

第5回消費者志向経営の推進に関する 有識者検討会

令和3年3月24日

消費者庁参事官(調査・物価等担当)

消費者志向経営の推進に関する 有識者検討会 最終報告書

令和3年3月24日

消費者庁参事官(調査・物価等担当)

第1節 はじめに

第2節 消費者志向経営のこれまでの取り組み

- (1)「消費者志向経営の取組促進に関する検討会」の結果
- (2)消費者を取り巻く社会の変容

第3節 新しい消費者志向経営の概念整理

- (1)令和2年度優良事例表彰事業における消費者志向経営の概念
- (2)消費者志向経営の評価の軸

第4節 令和2年度の消費者志向経営優良事例表彰事業の概要

- (1)表彰の内容
- (2)応募・選考のフロー及び説明会の開催
- (3)「特別枠」のテーマ
- (4)連続表彰の考え方
- (5)審査軸から設問内容への落とし込みの考え方・評価の考え方
- (6)応募フォーム
- (7)選考方法と結果

第5節 令和2年度の消費者志向経営優良事例表彰の検証

- (1)「特別枠」新設による効果
- (2)客観的評価軸(選択式)の検証
- (3)客観的評価軸(選択式以外)の検証
- (4)選考委員会で提起された課題

第6節 令和3年度見直しの方向性

- (1)優良事例表彰の結果を踏まえた見直し
- (2)金融との結びつき
- (3)消費者志向経営の普及のための活動

消費者志向経営の促進に関する有識者検討会の委員名簿

消費者志向経営の促進に関する有識者検討会の開催状況

第1節 はじめに

第2節 消費者志向経営のこれまでの取り組み

(1)「消費者志向経営の取組促進に関する検討会」の結果

(2)消費者を取り巻く社会の変容

第3節 新しい消費者志向経営の概念整理

(1)令和2年度優良事例表彰事業における消費者志向経営の概念

(2)消費者志向経営の評価の軸

第4節 令和2年度の消費者志向経営優良事例表彰事業の概要

(1)表彰の内容

(2)応募・選考のフロー及び説明会の開催

(3)「特別枠」のテーマ

(4)連続表彰の考え方

(5)審査軸から設問内容への落とし込みの考え方・評価の考え方

(6)応募フォーム

(7)選考方法と結果

第5節 令和2年度の消費者志向経営優良事例表彰の検証

(1)「特別枠」新設による効果

(2)客観的評価軸(選択式)の検証

(3)客観的評価軸(選択式以外)の検証

(4)選考委員会で提起された課題

第6節 令和3年度見直しの方向性

(1)優良事例表彰の結果を踏まえた見直し

(2)金融との結びつき

(3)消費者志向経営の普及のための活動

消費者志向経営の促進に関する有識者検討会の委員名簿

消費者志向経営の促進に関する有識者検討会の開催状況

第2節 消費者志向経営のこれまでの取り組み

(1)「消費者志向経営の取組促進に関する検討会」の結果

目標

消費者を重視した事業活動が更に行われることにより、相乗効果によって、**消費者と事業者による健全な市場の実現が期待される**

第3期消費者基本計画より(平成27年3月閣議決定)

