

**消費者志向経営×製品安全セミナー**  
**～知ってみよう、選んでみよう、みんなのことを考える企業～**  
**(令和5年6月6日)**  
**議事概要**

## 1. 開会

消費者庁新未来創造戦略本部次長 相本浩志 主催者挨拶

消費者庁新未来創造戦略本部次長の相本です。「消費者志向経営×製品安全セミナー」の開催に当たり、御挨拶申し上げます。本日は御多忙のところ、御来場又はオンラインで御参加いただき、誠にありがとうございます。四国経済産業局と共に本日のセミナーを開催できることを喜ばしく思うとともに、後援いただいた四国財務局及び四国各県の皆様へ心より御礼申し上げます。

消費者庁では、事業者が「消費者」と「共創・協働」して「社会価値」を向上させる経営のことを「消費者志向経営」と定義し、その推進により、社会全体の持続可能性の向上を目指しています。また、経済産業省におかれましては、事業活動や消費生活において製品安全を重要な価値として定着させ、製品安全を持続的に向上させることで、消費生活の安全を目指しています。

本日のセミナーを通して、消費者の皆様は消費者志向経営や製品安全に対する理解を深めていただくことで、今後の商品・サービスの選択における判断材料の一助としていただくとともに、事業者の皆様におかれましては、更なる取組に向けた契機としていただきたいと期待しています。

最後に、本日のセミナーが御参加いただく皆様にとって有意義なものとなりますことを祈念いたしまして、私からの御挨拶いたします。

## 2. 講演①

消費者庁新未来創造戦略本部次長 相本浩志

「消費者志向経営の概要について」

消費者庁では、消費者志向経営を「消費者」と「共創・協働」して「社会価値」を向上させる経営と定義しています。この「消費者」とは、現在だけでなく将来も含め、商品・サービスに関与する可能性のある者すべて（私たち「消費者」に加え、自社の従業員、取引先、地域住民など）が対象となります。「共創・協働」とは、事業者と消費者の双方向のコミュニケーションにより、消費者が真に求める商品・サービスを事業者が提供し、消費者と WIN-WIN の関係を構築することです。このような関係を通して、事業者が環境問題や食品ロス問題、地域活性化などの課題解決に寄与し、社会全体の持続可能性の向上を目指すことが、「社会価値」を向上させる経営と考えています。

・『3つの消費者志向経営の活動』について

- ①消費者、取引先、地域住民など「消費者」みんなの声を聴き、それを経営にいかす。
- ②未来のため、地域や社会に貢献する。
- ③法令を守り、風通しの良い企業風土を作る。

実践している内容は事業者によって様々です。規模や業種、地域など、事業者の特性に見合った内容で取り組むことができるため、大企業のみならず、中小企業でも実践されています。

・『事業者、消費者、社会にとって「三方よし」の経営』について

消費者志向経営を行う事業者は、消費者の声に真摯に向き合うため、消費者とのトラブルが減少し、従業員のモチベーションアップやコンプライアンス意識の高まりにつながり、結果、企業価値の向上といった効

果が期待できます。一方、消費者側では、よりニーズの反映された、安全・安心で高品質な商品やサービスが購入できるため、消費の満足度が高まり、生活の質を高めることができます。そして、事業者と消費者の相互作用によって、新しいビジネスの創出や健全な市場育成に繋がり、消費が拡大し、最終的に経済の好循環が生まれていくことが期待されます。

・『消費者志向自主宣言・フォローアップ活動』について

事業者は自らの理念や経営方針をもとに「自主宣言」を作成し、ウェブサイトで公表します。そして、おおむね 1 年後に、活動を振り返って、達成した成果や見つけた課題を確認し、結果を再び公表します。このフォローアップを繰り返すことで、消費者志向経営を継続しつつ、より精度の高いものとすることができます。

・『消費者志向経営優良事例表彰』について

消費者庁では、年に 1 回、特に優れた消費者志向経営の取組を行っている企業を表彰しています。これまで延べ 53 事業者が受賞されています。

消費者志向経営に取り組み、自主宣言をする企業は年々増えてきております。多くの消費者が消費者志向経営について知り、それに取り組んでいる事業者を選ぶようになれば、さらに消費者志向経営に取り組む事業者が増え、最終的には消費者である皆様のメリットにつながります。

