

第4回消費者志向経営の推進に関する 有識者検討会

令和2年8月31日

消費者庁参事官(調査・物価等担当)

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2年8月31日

消費者庁参事官(調査・物価等担当)

○経緯等

- ・消費者志向経営の推進活動は、**消費者基本計画**(平成27年3月24日閣議決定)**工程表に基づき**、平成28年度から5年間の進捗状況を踏まえ、その後の推進の在り方について、**令和3年度に見直し**を行うこととしている。
- ・企業に対し消費者志向経営の取組の客観的かつ具体的なメリットを示すことや、社会情勢の変化に対応した新たな消費者志向経営の概念整理が必要であること等を踏まえ、令和3年度見直しに向け、**ESG要素を盛り込んだ表彰の新評価軸及び評価基準の作成、消費者志向経営の概念整理、金融との紐付けや公益通報者認証制度との連携等**の検討が必要。

➡上記を踏まえ、令和2年度以降、消費者志向経営の推進に関する**有識者検討会を開催することとした。**

○主な検討事項

<令和2年度>

- ・優良事例表彰の客観的評価軸及び評価基準
(表彰の前提となる消費者志向経営の概念整理)
- ・(新しい評価軸を用いた)令和2年度優良事例表彰の実施及び検証 等

<令和3年度>

- ・令和2年度の検討内容を受けて、令和3年度見直しの方向性を決定

- ・令和元年度表彰の選考委員をベースに構成。
- ・既存のESG評価軸の情報整理、点数化のためのノウハウを得るため、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必要に応じ意見聴取。
- ・見直しに向けた論点の検討が含まれるため、推進組織メンバーもオブザーバーとして参加。

有識者検討会員

○名和委員(座長)

(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)

○竹田委員

(公益社団法人日本青年会議所副会頭)

○末吉委員

(一般社団法人工シカル協会代表理事)

○半澤委員

(日経BP社日経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)

○正木委員

(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長)



事務局

消費者庁・徳島オフィス

コンサルタント

(三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社)

オブザーバー

推進組織メンバー

(必要に応じ意見聴取)

格付け機関

有識者

運用機関 (保険・証券会社・DBJ等)

		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2年5月22日	・消費者志向経営の概念整理 ・評価軸(審査軸+加点軸)の考え方	・評価軸の構成の整理
第2回	令和2年6月24日	・消費者志向経営の概念整理と審査軸(継続) ・優良事例表彰の概要及び長官賞特別枠の新設	・評価軸の設問内容 ・表彰の枠組み
第3回	令和2年7月14日	・消費者志向経営の概念整理と審査軸(継続) ・優良事例表彰の長官賞特別枠新設(継続) ・連続受賞の考え方	・評価軸の設問内容と形式 ・審査軸の配点
第4回	令和2年8月31日	(中間報告) ・消費者志向経営の概念 ・優良表彰事例の実施要領 ・設問の概要 ・審査方法の概要	・審査軸の配点(継続) ・選考要綱

目標

消費者を重視した事業活動が更に行われることにより、相乗効果によって、**消費者と事業者による健全な市場の実現が期待される**

第3期消費者基本計画より(平成27年3月閣議決定)

定義

事業者が、

消費者全体の視点

消費者全体の視点に立ち、**消費者の権利の確保及び利益の向上を図ることを経営の中心**と位置付ける。

健全な市場の担い手

健全な市場の担い手として、**消費者の安全や取引の公正性の確保、消費者に必要な情報の提供等**を通じ、消費者の信頼を獲得する。

社会的責任の自覚

持続可能で望ましい社会の構築に向けて、自らの**社会的責任を自覚**して事業活動を行う。

活動

6本の取り組みの柱

経営のトップコミットメント

- ・消費者志向自主宣言

コーポレートガバナンスの確保

- ・消費者の情報・意見を経営層に伝え、経営の意思決定に反映

従業員の積極的活動

- ・顧客視点にたった行動を根づかせる取組

事業関連部門と品質保証・消費者関連部門・

コンプライアンス部門等との有機的連携

- ・社内での消費者関連情報共有
- ・問題発生時の緊急対応等

消費者への情報提供の充実と双方向の情報交換

- ・わかりやすい情報提供
- ・信頼を確保するような情報交換

消費者や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る
- ・社会課題解決を図る商品・サービスの開発

- 消費者の権利の擁護が根底にある
- 推進組織(事業者団体、消費者団体、行政)による運営
- 5年後に見直しを行うこととした

自主宣言事業者のリスト

【あ行】

あいおいニッセイ同和損害保険株式会社	株式会社アイスタイル	アクサ生命保険株式会社	アクサ損害保険株式会社
アクサダイレクト生命保険株式会社	アサヒグループホールディングス株式会社	朝日生命保険相互会社	株式会社旭木工
アパコミュニケーションズ株式会社	アフラック生命保険株式会社	アルソア本社株式会社	株式会社阿波銀行
株式会社あわしま堂	阿波証券株式会社	株式会社あわわ	石坂産業株式会社
市岡製菓株式会社	一正簿録株式会社	株式会社伊予銀行	株式会社伊予鉄グループ
株式会社イワサ・アンド・エムズ	株式会社インターリンクス	株式会社WEB企画	株式会社WebClimb
ウェブスターマーケティング株式会社	エイチ・エス損害保険株式会社	SMBO日興証券株式会社	株式会社愛媛銀行
愛媛県信用農業協同組合連合会	愛媛信用金庫	愛媛トヨペット株式会社	株式会社エフエム愛媛
株式会社エフエム徳島	FPサテライト株式会社	大塚ホールディングス株式会社	オタワノース株式会社

【か行】

花王株式会社	特定非営利活動法人家族支援フォーラム	キッコーマン株式会社	義農味噌株式会社
キユーピー株式会社	協和行政書士事務所	株式会社キョーエイ	キリンホールディングス株式会社
株式会社クラッシー	株式会社グリットウェブ	株式会社Crepas	株式会社GLOCAL LINKS
社会福祉法人敬老福祉会	社会福祉法人健祥会	株式会社コーセー	生活協同組合コープえひめ
株式会社古湯園			

【さ行】

株式会社サザンディア	サッポロビール株式会社	サラヤ株式会社	サン電子工業株式会社
サントリーホールディングス株式会社	株式会社サンフォート	四国ガス株式会社	株式会社資生堂※1
ジブラルタ生命保険株式会社	株式会社ジャストイット	城北信用金庫	昭和産業株式会社
住いの応援機構合同会社	住友生命保険相互会社	株式会社セイコーハウジング	積水化学工業株式会社
積水ハウスグループ	セゾン自動車火災保険株式会社	ソニー生命保険株式会社	損害保険ジャパン株式会社※2
SOMPOひまわり生命保険株式会社			

【た行】

大樹生命保険株式会社	太陽生命保険株式会社	株式会社高橋ふとん店	株式会社宝荘ホテル
株式会社タンタカ	ダイアナ株式会社	株式会社第一自動車練習所	第一生命保険株式会社
大同生命保険株式会社	チュールビ生命	チュールビ保険会社	T&Dフィナンシャル生命保険株式会社
株式会社T.M.Community	株式会社寺内製作所	株式会社TOOCREATEIT	東京海上日動火災保険株式会社
東光株式会社	東洋羽毛工業株式会社	株式会社ときわ	協業組合徳島印刷センター
徳島県教育印刷株式会社	徳島合同証券株式会社	生活協同組合とくしま生協	株式会社徳島大正銀行
徳島トヨペット株式会社			

【な行】

中田食品株式会社	株式会社ナリス化粧品	南海放送株式会社	株式会社ニチレイフーズ
日清食品ホールディングス株式会社	株式会社日清製粉グループ本社	株式会社日誠産業	日本電気株式会社
日本ハム株式会社	日本コカ・コーラ株式会社	日本証券業協会	日本生命保険相互会社
一般社団法人日本即席食品工業協会	株式会社ネオビエント	株式会社NEXTAGE GROUP	

【は行】

ハウス食品株式会社	株式会社パッケージ松浦	パナソニック株式会社	日立グローバルライフソリューションズ株式会社
株式会社平野	株式会社広沢自動車学校	株式会社ビズヒット	PGF生命
ビジョン株式会社	株式会社ファンケル	富国生命保険相互会社	株式会社フジ
藤田商事株式会社	フジッコ株式会社	富士ファニチア株式会社	株式会社フジみらい
株式会社プレアパッチ	ブルデンシャル生命保険株式会社	株式会社ホテル椿屋	株式会社母恵夢

【ま行】

マルハニチロ株式会社	株式会社マルハ物産	株式会社丸本	ミタニ建設工業株式会社
三井住友カード株式会社	三井住友海上あいおい生命保険株式会社	三井住友海上火災保険株式会社	三井住友海上プライマリー生命保険株式会社
三井住友トラスト・ホールディングス株式会社	三井ダイレクト損害保険株式会社	三葉地所株式会社	宮崎商事株式会社
明治ホールディングス株式会社	明治安田生命保険相互会社	メットライフ生命保険株式会社	森永乳業株式会社

