☐ 6 その他
☐ 3 男性/女性（性別特有の課題への配慮）	☐ 7 特に意識していない
☒ 4 心身の障害者	

② 上記①で配慮した顧客の声を基に取組を行ったり、製品・サービスへ反映させたりする仕組みやルール、活動等がありますか？

※1つのみ選択可

☐ 1 はい ☒ 2 いいえ

③ ②で1を選択した場合、具体的にどのような取組や、製品・サービス提供の工夫を行いましたか？

自由記載 300字以内

（例：子供でも安心して使えるよう、○○という製品に○○という工夫を行った。）

もし本回答の参考となるウェブページがあれば、こちらにURLを掲載ください。

URL

設問表について：令和3年度設問表（Ⅱ．みんなの声を聴き、かついかすこと③）

4. 顧客との双方向コミュニケーション ※BtoB企業の場合、エンドユーザーや地域・社会・住民等を意識した取引先への取組は、顧客への取組とみなします。

消費者志向経営においては、顧客に対してただ商品・サービスを提供するだけでなく、本業を通じて自社が目指す社会の姿を顧客に積極的に発信し、双方向のコミュニケーションを通じて顧客からの共感・協働を得ることで商品・サービスを受け入れてもらうような取組を行うことを求めています。

(1) 顧客への情報発信、共感・協働の獲得

① 顧客に対して積極的に自社の商品・サービスを通じて目指す社会についての情報発信を行っていますか？

※1つのみ選択可

☐ 1 はい ☐ 2 いいえ

② 上記①で1を選択した場合、適切な手段が何であるかを考慮した上で情報発信を行っていますか？

※1つのみ選択可

☐ 1 はい ☐ 2 いいえ

③ 上記①で1を選択した場合、具体的にどのような媒体や機会 で情報を発信していますか？

※複数選択可

☐ 1 自社ホームページ	☐ 4 冊子、リーフレット
☐ 2 SNS、動画サイト	☐ 5 セミナー、講演、イベント、展示会
☐ 3 メール	☐ 6 その他

④ 上記①で1を選択した場合、一方的な情報発信にとどまらず、発信した情報に対する顧客の反応、顧客からの共感・協働は把握していますか？

※1つのみ選択可

☐ 1 はい ☐ 2 いいえ

⑤ 上記④で1を選択した場合、具体的にどの程度の頻度で顧客の反応や共感・協働を把握していますか？ 不定期の場合はおおよその実施回数を基に回答ください。

※1つのみ選択可

☐ 1 毎日	☐ 4 四半期に1回程度
☐ 2 週に1回程度	☐ 5 半期～1年に1回程度
☐ 3 月に1回程度	☐ 6 その他

⑥ 上記④で1を選択した場合、具体的にどのような仕組みで顧客の反応や共感・協働を把握していますか？

自由記載	300字以内 ※用いているツールや指標などがあれば明記してください
------	-----------------------------------

もし本回答の参考となるウェブページがあれば、こちらにURLを掲載ください。

URL	
-----	--

5. 独自性・革新性

消費者志向経営は「消費者と共創・協働して社会価値を向上させる経営」を行うことであることから、

ここまで取り上げてきた「みんなの声を聴き、かついかすこと」に関する活動を「経営」につなげていく必要があります。

そのために、他社とは違った独自性のある活動を行うこと、それによって革新的な商品・サービスを作り上げることが重要となります。

(1) 独自性

① ここまで取り上げた「みんなの声を聴き、かついかすこと」に関する取組について、自社の強みをいかした取組、他社と差別化された取組はありますか？

※1つのみ選択可

☐ 1 はい ☐ 2 いいえ

② 上記①で1を選択した場合、具体的な事例を記入ください。（これまでの自由記載と内容が重複していても構いません）

自由記載	300字以内 ※顧客ニーズの収集方法、顧客の捉え方、事業へのいかし方など、何が自社の強みなのか、他社と差別化されているのかを明確にしてください。
------	---

もし本回答の参考となるウェブページがあれば、こちらにURLを掲載ください。

URL	
-----	--

(2) 革新性

① ここまで取り上げた「みんなの声を聴き、かついかすこと」に関する取組を通じて、商品・サービスに新たな発想や技術が取り入れられた事例はありますか？

※1つのみ選択可

☐ 1 はい ☐ 2 いいえ

② 上記①で1を選択した場合、具体的な事例を記入ください。（これまでの自由記載と内容が重複していても構いません）

自由記載	300字以内 ※何が新たな発想、技術なのかを明確にしてください。
------	-------------------------------------

もし本回答の参考となるウェブページがあれば、こちらにURLを掲載ください。

URL	
-----	--

設問表について：令和3年度設問表（Ⅱ．みんなの声を聴き、かついかすこと④）

6. 経営に対する影響

「みんなの声を聴き、かついかすこと」に関する取組の成果として、短中期的にどのような影響が経営にあったのかについて把握をすることで取組の評価を行うことができます。評価の結果、取組の見直しや改善等を行うことで、更に効果的な消費者志向経営を行うことが可能になります。

(1) 財務的な影響

① 「みんなの声を聴き、かついかすこと」に関する取組を行うことによって、既存製品・サービスの改良や新製品・サービスの開発につながりましたか？

※1つのみ選択可

☐ 1 はい	☐ 2 いいえ
-------------------------------	--------------------------------

② ①で1を選択した場合、既存製品・サービスの改良や新製品・サービスの開発が貴社の財務業績に与えた影響を定量的に把握していますか？

※1つのみ選択可

☐ 1 はい	☐ 2 いいえ
-------------------------------	--------------------------------

③ 上記②で1を選択した場合、それは具体的にどのような指標ですか？

※1つのみ選択可

☐ 1	新製品・サービスの売上高
☐ 2	新製品・サービスの営業利益
☐ 3	その他

④ 上記③で記載した指標について、具体的な値をご記載ください。（可能な範囲で構いません）

※既存製品・サービスの改良や新製品・サービスの開発が直近の場合は過去の実績が「0」であっても問題ありません。

④-1 過去3年間の実績		④-2 今後3年間の予測	
平成30年度(2018年度)		令和3年度(2021年度)	
令和元年度(2019年度)		令和4年度(2022年度)	
令和2年度(2020年度)		令和5年度(2023年度)	