### 3. 取組紹介①

ユニ・チャーム株式会社お客様相談センター センター長 田中裕之氏

「ユニ・チャームの消費者志向経営の取組について」

当社の企業理念「NOLA& DOLA」とは、Necessity of Life with Activities & Dreams of Life with Activities の頭文字をとった造語です。生活者が様々な負担から解放され、「不快」を「心地よい」に変化させる商品を提供することで、一人ひとりの夢を叶えたいという、創業以来続く企業理念です。今回はこの理念に基づき、当社が目指す「事業活動を通じて社会課題を解決する」3つの取組について御紹介いたします。

・『顔がみえマスク』について

ウイルス飛沫による感染対策をしながら、口元や顔の表情が視認できる商品です。商品開発のきっかけとなったのは聴覚障がいを持つ社員からの意見でした。聴覚障がい者の皆様はコミュニケーションの際、手話だけではなく、口元を視認する事による読話が大切です。通常、新商品の開発には約 3 年を要しますが、本商品は 1 日も早く使ってほしいという想いから、約 8 か月で商品化に結びつけました。言語を守ると同時に、命を守る素晴らしい取組であると、多くの方から御喜びの声を寄せられました。

・ベビー用紙おむつ『マミーポコ アンチモス』について

マレーシアやシンガポールにおいてデング熱から乳幼児を守りたいという思いから生まれた商品です。病気から乳幼児を守る手段として、毎日使用するおむつが活用できないかと考え、ウイルスを媒介する蚊を寄せつけない、世界初のアンチモスカプセル搭載の紙おむつを発売しました。このほか、感染症の予防策を講じるための専用 WEB サイトを立ち上げ、専門家の知見を取り入れた具体的な予防策等の情報提供も継続しています。

・『使用済みおむつのリサイクル活動』について

日本の焼却ごみの中で、使用済み紙おむつが占める割合は年々拡大傾向にあると言われています。使い捨て紙おむつを製造する会社として、紙おむつのライフサイクルを持続可能な仕組みに変えていく責務があると感じていました。しかし実現に向けては、リサイクル技術の問題だけではなく、紙おむつを分別回収できる自

治体の協力が不可欠でした。焼却施設を持たない鹿児島県志布志市は、資源化できない埋め立てごみのうち、5分の1を紙おむつが占めるという状況でした。こうした両者の思いが重なり、『使用済みおむつのリサイクル活動』の実証実験を開始しました。今後よりサイクル設備の拡大や、事業化の実現を目指しています。

最後に、当社では2020年に中長期のESG目標である、『Kyo-sei Life Vision 2030 ～For a Diverse, Inclusive, and Sustainable World～』を公表いたしました。この目標を着実に実行することで、環境問題や社会課題の解決、消費者や地域社会への貢献と、継続的な事業成長を両立させることを目指しています。

#### 【質疑応答】

（会場質問者）

「共振の経営」を推進していくとありましたが、商品開発等につながる最初のきっかけとなる出来事について、具体的に教えて下さい。

（田中センター長）

『顔がみえマスク』については、社長が全社員宛に毎年、誕生日を祝うメールを送る取組を行っているなか、聴覚障がいのある社員がそのメールに対し、一消費者として困っていることを返信したことで、社長にその思いが伝わったことがきっかけでした。『マミーポコ アンチモス』については、地域の家庭訪問等に取り組むなかで、東南アジア地域で年々デング熱の脅威が増してきたことを背景に、順次取り組んできました。そして『使用済みおむつのリサイクル活動』については、紙おむつを再利用できるレベルの清潔と安全を担保できる技術が長年の課題でしたが、オゾン処理技術を開発したことによって一気にスピードアップし、その記事をみた志布志市から直接連絡をいただいたことで、実証実験が実現化しました。