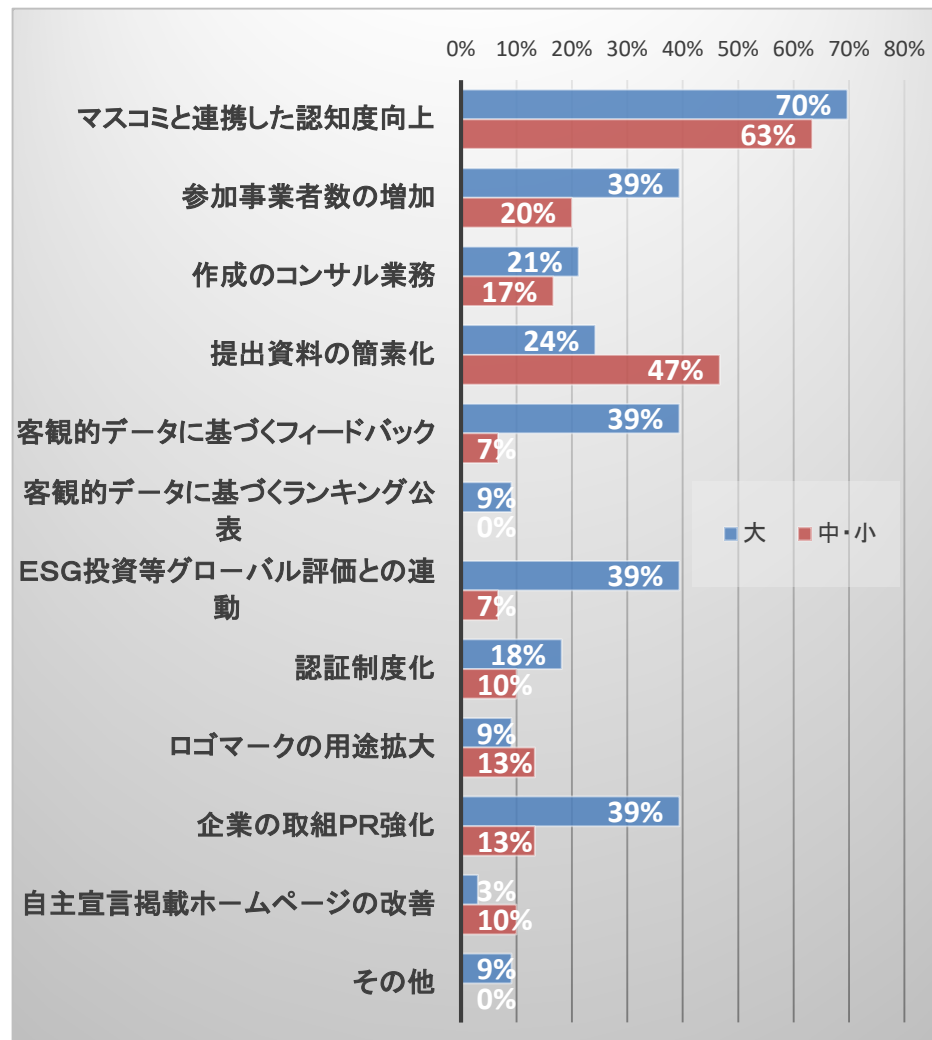
【や行】

株式会社山のせ	ユニ・チャーム株式会社	吉本興業ホールディングス株式会社
---------	-------------	------------------

【ら行】

ライオン株式会社	合同会社ラビッツ	株式会社リアル・インテンション	株式会社RITA-STYLE
株式会社利他フーズ			

今後の消費者志向経営の推進をする上で期待すること



○ 参加事業者拡大・認知度向上

(認知度向上、参加事業者拡大、
企業の取組のPR強化)

→ 令和2年1月

日経SDGsフォーラム実施

日経新聞、日経ESGに採録記事

○ 参加のインセンティブ

(ESG投資との連動、
客観的な評価に基づくコメント等の
フィードバック)

→ 令和2年5月～

有識者検討会で検討

○ 事務負担の軽減

(提出書類の簡素化)

→ 令和2年5月～

有識者検討会で検討(チェックシート検討)