(2) 経営に対するその他の良い影響

① 「みんなの声を聴き、かついかすこと」に関する取組を行うことによって、財務業績の他に経営に良い影響はありましたか？

※1つのみ選択可

☐ 1 はい	☐ 2 いいえ
-------------------------------	--------------------------------

② 上記①で1を選択した場合、具体的な影響を記載ください

自由記載	100字以内 (例：新規採用で応募者数の増加につながった、自社HP(ホームページ)の閲覧者数が増えた、新商品・サービスのアイデアが増えたなど)
------	--

もし本回答の参考となるウェブページがあれば、こちらにURLを掲載ください。

URL	
-----	--

③ 「みんなの声を聴き、かついかすこと」に関する取組について、事業への影響を踏まえて定期的に取組を見直すようなことはされていますか？

※1つのみ選択可

☐ 1 はい	☐ 2 いいえ
-------------------------------	--------------------------------

設問表について：令和3年度設問表（Ⅲ．未来・次世代のために取り組むこと①）

★ 基本要件

Ⅲ．未来・次世代のために取り組むこと

消費者志向経営では消費者が今求めているものへの対応だけでなく、消費者と共に未来・次世代のために社会を良くしていく取組を行うことも求めています。

「消費者と共に社会を良くしていく」ためには、貴社の商品・サービスが消費者だけでなく社会にも良い影響を与えるものであること、

貴社の商品・サービスや情報発信を通じて、消費者を社会にとって良い行動を行うように促すこと、がポイントになります。

「未来・次世代のために取り組むこと」では貴社の上記のような未来・次世代に対する取組について、お聞かせします。

※ここでの消費者は、現在商品・サービスを使用する、又は商品・サービスに関与する可能性のある顧客、取引先・エンドユーザー、従業員、地域・社会・住民全てです。

BtoB企業であれば、取引先を念頭に置いた取組が求められます。

7. 社会価値の創出

貴社が商品・サービスを通じて良い社会の実現を目指していることが、消費者と共に未来・次世代のために社会を良くしていく第一歩となります。

(1) より良い社会を目指した商品・サービスの提供

① 貴社の商品・サービスは消費者及び社会により良い影響を与えているとお考えですか？

※1つのみ選択可

☐ 1 はい ☒ 2 いいえ

② 上記①で1を選択した場合、貴社の商品・サービスは消費者や社会により影響を与えるという価値の実現によって、他社の製品・サービスとの差別化ができていますか？

以下のカテゴリ別の事例を参考にお答えください。

※1つのみ選択可

☐ 1 はい ☒ 2 いいえ

◆商品・サービスが消費者及び社会により良い影響を与えていることが差別化につながっている事例（なお、目指す社会は下記に限定するものではありません。）

- 1 環境・資源・エネルギーへの配慮（リサイクル可能な包装での商品の提供、家庭での省エネにつながるサービスの提供、食品ロスを防ぐサービスの提供など）
- 2 健康増進、疾病・介護予防（健康増進につながる食品の提供、介護予防につながるサービスの提供など）
- 3 地方の活性化（地域の活性化につながるフェアトレードの商品、地産品、被災地産品の提供など）
- 4 犯罪・事故の撲滅（未成年の飲酒・喫煙の防止につながるサービスの提供、事故発生率を低減する商品の開発など）

③ 上記②で1を選択した場合、消費者及び社会により良い影響を与えることで他社と差別化されている商品・サービスを1つ、具体的ににご記載ください。

自由記載 300字以内 ※商品・サービスを通じてどのような社会を目指しているのか、何が他社と違うのかを明確にしてください。

もし本回答の参考となるウェブページがあれば、こちらにURLを掲載ください。

URL

④ 一方で現時点では他社との差別化にはつながらないものの、事業リスクの低減という観点から配慮すべき社会課題も存在します。

貴社を取り巻く環境の中で、このようなリスクとして捉えておくべきと認識する社会課題はありますか？

以下のカテゴリ別の事例を参考にお答えください。

※1つのみ選択可

☐ 1 はい ☒ 2 いいえ

◆事業リスクの低減の観点から配慮すべき社会課題事例（なお、配慮すべき社会課題は下記に限定するものではありません。）

- 1 地域社会（地元商店街等）の衰退（国内・地域産業の衰退につながる取引先を選定しないなど）
- 2 児童労働、ジェンダー等の人権問題（児童労働や劣悪な労働環境へ配慮しない取引先を選定しないなど）
- 3 動物福祉に関する問題（製品開発の際に動物実験の実施を避ける配慮など）
- 4 環境・資源・エネルギー問題（環境に悪影響を及ぼす廃棄物の発生を避ける配慮など）

⑤ 上記④で1を選択した場合、具体的にどのような社会課題をリスクとして捉えているのかご記載ください。

自由記載 300字以内

もし本回答の参考となるウェブページがあれば、こちらにURLを掲載ください。

URL

⑥ 上記④で1を選択した場合、上記社会課題と貴社の商品・サービスを結び付けた取組はされていますか？

※1つのみ選択可

☐ 1 はい ☐ 2 いいえ

⑦ 上記⑥で1を選択した場合、社会課題と結び付いている商品・サービスの具体例を1つ、ご記載ください。

自由記載 300字以内 ※商品・サービスがどのように社会課題と結び付いているのかを明確にしてください。

もし本回答の参考となるウェブページがあれば、こちらにURLを掲載ください。

URL

設問表について：令和3年度設問表（Ⅲ．未来・次世代のために取り組むこと②）

(2) 社会貢献活動への取組

① 自社の事業との関係の有無を問わず、社会貢献活動（地域の清掃活動等のボランティア活動）は行っていますか？

※1つのみ選択可

☐ 1 はい ☐ 2 いいえ

② 上記①で1を選択した場合、社会貢献活動の具体例を1つ、ご記載ください。

自由記載 300字以内

もし本回答の参考となるウェブページがあれば、こちらにURLを掲載ください。

URL

(3) 顧客以外の関係者との連携

顧客以外の関係者とコミュニケーションすることで社会課題や自社に対する要望を把握し、事業活動にいかすことが可能になります。さらに、彼らと連携をすることによって自社のみでは成しえない価値を社会に提供できる可能性が広がります。

