

第2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9月25日（金）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)

※この他、五味 祐子 検討会委員が、オブザーバーとして議論に参加した。

4. 議事概要

第2回検討会でワーキング・グループの中間報告を行う際の骨子、表彰の方法の他、具体的な評価項目（評価の柱）について、高WG長からの提案も踏まえて、意見交換を行った。

5. 意見交換の概要

【中間報告の骨子について】

- ・「消費者志向経営」を「経営」として行う意義のひとつは、消費者との関わりを通して、新たな顧客という経営資産を獲得し、拡大していくことが挙げられる。つまり消費者志向経営を進めることは、経営の安定や企業の持続的な成長につながるということであり、長期の利益確保という面で株主等の理解も得られることになるのではないかと。
- ・消費者志向経営について、「顧客」は企業との信頼関係を前提としている分、企業の誠実な対応（インテグリティ）が問われることにも留意すべき。
- ・顧客とは、企業にとって自分たちの商品を買うお客様のこと、消費者とは、広く購買・消費行動を行う人のことで、必ずしも顧客とは限らない顧客よりより広い属性概念になる。顧客の信頼は、一度失ったら簡単に回復できないという事実を危機感として企業は認識するべきだ。
- ・消費者志向経営について、関係者が共通認識を持てるようにする必要がある。つまり経営者がどのようなことをすればいいのかというアドバイスや具体的な取組事例、考え方、社内のシステム等を紹介し、経営者が理解、納得できるように丁寧に提案する必要がある。
- ・「良き企業市民」という言葉があるように、企業にはCSRの一端としても消費者に対する責任が存在する。消費者基本法に謳われている消費者に対する事業者の責務についても触れるべきである。
- ・問題発生時に情報を経営者にいち早く報告する仕組みがあり、かつ、経営者の対応がぶれないことが、消費者志向経営であると思う。
- ・消費者は消費者志向経営やそれに取組む企業について分からない状況である。宣言や表彰を通して、それを消費者に知らせることができればいいのではないかと。それが企業ブランドの信頼にもつながり、企業のメリットにもなるのではないかと。

【表彰の方法について】

- ・一度に表彰を始めるのではなく、まずは考え方を周知し、経営トップに消費者志向への宣言をしてもらい（第1段階）、表彰をする（第2段階）という2段階にするのは良い。まずは多くの企業に宣言をしてもらうべきである。
- ・宣言をした企業でないと表彰に応募できないとすると、取組の初期段階で、募集の幅を狭めてしまいかねないのでは。表彰制度がそこそ普及できた段階で、宣言の有無を応募の入り口にするなど、実態を踏まえた柔軟な対応を考えることも重要。当面は、宣言は評価要素の一つとするのはどうか。

- ・宣言項目を細かくすると、経営層でなく部内の業務となってしまう。部門が取組んでいるかではなく、トップが取組むことを宣言するような内容としたほうが良い。
- ・全ての項目を満たす宣言が出来なくても、部分的な宣言も可とし、応募の間口を広くして各企業の得意分野を活かすのはどうか。
- ・具体的な取組事例を出さないとイメージできない会社もあると思うので、事例は提示し、会社の考えを書込む形式の宣言はどうか。

【評価項目（評価の柱）について】

- ・トップのコミットメント、コーポレート・ガバナンス、企業風土や従業員の意識、部門間の連携等、5つ程度を評価の柱にすればよいのではないか。
- ・コーポレート・ガバナンスの評価項目の中に、悪い情報でもすぐにトップに上がってくる仕組みがあるかどうかの項目を入れ、企業風土や従業員の意識の項目に特徴的な取組を入れたらどうか。
- ・企業の実態に照らして評価項目を再整理してはどうか。
- ・主観的な項目だけでは、宣言時の参考資料としては意味があるが、表彰時の評価項目としては使いづらいのではないか。
- ・トップ（経営者）のコミットメントの基本は、顧客のみの利益を第一に考えることではなく、広く消費者の利益を考えることを社内に徹底することだと思う。また、トップが答えにくい細かい項目は必要ないのではないか。
- ・企業の努力や葛藤・プロセスを評価することが出来れば、経営者のモチベーションがあがるのではないか。
- ・企業が通常経験する社会貢献と営業利益間での葛藤とは区別して考える必要がある。
- ・表彰で具体的なプロセスを見ることとし、宣言ではハードルを下げるために、5つの評価の柱から良い取組を述べるだけでいいのではないか。例えば宣言では具体的取組は、評価の柱の5本のうち3本以上、企業のホームページやレポートなどで情報開示されているというようなやり方がいいのではないか。

以上