令和元年 9月実施 アンケート結果より

大企業 年商1000億以上 33社、中小企業 年商1000億未満 30社

かわる「人」

○消費者・生活者の弱体化・多様化

- ・ 少子高齢化、一人暮らしの増加、
「高齢者」、「外国人」、「障がい者」等

かわる「社会」

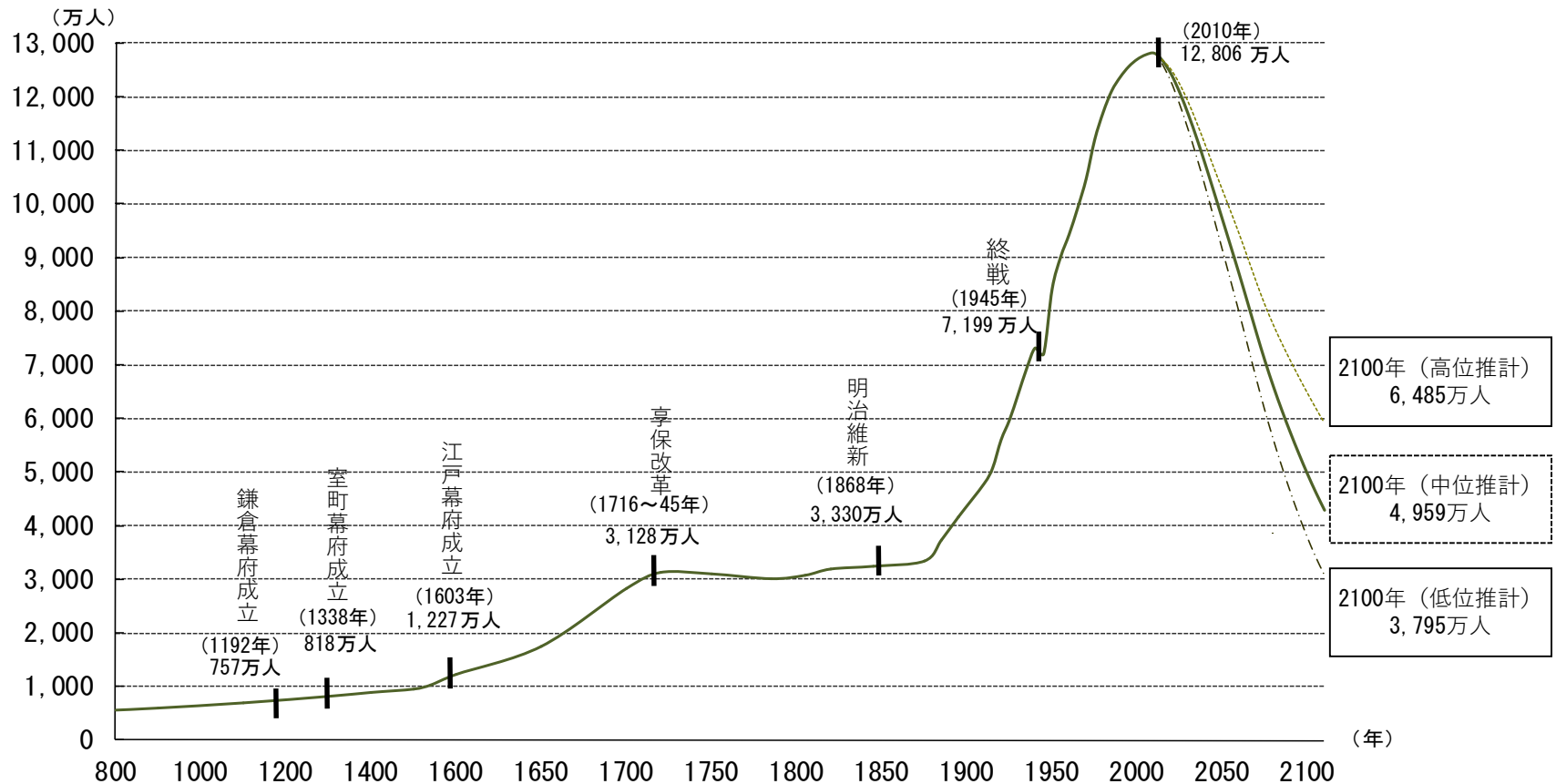
○消費者・生活者を取り巻く環境社会変化

- ・ 自然災害の増加・デジタル化・国際化の進展
- ・ SDGsの推進に向けた機運の高まり

かわる「人」①（少子高齢化・人口減少の進展）

- 日本の総人口は、今後100年間で100年前（明治時代後半）の水準に戻っていく可能性。
- この変化は千年単位でみても類を見ない、極めて急激な減少。

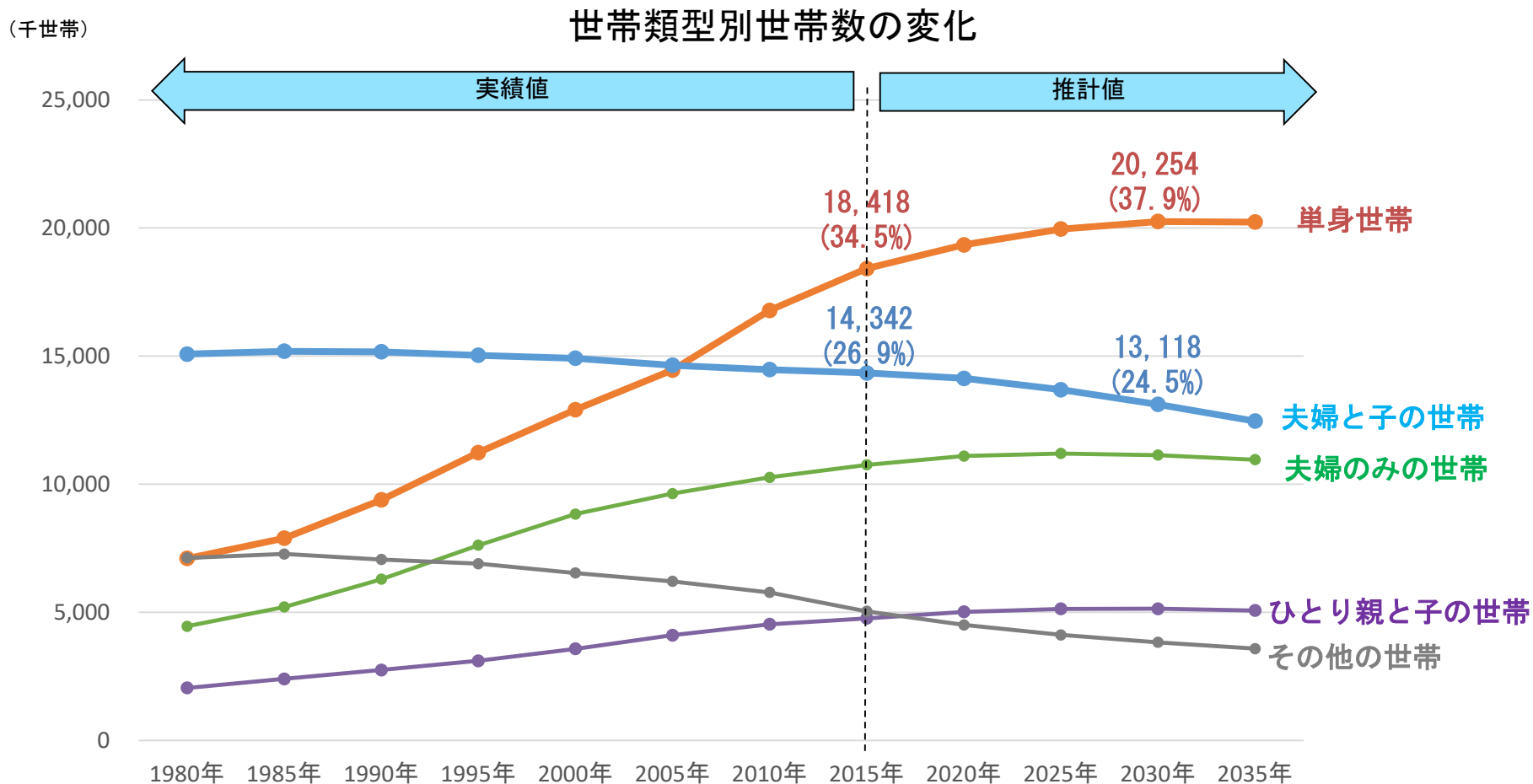
総人口の長期的推移と将来推計



（出典）2010年以前の人口：総務省「国勢調査」、国土庁「日本列島における人口分布の長期時系列分析」（1974年）をもとに国土交通省国土政策局作成
それ以降の人口：国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（平成24年1月推計）」をもとに国土交通省国土政策局作成

かわる「人」①（少子高齢化・人口減少の進展）

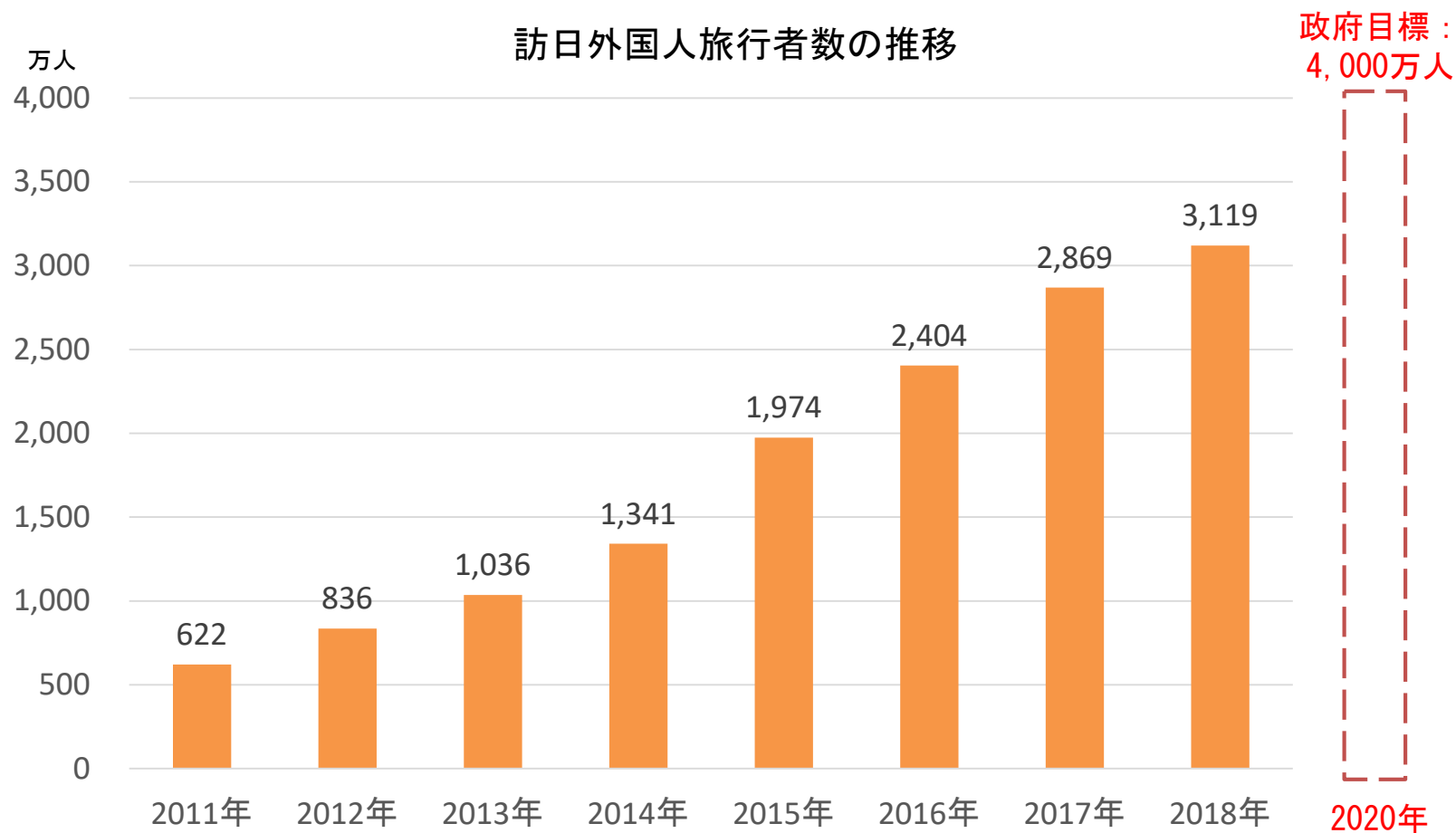
- 2010年には単身世帯が最も多い類型（総世帯の1／3）となっており、今後も増加する見通し
- 今後、夫婦と子の世帯が減少していく一方で、ひとり親と子世帯は増加する見通し



注:「その他の一般世帯」は、夫婦と両親、夫婦とひとり親、夫婦と子どもと親、夫婦と他の親族、夫婦と子どもと他の親族、夫婦と親と他の親族、兄弟姉妹のみからなる世帯や他に分類されない世帯を対象としている

出典: 国立社会保障・人口問題研究所「日本の世帯数の将来推計(全国推計)」(平成30年推計)

かわる「人」②（訪日外国人）



出典：日本政府観光局 (JNTO)