（オンライン質問者）

お客様からの御意見を、社内でどのように展開されているのでしょうか。全社員が、いただいた御意見を閲覧できるようなツール等があるのでしょうか。

（田中センター長）

お客さま相談センターに寄せられた意見を毎月一回、各事業部にアドバイザーが直接気になった御意見として報告する体制を取っています。その報告会にはマーケティングや商品開発の部長が必ず出席し、トップダウンができるような仕組みを作っています。嬉しい御意見については社内HPのポップアップ画面で毎月発信し、社員のモチベーションアップにつながるようにしています。

## 4. 取組紹介②

株式会社ときわ 代表取締役社長 高畑富士子氏

「ときわの消費者志向経営の取組について」

当社では、10か条の「消費者志向自主宣言」を作成し、随時見直しも行っています。近年、会社や社会の在り方が大きく変化しており、それに応じて「消費者志向自主宣言」も臨機応変に進化していかなければならないと考えています。

本日は、当社の「消費者志向自主宣言」に関係する取組について紹介します。

・個人の能力を最大限に生かせる職場環境づくり

逆ピラミッド型の組織とすることにより、お客様に一番早い対応ができるようにしています。

・女性の多様な働き方とキャリアアップを支援

子育てをサポートする両立支援制度の整備を行ったことにより、2016 年度以降は男女とも育休取得後の復帰率 100%を達成しています。

・未来と次世代のために、環境・人・社会に配慮した事業活動の促進

①人とつながり町をつくる（町×大学生×ときわ）

建築家・大学生・企業の3者が連携し、古い倉庫群を再開発して商業観光地として再生しました。

②地域の人も世界中の誰かも幸せにできる WEDDING

自分たちの結婚式を地域の人たちが祝ってくれる「瀬戸内海に浮かぶ島での WEDDING」や、自分たちの結婚式を通じて世界中の誰かを幸せにできる「エシカル WEDDING」といった新しい WEDDING を提案しています。

③生産者の思いをつなげる（生産者×食材×シェフ）

瀬戸内地域の農家から直接仕入れを行い、その食材を使用した料理を通じて地域のブランディングを行うことにより、瀬戸内地域の食材の魅力を全国に広める試みを行っています。

④持続可能なファッション（伝統文化・リメイク）

京都の織物工場と提携し、新作打掛を共同開発することを通じて、着物文化、織物技術の継承に挑戦しています。また、着物をリメイクして再商品化することで、より良いモノを長く使える試みを行っています。

【質疑応答】

（会場質問者）

「エシカル WEDDING」等の新しい WEDDING を提案することにより、結婚式を通じて、お客様御自身だけではなく、他の方にも幸せを分け与えようとする取組をされていることが、一番心に響きましたが、これらの取組に対するお客様からの反応等がありましたら教えてくださいませんか。

（高畑代表取締役社長）

結婚式を挙げる際、プランナーは、一組平均延べ 15 時間位かけてお二人、時には御両親と結婚式の流れ、招待客への感謝やおもてなしの気持ち等をヒアリングし、結婚式を作り上げていきます。打合せの途中でお二人や御両親との想いのすり合わせが難しくなる場合もあります。これを、結婚式という一つのセレモニーに至るまでに解きほぐして絆を強くすることが、私たちの仕事だと思っています。99.9%のお客様には喜んでいただけており、お客様にとって本当にいい時間を作れたということが、スタッフにとっての一番のやりがいになっています。また、お客様から花束をいただく等、感謝の気持ちもいただきます。結婚式が終わってからも、赤ちゃんが生まれて、お店に連れてきてくださったり、七五三の衣装を借りにきてくださったりしています。そのようなことで 67 年間、徳島エリアで親子三代御利用いただいているケースも多く、これが何よりの楽しみであり、幸せです。

（オンライン質問者）

消費者志向経営に取り組んで良かったことを教えてくださいませんか。

（高畑代表取締役社長）

企業として、一人ひとりのお客様だけではなく、広い意味での地域や社会にとっての役割を果たしているか、客観的に考える良い機会をもらったと思っています。社内でも、ある事業について、長い目で見て地域に役立っているか、社会に何か還元できるか、未来につながるかなど、ロジカルかつ客観的な視点を得られたことが、一番良かったことと思っています。