定義

事業者が、

消費者全体の視点

消費者全体の視点に立ち、**消費者の権利の確保及び利益の向上**を図ることを**経営の中心**と位置付ける。

健全な市場の担い手

健全な市場の担い手として、**消費者の安全や取引の公正性の確保、消費者に必要な情報の提供等**を通じ、消費者の信頼を獲得する。

社会的責任の自覚

持続可能で望ましい社会の構築に向けて、自らの**社会的責任を自覚**して事業活動を行う。

活動

6本の取り組みの柱

経営のトップコミットメント

- ・消費者志向自主宣言

コーポレートガバナンスの確保

- ・消費者の情報・意見を経営層に伝え、経営の意思決定に反映

従業員の積極的活動

- ・顧客視点にたった行動を根づかせる取組

事業関連部門と品質保証・消費者関連部門・

コンプライアンス部門等との有機的連携

- ・社内での消費者関連情報共有

- ・問題発生時の緊急対応等

消費者への情報提供の充実と双方向の情報交換

- ・わかりやすい情報提供

- ・信頼を確保するような情報交換

消費者や社会の要望を踏まえた改善・開発

- ・消費者顧客のニーズに応える

- ・社会課題解決を図る商品・サービスの開発

- 消費者の8つの権利の擁護が根底にある
- 推進組織(事業者団体、消費者団体、行政)による運営
- 5年後に見直しを行うこととした

かわる「人」

○消費者・生活者の弱体化・多様化

- ・ 少子高齢化、一人暮らしの増加、
「高齢者」、「外国人」、「障がい者」等

かわる「社会」

○消費者・生活者を取り巻く環境社会変化

- ・ 自然災害の増加・デジタル化・国際化の進展
- ・ SDGsの推進に向けた機運の高まり

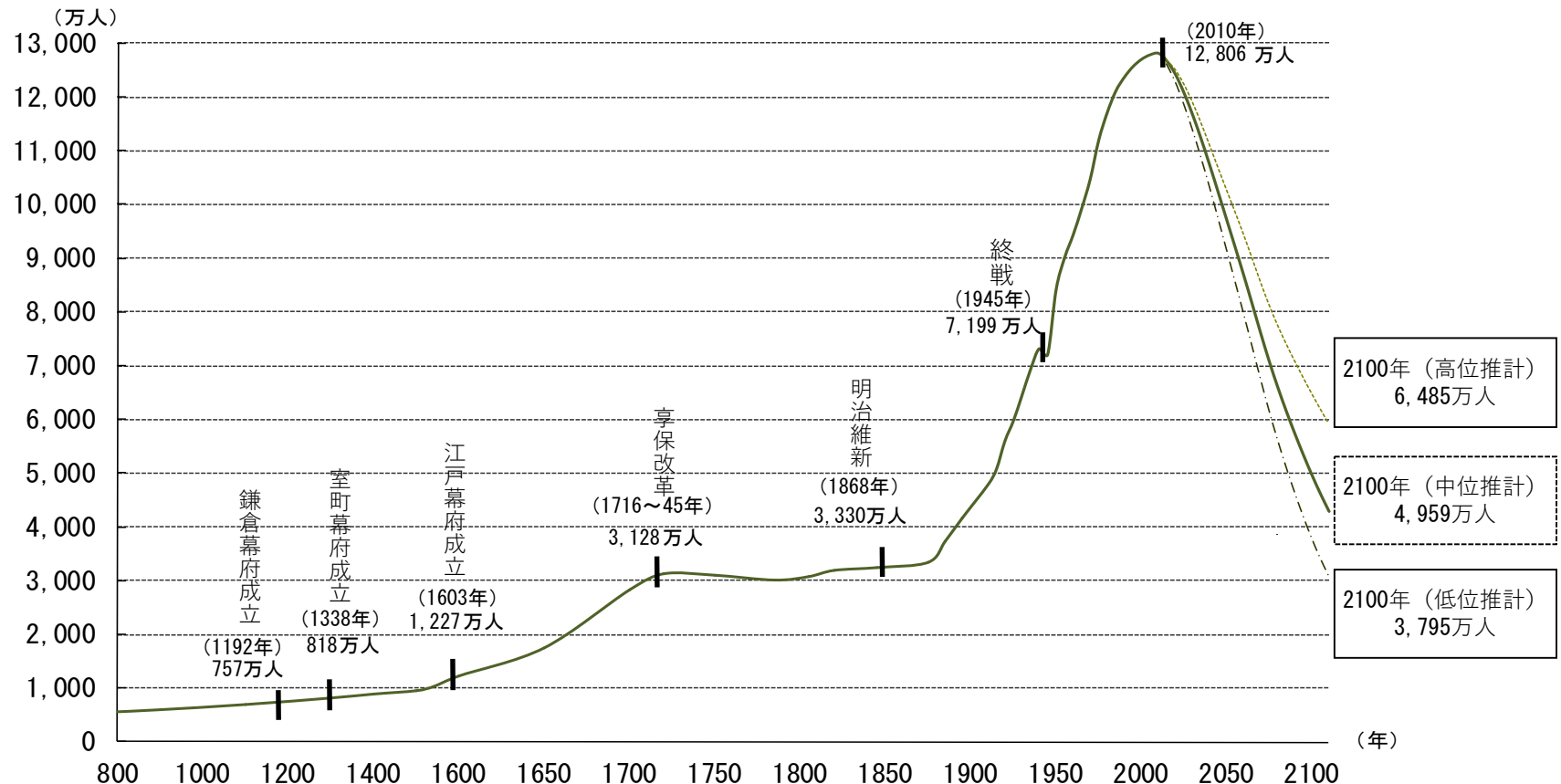
第2節 消費者志向経営のこれまでの取り組み

(2) 消費者を取り巻く社会の変容

かわる「人」①（少子高齢化・人口減少の進展）

- 日本の総人口は、今後100年間で100年前（明治時代後半）の水準に戻っていく可能性。
- この変化は千年単位でみても類を見ない、極めて急激な減少。

総人口の長期的推移と将来推計



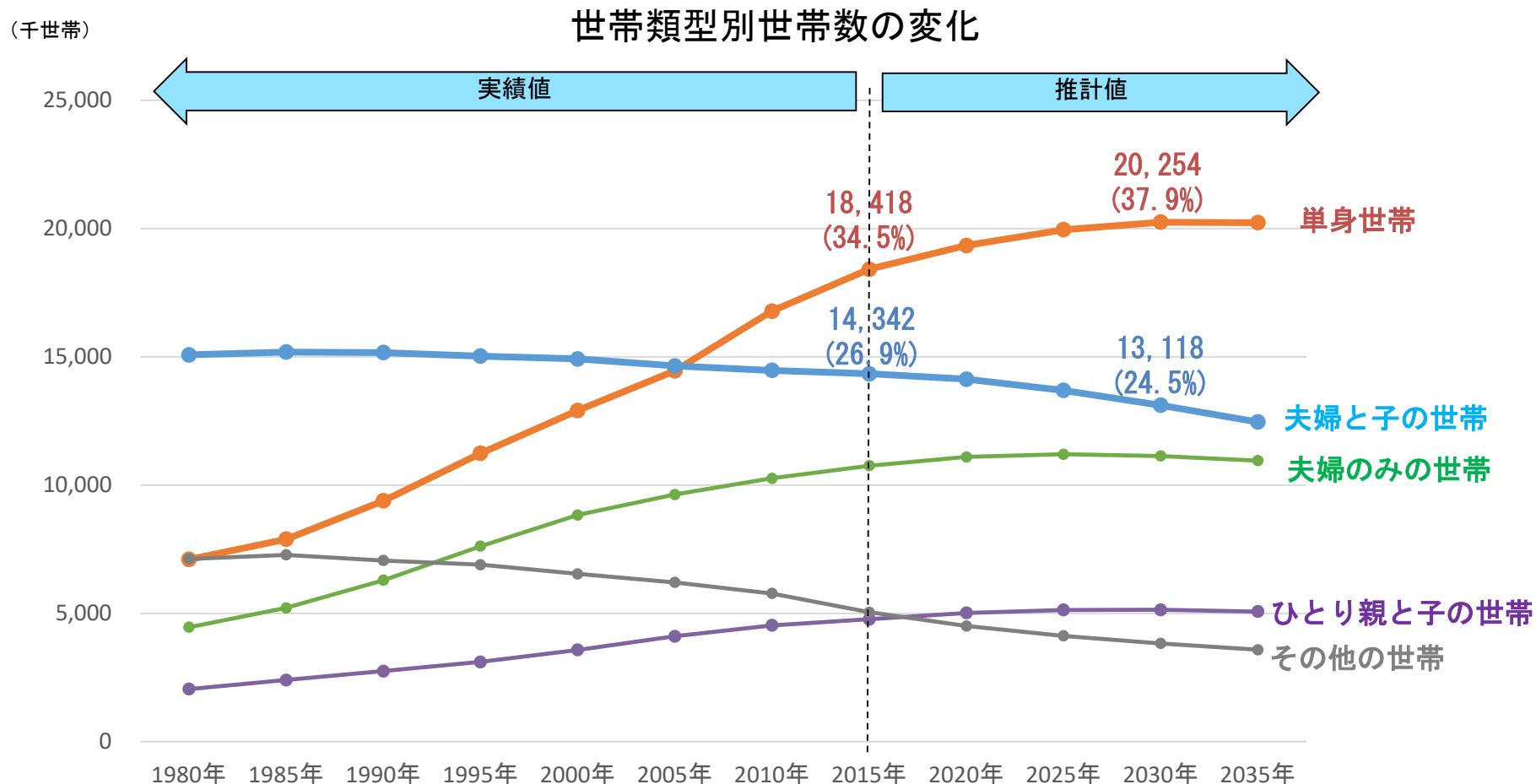
（出典）2010年以前の人口：総務省「国勢調査」、国土庁「日本列島における人口分布の長期時系列分析」（1974年）をもとに国土交通省国土政策局作成
それ以降の人口：国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（平成24年1月推計）」をもとに国土交通省国土政策局作成

