

消費者の保護・支援

消費者の保護・支援チーム

芦田育美

小山澄子（発表者）

下村委津子

田崎由子

古谷由紀子（資料作成）



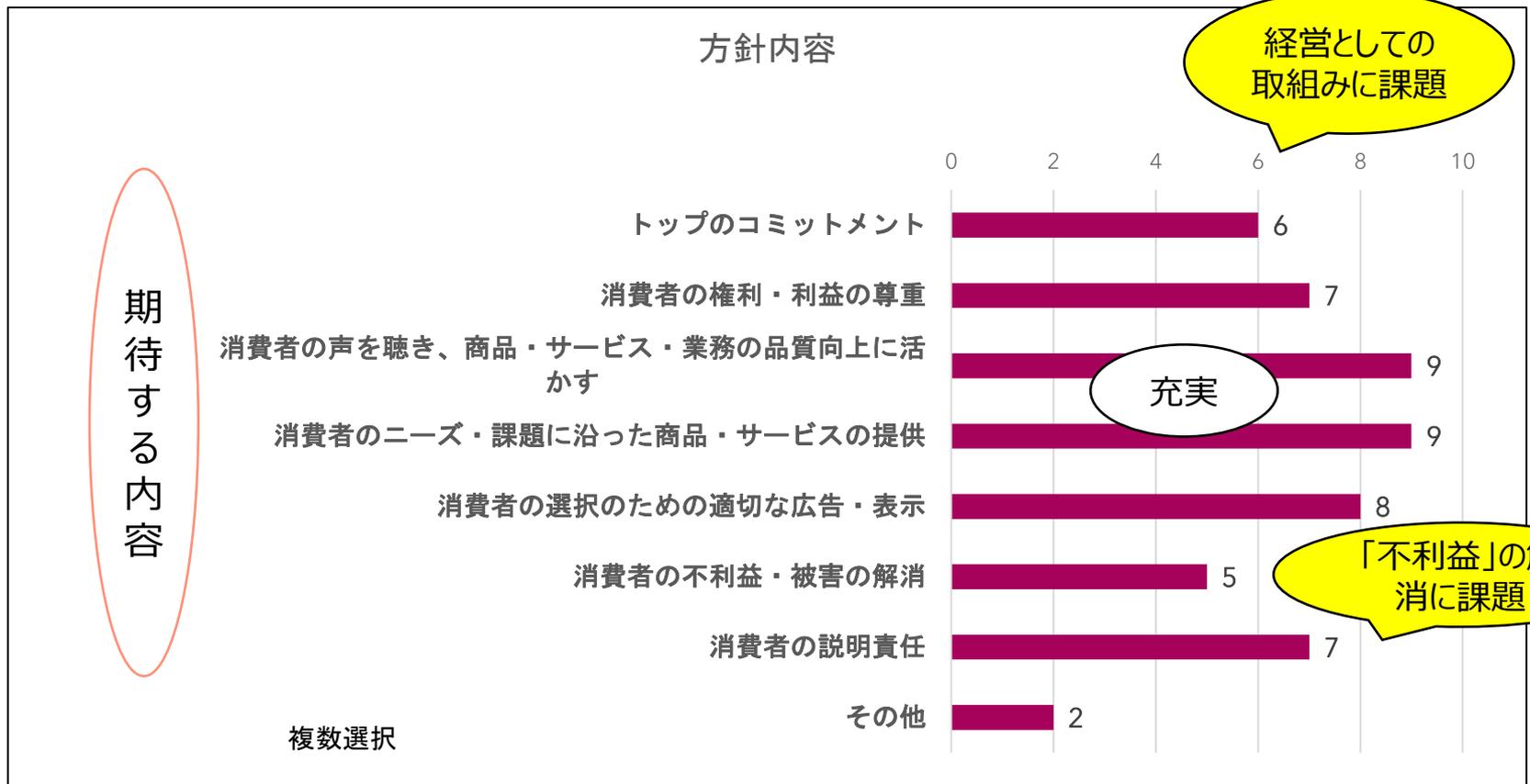
報告にあたって

多くの企業は消費者の保護・支援の体制を整備している。
しかし、その取組みの内容や方向性はさまざまである。
取組みの現状とわたしたちの期待を報告する。

考察1

消費者志向経営の方針はあるが、内容は適切だろうか

- 消費者庁「消費者志向自主宣言」 6/10社
 - 方針策定・公表企業と合わせると9/10社が方針策定・公表
- 方針の内容はさまざま



考察2