## 5. 講演②

消費生活コンサルタント 三浦佳子氏

### 「気づいて！あなたの周りの身近な危険」

この 10 年で、商品を作る・売る・買う・使う・廃棄までの市場の変化が起きています。世界各国の製品の製作者も販売者も、より安全な製品を使用者（消費者）に届けるようにしています。

重大製品事故は、年間 1,000 件ほど報告されており、そのうち約 3 割が消費者の誤使用・不注意等であり、非製品起因です。身近な場所で危険な要因になるものが多く、あらゆる場面でのヒューマンエラーは避けられない状況です。製品の安全確保は必須であり、経済産業省は、消費者庁や NITE と連携し、事故原因を分析・公表することで事故の未然・再発防止対策を講じています。

- ・ 事故が起こる要因として、下記 3 点があります。

①「製品の欠陥」：事故の発生・危害拡大を防止するため、メーカーは製品のリコールをしています。ただし、消費者自身が自分の所有している商品が対象であるか否かの認識が低いことが多いので、リコール情報に敏感になってほしいです。

②「製品の使い方」：誤使用による事故も多く、取扱説明書などに記載されている「危険」「警告」「注意」の表示には特に注意していただきたいです。

③「製品の寿命」：経年劣化によって発煙・発火等の事故を起こす確率が高まります。

高齢者は身体や認知機能が低下することから、不注意・誤使用による重大製品事故割合は全体の 6 割を超えており、他の年齢層より高くなっています。また高齢になるにつれて、製品事故による死亡事故が多くなっています。このような状況を踏まえ、消費者への注意喚起だけでなく、事業者に対しても情報発信を行うことを目的として、高齢者の製品事故に関するポータルサイトを開設しました。

子供が使う製品は、使用上の注意だけでは事故を防げないことが多く、「使用方法」に問題があっても「設計上」にも問題があったと判断される例が多いです。子供が使う製品は、大人が見守ること、製品の不具合等を発見したら声を上げてください。

製品安全施策の今後の展開として、リコール製品・経年劣化製品に対するきめ細やかな対応の強化をしていきます。関係省庁等と連携することや、子供や高齢者の事故は社会全体で防ぐことが大事です。

企業による製品安全の先進的な取組を讃えることで、事業活動や消費生活において製品安全が重要な価値として定着します。社会全体で製品の安全が守られることを目的として、製品安全対策優良企業表彰（PS アワード）を平成 19 年度から実施しています。

一層の製品安全の確保を図るためには、消費者・行政・事業者等、全員の安全意識の向上やリコール等の製品安全情報の提供、消費者教育が必要であり、安全で安心できる社会づくりを目指していきます。

### 【質疑応答】

（会場質問者①）

10 年以上前より化学物質過敏症を発症しています。最近では、認知されており、発症者の声が上がってくるようになってきましたが、この場を借りて直接皆様にお伝えしたいです。数十万人が苦しんでいる現状で、化学物質による発症は製品事故に当たらないのでしょうか。これに対する対策を考えていただきたいです。

（三浦 消費生活コンサルタント）

なかなか少数意見だと届きづらかったりもします。しかし企業も、過敏症だけでなく、さまざまな事例に対し対策をしているところが少しずつ増えてきています。そのような取組を企業がしてくれることを、私も願っています。

(会場質問者②)

私たち消費者が製品安全に対して、すぐに取り組むべき行動があれば教えてください。

(三浦 消費生活コンサルタント)

まずは御自身がお持ちの製品の使用期間等の点検をしてください。また取扱説明書は保管しておくことや、不明点があればメーカーに問い合わせる等、困ったことがあれば問い合わせる先を調べておいてください。

## 6. 取組紹介③

徳武産業株式会社 代表取締役社長 徳武聖子氏

「『歩ける喜び』を届ける」

ある施設より、高齢者の転倒が減らず、対策として床材を変更する等、施設で対応しましたが、一向に減る様子がありませんでした。「おそらく靴に要因があるのではないか」、「高齢者が安心して履ける靴が欲しい」という要望があり、ケアシューズ「あゆみシューズ」を開発しました。

