

第1回検討会の議論概要

1. 総論（検討の方向性）

<産業界>

- ・企業は、一定の成果の確保が不可欠である中で、従来から CSR 等のコンセプトにより、様々な努力をしてきている。
- ・企業側の努力について一定の評価が得られないと、今後の消費者志向経営の促進という取組について、企業側から十分な共感を得ることは困難。
- ・企業の消費者対応の努力において、相当数の経験者の配置、便乗クレーマーの行動など、事業遂行上の大きな課題となる点もある。
- ・企業の従業員は、消費者という側面を持つことにも留意すべき。

<消費者団体>

- ・企業における消費者志向経営と消費者への正しい教育が車の両輪。
- ・企業の消費者相談窓口の整備・強化については、一層の努力を期待。
- ・消費者側においても、権利の主張と同時に、さらに勉強を行って責任を果たすことが必要。そうでないと、ウィン・ウィンの関係は築けない。

<学識経験者>

- ・真面目にリスク対応をする企業が、かえって消費者から評価されない局面が生じることがある。この事態にどう対応するかということが、重要な論点。
- ・企業は、全ての局面でパーフェクトになることは困難だが、リスク事案に的確に対応することはできる。その行動を、適切に評価することが重要。
- ・企業と消費者には情報の格差があり、それを放置したままで取引しないようにするための、企業側のガバナンスの仕組みが重要。
- ・今後の検討においては、事業者の社会的責任についてまとめている ISO26000 が参考になり得る。

2. 個別論点

(1) 中小企業の位置付け

- ・中小企業は、大企業と同じレベルの対策を実施することは困難。
- ・中小企業においても、一部の先進的企業のみならず、全ての企業に消費者志向経営の視点を持ってもらう必要がある。

(2) 企業表彰を行う場合の論点

- ・評価軸の議論に際しては、業種や企業規模の相違の考慮等、慎重さが必要。
- ・長期間（例えば 10 年間）のプロセスを評価することも一案。
- ・表彰等の評価を受けた企業に、事後に何らかの問題が生じた場合における対応を検討すべき（韓国に罰則軽減の仕組みあり）。

<以 上>