企業と消費者の関係はどうあるべきか



企業

売ることに重点？

対等であるはず

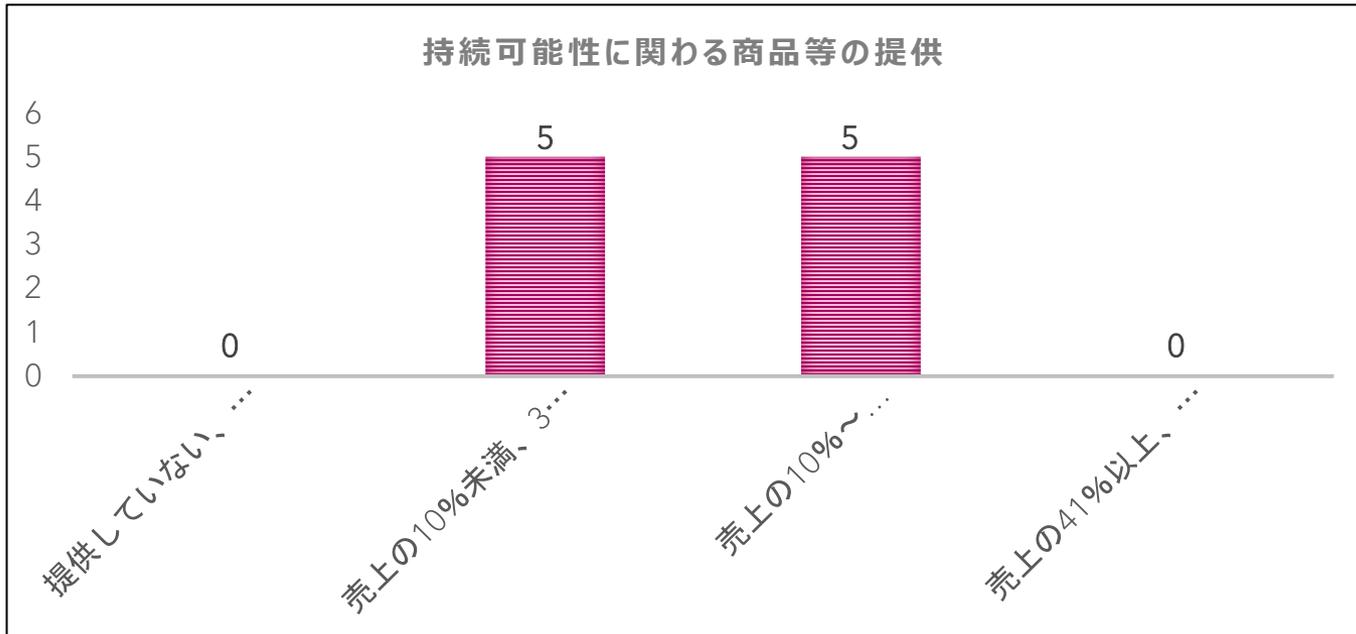


消費者



社会の一員

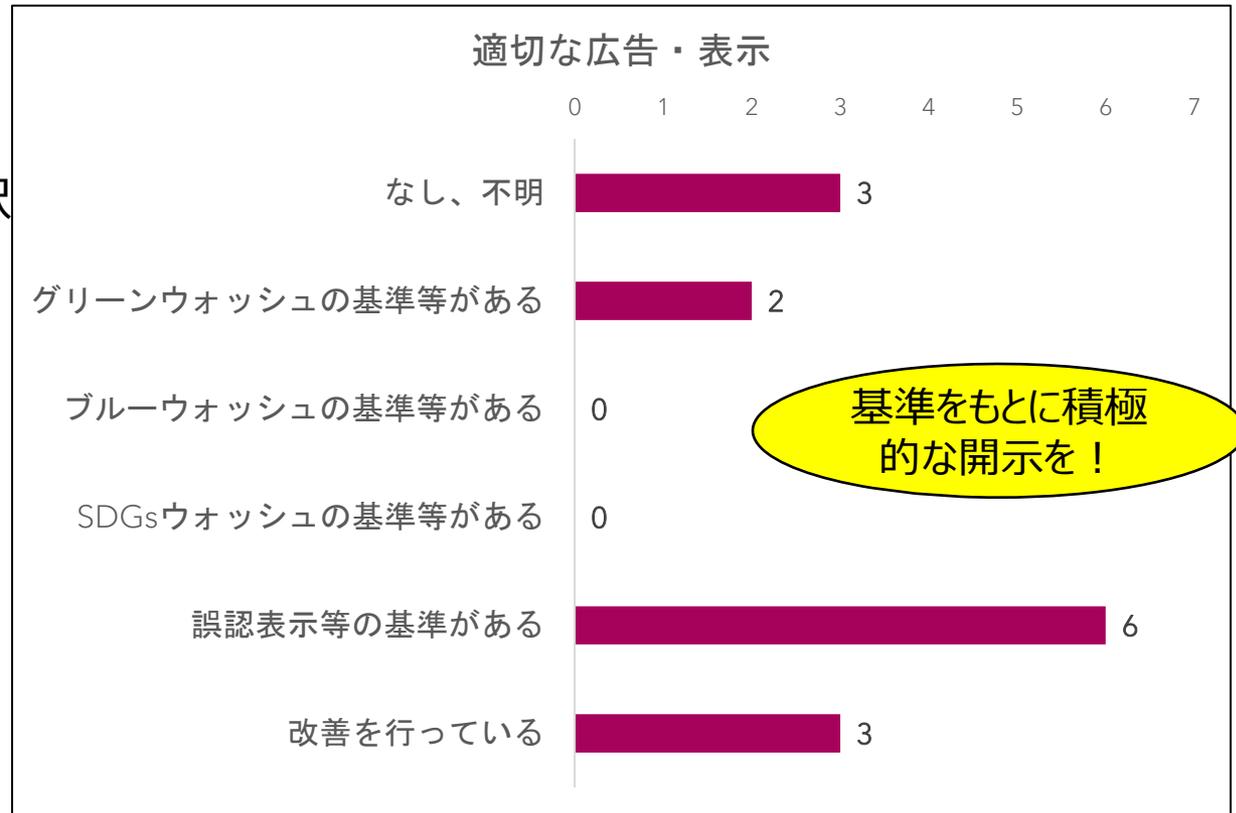
消費者を利益を得る対象とのみ捉えてないか



いっそうの情報開示を期待する

- 情報開示は進んでいる
 - サプライチェーン上の社会・環境課題について「正」「負」の影響の開示の広がり（5/10社）
 - 持続可能な消費を促すための情報発信・啓発（8/10社）

- いっそうの拡大を期待
 - 消費者の適切な選択



補足【調査からの気付き】
HPがわかりにくい