① 商品・サービスの提供、及び社会課題の解決に向けて、顧客以外の関係者とのコミュニケーションや連携を行っていますか？

※1つのみ選択可

☐ 1 はい ☐ 2 いいえ

② 上記①で1を選択した場合、具体的にどのような関係者とコミュニケーションや連携を行っていますか？

※複数選択可

☐ 1 従業員 ☐ 4 地方自治体、地域のコミュニティ
☐ 2 株主 ☐ 5 業界団体
☐ 3 商品・サービスの仕入先 ☐ 6 その他

③ 上記②で挙げた関係者とのコミュニケーションや連携について、具体的な取組の事例及びそれによる成果をご記載ください。

自由記載 300字以内

もし本回答の参考となるウェブページがあれば、こちらにURLを掲載ください。

URL

8. 消費者の行動変容

消費者と共に社会を良くしていくに当たっては、貴社からの情報発信や商品・サービスの提供、及び消費者とのやり取りを通じて社会を良くする方へと消費者の意識や行動を促すことが必要です。

(1) 消費者の行動変容を促す仕組み作り（BtoB企業の場合、取引先も含む取組）

① 上記7(1)②で回答した商品・サービスについて、消費者・顧客が目指す社会に共感して当該商品・サービスを選択できるように表示や広告等について工夫を行っていますか？

※1つのみ選択可

☐ 1 はい ☐ 2 いいえ

② 上記7(1)②で回答した目指す社会について消費者・顧客が共感し、協働するような積極的な情報発信や双方向でのコミュニケーションを行っていますか？

※1つのみ選択可

☐ 1 はい ☐ 2 いいえ

③ 上記②で1を選択した場合、具体的にどの程度の頻度で情報発信をしていますか？ 不規則の場合はおおよその実施回数を基に回答ください。

※1つのみ選択可

☐ 1 毎日 ☐ 4 四半期に1回程度
☐ 2 週に1回程度 ☐ 5 半期～1年に1回程度
☐ 3 月に1回程度 ☐ 6 その他

④ 上記①又は②で1を選択した場合、具体的にどのような取組によって消費者が目指す社会に共感するよう促しているのかを記載ください。

(①②共に1を選択した場合、どちらについて記載いただいても構いません)

自由記載 300字以内 ※消費者の意識や行動に変化を促すための工夫を明確にしてください。

もし本回答の参考となるウェブページがあれば、こちらにURLを掲載ください。

URL

(2) 消費者の行動変容の把握（BtoB企業の場合、取引先も含む取組）

① 消費者が自社の目指す社会の姿に共感し、意識や行動を変えたかどうかについて把握をしていますか？

※1つのみ選択可

☐ 1 はい ☐ 2 いいえ

② 上記①で1を選択した場合、具体的にどのように把握しているのかを記載ください。

自由記載 300字以内

もし本回答の参考となるウェブページがあれば、こちらにURLを掲載ください。

URL

設問表について：令和3年度設問表（Ⅲ．未来・次世代のために取り組むこと③）

9. 事業活動の継続性

消費者・顧客と共に未来・次世代のために社会を良くしていくためには、長期にわたって事業活動を続けていく必要があります。
そのため、貴社内において事業を続けていくための仕組みを構築し、かつ一定の成果を出すことが「未来・次世代のために取り組むこと」には求められます。

(1) 事業方針・計画への反映

① 消費者・顧客と共に未来・次世代のために社会を良くしていく取組について、貴社の事業方針や事業計画などに含まれていますか？

※1つのみ選択可

☐ 1 はい ☐ 2 いいえ

② 取組の進捗を把握するための定量的な指標を設定していますか？

※1つのみ選択可

☐ 1 はい ☐ 2 いいえ

③ 上記②で1を選択した場合、どのような指標をご記載ください。

※複数選択可

☐ 1 売上金額	☐ 4 収益率
☐ 2 社員数	☐ 5 商品・サービスのアイデア数
☐ 3 設備投資金額	☐ 6 その他 50字程度

(2) 社会への影響

① 上記7(1)②で記載した商品・サービスについて、社会にどの程度良い影響を与えたのかについて把握をしていますか？

※1つのみ選択可

☐ 1 はい ☐ 2 いいえ

② 上記①で1を選択した場合、具体的に把握している指標及びその結果を記載してください。

自由記載 300字以内

もし本回答の参考となるウェブページがあれば、こちらにURLを掲載ください。

URL

(3) 財務的な影響

① 上記7(1)②で記載した商品・サービスについて、貴社の財務業績に与えた影響を定量的に把握していますか？

※1つのみ選択可

☐ 1 はい ☒ 2 いいえ

② ①で1を選択した場合、それは具体的にどのような指標ですか？

※1つのみ選択可

☐ 1 該当商品・サービスの売上高
☐ 2 該当商品・サービスの営業利益
☐ 3 その他

③ 上記②で記載した指標について、具体的な値をご記載ください。（可能な範囲で構いません）

※新規開発した商品・サービスの場合は過去の実績が「0」であっても問題ありません。

④-1 過去3年間の実績	④-2 今後3年間の予測
平成30年度(2018年度)	令和8年度(2021年度)
令和元年度(2019年度)	令和4年度(2022年度)
令和2年度(2020年度)	令和5年度(2023年度)

(4) 経営に対するその他の良い影響

① 「未来・次世代のために取り組むこと」に関する取組を行うことによって、財務業績の他に経営に良い影響はありましたか？

※1つのみ選択可

☐ 1 はい ☒ 2 いいえ

② ①で1を選択した場合、具体的な影響を記載ください

自由記載 100字程度

(例：新規採用で応募者数の増加につながった、自社HP(ホームページ)の閲覧者数が増えた、新商品・サービスのアイデアが増えたなど)

もし本回答の参考となるウェブページがあれば、こちらにURLを掲載ください。

URL

③ 「未来・次世代のために取り組むこと」に関する取組について、経営へのインパクトを踏まえて定期的に取組を見直すようなことはしていますか？

※1つのみ選択可

☐ 1 はい ☐ 2 いいえ

設問表について：令和3年度設問表（Ⅳ．法令遵守・ガバナンスの強化をすること）

★ 基本要件

Ⅳ．法令の遵守/コーポレートガバナンスの強化をすること

10. 法令の遵守/コーポレートガバナンスの強化

（1）消費者関連法令の遵守

- ★ ① 過去1年間に、刑事告発を受けた事件・事故はありましたか？
- ★ ② 過去1年間に、不祥事等による操業・営業停止やリコールはありましたか？
- ★ ③ 過去1年間に、行政機関からの不利益処分等を受けましたか？