かわる「人」

○消費者・生活者の弱体化・多様化

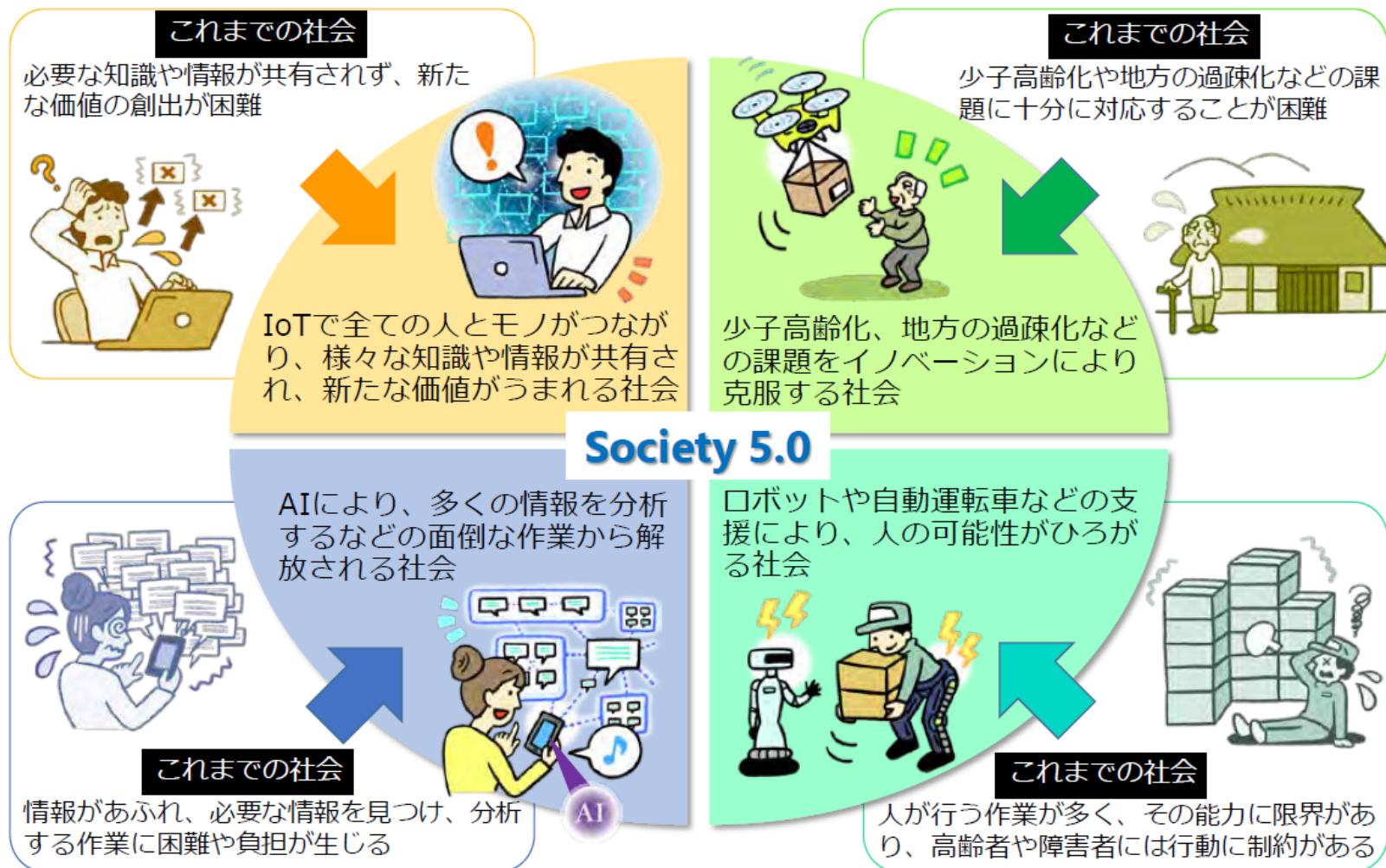
- ・ 少子高齢化、一人暮らしの増加、
「高齢者」、「外国人」、「障がい者」等

かわる「社会」

○消費者・生活者を取り巻く環境社会変化

- ・ 自然災害の増加・デジタル化・国際化の進展
- ・ SDGsの推進に向けた機運の高まり

かわる「社会」 ① (Society 5.0)



出典：内閣府作成資料より抜粋

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



出典:国際連合広報センター作成資料より抜粋

■ 消費者庁が考える、消費者が直面する、地域や社会の課題

配慮の対象	具体例
 環境	○地球温暖化 ○プラスチック ○食ロス
 地域問題	○フェアトレード商品 ○寄付付きの商品 ○地産品 ○被災地産品
 社会的包括	○ユニバーサルデザイン ○ダイバーシティ (障がい者支援等)

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、消費者がわくわくする商品・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

