

2.消費者の保護・支援 (2023年度「企業のエシカル通信簿」結果)

概要

企業として消費者志向経営について根本的にどのような考えや姿勢であるのかを基本として、消費者と共に持続可能な社会をつくっていくための消費者志向経営に関連する方針や計画、体制、適切な情報提供、消費者からの意見の反映、コミュニケーションなど、社会課題を解決していく発想のもと事業経営がなされているのかどうかを尋ねた。

1.基本方針・計画

消費者志向経営に関する方針については10社中8社がもっており、公表していることがわかった。方針の中では消費者利益と社会・環境課題との関係を明記し、消費者の声を聞き、商品・サービス・業務の品質向上に活かすことを明らかにしていた。ただ、消費者への説明責任については、ファーストリテイリング(以下、「FR」)とワコール、青山商事の3社しか明確な記述がなかったのが残念だった。また、計画がある企業の中で、重要課題を特定し目標及びKPIを設定して取り組んでいることがわかったのはワコールのみであった。

2.体制・推進部署

消費者の権利・利益を実現するためには、方針や計画のもとに必要な体制があるかどうか重要だが、消費者対応部門・部署・担当者の設置以上の取組みとして、対応部門、部署以外に消費者の声を聞く横断的な仕組みがあったのは3社(FR、良品計画、ワコール)だった。さらに、消費者の身体・財産等に関わる緊急事態が発生した場合に対応する仕組みがあるのは2社(FR、ワコール)であった。

また、適正な広告・表示について担当部門等があり、部門横断的にチェックする仕組みを持っていたのはFR、アダストリア、ワコール、ユナイテッドアローズ(以下UA)の4社にとどまった。消費者の信頼を確実なものとし、誰もがより良い社会を築いていくための商品選択がしやすい社会をつくるためにも、適正な広告・表示に関連する基準は明確にされることを望む。なお、消費者志向経営を実現するための従業員研修等を実施していたのは、FR、アダストリア、良品計画、ワコール、青山商事、UAの6社であったが、消費者に直接関わる従業員にのみ実施が2社(アダストリア、良品計画)、すべての従業員に実施は3社(ワコール、青山商事、UA)となっており、経営層にまで実施していたのはファーストリテイリングのみだった。

3.消費者の権利・利益を実現するための具体的取組み

10社すべてが、平日に問い合わせができない消費者へ何らかの対応をしていることがわかった。また、FR、アダストリア、良品計画、ワコール、青山商事、UAでは消費者からの苦情等の意見は経営層にまで報告されていることがわかった。消費者の安全を確保するための取組みは進んでいることがわかったが、一方で適切な広告・表示のためのグリーンウォッシュ防止、ブルーウォッシュ防止など誤認防止のためのマニュアルや基準があり、それに基づいてチェック・改善していることが明確であったのはワコールとUAの2社と少なかった。また、個人情報保護に関して、データ活用において消費者に不利益を及ぼす事件や事故が発生した場合の対応が整っていたのは3社(FR、ワコール、青山商事)だった。

4.持続可能性への具体的取組み

社会・環境課題を解決するための商品・サービス提供は8社で実施されていた。また、10社すべてで消費者が課題解決のための行動ができるようリサイクルキャンペーンなどが行われていたが、取組み結果の消費者の声を収集し把握までしているのは4社(FR、アダストリア、ワコール、オンワード)だった。消費者との接点が多くある業種だけに、企業だけの取組みにとどめず、消費者と共に持続可能な社会の構築に資する取組みをパートナーシップのもと実現されることに期待したい。

5.消費者の声の開示・活用

消費者の声を聞くだけでなく、その声を開示しそれに基づいて改善を重ねていくことは重要と言える。消費者の不満や苦情等の声を開示しているのは、FRと良品計画の2社だった。消費者の苦情等の声に基づく商品・サービス等の改善結果を開示しているのは、先の2社にワコールが加わり3社という結果になった。また消費者啓発・教育を行っているかどうかの設問では、消費者の安全に関して、適切な広告・表示に関する啓発・教育を実施していたのがワコール1社、データ活用に関する消費者への啓発・教育を行っていたのは良品計画のみだった。

担当：芦田育美 下村委津子(環境市民)、小山澄子(消費生活実践グループ in 秋田)、田崎由子(福島県消費者団体連絡協議会)、古谷由紀子(サステナビリティ消費者会議)