

# 「消費者志向経営の取組促進に関する検討会」 報告書(平成28年4月6日)について

## 消費者志向経営とは何か

事業者が、

- ・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。
- ・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。

※消費者と直接取引をする事業者に限らない。



消費者とのコミュニケーションの深化

## 事業者に求められる行動

### ✓ 組織体制の整備・充実

経営トップの  
コミットメント

コーポレートガバナンス  
の確保

従業員の積極的活動  
(企業風土や従業員  
の意識の醸成)

消費者対応部門等と  
他部門との有機的連携

### ✓ 消費者に対する具体的な行動

消費者への情報提供の充実・  
双方向の情報交換

消費者・社会の要望を踏まえた  
商品・サービスの改善・開発

## 期待される効果

### 事業者

- ・事業者の持続的成長と  
中長期の企業価値の向上
- ・消費者トラブルの減少
- ・リスクの軽減(危機の未然防止等)
- ・従業員の仕事へのモチベーション  
の向上

### 消費者

- ・消費の満足度の向上
- ・商品・サービスの安全・安心・  
品質の確保
- ・消費者ニーズの商品・サービス  
への反映
- ・消費者の自主的・合理的選択  
による消費の満足度の向上

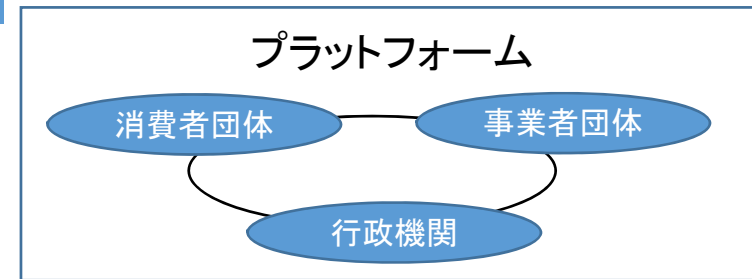
### 日本経済

- ・健全な市場の形成
- ・消費の拡大を通じた  
「経済の好循環」の実現

# 消費者志向経営の取組を促進するための対策

## 消費者志向経営の取組を促進するための対策

- ✓ 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。  
(当面、5年程度の期間を設定)
- ✓ 推進組織(プラットフォーム)を設置  
事業者団体、消費者団体、行政機関が連携。



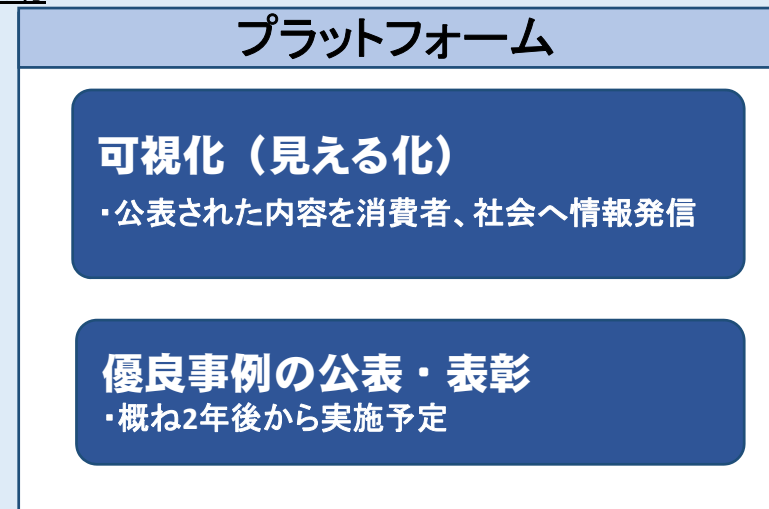
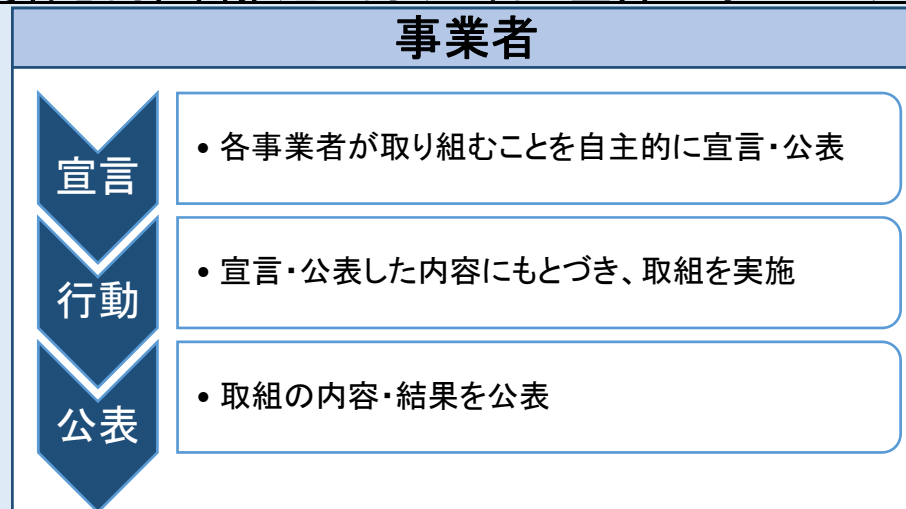
## 具体的な対策

プラットフォームにおける参加者の情報交換

経営者層向けセミナー(トップセミナー)等の開催

事業者の管理職・担当者の資質向上に向けた研修等の開催

## 消費者志向経営推進に向けた自主宣言・フォローアップ活動



## 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

# 消費者志向経営の取組の柱と取組内容の例