第2節 消費者志向経営のこれまでの取り組み

(2) 消費者を取り巻く社会の変容

かわる「人」①（少子高齢化・人口減少の進展）

- 2010年には単身世帯が最も多い類型（総世帯の1／3）となっており、今後も増加する見通し
- 今後、夫婦と子の世帯が減少していく一方で、ひとり親と子世帯は増加する見通し



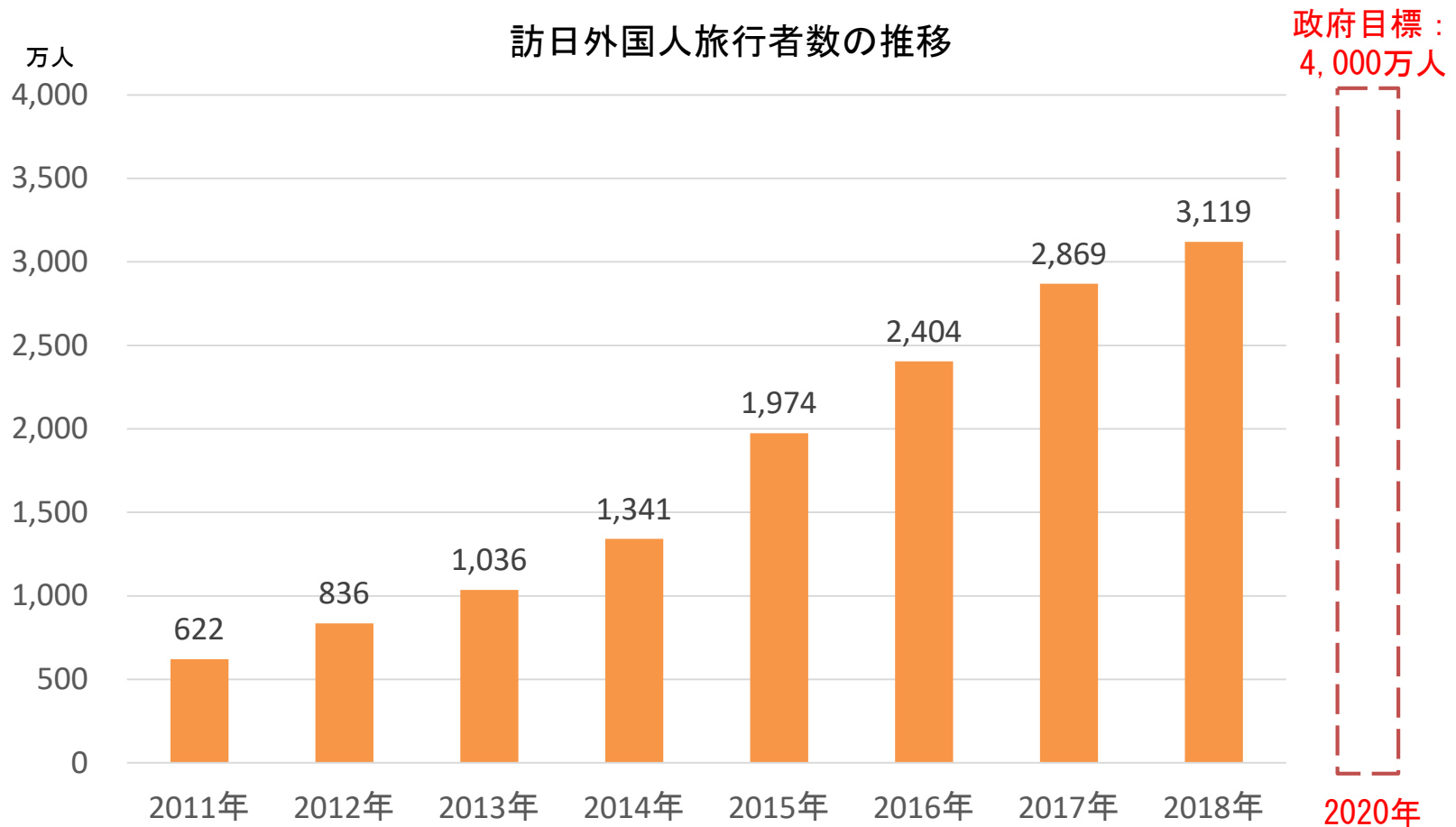
注:「その他の一般世帯」は、夫婦と両親、夫婦とひとり親、夫婦と子どもと親、夫婦と他の親族、夫婦と子どもと他の親族、夫婦と親と他の親族、兄弟姉妹のみからなる世帯や他に分類されない世帯を対象としている

出典:国立社会保障・人口問題研究所「日本の世帯数の将来推計(全国推計)」(平成30年推計)

第2節 消費者志向経営のこれまでの取り組み

(2) 消費者を取り巻く社会の変容

かわる「人」②（訪日外国人）



出典：日本政府観光局 (JNTO)

消費者を取り巻く社会の変化 かわる「社会」

かわる「人」

○消費者・生活者の弱体化・多様化

- ・ 少子高齢化、一人暮らしの増加、
「高齢者」、「外国人」、「障がい者」等

かわる「社会」

○消費者・生活者を取り巻く環境社会変化

- ・ 自然災害の増加・デジタル化・国際化の進展
- ・ SDGsの推進に向けた機運の高まり

第2節 消費者志向経営のこれまでの取り組み

(2) 消費者を取り巻く社会の変容

かわる「社会」① (Society 5.0)



出典：内閣府作成資料より抜粋

第2節 消費者志向経営のこれまでの取り組み

(2) 消費者を取り巻く社会の変容

かわる「社会」 ② (SDGs)

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



出典:国際連合広報センター作成資料より抜粋

かわる「社会」 ③ SDGsの具体例

■ 消費者庁が考える、消費者が直面する、地域や社会の課題

配慮の対象	具体例
 環境	○地球温暖化 ○プラスチック ○食ロス
 地域問題	○フェアトレード商品 ○寄付付きの商品 ○地産品 ○被災地産品
 社会的包括	○ユニバーサルデザイン ○ダイバーシティ (障がい者支援等)

正木委員からの御意見

【御意見】『消費者志向経営の取組促進に関する検討会』の結果について、コロナの影響で消費行動は大きく変わっているが、一切触れられていないのが、発表のタイミングとしては違和感がある。

【対応】 以下の記載を追加。

さらに、本年度は、新型コロナウイルスの感染拡大による外出自粛や在宅勤務に伴い、消費者が自宅で過ごす時間が増えたことで、インターネットショッピングや食事の宅配サービスを利用するなど、いわゆる「巣ごもり消費」が生まれ、消費者の消費行動が変化している。また、感染防止の観点から、身体的距離の確保やマスクの着用、手洗いの励行など、消費者の日常生活において新しい生活様式を求められるなど日常生活に変化が見られる。