はい いいえ

☐	☐
☐	☐
☐	☐

（2）法令遵守体制の整備、コーポレートガバナンスの強化

- ★ ① 遵守すべき法令等（消費者関連法を含む）の内容が規程類に組み込まれ、社内に周知・徹底されていますか？
- ★ ② 経営者自身が法令等遵守の徹底に取り組み、極度の権限集中や治外法権的な特権が生じているようなことはありませんか？
- ★ ③ 個々の従業員を尊重し、お互いに信頼し合うことで適切な情報共有が行われるような風通しの良い組織風土作りを行っていますか？
- ★ ④ 法令等遵守に関する担当役員・組織・各種委員会等は明確にされていますか？
- ★ ⑤ 取締役会等、法令遵守や重要なリスクに係わる事項が社内で審議され、相互に監督する仕組みが構築されていますか？
- ★ ⑥ 法令等遵守に関する重要案件について、外部の第三者（弁護士や商工会等）に相談する体制が確保されていますか？
- ★ ⑦ 社内外の相談・通報窓口等、内部通報の仕組みが整備され、有効に機能していますか？

☐	☐
☐	☐
☐	☐
☐	☐
☐	☐
☐	☐
☐	☐

設問表について：令和3年度設問表（複数事業者による協働）

「複数事業者による協業」

複数の事業者と連携し各社の強みをいかすことで、自社のみでは成しえない価値を消費者や社会に提供することができます。

最適な協業先が同業他社なのか、異業種なのか、サプライヤー/バイヤー間なのか、はたまたそれ以外なのかは提供したい価値によって異なります。

具体的には、以下の取組が例としてあります。

- ・ 同業他社の関係：消費者の健康に寄与するため、複数の製菓企業が協働で検診の普及活動を行う。
- ・ 異業種（営利事業者）の関係：フードデリバリーサービスの行き届かない地方で、飲食事業者とタクシー事業者の協働で事業を行う。
- ・ 異業種（非営利事業者）の関係：製菓企業とNGOが連携して地域で市民活動を行い、地域の消費者のヘルスケアに関する課題の解決に取り組む。
- ・ サプライヤーとバイヤーの関係：寒冷地地域に住む消費者のため、素材メーカーとアパレルメーカーで協働で高性能素材の開発を行う。

「複数事業者による協業」ではそういった消費者や社会に新たな価値を与えるための協業の取組についてお聞きます。

① 複数事業者同士の関係性は、以下のどれに当てはまりますか？

※複数選択可

☐	1	同業他社の関係
☐	2	異業種の関係
☐	3	サプライヤーとバイヤーの関係
☐	4	その他

② 複数事業者による協業について、具体的な取組の事例をご記載ください。

自由記載	300字以内
------	--------

もし本回答の参考となるウェブページがあれば、こちらにURLを掲載ください。

URL	
-----	--

③ 上記②で挙げた協業の取組について、どのような消費者ニーズや社会課題が背景にあったのか（取組のきっかけ）をご記載ください。

自由記載	300字以内
------	--------

もし本回答の参考となるウェブページがあれば、こちらにURLを掲載ください。

URL	
-----	--

④ 上記②で挙げた協業の取組を行ったことで、最終的にどのような成果があったか以下の2つの観点でご記載ください。

社会価値/消費者価値（社会や消費者に与えた良い影響）、経済価値（貴社本業への影響（事業の売上高など））

社会価値/ 消費者価値	300字以内
----------------	--------

経済価値	300字以内
------	--------

もし本回答の参考となるウェブページがあれば、こちらにURLを掲載ください。

URL	
-----	--

- 1、令和3年度優良事例表彰事業における消費者志向経営の概念
- 2、令和3年度有識者検討会
- 3、令和3年度表彰の枠組みの変更について
- 4、令和3年度評価軸について（総合枠・特別枠）
- 5、令和3年度選考について
- 6、令和3年度設問表について
- 7、中間報告時点での成果物一覧