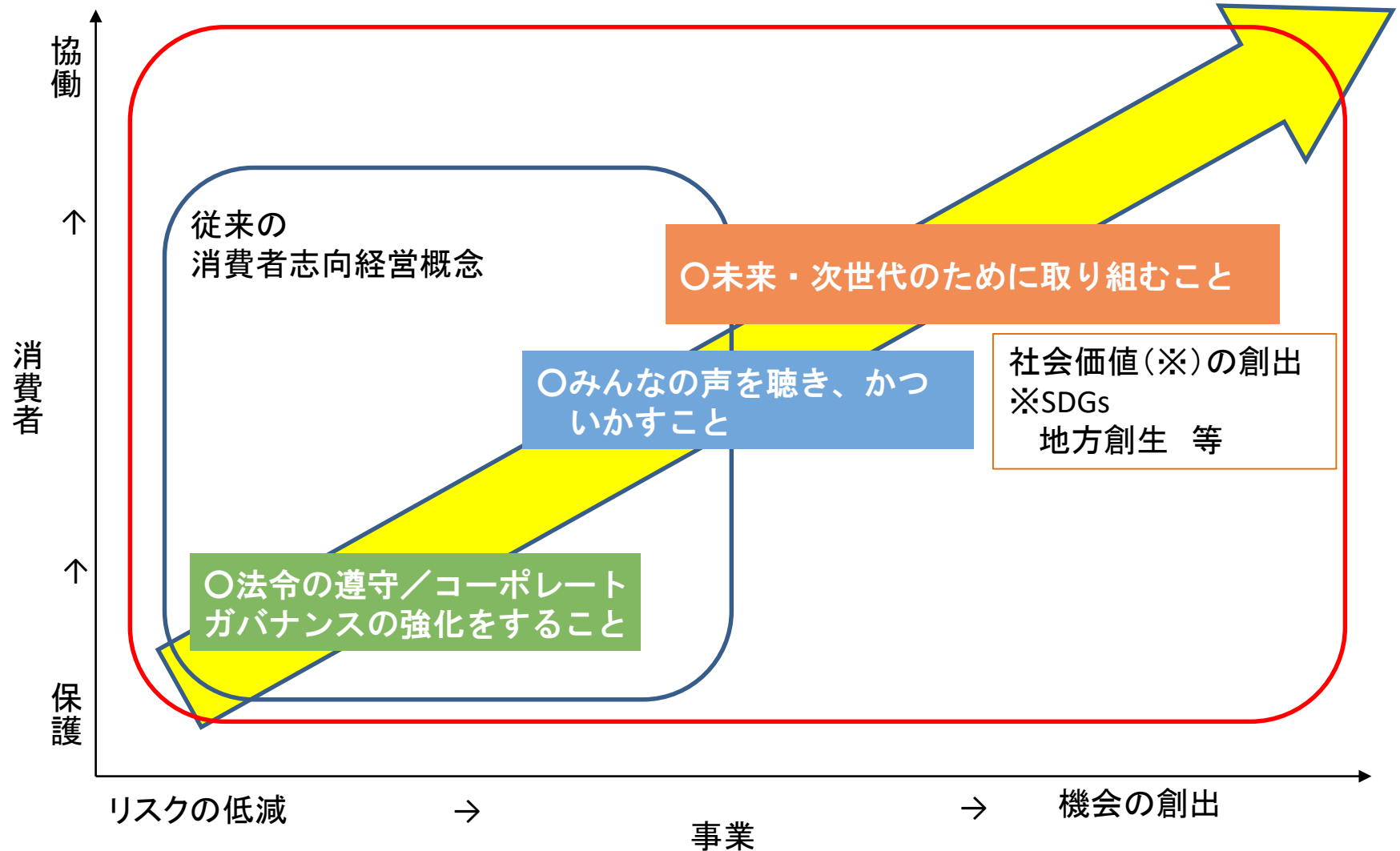
○みんなの声を聴き、かついかすこと

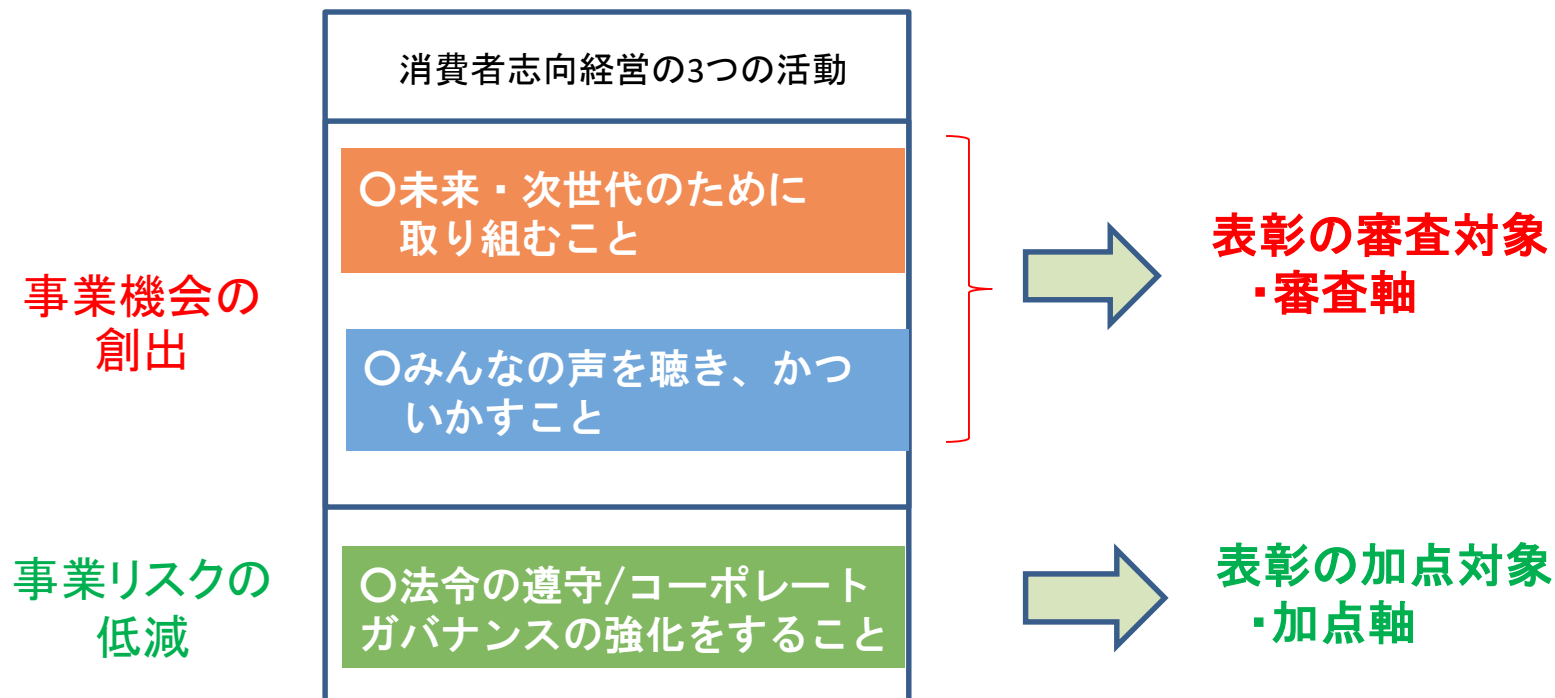
○未来・次世代のために取り組むこと

○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





令和2年度優良事例表彰における評価の軸について

○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

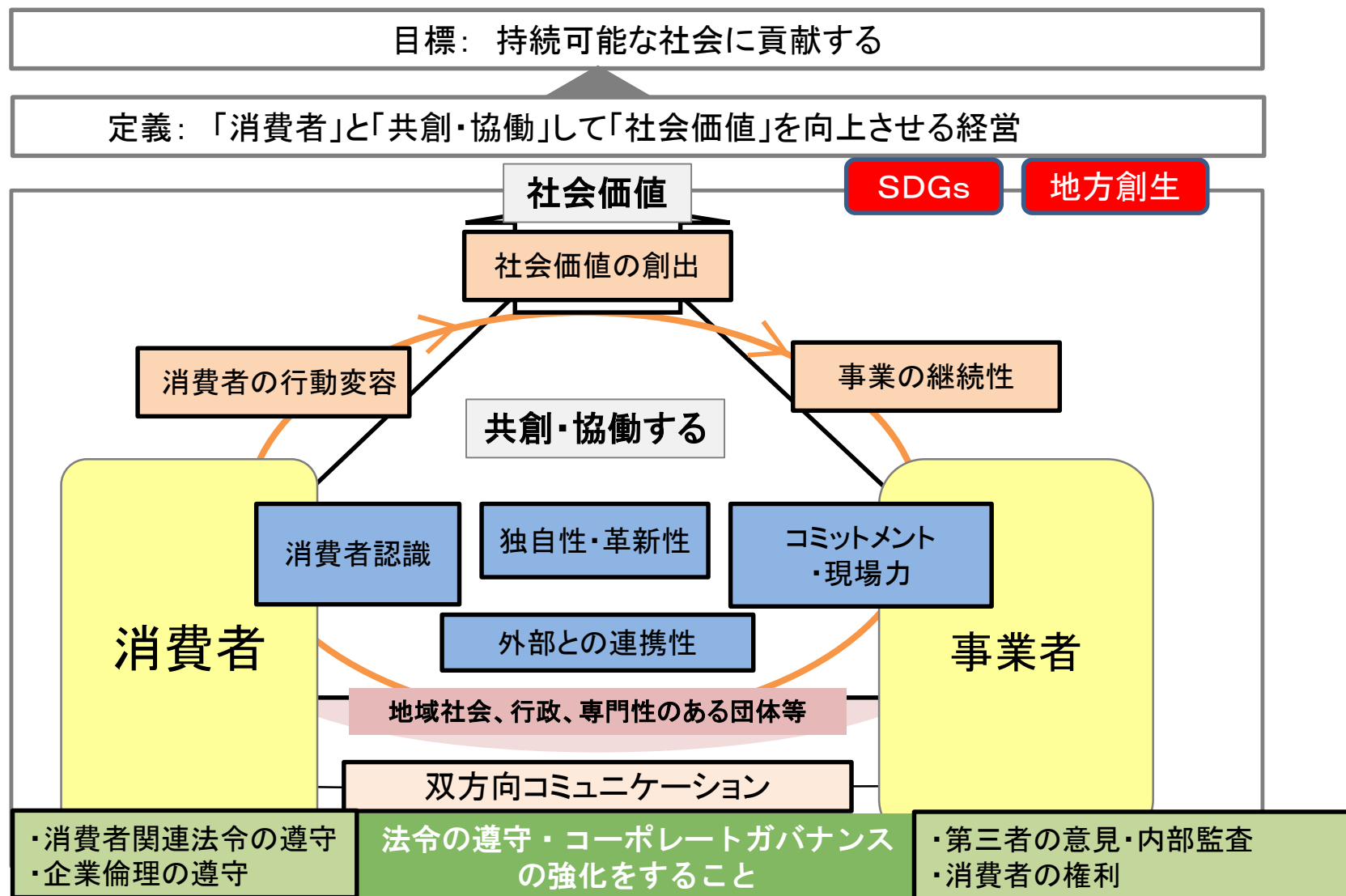
コミットメント・現場力	経営陣が、消費者志向経営に対して明確なコミットメントを表明し、社員が積極的に活動できる体制があること
消費者認識	対象となる消費者を、的確に把握し捉え、共に取り組んでいること
独自性・革新性	「自社らしさ」を生かしながら、新たな発想も取り入れること
外部との連携性	地域や社会、地球環境の課題解決に向けて、社外（地域社会、行政、他社、専門性のある団体等）と協力していること
双方向 コミュニケーション	消費者の特性に合った手段を通じ、消費者がわかりやすい情報を発信し、消費者と共感する関係を構築していること

・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

令和2年度優良事例表彰における評価の軸の概念図



STEP1

<例>

審査軸の定義↓要素の分解

審査軸

コミットメント・現場力

審査軸の定義

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

①

②

要素の分解

①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

②社員が積極的に活動できる体制がある

STEP2

要素↓設問作成

①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



・設問: 経営者コミットメント(明文化)

設問作成 ・設問: 発信の有無

②社員が積極的に活動できる体制がある



・設問: 推進体制への経営の関与(最高責任者レベル、経営会議・取締役の議題の有無)

設問作成 ・設問: 社員への浸透(浸透方法の種類)

STEP1

既存のESG評価機関
の設問整理

法律遵守

社会的な規範の遵守

情報セキュリティ

リスクマネジメント

内部通報制度

情報開示

汚職・政治献金

STEP2

共通項に消費者志向経営
の要素を加味し作成

消費者志向経営の要素⇒消費者の権利擁護、消費者関連法規の遵守

法令遵守

- ・設問: 消費者関連法規の遵守
- ・設問: 企業倫理を遵守する体制

コーポレートガバナンス

- ・設問: 第三者の意見の取入れの体制
- ・設問: 内部監査の体制
- ・設問: 消費者権利擁護に対応した体制整備
(安全である権利、選ぶ権利、知らされる権利、
消費者教育を受ける権利、意見を反映させる権利、
救済を受ける権利)

設問形式の考え方

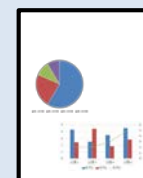
	審査軸	応募者の 負担	審査の 客観性	好事例の 発掘
選択式	択一選択 設問例)消費者志向経営の方針の明文化の有無 回答)はい、いいえ、検討中	軽	高	低
	複数選択 設問例)消費者志向経営の方針の種類 回答) 1.消費者志向自主宣言、2.企業理念や社是、 3.経営方針・経営計画 4.行動憲章・指針・規範 5.その他	軽	高	低
	複数選択＋具体例記載 設問例)消費者のニーズどう事業に活用 回答) □既存の商品・サービスの改良・販売方法等の改良に活用 具体的に() □新規の商品・サービスの開発・販売方法の開発に活用 具体的に() □新たな事業、領域の拡大に活用 具体的に()	中	中	中
自由記載	自由記載 設問例)外部の団体と連携をすることの効果 回答)()	重	低	高

○設問形式は、「選択式」と「自由記載」から構成され、客観的審査を担保しつつ、優れた活動の発掘を目指す。
○得られたデータについては、今後さらなる本事業の推進のための活用も検討。

チェックリスト

☐	-----
☒	-----
☒	-----
☒	-----
☒	-----

取組に関する
客観的データ



○加点軸は、選択式(択一選択)のみ。

- 設問ごとの配点の重みづけは非公開
- 具体例・自由記載の審査用の審査ポイントは非公開
- 加点軸の加点方法は非公開

応募フォーム(フェイスシート)