古谷委員からの御意見

【御意見】「SDGs」について、2015年は平成27年で前の報告書の検討が行われた年なので、その後の変化の説明として少し違和感があるので、少し考慮が必要かもしれない。たとえば企業の取組みの進展などを加えた説明がいいのではないかな。

【対応】 以下の赤文字の一文を追加。

一方で、2015年に国連にて採決されたSDGs(Sustainable Development Goals: 持続可能な開発目標)も消費者を取り巻く環境に変化をもたらす要因となった。**2016年5月には、持続可能な開発目標(SDGs)推進本部を設置し、『SDGsアクションプラン2018』の公表や「ジャパンSDGsアワード」の開催によるSDGsの主要な取組の発信により、持続可能な社会の実現に向けた機運が醸成され、事業者の取組が進展した。**特に、ゴール12「つくる責任 つかう責任」は、消費者の消費行動の際に、環境に配慮したものを選んだり、食品ロスを考慮した適切な買い方をしたりすることを促す一方、事業者にもそのような商品・サービスを提供していただくことなどによって、協働の形で持続可能な社会に貢献することを目指すものである。その他のゴールも含めて、消費者のSDGsへの関心も高まっており、消費行動により社会を変えていこうという気運がみられている。

【オブザーバーからの御意見】

なし

第1節 はじめに

第2節 消費者志向経営のこれまでの取り組み

- (1)「消費者志向経営の取組促進に関する検討会」の結果
- (2)消費者を取り巻く社会の変容

第3節 新しい消費者志向経営の概念整理

- (1)令和2年度優良事例表彰事業における消費者志向経営の概念
- (2)消費者志向経営の評価の軸

第4節 令和2年度の消費者志向経営優良事例表彰事業の概要

- (1)表彰の内容
- (2)応募・選考のフロー及び説明会の開催
- (3)「特別枠」のテーマ
- (4)連続表彰の考え方
- (5)審査軸から設問内容への落とし込みの考え方・評価の考え方
- (6)応募フォーム
- (7)選考方法と結果

第5節 令和2年度の消費者志向経営優良事例表彰の検証

- (1)「特別枠」新設による効果
- (2)客観的評価軸(選択式)の検証
- (3)客観的評価軸(選択式以外)の検証
- (4)選考委員会で提起された課題

第6節 令和3年度見直しの方向性

- (1)優良事例表彰の結果を踏まえた見直し
- (2)金融との結びつき
- (3)消費者志向経営の普及のための活動

消費者志向経営の促進に関する有識者検討会の委員名簿
消費者志向経営の促進に関する有識者検討会の開催状況

第3節 新しい消費者志向経営の概念整理

(1) 令和2年度優良事例表彰事業における消費者志向経営の概念

消費者志向経営の推進に関する有識者検討会(概要)

○経緯等

- ・消費者志向経営の推進活動は、**消費者基本計画**(平成27年3月24日閣議決定)**工程表に基づき**、平成28年度から5年間の進捗状況を踏まえ、その後の推進の在り方について、**令和3年度に見直し**を行うこととしている。
- ・企業に対し消費者志向経営の取組の客観的かつ具体的なメリットを示すことや、社会情勢の変化に対応した新たな消費者志向経営の概念整理が必要であること等を踏まえ、令和3年度見直しに向け、**ESG要素を盛り込んだ表彰の新評価軸及び評価基準の作成、消費者志向経営の概念整理、金融との紐付けや公益通報者認証制度との連携等**の検討が必要。

➡ 上記を踏まえ、令和2年度以降、消費者志向経営の推進に関する**有識者検討会を開催することとした。**

○主な検討事項

<令和2年度>

- ・優良事例表彰の客観的評価軸及び評価基準
(表彰の前提となる消費者志向経営の概念整理)
- ・(新しい評価軸を用いた)令和2年度優良事例表彰の実施及び検証 等

<令和3年度>

- ・令和2年度の検討内容を受けて、令和3年度見直しの方向性を決定

第3節 新しい消費者志向経営の概念整理

(1) 令和2年度優良事例表彰事業における消費者志向経営の概念

有識者検討会のメンバー

- ・令和元年度表彰の選考委員をベースに構成。
- ・既存のESG評価軸の情報整理、点数化のためのノウハウを得るため、コンサルタントを事務局に追加。
- ・消費者志向経営が市場で評価を得るため、格付け機関や運用機関等の関係者から必要に応じ意見聴取。
- ・見直しに向けた論点の検討が含まれるため、推進組織メンバーもオブザーバーとして参加。

有識者検討会員

○名和委員(座長)

(一橋ビジネススクール 国際企業戦略専攻 客員教授)

○蟹江委員

(慶応義塾大学大学院政策・メディア研究科教授)

○竹田委員

(公益社団法人日本青年会議所副会頭)

○末吉委員

(一般社団法人エシカル協会代表理事)

○半澤委員

(日経BP社日経ESG経営フォーラム 主任研究員)

○古谷委員

(サステナビリティ消費者会議代表)

○正木委員

(一般社団法人日本経済団体連合会ソーシャル・コミュニケーション本部長)



事務局

消費者庁・徳島オフィス

コンサルタント

(三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社)

オブザーバー

推進組織メンバー

(必要に応じ意見聴取)

格付け機関

有識者

運用機関 (保険・証券会社・DBJ等)

令和2年度優良事例表彰事業における消費者志向経営の概念

目標

持続可能な社会に貢献する

第4期消費者基本計画より(令和2年3月閣議決定)