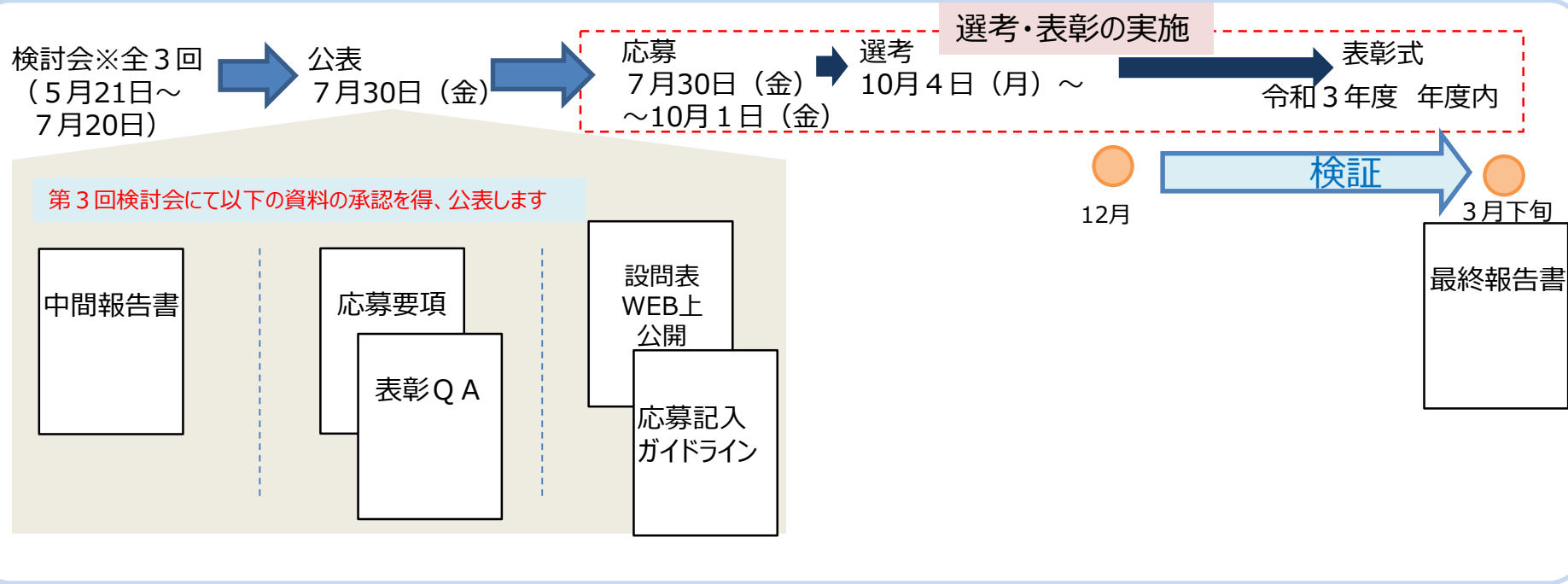
＜参考資料＞ その他検討内容

- ①総合枠の応募要件（フォローアップ活動）の緩和
- ②令和2年度からの評価軸の見直し
- ③設問表の主要な見直しポイント

中間報告時点での成果物一覧

<令和3年度 有識者検討会の目的>

	目的	成果物
有識者検討会	①消費者指向経営概念と表彰の枠組み・選考方法について	・中間報告書
	②優良事例表彰の客観的評価軸及び評価基準	・設問表
選考・表彰	③（新しい評価軸を用いた）令和3年度優良事例表彰の実施及び検証 等	・応募要項 ・表彰Q & A ・応募記入ガイドライン



<今後の有識者検討会>

令和3年度 8月以降の有識者検討会では、金融との紐付けを検討する。

- 1、令和3年度優良事例表彰事業における消費者志向経営の概念
- 2、令和3年度有識者検討会
- 3、令和3年度表彰の枠組みの変更について
- 4、令和3年度評価軸について（総合枠・特別枠）
- 5、令和3年度選考について
- 6、令和3年度設問表について
- 7、中間報告時点での成果物一覧

＜参考資料＞その他検討内容

- ①総合枠の応募要件（フォローアップ活動）の緩和
- ②令和2年度からの評価軸の見直し
- ③設問表の主要な見直しポイント

①総合枠の応募要件（フォローアップ活動）の緩和

フォローアップ活動の概要

- ・ 自主宣言後1～2年以内に活動を点検して公表すること。
- ・ 記載方法は自主宣言に記載した取組方針等との対応関係が分かるようにすること。
- ・ 取組内容・成果・改善内容について、取組開始時期と進捗状況等を分かりやすく具体的に記載すること。

フォローアップに対する事業者意見

○書類作成に対する負担感

- ・ フォローアップ資料は「取組・進捗・改善状況を具体的に記載する」ように求められているので、10ページ、20ページ物といったかなりボリューム感のある資料作成となり、作成側の負担が大きい。（大企業）
- ・ フォローアップ資料作成が負担であった。更に昨今はコロナで業績が厳しく、今まで以上に余裕がない。よって自主宣言自体取りやめることを社内で意思決定した。（中小企業）
- ・ フォローアップ資料作成に時間と人を掛けられないので、自主宣言をちゅうちょしている。（大企業）

○作成内容の重複感

- ・ 記載の内容は統合報告書などその他の情報開示と同じ箇所があり、重複感がある。（大企業）



- ・ **上記の意見解消のため、フォローアップ活動の書類作成の軽減が必須と思料。**
- ・ **上記対策を実施することで、自主宣言事業者の増加・自主宣言取りやめの防止につながり、結果的に表彰応募企業の裾野が拡大すると考える。**

①総合枠の応募要件（フォローアップ活動）の緩和

作成内容の重複感の軽減策「活動を自己評価し記載する形式」について

- 「新しい取組をしたこと」「成果が上がったこと」「今後更に力をいれる」などを「あり・なし」の視点で記載する。
- また、フォローアップ報告（PDCAシート）とカッコ書きを付すことによって、より当該資料のイメージがしやすいようにする。

○現行のイメージ（案）

取組	進捗	改善状況
経営トップのコミットメント	経営理念のワークショップに全社員が参加。 ・当社の経営理念は… ・ワークショップは社員全員が参加できるよう、複数回に分けて実施し…	SDG s を念頭に置いた企業活動方針を策定し、来年度から推進を図る。 ・SDG s の中でも当社が特に注力するのは…
⋮	⋮	⋮

○軽減策のイメージ（案）

取組	進捗・改善状況		
経営トップのコミットメント	新しい取組をしたこと	あり 詳細を記入	なし
	成果が上がったこと	あり 詳細を記入	なし
⋮	⋮	⋮	⋮

①総合枠の応募要件（フォローアップ活動）の緩和

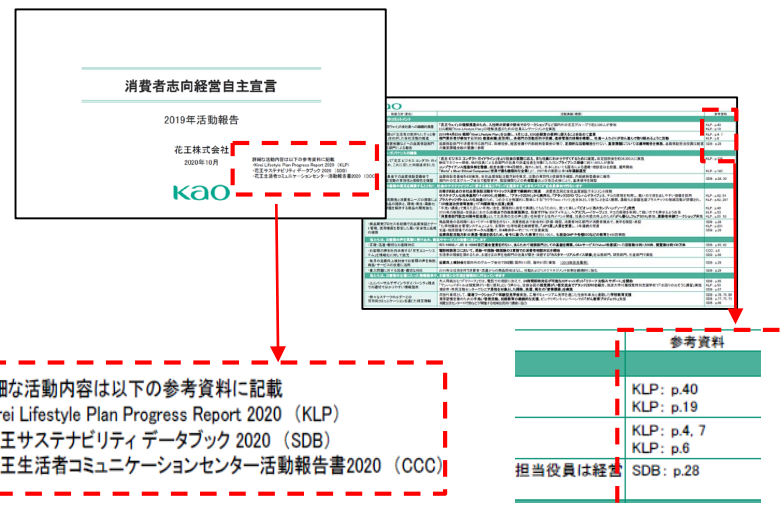
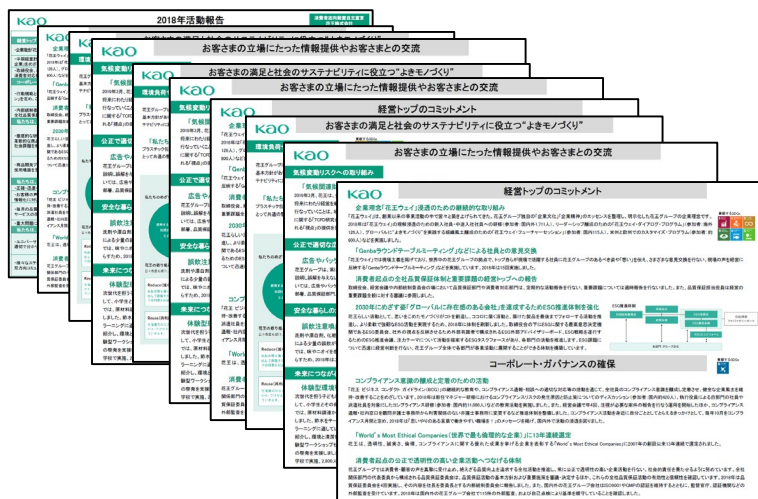
作成内容の重複感の軽減策「別資料の記載に譲る形式」について