○応募に際し、以下の企業情報の入力求められる

応募フォーム

○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。		
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			

消費者志向自主宣言・フォローアップ活動への参加状況		
①消費者志向自主宣言が推進組織ウェブサイト(※1)に掲載されている。	Yes ○	No ○
②フォローアップ結果が推進組織ウェブサイト(※1)に掲載されている。	Yes ○	No ○
消費者志向自主宣言・フォローアップ活動への参加状況で、①と②のいずれもYesの場合		
既存の消費者志向自主宣言をPDFファイルにして添付してください。		
フォローアップ結果(消費者志向自主宣言の取組・成果・改善内容)の要点をA4で1〜3枚程度にまとめPDFファイルにして添付してください。		
消費者志向自主宣言・フォローアップ活動への参加状況で、①のみYesの場合		
既存の消費者志向自主宣言をPDFファイルにして添付してください。		
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(※1)に掲載されるべく速やかに着手する。	Yes ○	No ○
消費者志向自主宣言・フォローアップ活動への参加状況で、①と②のいずれもNoの場合		
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	Yes ○	No ○
応募から1年以内に自主宣言が推進組織ウェブサイト(※1)に掲載されるよう速やかに着手する。	Yes ○	No ○
消費者関連法令(※2)に関して、過去5年間のうちに不利益処分等(※3)を受けていない。	Yes ○	No ○
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。	Yes ○	No ○

※1 推進組織ウェブサイト：消費者庁のウェブサイトを用いる。

※2 消費者関連法令：消費者庁が所管する法令に加え、広く生命身体・財産の安全に関する法令(保険業法(平成7年法律第105号)、道路運送車両法(昭和26年法律第185号)、航空法(昭和27年法律第231号)等)を含む。

※3 不利益処分等：行政手続法(平成5年法律第55号)第2条第4号に規定する「不利益処分」並びに刑法(明治40年法律第45号)第9条に規定する「死刑、懲役、禁錮、罰金、拘留及び科料」及び「没収」を用いる。

総合枠対象

フォローアップ済
自主宣言事業者

特別枠対象

フォローアップ
未実施宣言事業者

未実施宣言事業者

※業種に関しては、日本標準産業分類に該当する大項目を入力いただきます。

応募フォーム

審査軸(「みんなの声を聴き、かついかすこと」)

○みんなの声を聴き、かついかすこと

1 コミットメント・現場力

(1) 経営者コミットメント

① 「消費者志向経営」を推進するための方針はありますか？

※1つのみ選択可

☐	1	はい	☐	2	いいえ	☐	3	検討中
--------------------------	---	----	--------------------------	---	-----	--------------------------	---	-----

② 上記1(1)①において1または3を選択した場合、それはどのようなものですか？

※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	経営方針・経営計画
☐	2	企業理念や杜是	☐	5	その他 50字程度
☐	3	行動憲章・指針・規範			

(2) 発信

① 上記1(1)①がはいの場合、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	☐	3	検討中
--------------------------	---	----	--------------------------	---	-----	--------------------------	---	-----

(3) 推進体制

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	経営層	☐	3	その他 50字程度
☐	2	執行役員			

② 取締役会・経営会議等で消費者志向に関する内容が議題に挙がる場合、それはどのようなことですか？具体例をご記載ください。

※複数選択可

☐	1	方針	具体例	50字程度
☐	2	活動	具体例	50字程度
☐	3	効果測定	具体例	50字程度
☐	4	改善	具体例	50字程度
☐	5	その他	具体例	50字程度

(4) 社員への浸透

① 社員に「消費者志向経営」の理解を促すための取組をしていますか？

※1つのみ選択可

☐	1	はい	☐	2	いいえ	☐	3	検討中
--------------------------	---	----	--------------------------	---	-----	--------------------------	---	-----

② 上記1(4)①がはいの場合、どのような取り組みをしていますか？具体例に実施の頻度等もご記載ください。

※複数選択可

☐	1	経営層自らの発信	具体例	50字程度
☐	2	管理職への研修・管理職によるワークショップの実施	具体例	50字程度
☐	3	社員への研修・社員によるワークショップの実施	具体例	50字程度
☐	4	社内への定着度の測定	具体例	50字程度
☐	5	その他	具体例	50字程度

応募フォーム

審査軸(「みんなの声を聴き、かついかすこと」)

○みんなの声を聴き、かついかすこと

2 消費者認識

(1) 配慮すべき消費者の認識

① 商品・サービスの提供において、配慮が必要な消費者の特性を把握するために、勉強会、疑似体験等を実施していますか？

※1つのみ選択可

☐ 1 はい	☐ 2 いいえ	☐ 3 検討中
-------------------------------	--------------------------------	--------------------------------

(2) 調査等による消費者ニーズの明確化

① 消費者の満足度向上のために、消費者の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	☐ 3 検討中
-------------------------------	--------------------------------	--------------------------------

② 上記2(2)①がはいの場合、どのように把握していますか？

※複数選択可

☐ 1 アンケート	☒ 5 イベント・懇談会での交流
☒ 2 インタビュー	☒ 6 インフルエンサーとの交流
☐ 3 SNS	☒ 7 その他 50字程度
☒ 4 消費者相談	

(3) 消費者ニーズの活用

① 上記2(2)で把握したニーズを事業にどのようにいかしているか、ご記載ください。

※複数選択可

☐ 1 既存の商品・サービスの改良・販売方法等の改良にいかしている	具体例	150字程度
☒ 2 新規の商品・サービスの開発・販売方法等の開発にいかしている	具体例	150字程度
☐ 3 新たな事業、領域の拡大にいかしている	具体例	150字程度
☐ 4 その他	具体例	150字程度

3 独自性・革新性

(1) 独自性

消費者志向経営の活動のうち、自社の強みや競合他社と差別化できる「自社らしさ」がいかされているものがあれば、ご記載ください。

自由記載 100字程度

(2) 革新性

商品・サービスに新たな発想や技術を取り入れている事例があれば、ご記載ください。

自由記載 100字程度

4 外部との連携性

(1) 社外との協働

① 事業に影響を与えるような地域、社会、または地球環境の課題の解決に向けて、社外と協力していますか？

※1つのみ選択可

☐ 1 はい	☐ 2 いいえ	☐ 3 検討中
-------------------------------	--------------------------------	--------------------------------

② 上記4(1)①がはいの場合、下記に例示するような外部の団体と連携をすることの効果をご記載ください。

例：行政や学術機関、NPO・NGO、消費者団体、地域の商工会等の経済団体、他企業 等

自由記載 100字程度

応募フォーム

審査軸(共通「双方向コミュニケーション」)

○(共通)双方向コミュニケーション

1 双方向コミュニケーション			
(1) 消費者からの共感			
① 消費者から共感をしてもらえるような工夫をしていますか？			
※1つのみ選択可			
☐	1	はい	
☐	2	いいえ	
☐	3	検討中	
② 上記1(1)①がはいの場合、工夫によってもたらされた結果を測定していますか？			
※1つのみ選択可			
☐	1	はい	
☐	2	いいえ	
☐	3	検討中	
③ 上記1(1)②がはいの場合、測定した結果をどのようにいかしていますか？			
※複数選択可			
☐	1	SNS等での情報発信・表現方法・コンテンツ	具体例 50字程度
☐	2	SNS等以外での情報発信・表現方法・コンテンツ	具体例 50字程度
☐	3	その他	具体例 50字程度

応募フォーム

審査軸(「未来・次世代のために取り組むこと」)

○未来・次世代のために取り組むこと

1 社会価値の創出

(1) 社会価値インパクト

以下の①から③を順にご記載ください。

① 貴社の事業にとって重要な社会課題を1つご記載ください。 30字程度

② 上記1(1)①の課題の解決に結び付くように、消費者の声を踏まえて、提供している商品・サービスをご記載ください。 150字程度

③ 上記1(1)②について、消費者に使用・利用されることで生み出される社会価値や消費者価値についてご記載ください。

(ア) 社会価値
(社会にもたらす良い影響) 100字程度

その良い影響の度合い、程度
(数量及び質的な指標を用いて記載すること) 100字程度

(イ) 消費者価値
(消費者にもたらす良い影響) 100字程度

その良い影響の度合い、程度
(数量及び質的な指標を用いて記載すること) 100字程度

2 消費者の行動変容

(1) 消費者意識・行動変容

① 消費者に意識や行動の変化を促すような、商品・サービスや情報を提供していますか？

※1つのみ選択可

1 はい

2 いいえ

3 検討中

② 上記2(1)①がはいの場合、どのような商品・サービス、どのような情報かご記載ください。

上記の社会価値の創出(1)社会価値インパクト②で回答されている同商品・同サービスをご記入ください。

※複数選択可

1	商品・サービス	具体例	150字程度
2	情報	具体例	150字程度
3	その他	具体例	150字程度

応募フォーム

審査軸(「未来・次世代のために取り組むこと」)