定義

「消費者」と「共創・協働」して「社会価値」を向上させる経営

消費者

事業者が提供する商品・サービスを現在、若しくは将来利用又は、関与する可能性のある主体

※消費者の多様化の結果、捉えられる消費者の例

高齢者、外国人、障がい者、地域住民、エンドユーザー、従業員等

共創・協働

事業者が消費者との双方向コミュニケーションにより、消費者がワクワクする商品・サービス・体験を共有し、消費者とのWIN-WINの関係になること

社会価値

事業者が本業を通して、地域や社会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から生み出されるもの

活動

○みんなの声を聴き、かついかすこと

○未来・次世代のために取り組むこと

○法令の遵守/コーポレートガバナンスの強化をすること

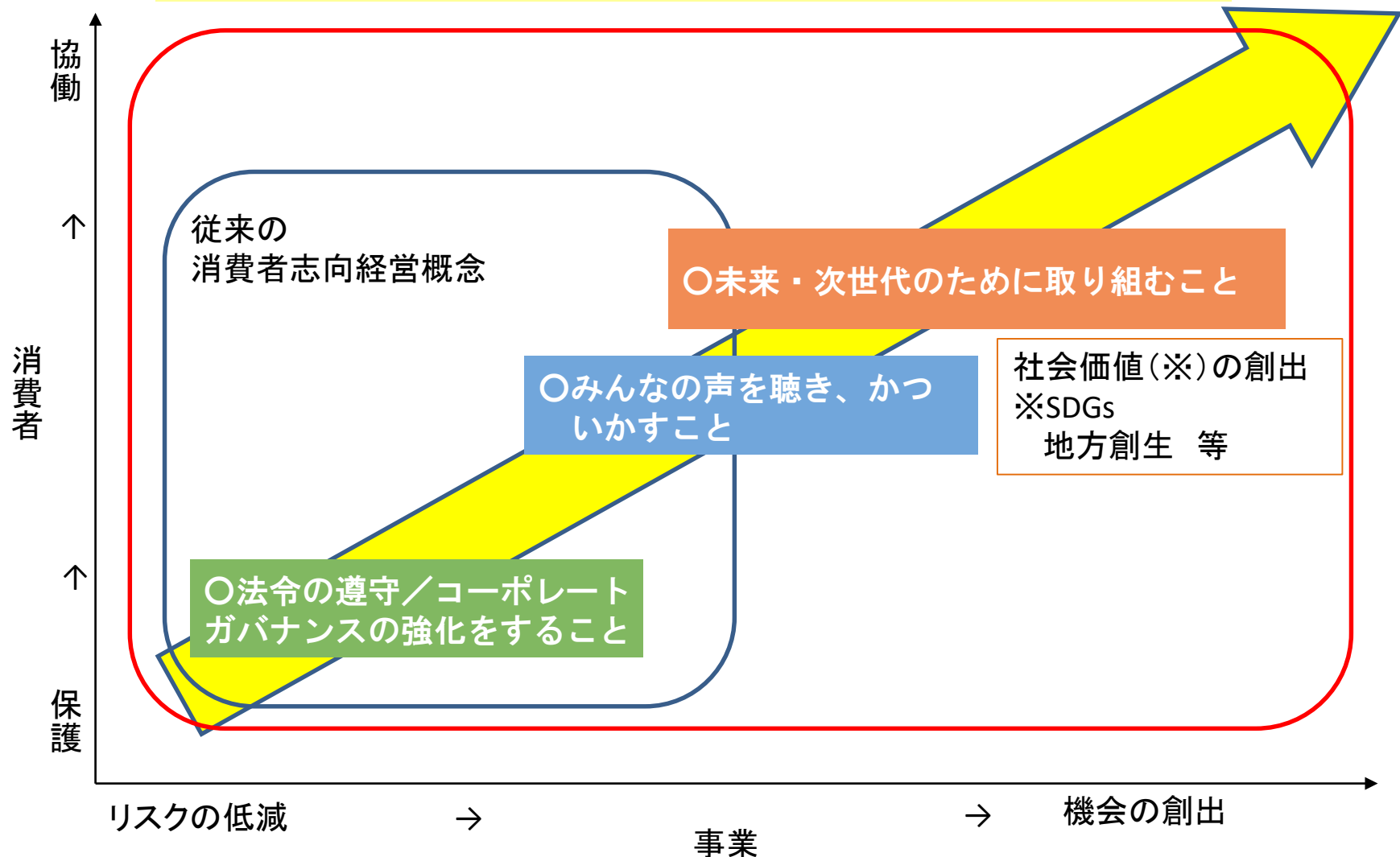
第3節 新しい消費者志向経営の概念整理

(1) 令和2年度優良事例表彰事業における消費者志向経営の概念

従来の消費者志向経営との違い

「消費者」と「共創・協働」して「社会価値」を向上させる経営

持続可能な社会
への貢献

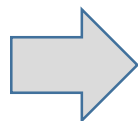


第3節 新しい消費者志向経営の概念整理

(1) 令和2年度優良事例表彰事業における消費者志向経営の概念

消費者志向経営の6本の活動柱を3つの活動に再構築

顧客満足



消費者と共感する社会価値

～今の世代から未来の世代まで～

平成27年度
(消費者志向経営の取組促進に関する検討会)

