

2 消費者の保護・支援

発表者: 下村委津子、田崎由子、古谷由紀子

調査者名: 芦田育美、下村委津子、田崎由子、古谷由紀子

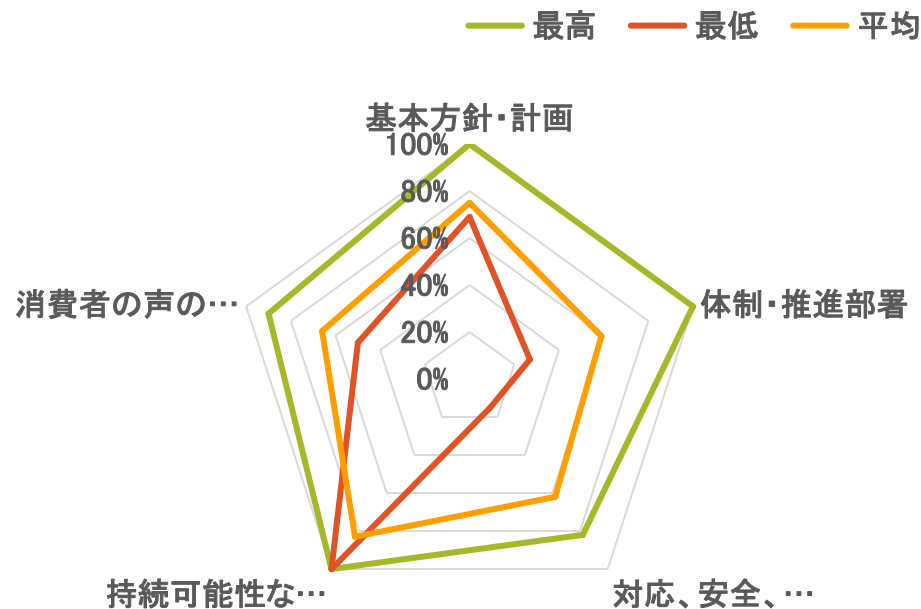
消費者との関係
をどう築くか



- 企業の差異に注目

- 設問項目とその結果（最高、最低、平均）

消費者の保護・支援



- 調査結果の概要

- 5つの中項目で調査

- ① 基本方針・計画
- ② 体制・推進部署
- ③ 具体的な課題への取組—対応、安全、広告・表示、データ活用
- ④ 具体的な課題への取組—持続可能な商品・サービス
- ⑤ 消費者の声の開示・活用

- 特徴

- 基本的な仕組みは概ねできている

- 課題

- 方針の内容はニーズや品質の向上に焦点が当たり、消費者の権利、説明責任等の内容は少ない
- 社内研修には消費者志向経営に関する内容が少ない
- 各種ウォッシュの防止等の基準を持ち改善している企業が少ない

1. 基本方針・計画

特徴

●基本方針

ーほとんどの企業が方針を持ち、公表

<比較的多い内容>

- ・ニーズに沿った商品等の提供 (8/9社)
- ・品質の向上 (8/9社)
- ・適切な広告・表示 (7/9社)

<比較的に少ないもの>

- ・消費者の権利・利益(5/9社)
- ・消費者への説明責任 (5/9社)
- ・消費者の不利益・被害の解消 (6/9社)
- ・消費者利益と社会・環境課題との関係 (6/9社)

●計画

ー計画の策定 (6/9社)
ー重要課題の特定 (6/9社)

目標およびKPIを設定 (5/9社)

※去年は4/10社

2. 体制・推進部署



特徴

●消費者対応部門、安全部門、適切な広告・表示の部門等

ー概ねできている

広告・表示の横断的仕組み (5/9社)

※去年は4/10社

●社内研修

ーほとんどできていない(昨年よりは若干の増加)

- ・実施していない。不明 (3/9社) ※去年4/10社
- ・消費者に直接関わるもののみ (1/9社)

※去年2/10社

- ・すべての従業員に実施 (2/9社) ※去年3/10社
- ・経営層にも実施 (3/9社) ※去年1/10社

ー消費者志向に関わる内容が少ない (昨年よりは若干の増加)

- ・消費者関連法・制度 (4/9社) ※去年8/10社
- ・消費者基本法の内容 (1/9社) ※去年2/10社
- ・消費者基本法/事業者の責任の内容 ※去年なし

3. 具体的取組み

— 問い合わせ、安全、広告・表示、個人情報

特徴

● 消費者の不満・苦情・要望への対応

— 概ねできている

障がいのある人への対応（5/9社） ※昨年4/10社

・ 不利益・被害の拡大防止（5/9社）

※昨年3/10社

・ 不利益・被害救済の情報の公表（5/9社）

※昨年2/10社

● 安全確保 — 概ねできている

● 適切な広告・表示の取組

グリーンウォッシュ、ブルーウォッシュ、
SDGsウォッシュ等のマニュアル・基準等を
持ち、改善（4/9社） ※昨年2/10社

● 個人情報・AI等の活用

— データガバナンスや事故対応の仕組みは
概ねできている



消費者のコントロール、リスクの防止・軽減
等の取組（3/9社）

4. 持続可能性に関わる商品

特徴

● 社会課題解決を図るための商品・サービス — 売上の40%以上かつ半数以上（6/9社） ※昨年0

● 消費者が行動できるための工夫 — 工夫を実施（全社） ※昨年と同様の傾向

消費者との協働（6/9社） ※昨年9/10社

5.消費者の声の活用・開示

特徴

●消費者の声の開示

- ―苦情等の声に基づく改善には意欲的
- ―情報の開示には課題、しかし昨年よりは増加

- ・苦情等の開示（5/9社）※昨年2/10社
- ・苦情等の声に基づき改善（8/9社）
※昨年6/10社
- ・改善結果の開示（6/9社）
※昨年3/10社

●消費者の声に基づいた消費者啓発・教育

- ―全般的に多くはないが、昨年よりは若干増加

- ・安全に関して（6/9社）※昨年1/10社
- ・適切な広告・表示に関して（4/9社）
※昨年1/10社
- ・データ活用に関して（4/9社）※昨年1/10社
- ・持続可能な消費に関して（6/9社）※昨年4/10社

調査者から一言！



●下村委津子さん

（所属：環境市民）

●田崎由子さん

（所属：福島県消費者団体連絡協議会）

最後に（期待を込めて）

持続可能な社会のために消費者とどのような関係を築くかについて、企業の取組と市民組織の期待には大きな差があるように思われる。対話によってその差を縮め、ともに持続可能な社会を築いていくことを期待したい