○未来・次世代のために取り組むこと

3 事業の継続性

(1) 成長性・継続性

① 消費者志向の商品・サービスを、中長期経営計画に組み入れていますか？

上記の社会価値の創出(1)社会価値インパクト②で回答されている同商品・同サービスをご記入ください。

※1つのみ選択可

1	はい	2	いいえ	3	検討中
---	----	---	-----	---	-----

② 事業の進捗を定量的なデータで確認していますか？

上記の社会価値の創出(1)社会価値インパクト②で回答されている同商品・同サービスをご記入ください。

※1つのみ選択可

1	はい	2	いいえ	3	検討中
---	----	---	-----	---	-----

③ 上記3(1)②がはいの場合、どのような定量的なデータかご記載ください。

※複数選択可

1	売上金額	4	収益率
2	社員数	5	その他 50字程度
3	設備投資金額		

(2) 経済へのインパクト

① 消費者志向の商品・サービスは、どのようなものですか？

上記の社会価値の創出(1)社会価値インパクト②で回答されている同商品・同サービスをご記入ください。

※1つのみ選択可

1	既存の商品・サービスを改良したもの	3	新たな事業、領域の拡大に活かしているもの
2	新たな商品・サービスとして開発したもの	4	その他 50字程度

② 消費者志向の商品・サービスの経済価値について、ご記載ください。

上記の社会価値の創出(1)社会価値インパクト②で回答されている同商品・同サービスをご記入ください。

※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。

②-1 過去3年間の実績：営業利益		②-2 今後3年間の予測：営業利益目標	
平成30年度(2018年度)		円 令和3年度(2021年度)	
令和元年度(2019年度)		円 令和4年度(2022年度)	
令和2年度(2020年度)・見込み		円 令和5年度(2023年度)	

②-3 その他、経済へのインパクトについて特筆すべきことがあれば、ご記載ください。

100字程度

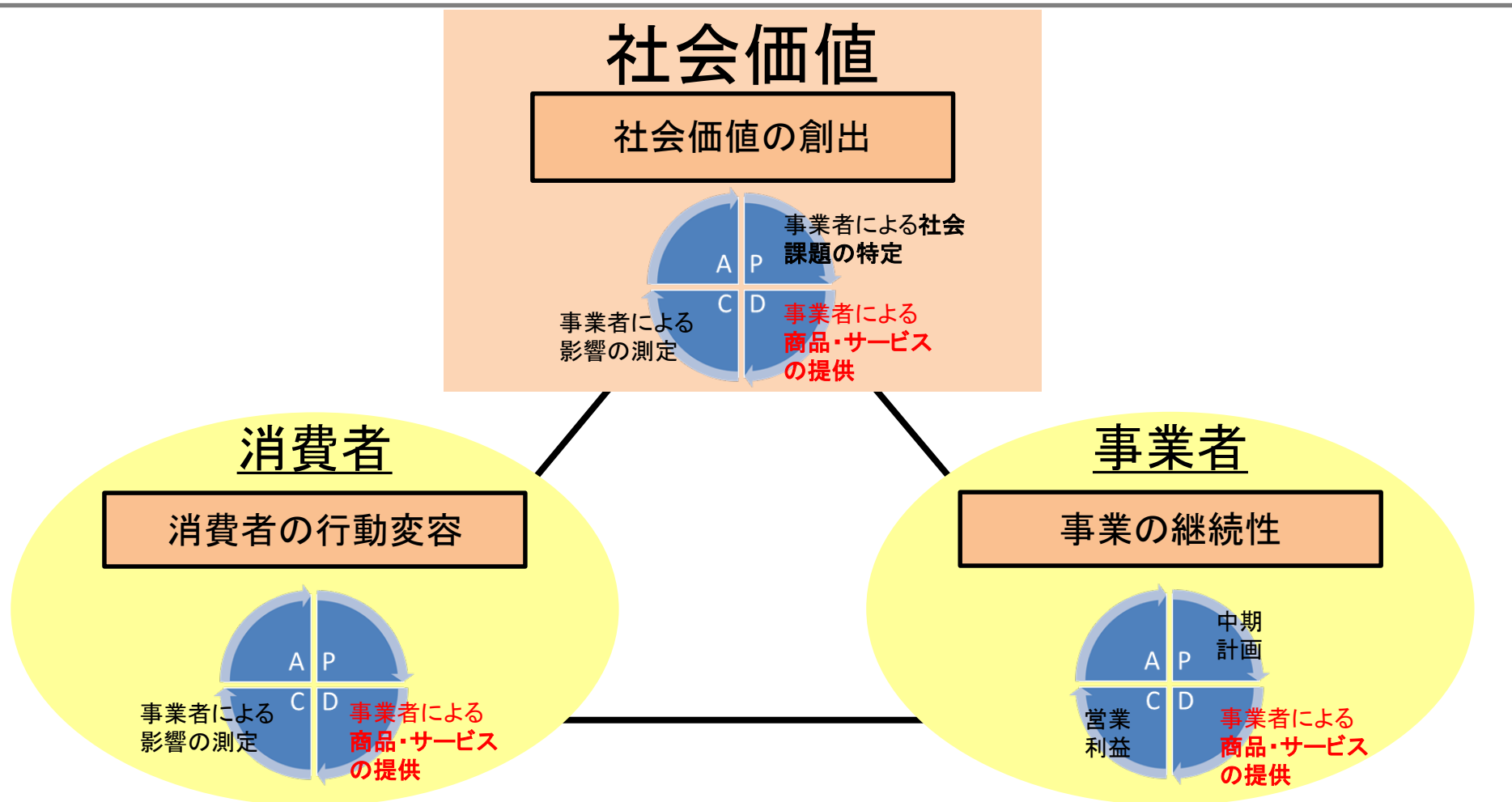
1 コンプライアンス	はい	いいえ
▼ (1) 消費者関連法令の遵守		
① 過去1年間に、刑事告発を受けた事件・事故はありましたか？		
② 過去1年間に、不祥事等による操業・営業停止やリコールはありましたか？		
③ 過去1年間に、行政機関からの不利益処分等を受けましたか？		
▼ (2) 企業倫理の遵守		
コンプライアンス(法令・組織内ルールの遵守)の徹底に関する、以下の問いについてお答えください。		
① 明文化された方針がありますか？		
② 明文化された運用ルールがありますか？		
③ コンプライアンスを徹底させるための管理体制がありますか？		
④ 役員または役員に相当する職位の社員が、コンプライアンスに関する管理責任を負っていますか？		
⑤ 過去1年間に、社員によるコンプライアンス違反がありましたか？		

2	ガバナンス		
(1)	第三者の意見		
①	消費者団体や専門家(ESG, CSV、SDGs)等の第三者を入れたアドバイザリーボード・委員会等を設置していますか？		
(2)	内部監査		
①	内部監査を行うルール・運用・管理体制がありますか？		
②	内部通報を受け入れ、対応する窓口の整備がありますか？		
3	ガバナンス 消費者の8つの権利		
(1)	安全である権利		
①	商品・サービスの品質を担保するルール・運用・管理体制はありますか？		
②	法令リコール、自主回収に対応するルール・運用・管理体制はありますか？		
(2)	選ぶ権利		
①	適切な表示・契約書等を通して、消費者が購入時に正しい情報を得るためのルール・運用・管理体制がありますか？		
(3)	知らされる権利		
①	情報開示に関するルール・運用・管理体制がありますか？		
(4)	消費者教育を受ける権利		
①	消費者啓発を行うルール・運用・管理体制がありますか？		
(5)	意見を反映させる権利		
①	消費者の意見、不満、苦情・要望等を、製品・サービスに反映させるためのルール・運用・管理体制がありますか？		
(6)	救済を受ける権利		
①	契約不履行や身体被害等といった消費者被害の補償を行うためのルール・運用・管理体制がありますか？		

「未来・次世代のために取り組むこと」の設問の意味

消費者志向経営とは

「消費者」と「共創・協働」して「社会価値」を向上させる経営



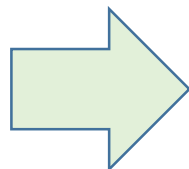
事業者と消費者が互いにWIN-WINの関係で、
それぞれに「良い影響」を生み出す経営による