6本の取り組みの柱

経営のトップコミットメント

- ・消費者志向自主宣言

コーポレートガバナンスの確保

- ・消費者の情報・意見を経営層に伝え、経営の意思決定に反映

従業員の積極的活動

- ・顧客視点にたった行動を根づかせる取組

事業関連部門と品質保証・消費者関連部門・
コンプライアンス部門等との有機的連携

- ・社内での消費者関連情報共有
- ・問題発生時の緊急対応等

消費者への情報提供の充実と双方向の情報交換

- ・わかりやすい情報提供
- ・信頼を確保するような情報交換

消費者や社会の要望を踏まえた改善・開発

- ・消費者顧客のニーズに応える
- ・社会課題解決を図る商品・サービスの開発

令和2年度 事業者が消費者の目線で

みんなの声を聴き、かついかすこと

消費者への情報提供の充実と双方向の情報交換（ポジティブ）

消費者や社会の要望を踏まえた改善・開発

従業員の積極的活動（ポジティブ）

未来・次世代のために取り組むこと

消費者や社会の要望を踏まえた改善・開発

法令を遵守/コーポレートガバナンス
の強化をすること

経営のトップコミットメント

コーポレートガバナンスの確保

事業関連部門と品質保証・消費者関連部門・コンプラ
イアンス部門等との有機的連携

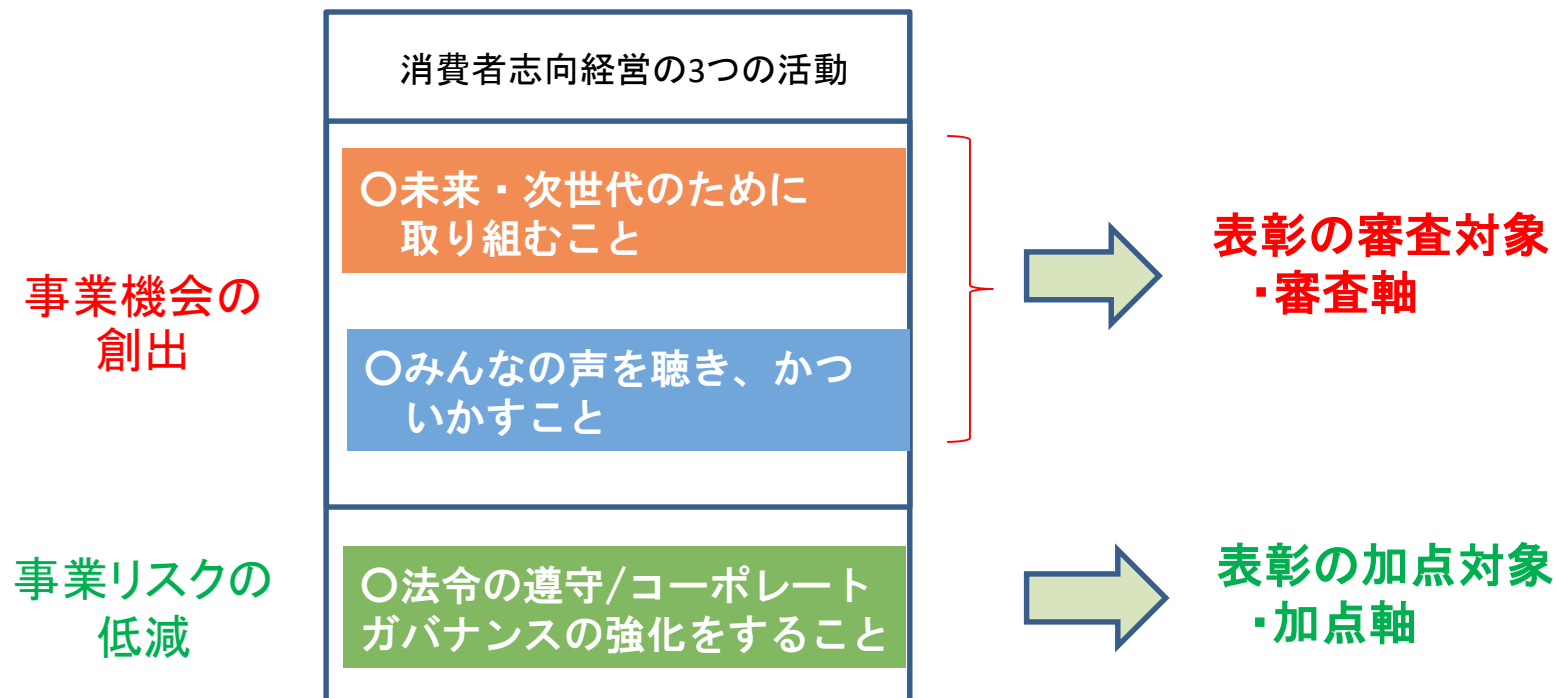
従業員の積極的活動（リスク）

消費者への情報提供の充実と双方向の情報交換（リスク）

第3節 新しい消費者志向経営の概念整理

(1) 令和2年度優良事例表彰事業における消費者志向経営の概念

令和2年度消費者志向経営優良事例表彰の考え方



第3節 新しい消費者志向経営の概念整理

(2) 消費者志向経営の評価の軸

令和2年度優良事例表彰における評価の軸について

○未来・次世代のために取り組むこと

社会価値の創出	創出した社会価値が、地域や社会、地球環境の課題解決に寄与していること
消費者の行動変容	持続可能性のある商品・サービス等の提供を通じて、消費者の行動変容を促していること
事業の継続性	消費者志向の事業を通し、将来に向けて継続して成長していること

○みんなの声を聴き、かついかすこと

コミットメント・現場力	経営陣が、消費者志向経営に対して明確なコミットメントを表明し、社員が積極的に活動できる体制があること
消費者認識	対象となる消費者を、的確に把握し捉え、共に取り組んでいること
独自性・革新性	「自社らしさ」を生かしながら、新たな発想も取り入れること
外部との連携性	地域や社会、地球環境の課題解決に向けて、社外（地域社会、行政、他社、専門性のある団体等）と協力していること
双方向 コミュニケーション	消費者の特性に合った手段を通じ、消費者がわかりやすい情報を発信し、消費者と共感する関係を構築していること

