

●○○ 第203回あすか倶楽部 定例会 ●○○

テーマ：まるわかり！消費者志向経営 ～ACAPの取り組みと企業の優良事例

講師：公益社団法人消費者関連専門家会議（ACAP）専務理事 坂倉 忠夫 氏

日時：2018年6月16日（土）14：00～17：00

場所：トヨタ自動車池袋ビル 6階604会議室

【概要】

- ・近年、事業者の消費者志向経営の推進の機運が高まりつつある。
- ・消費者志向経営とは何なのか、お客様第一主義とどこが違うのか、どのような背景があるのかなどについての説明。
- ・ACAPが行っている消費者志向経営の推進に向けた取り組みや、実際に消費者志向の優れた取り組みを実践している企業の優良事例を紹介。
- ・消費者志向経営の基本は、事業者と消費者のコミュニケーションの進化であり、事業者が消費者と一緒に新しい世界を作っていく中で、消費生活アドバイザーの役割についても考える。

【内容】

○社会からの期待・要請の変化と企業の対応

- ・1960年代＝大量生産・販売・消費 →消費者保護基本法
- ・1970年代＝生活の多様化 →消費者相談窓口の設置促進
- ・1980年代＝サービス・情報化 →ACAP設立
- ・1990年代＝社会貢献・ボランティア →ボランティア元年、経団連「企業行動憲章」
- ・2000年代＝コンプライアンス →消費者基本法、消費者庁発足、CSR元年
- ・2010年代＝持続可能な社会 →SDGs、消費者志向経営の推進

○消費者行政の流れ

- ・20世紀＝消費者vs事業者 →消費者被害から消費者を保護
- ・21世紀①＝消費者と事業者の共生 →消費者の自立を支援
- ・21世紀②＝消費者と事業者の共創 →消費者市民を育む

○消費者行政の変化

- ・被害防止・救済・安全の確保→論理的消費・消費者志向経営
- ・消費者は「保護される主体」から「自立した主体」へ

○消費者志向経営推進の取り組みの流れ

- ・2015年3月＝第3期消費者基本計画にて「消費者志向経営を行うことが健全な市場の実現につながる」と初めて明記
- ・2015年8月＝「消費者志向経営の取り組み促進に関する検討会」開始
- ・2016年10月＝「消費者志向自主宣言・フォローアップ活動」の発表
- ・2018年4月＝「消費者志向経営優良事例表彰」の募集開始（11月頃表彰）

○消費者庁「消費者志向経営の取り組み促進に関する検討会」報告書

- ・消費者志向経営とは何か→定義を決める

○消費者志向経営推進組織

- ・全国的組織として、事業者団体・消費者団体・行政機関が連携
- ・事業者＝消費者志向自主宣言・フォローアップ活動
- ・推進組織＝「可視化（見える化）」と「優良事例の公表・表彰」

○消費者志向経営自主宣言企業

- ・2018年5月末86社
- ・多い業種別企業→生命保険業…3割、食品業…2割
- ・徳島県の企業が23社→消費者庁サテライトオフィスの影響
- ・2018年5月→吉本興業が自主宣言「笑いの心をインフラに」

○消費者志向経営優良事例表彰

- ・目的＝自主宣言を公表、その取組を発表、優れた取組を表彰、消費者志向経営を推進

○消費者市民社会の構築に向けて

- ・消費者→消費行動により事業者を育て、社会を変える
  - ↓ 双方向コミュニケーション・消費者教育の重要性
- ・事業者→消費者視点をすべての活動のベース

○近年の消費者の変化

- ・社会の変化＝ネット社会（SNSで情報が一瞬で広まる）
- ・企業の変化＝企業不祥事が継続的に発生
- ・行政の変化＝消費者関連の法律や制度の整備・強化
  - ↓
- ・消費者行動の変化＝「モノ言う消費者化」「企業への厳しい目」「ネットで解決」

#### ○企業の消費者対応部門の役割の進化

- ・消費者志向経営において消費者対応部門の役割は大変重要！
- ・「対応品質の向上」→「製品品質の向上」→「経営品質の向上」
- ・「お困りごとの解決」から「困らせない」へ

#### ○ACAPの概要

- ・ビジョン

「消費者志向経営を推進し、消費者市民社会の実現をめざす消費者志向事業者団体」

- ・活動内容

- ① 消費者教育、消費者啓発の支援
- ② 会員企業の資質向上、企業の消費者志向経営の推進
- ③ 消費者・行政・企業のかげ橋としての活動

#### ○ACAP活動事例

- ・消費者志向経営トップセミナー→2013 年度～毎年開催。消費者志向経営に関する理解を深める。
- ・消費者志向活動表彰→企業、団体、個人の活動を表彰

#### ○企業事例紹介

##### ① A社(生命保険会社)

- ・消費者視点・消費者の声を大切にする活動。

##### ② B社(食品会社)

- ・お客様の声を聴く・知る・活かす活動

##### ③ C社(運送業者協会)

- ・優良認定制度

##### ④ D社(化粧品会社)

- ・SNSの声への対応。

##### ⑤ E社(飲料メーカー)

- ・SNSの声への対応

##### ⑥ F社(飲料メーカー)

- ・CSVへの取り組み。

#### ○社会とのかかわり ～新しいものさし

- ・持続可能な社会へは、「守りのCSR」と「攻めのCSR」だけではもう古い  
→一歩進んで「CSV」へ（CSRに競争の視点を加えた）
- ・CSVとは「共通の価値の創造」…「社会を良くして、企業も強くなる」

- ・日本古来近江商人の「三方よし」と同じ考え  
…「売り手よし」（企業）「買い手よし」（消費者）「世間よし」（社会の課題）

○消費生活アドバイザーの皆様に期待すること

- ・「消費生活アドバイザーの資格取得者」は「消費者市民社会の実現」へ貢献してほしい
- ① 会社業務…業務の充実、レベル向上、消費者志向経営の推進
- ② 社外活動…自己の成長、活動範囲の広がり、地域社会への貢献
- ③ 日常生活…消費者としての成長

○終わりに

- ① 消費者問題の歴史と流れ
  - ・消費者＝「保護される主体」→「自立した主体」
  - ・消費者と事業者の共創→持続可能な社会へ
- ② 新しいものさし
  - ・未来という時間軸が加わった新しいものさしが注目
  - ・消費者と向き合う事業者の姿勢が問われる時代
- ③ 消費者志向経営の基本
  - ・事業者と消費者の双方向コミュニケーションの深化
  - ・事業者と消費者がともに新しい社会を作っていくこと
- ④ 消費者志向経営は六方よし  
消費者よし、事業者よし、社会よし、従業員よし、地球よし、未来よし

【所 感】

多くの消費生活アドバイザーは受験時「消費者」「事業者」「行政」との関係を勉強し、合格時に「これから消費者問題に役に立ちたい」と考えていると思う。しかし毎日の生活が忙しく、合格時の気持ちが薄れてきている人が多いと思う。私のその一人である。今回の講義は、企業の実例などを豊富に挙げながら忘れかけていた気持ちを思い起させてくれるものであった。日々生活の中で特別なことをしなくても、消費者問題に役立つ色々なチャンスがあることを再認識した。本日参加していない多くの方に、この気持ちを伝えて行きたいと思う。

以上

報告者 第36期 三村 政彦