令和2年度の優良事例表彰事業概要

本表彰規定に基づき、本事業での表彰は「大臣賞」及び「長官賞」である

従来の表彰

- ・ 一般公募方式
- ・ 表彰は以下のとおり。
 - ※ 大臣賞 1社
 - ※ 長官賞 3社

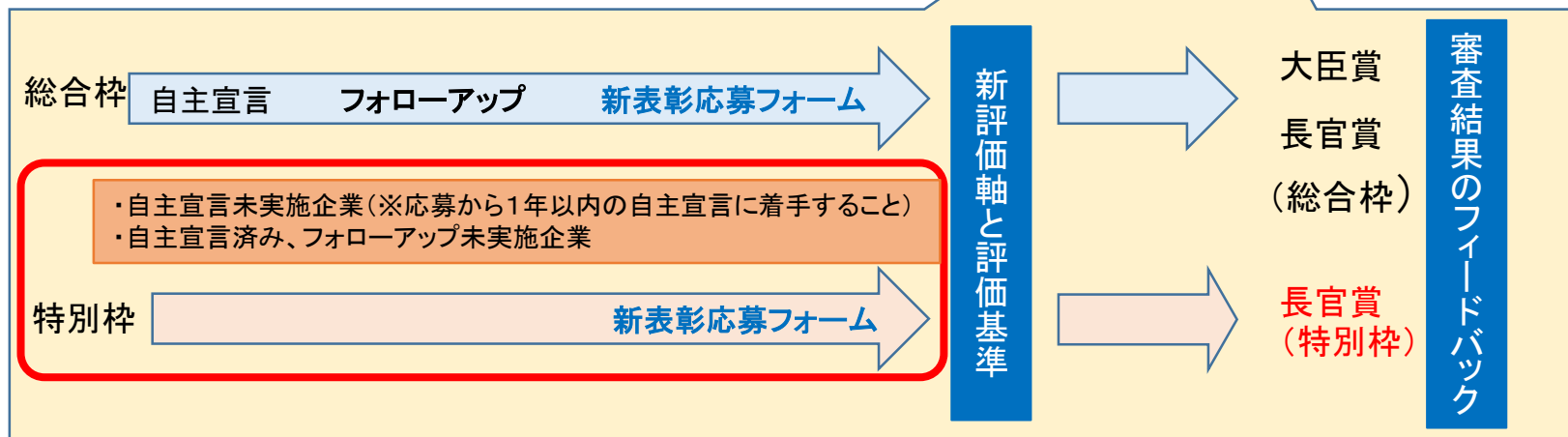


令和2年度の表彰(案)

- ・ 一般公募方式
 - ・ 表彰は以下のとおり。
 - ※ 大臣賞 1社
 - ※ 長官賞 1～2社
 - ※ 長官賞（特別枠）最大2社
- ⇒長官賞(特別枠)は令和2年度の特例措置(応募数の増加を図るため)

< 従来から今年度の変更点 >

表彰	取組	評価項目
令和元年度まで	「6つの柱」	独自性、積極性、波及性、社会性
令和2年度より	「3つの活動」	審査＋加点



※今年度の検討に基づき、「消費者志向経営優良事例表彰実施要領」等の改訂を行う

令和2年度の優良事例表彰事業 応募から選考までのフロー概要

準備

応募

選考

表彰

令和2年

令和3年

9月2日

9月7日～
16日

9月16日～11月13日

11月14日～12月4日

2～3月

公表

オンライン
説明会

「消費者志向自主宣言」を公表している

YES

「フォローアップ結果」を
公表している

YES

総合枠

NO

特別枠

NO

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、選考過程の円滑な運
営をするために、消費者庁等が支援をする。

・内閣府特命担当大臣賞
(消費者及び食品安全)
1社

・消費者庁長官賞
1～2社

・消費者庁長官賞(特別枠)
最大2社

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

有識者検討会での議論された長官特別枠にふさわしいテーマ

	○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
中小企業 BtoB (toC)	<声の聴き方のイノベーション> ・食品ロス削減を促進するためのアプリ開発・プラットフォーム構築 <取引先との共創・協働> ・CO2の削減のため、取引先と共に、技術革新、生産体制を独自に構築 <地域住民や社員との共創・協働> ・中長期の経営計画策定への社員の参画 <声を活かす商品・サービス> ・高齢者が開けやすいパッケージの開発	<地域活性・高齢者> ・近隣住民の買物代行サービス提供 <地域活性・次世代> ・低コストの住宅提供による、子供の教育等への投資拡大を実現 <地域活性・地球環境> ・自然保全を促す商品開発 <地球環境> ・自社製品へのリサイクル素材の活用 <エシカル消費> ・エシカル消費等の消費者の意識変化に対応した商品開発
その他	<双方向コミュニケーション> ・消費者と事業者のサステナブルな関係 <外部との連携性> ・NGO作成のSDGs教育・促進資料を活用したSDGsの浸透	



これを踏まえて、長官が決定

番号	テーマ	内容
1	地域と共に生きる	本業を通して、変化する消費者のニーズを迅速に捉え、地域の社会課題を解決していく取組
	<例> 地域のタクシー会社や商店街が、高齢者等買い物難民の買い物の足の確保や、交流や働く場の提供をし、利便性と地域活性の両立	
2	新型コロナ時代を生きる	本業を通して、消費者と協働しながら、新たな価値を提供している取組
	<例> 飲食店に農産物や畜産物を卸している事業者と、消費者の自宅やフードバンク等をつなぐプラットフォーム事業	

○いずれかを選択する

「消費者」と「共創・協働」して「社会価値」を向上させる経営

社会価値の創出

地域と共に生きる

新型コロナ時代を生きる

<令和2年度長官賞(特別枠)表彰テーマ>

消費者

事業者

WIN-WINの関係

事業者と消費者が互いにWIN-WINの関係で、
それぞれに「良い影響」を生み出す経営

総合枠

社会価値の創出

消費者の行動変容

事業の継続性

コミットメント・現場力

消費者認識

独自性・革新性

外部との連携性

双方向
コミュニケーション

法令の遵守／コーポレート
ガバナンスの強化をすること

特別枠

特別枠のテーマ

消費者の行動変容

事業の継続性

コミットメント・現場力

消費者認識

独自性・革新性

外部との連携性

双方向
コミュニケーション

法令の遵守／コーポレート
ガバナンスの強化をすること

大臣賞又は長官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。

<連続受賞の考え方のイメージ>

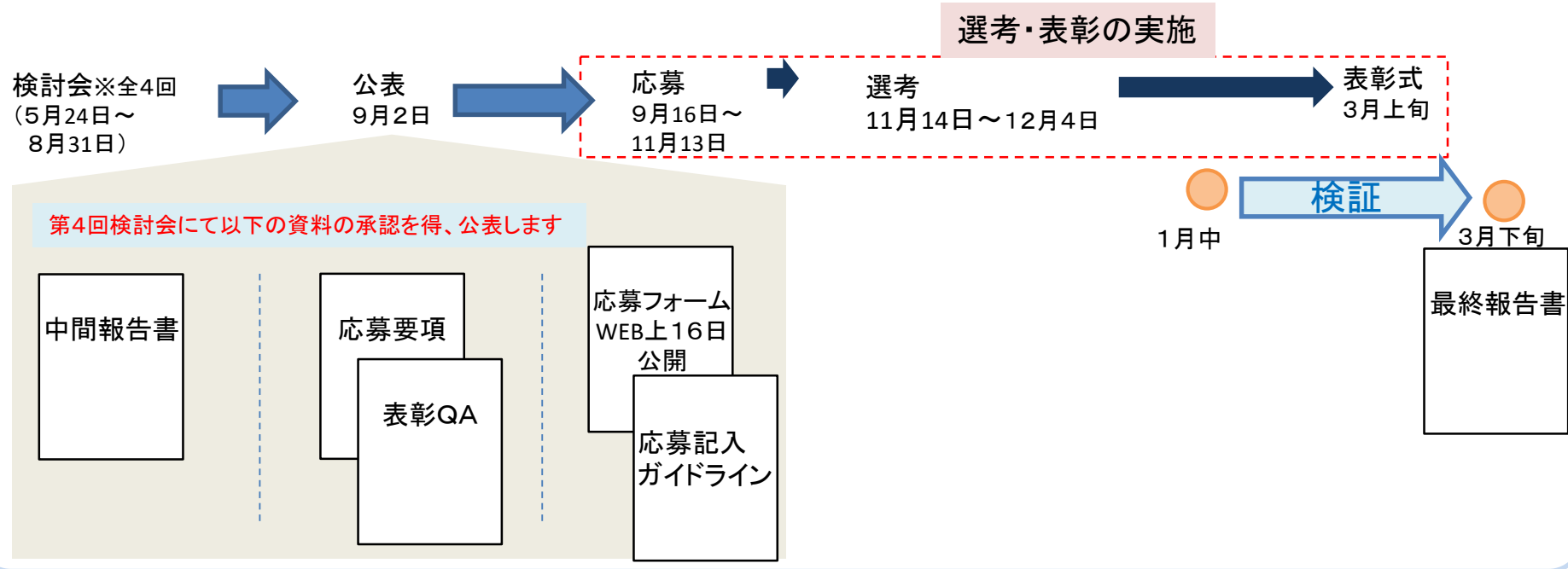
※「応募不可年度」の翌年度より応募可能

	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年度に大臣賞受賞 令和元年度に長官賞受賞 →令和2年度は応募不可	大臣賞 受賞	長官賞 受賞	応募不可年度	応募可能	
例2) 令和元年度に長官賞受賞 令和2年度に長官賞受賞 →令和3年度は応募不可		長官賞 受賞	長官賞 受賞	応募不可年度	応募可能
例2) 令和2年度に大臣賞受賞 令和3年度に大臣賞受賞 →令和4年度は応募不可			大臣賞 受賞	大臣賞 受賞	応募不可年度

中間報告時点での成果物一覧

<令和2年度 有識者検討会の目的>

	目的	成果物
有識者検討会	①表彰の前提となる消費者志向経営の概念整理	・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	・応募フォーム
選考・表彰	③(新しい評価軸を用いた)令和2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



<令和3年度 有識者検討会の目的>

令和2年度の検討内容を受けて、令和3年度見直しの方向性を決定

⇒令和2年度の積み残し課題も併せて検討：金融との紐付けや公益通報者認証制度との連携