・消費者関連法令の遵守
・企業倫理の遵守

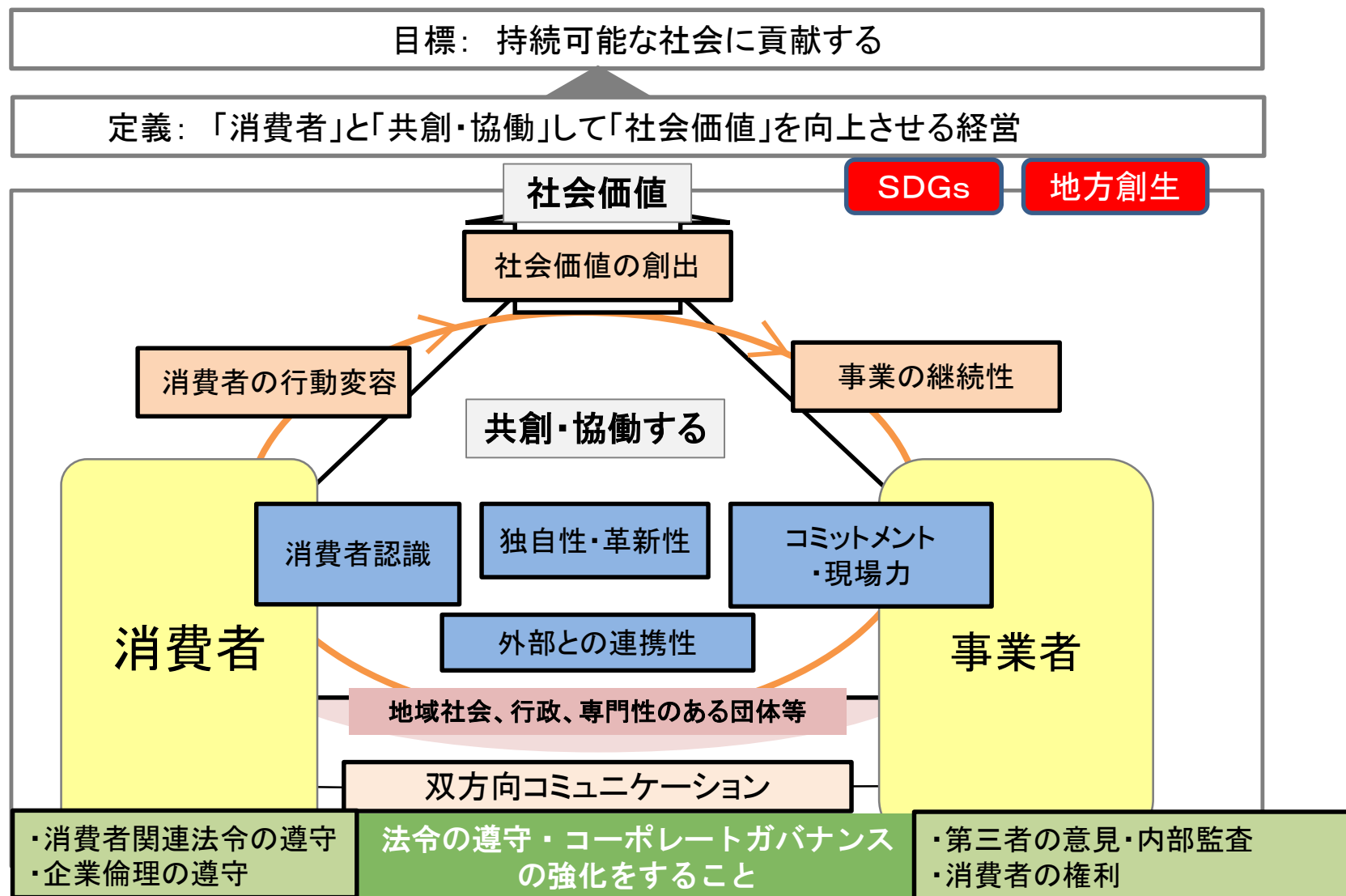
法令の遵守・コーポレートガバナンス
の強化をすること

・第三者の意見・内部監査
・消費者の権利

第3節 新しい消費者志向経営の概念整理

(2) 消費者志向経営の評価の軸

令和2年度優良事例表彰における評価の軸の概念図



古谷委員からの御意見

・「消費者経営の概念」について、本検討会では前の報告書における定義との関連性は議論されなかったのですが、企業の方に伺うと、前の定義と今回の定義との関係性が分からないとの声も聞かれます。まったく違うものにしたのではなく、前のものをベースにしながら、社会の変化を踏まえて発展させたような説明をするなどの工夫も欲しいかと思えます。

【対応】 以下の赤文字の記載を追加。

本節では、**消費者を取り巻く社会の変容に対応すべく**、本検討会で検討された新しい消費者志向経営の概念をみていく。

・「従来の消費者志向経営の活動」について、上記(前の定義と今回の定義との関係性が分からないとの声)を踏まえた上での記載が望ましいのではないか。

【対応】 以下の図3-1、図3-2を追加。

図3-1

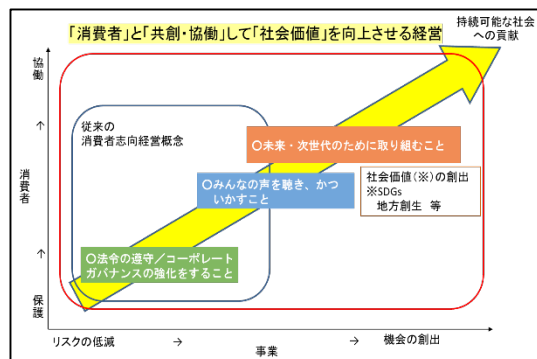
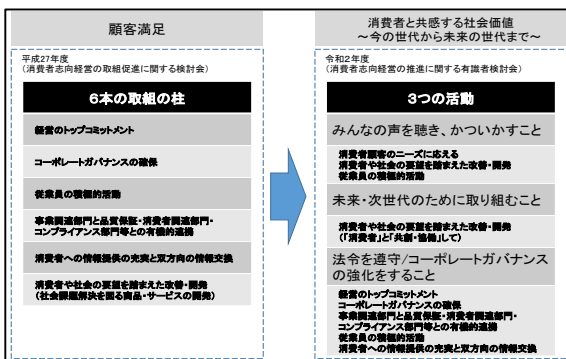


図3-2



ACAPからの御意見

【御意見】「従来の消費者志向経営の活動」について、「法令の遵守／コーポレートガバナンスの強化をすること」だけに重きがおかれたのではなく、「みんなの声を聴き、かついかすこと」にも取り組んでいたと思います。そして、これからの消費者志向経営は、「みんなの声を聴き、かついかすこと」に加え「未来・次世代のために取り組むこと」にも重きを置くことになると思います。

【対応】 以下の赤文字の記載を追加。

従来の消費者志向経営の活動では、「法令の遵守／コーポレートガバナンスの強化をすること」に重きを置き、消費者保護やリスクを抑えることを重視していた。これに加え、消費者志向経営は、「消費者」と「共創・協働」する観点から、「みんなの声を聴き、かついかすこと」をより経営に活かし、「未来・次世代のために取り組むこと」といった持続可能な社会へ貢献する活動にも重きを置くことになることとなった（図3－1、図3－2）。

第1節 はじめに

第2節 消費者志向経営のこれまでの取り組み

- (1)「消費者志向経営の取組促進に関する検討会」の結果
- (2)消費者を取り巻く社会の変容

第3節 新しい消費者志向経営の概念整理

- (1)令和2年度優良事例表彰事業における消費者志向経営の概念
- (2)消費者志向経営の評価の軸

第4節 令和2年度の消費者志向経営優良事例表彰事業の概要

- (1)表彰の内容
- (2)応募・選考のフロー及び説明会の開催
- (3)「特別枠」のテーマ
- (4)連続表彰の考え方
- (5)審査軸から設問内容への落とし込みの考え方・評価の考え方
- (6)応募フォーム
- (7)選考方法と結果

