

第1回「消費者志向経営の取組促進に関するワーキング・グループ」 議事要旨

1. 日時：平成27年8月27日（木）10：00～12：00
2. 会場：消費者庁 61 会議室
3. 出席者：

【WG員】

上田 稚子 日本ヒーブ協議会前代表理事
高 巖 麗澤大学大学院経済研究科教授
土田あつ子 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・
相談員協会消費生活研究所 主任研究員
長谷川公彦 公益社団法人消費者関連専門家会議専務理事

(敬称略)

4. 議事概要

初めに、事務局より第1回検討会の概要と今後の検討のスケジュールの説明を行った。次に、上田稚子WG員より、事業者の取組についてご説明いただいた後、第1回検討会の議論も踏まえ、消費者志向経営の評価に向けた意見交換を行った。

5. 意見交換の概要

【消費者志向経営の評価項目等】

- ・成果物を出すことに急ぎすぎて拙速なものにならないよう、長期スパンでの評価を出すことも考慮に入れるべき。
- ・消費者志向経営そのものの意味は広く、販売促進との二面性があるため、どこまで評価するのか難しい。
- ・ISO26000のような健全な消費社会をつくるという考え方は、表彰のベースとして念頭に入れるべきではないか。
- ・焦点をガバナンス・組織風土に置けば、企業の規模に関わらず評価できると思う。
- ・経営企画や社長室に、企業の取組について回答をもらうようにする。また、消費者志向経営に直接関わらないかもしれないが、社外取締役に対して事前の説明をしているかという重要な視点もある。
- ・消費者志向経営とはカスタマーではなく、コンシューマー対応であると考えべきである。
- ・経営資源の一つとしてお客様を顧客資産とみて、客自身に必要であると思われる企業としてつながりを広げていくことが、企業の持続的な成長につながるということを、啓発することが重要である。
- ・企業の中で従業員は消費者であるという文化ができれば、消費者市民社会につながるだろう。
- ・消費者志向経営が求めることを議論する際、企業の社会責任として良き消費者市民をつくることで、社会全体がより望ましくなるということを踏まえると、経営者は理解してくれるのではないか。

【評価制度の実施等】

- ・第1回の検討会では、表彰された後に問題を起こした場合のことを考え、表彰を受けたくない企業が出るという懸念があったため、企業がチャレンジを宣言する等の取組にすればいいのではないか。
- ・優劣をつけず、良い取組を皆が認め、促進する取組とし、そのことを企業経営者に理解してもらい、応募していただくようにするのはどうか。
- ・お客様対応は、BtoBの企業は取引先企業をお客様と捉える等、事業形態の違いによっても違ってくる。最初から、全部の企業を網羅した表彰を目指すのではなく、各社の消費者志向の力を伸ばし、それに他社が喚起されるような仕組みにするのがいいのではないか。
- ・社外への情報開示も大切であり、企業が取組を公に宣言するのも一つの方法ではないか。
- ・申請条件は、過去に重大な法令違反をしていないなど、いくつか条件を挙げればよいのでは。審査を厳格にしなくても、公にすれば世の中の目が入るため、より緊張感をもってPDCAサイクルを回せるのではないか。
- ・宣言だけでは具体性に欠けるため、表彰も必要だと考える。
- ・表彰されなかった企業に対し理由を説明するためにも、きっちりとした評価基準が必要であろう。
- ・評価基準に併せて、表彰制度の運営方法など全体の仕組みも考える必要があるのではないか。