- その他の資料との重複感を避けるため、詳細を別資料に譲る形式を可とする。
- この方法では花王（株）で先行実施例がある。簡易化によって10ページから2ページに削減されている。
- 読み手（消費者）からも分かりやすいとの声がある。

【ご参考】花王（株）の先行実施例

対応前：全10ページ・約150,000字

対応後：全2ページ・約2,500字



* 赤枠のとおり、詳細をその他資料に譲る記載となっている

②令和2年度からの評価軸の見直し

- 昨年度の優良事例表彰における評価の軸は以下のとおりである。

○未来・次世代のために取り組むこと

社会価値の創出	創出した社会価値が、地域や社会、地球環境の課題解決に寄与していること
消費者の行動変容	持続可能性のある商品・サービス等の提供を通じて、消費者の行動変容を促していること
事業の継続性	消費者志向の事業を通し、将来に向けて継続して成長していること

○みんなの声を聴き、かついかすこと

コミットメント・現場力	経営陣が、消費者志向経営に対して明確なコミットメントを表明し、社員が積極的に活動できる体制があること
消費者認識	対象となる消費者を、的確に把握し捉え、共に取り組んでいること
独自性・革新性	「自社らしさ」を生かしながら、新たな発想も取り入れること
外部との連携性	地域や社会、地球環境の課題解決に向けて、社外（地域社会、行政、他社、専門性のある団体等）と協力していること

双方向 コミュニケーション	消費者の特性に合った手段を通じ、消費者が分かりやすい情報を発信し、消費者と共感する関係を構築していること
------------------	--

・消費者関連法令の遵守
・企業倫理の遵守

法令の遵守・コーポレートガバナンス
の強化をすること

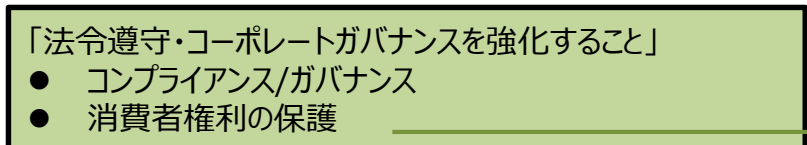
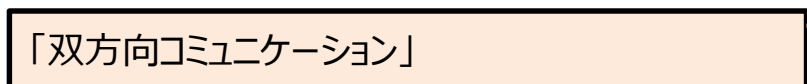
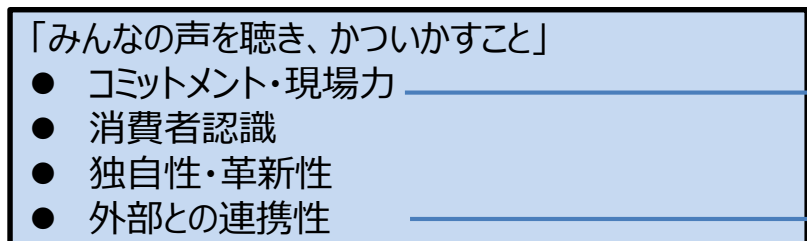
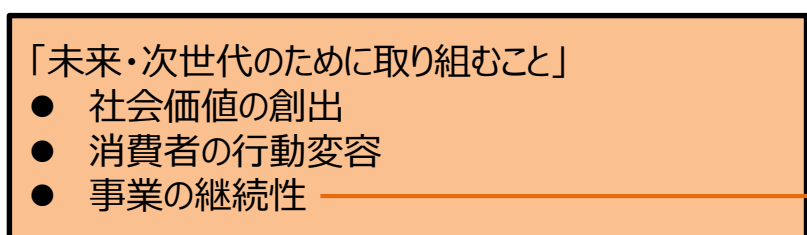
・第三者の意見 ・内部監査
・消費者の権利

②令和2年度からの評価軸の見直し

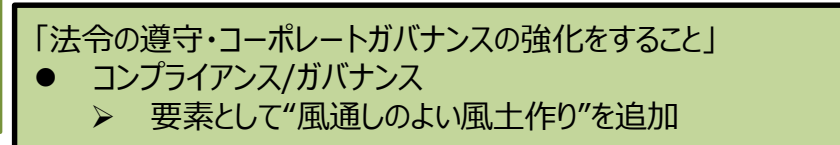
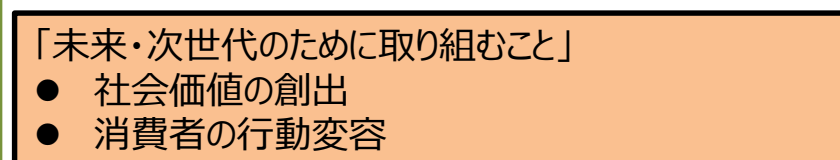
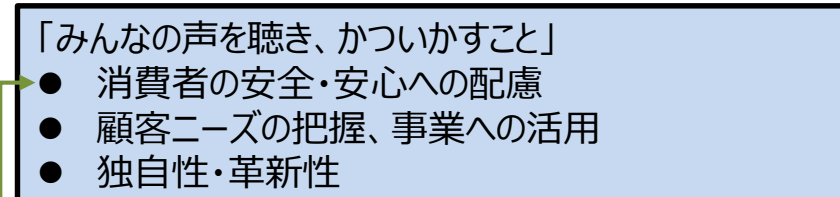
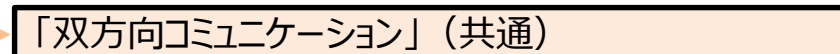
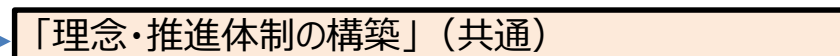
- ・ 昨年度調査から評価軸を大きく変更することは想定していない。主な変更は以下の5点。