約 2 年間で約 30 施設、約 500 名から調査をし、ケアシューズの要望として、軽くて明るい色、かかとをしっかりとサポートする、安価なものである等が分かりました。また、高齢者の歩行の特徴を踏まえうえて、転倒しにくい靴の開発を目指し、体の構造などの研究を徹底的に実施しました。高齢者の転倒は骨折などの大事故につながりやすく、約半数が寝たきりになりやすいと言われています。場合によっては死亡事故につながることもあります。

調査した結果、左右で足の大きさが異なり、足に合わない靴を履くことで転倒につながっていることが分かりました。そこで、左右サイズ違いの靴を販売することとしました（片方ずつの販売）。また、お客様からの細かな要望も多かった為、お客様の状態に合わせてパーツを部分的にカスタマイズできる「パーツオーダーシステム」を導入しました。現在、このパーツオーダーシステムは、年間約 13,000 件（販売件数の 1 %ほど）の注文があり、手作りで製作しています。

年間 20,000 件のアンケートはがきの回答があり、様々な要望も記載されており、日々開発のアップデートをしています。その他にもパーツオーダーシステムで解決できない要望に対し、ドイツ整形外科靴マイスターの技術によるフルオーダーの対応等もしています。

当社の新しい取組として、「靴下」を開発しました。「あゆみシューズ」を使用している方は、自分に合った靴下がなく、素足で履いている方が多かったことがきっかけです。その他にもヘルパー向けのルームシューズも開発しています。

PS アワードを受賞したことで、社内でさらに安全意識が高まりました。お客様に安全・安心と思ってもらえる商品を提供し、超高齢化社会を足元から支える企業として取り組んでまいります。

### 【質疑応答】

(会場質問者)

カスタマイズ（パーツオーダーシステム）を安価で提供できる仕組みを教えてください。

(徳武代表取締役社長)

材料や作り方、制作時間等を考え価格設定をする際に、パーツオーダーから利益を得る必要はないと経営判断しました。私たちはお客様に企業姿勢を見てもらい、役に立ちたい想いで対応しています。

## 7. 閉会

経済産業省四国経済産業局長 原伸幸

四国経済産業局の原です。本日は、消費者志向経営と製品安全セミナーを開催させていただきました。約 2 時間に渡り、多くの皆様にお忙しい中参加いただきまして、ありがとうございました。本日のセミナーで、消費者庁より相本審議官に参加いただき、NITE や多くの方々に御協力いただきました。ありがとうございました。

また、本日御講演いただいた皆様より「消費者志向経営」について、大変重要で参考になるお話を伺いました。四国の企業のうち、99%以上が中小企業ではありますが、「消費者志向経営」の取組を講演いただいた企業の方は、消費者や使い手を大事にする想いを寄せている企業のリーダーだと思っています。この企業の取組を大事にすることで、地域が安全になっていくと思っており、四国でこのような企業が育つことで、そこで働く社員の方が将来に渡り、持続可能に四国で生活していただける機会が生まれてくるのだと思っています。消費者庁が徳島に移ってきた縁で、四国を消費者志向に大きく変えていける良い機会だと思っており、経済産業省も消費者庁と連携し、四国をより消費者にとって安全な地域、そして企業がグローバルにも消費者志向だと認めていただけるような取組を促していきたいと思っています。

また 2025 年には大阪万博もございます。四国で唯一 PS アワードの大臣賞を受賞されている徳武産業のような企業を発掘し、四国の中でも切磋琢磨しレベルアップを図っていくようなコミュニティーを是非作っていきたいと考えています。本日は十分な質疑応答の時間を確保できませんでしたが、参加いただいている多くの御関心を持った方々のお声が、企業の活動や政府の取組の後押しになりますので、是非皆様と連携して地域づくり、企業づくりに取り組んでいきたいと考えております。

本日御講演いただいた講師の皆様、共催いただきました消費者庁、会場で展示に御協力いただいた NITE、御後援いただいた四国各県の皆様に心より御礼を申し上げて、挨拶とさせていただきます。本日はありがとうございました。

<以上>