- “コミットメント・現場力”を取組全体に対して求めたいことから「理念・推進体制の構築」に名称を変更し、共通に移管
- “事業の継続性”に関しても「未来・次世代のために取り組むこと」に限定せず、全体に求めたいことから「経営に対する影響」に名称を変更し、共通に移管
- “外部との連携性”に関して、「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」でも問うていることから、「共通」に移管
- “消費者権利の保護”を「みんなの声を聴き、かついかすこと」に移管
- 「ガバナンス」に風通しの良い風土作りをしているかどうかの要素を追加

令和2年度評価軸



令和3年度評価軸



令和3年度評価軸について：各評価軸での評価視点

- 設問表の各設問を見直し・追加する上で、各評価軸で把握したい事項を以下のように定義。

「理念・推進体制の構築」（共通）

- 消費者志向経営の考え方や目標を理解し、企業理念に落とし込めているか。
- 消費者志向経営に経営トップが関わり、適切な推進体制が構築されているか。

「双方向コミュニケーション」（共通）

- コミュニケーションを通じて自社の目指す姿、取組に消費者からの共感・協働を得ることを意識しているか。
- 消費者からの共感を取得、把握するための仕組みが構築されているか。

「外部との連携性」（共通）

- 顧客の考えやニーズの把握のため顧客以外の関係者（従業員や有識者等）から意見を収集する仕組み等があるか。
- 商品・サービスの提供及び社会課題の解決に向けて、顧客以外の関係者とのコミュニケーションや連携を行っているか。

「経営に対する影響」（共通）

- 消費者志向経営に関する取組を通じて、企業経営に財務的/非財務的に良い影響が出ているか。
- 未来に向けて、事業の継続性が担保されているか。

「みんなの声を聴き、かついかすこと」

- “みんな”を**主に現在の消費者（商品・サービスを利用又は商品・サービスに関与する主体）**と捉え、共に社会価値を向上させることを念頭に彼らの声を把握しているか。
- 把握した声を基に自社の商品・サービスの改良・開発にいかしているか。

「未来・次世代のために取り組むこと」

- 主に未来の消費者（将来商品・サービスを利用又は商品・サービスに関与する可能性のある主体）**に対して自社が目指す社会の姿を明確にし、それを実現する商品・サービスの開発が行えているか。
- 上記商品・サービスと目指す社会の姿を結び付け、消費者の行動変容を促すことで、社会・消費者・自社とWin-Winの関係が構築できているか。

「法令遵守・コーポレートガバナンスを強化すること」

- 事業活動を行う上で、法令及び企業倫理を遵守しているか。
- 事業活動を行う上で、風通しの良い風土作りができているか。

令和3年度評価軸について：設問表の構成と設問の全体像（1 / 2）

- 設問表は「理念・推進体制」「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」「法令遵守・コーポレートガバナンスを強化すること」の4章で構成することを想定。
- 「外部との連携性」「双方向コミュニケーション」「経営に対する影響」に関する設問については、「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」のそれぞれの章に関連する設問を設定する。

I. 理念・推進体制の構築 1. 理念・推進体制 (1) 理念 (2) 社内への浸透 (3) 社外への発信 (4) 推進体制		
II. みんなの声を聴き、かついかすこと 2. 消費者への安全・安心への配慮 (1) 消費者の安全・安心の確保 (2) 消費者への情報提供 (3) 消費者の被害に対する補償 3. 顧客ニーズの把握、事業への活用 (1) 調査等による顧客ニーズの明確化 (2) 顧客以外の関係者との連携 「外部との連携性」の視点からの設問 (3) 顧客ニーズの事業への活用 (4) 配慮すべき顧客への意識		
4. 顧客との双方向コミュニケーション (1) 顧客への情報発信、共感の獲得		「双方向コミュニケーション」の視点からの設問
5. 独自性・革新性 (1) 独自性のある取組 (2) 革新性のある製品・サービス		
6. 経営に対する影響 (1) 財務的な影響 (2) 経営に対するその他の良い影響		「経営に対する影響」の視点からの設問

令和 3 年度評価軸について：設問表の構成と設問の全体像（ 2 / 2 ）

- 設問表は「理念・推進体制」「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」「法令遵守・コーポレートガバナンスを強化すること」の4章で構成することを想定。
- 「外部との連携性」「双方向コミュニケーション」「経営に対する影響」に関する設問については、「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」のそれぞれの章で関連する設問を設定する。

Ⅲ. 未来・次世代のために取り組むこと

7. 社会価値の創出

(1) より良い社会を目指した商品・サービスの創出 (2) 社会貢献活動への取組

(3) 顧客以外の関係者との連携

「外部との連携性」の視点からの設問

8. 消費者の行動変容

(1) 消費者の行動変容を起こす仕組み作り (2) 消費者の行動変容の把握

「双方向コミュニケーション」の視点からの設問

9. 事業の継続性

(1) 事業方針・計画への反映 (2) 社会への影響

(3) 財務的な影響 (4) 経営に対するその他の良い影響

「経営に対する影響」の視点からの設問

Ⅳ. 法令の遵守/コーポレートガバナンスの強化をすること

10. 法令の遵守/コーポレートガバナンスの強化

(1) 消費者関連法令の遵守 (2) 法令遵守体制の整備、コーポレートガバナンスの強化

＊ 複数事業者協働取組枠における評価軸は「5、令和 3 年度選考について」で説明

③設問表の主要な見直しポイント

昨年の応募で頂いたご意見を踏まえ、設問表の見直しを行った。
以下主要な見直し内容を記載する。

設問例① 説明文の追加による理解の促進

- 回答を進める際に消費者志向経営に求められている要素について把握ができるよう、調査票の各項目において、どのようなことを本項目で聞きたいのかについての説明文を追加。

I. 理念・推進体制の構築

1. 理念・推進体制

★ (1) 理念

社会的に有用で安全な商品・サービスを開発・提供し、消費者の満足と信頼を獲得していかなければ、事業活動は継続できません。

そのためには、事業者は積極的に自社が本業を通じてどのような社会を目指したいのか、どのような社会課題を解決したいのか（環境問題への貢献、地域社会の活性化等）、

貴社の事業が消費者・社会にとっていかに有用であるのかを示し、消費者から共感を得ることが必要になります。

消費者から共感を得ることで、貴社本業での成功、顧客満足度の向上と目指す社会の実現の両立が可能となるのです。

貴社はこのような考え方の下、“消費者と共創・協働して社会価値を向上させる経営”（＝消費者志向経営）を行うことを目指していますか？

*ここでの消費者は、現在商品・サービスを使用する、又は商品・サービスに関与する可能性のある顧客、取引先・エンドユーザー、従業員、地域・社会・住民全てです。

BtoB企業であれば、取引先を念頭に置いた取組が求められます。

※1つのみ選択可

☐ 1 はい

☐ 2 いいえ

③設問表の主要な見直しポイント

設問例② 設問の細分化による意図とは異なる回答の排除

- 設問を細分化して実施事項を確認することによって、こちら側の意図とは異なるような回答を極力排除。
- また、自由記述のうち選択式化が可能な設問については選択式に変更。

(2) 社内への浸透

消費者志向経営を推進するに当たっては”消費者と共創・協働して社会価値を向上させる経営”を目指すという理念を社内に浸透させていく必要があります。

① ”消費者と共創・協働”に向け、消費者を意識・配慮した事業活動を行う旨、又はそれに類する内容を社員に伝えていますか？また、その旨を明文化していますか？

★

①-1 社員に伝えていますか？

※1つのみ選択可

☐ 1 はい

☐ 2 いいえ

①-2 明文化していますか？

※1つのみ選択可

☐ 1 はい

☐ 2 いいえ

② 上記①-1において1を選択した場合、どのように発信をしていますか？

※複数選択可

☐ 1 口頭やメール等を用いた社員への発信

☐ 2 管理職への研修やワークショップ

☐ 3 社員への研修やワークショップ

☐ 4 社内の理解度を確保するためのアンケートの実施

☐ 5 その他

③ 上記①-2において1を選択した場合、何に記載していますか？

※複数選択可。ただし、消費者志向自主宣言をしている場合は、「1」のみ選択してください。

☐ 1 消費者志向自主宣言

☐ 2 企業理念や社是

☐ 3 行動憲章・指針・規範

☐ 4 企業の経営方針や事業の計画

☐ 5 統合報告書などのIR資料

☐ 6 その他

③設問表の主要な見直しポイント

設問例③ 事例の記載による回答への配慮

- 回答が難しいことが想定される設問については過去の回答を基に事例を記載し、なるべく記載をいただけるように配慮。

7. 社会価値の創出

貴社が商品・サービスを通じて良い社会の実現を目指していることが、消費者と共に未来・次世代のために社会を良くしていく第一歩となります。

(1) より良い社会を目指した商品・サービスの提供

① 貴社の商品・サービスは消費者及び社会により良い影響を与えているとお考えですか？

※1つのみ選択可

☐	1	はい	☐	2	いいえ
--------------------------	---	----	--------------------------	---	-----

② 上記①で1を選択した場合、貴社の商品・サービスは消費者や社会により影響を与えるという価値の実現によって、他社の製品・サービスとの差別化ができていますか？
以下のカテゴリー別の事例を参考にお答えください。

※1つのみ選択可

☐	1	はい	☐	2	いいえ
--------------------------	---	----	--------------------------	---	-----

◆ 商品・サービスが消費者及び社会により良い影響を与えていることが差別化につながっている事例（なお、目指す社会は下記に限定するものではありません。）

1	環境・資源・エネルギーへの配慮（リサイクル可能な包装での商品の提供、家庭での省エネにつながるサービスの提供、食品ロスを防ぐサービスの提供など）
2	健康増進、疾病・介護予防（健康増進につながる食品の提供、介護予防につながるサービスの提供など）
3	地方の活性（地域の活性化につながるフェアトレードの商品、地産品、被災地産品の提供など）
4	犯罪・事故の撲滅（未成年の飲酒・喫煙の防止につながるサービスの提供、事故発生率を低減する商品の開発など）

③設問表の主要な見直しポイント

設問例④ BtoB企業に対する配慮

【ご意見】審査表の「顧客」はエンドユーザーを指すのだろうか。もしそうならば、BtoB企業にとっては答えにくい

【対応】顧客はエンドユーザーに限らず、取引先を含む旨がわかるように明確に記載。

(1) 消費者の安全・安心の確保 (BtoB企業の場合、取引先を念頭においた取組で可)

① 商品・サービスの品質を担保するための仕組み、ルール等が社内にありますか？

※1つのみ選択可

☐ 1 はい

☐ 2 いいえ

注釈の追加

3. 顧客ニーズの把握、事業への活用

※BtoB企業の場合、エンドユーザーや地域・社会・住民等を意識した取引先への取組は、顧客への取組とみなします。

消費者志向経営を推進していく上では、顧客の考えやニーズを理解し、自社の事業にいかすことが求められます。

(1) 調査等による顧客ニーズの明確化

① 顧客満足度向上のために顧客から直接、考えやニーズを把握していますか？

※1つのみ選択可

☐ 1 はい

☐ 2 いいえ

【ご意見】業種によっては答えにくい設問も一部あるのではないかと（下記事例で言えば、サービス業や金融業では回答しにくいのではないかと）。

【対応】回答項目に「業種的に該当しない」の回答欄を設置。

② 法令によるリコールや製品の自主回収等が必要となった場合、対応するための仕組みやルール等が社内にありますか？

※1つのみ選択可

☐ 1 はい

☐ 2 いいえ

☐ 3 業種的に該当しない

回答欄の追加