第5節 令和2年度の消費者志向経営優良事例表彰の検証

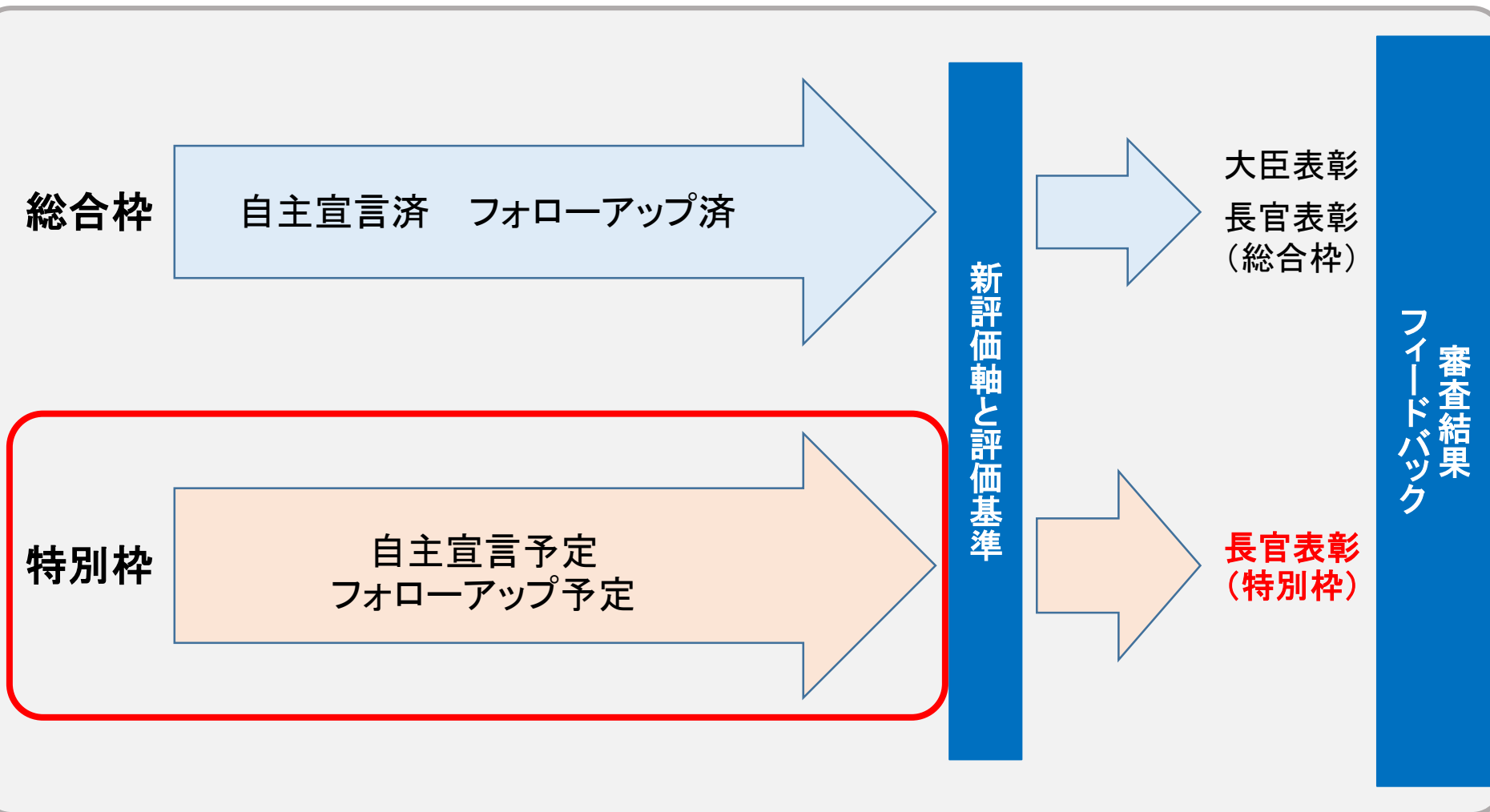
- (1)「特別枠」新設による効果
- (2)客観的評価軸(選択式)の検証
- (3)客観的評価軸(選択式以外)の検証
- (4)選考委員会で提起された課題

第6節 令和3年度見直しの方向性

- (1)優良事例表彰の結果を踏まえた見直し
- (2)金融との結びつき
- (3)消費者志向経営の普及のための活動

(1) 表彰の内容

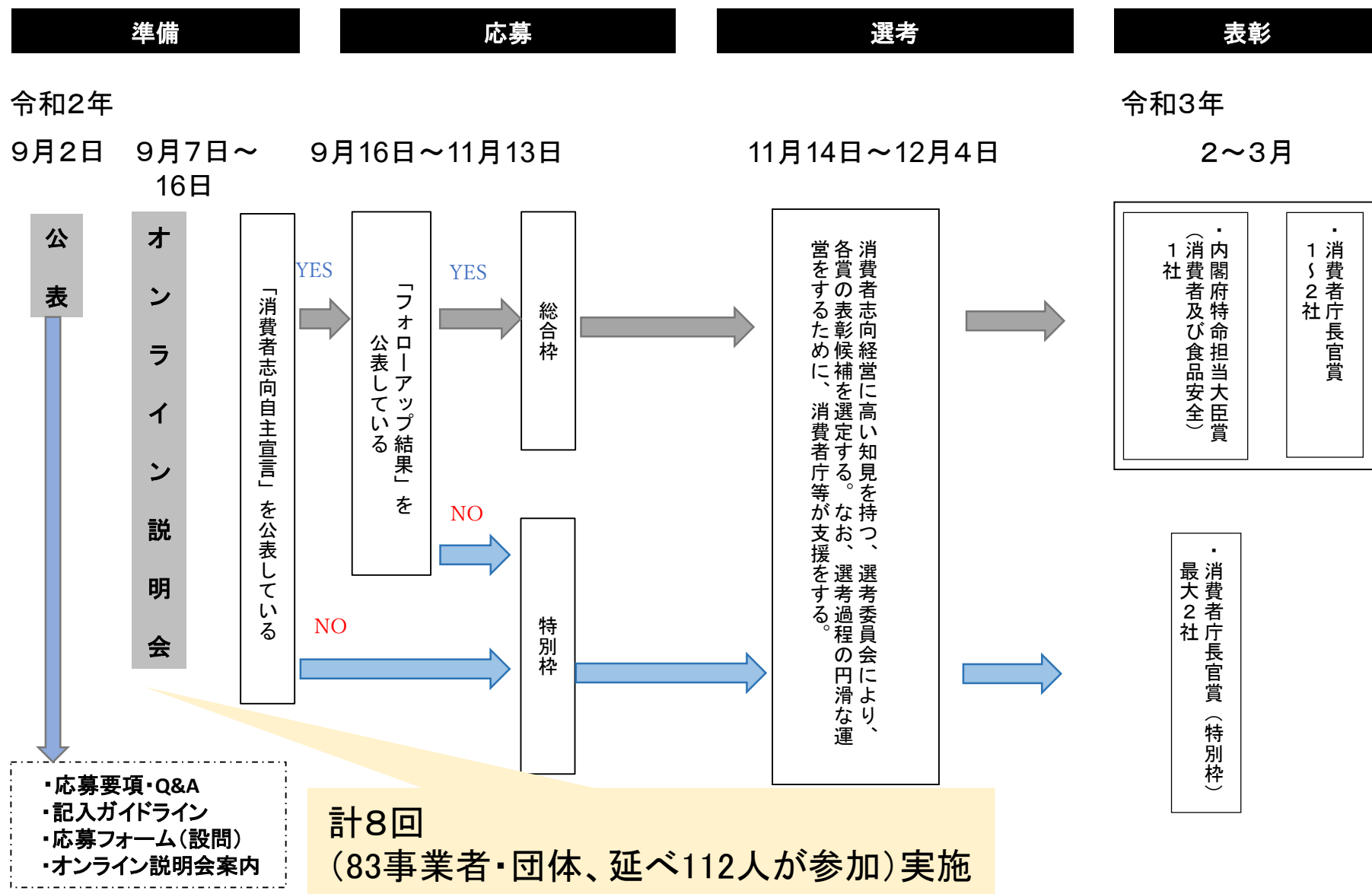
令和2年度の優良事例表彰事業概要

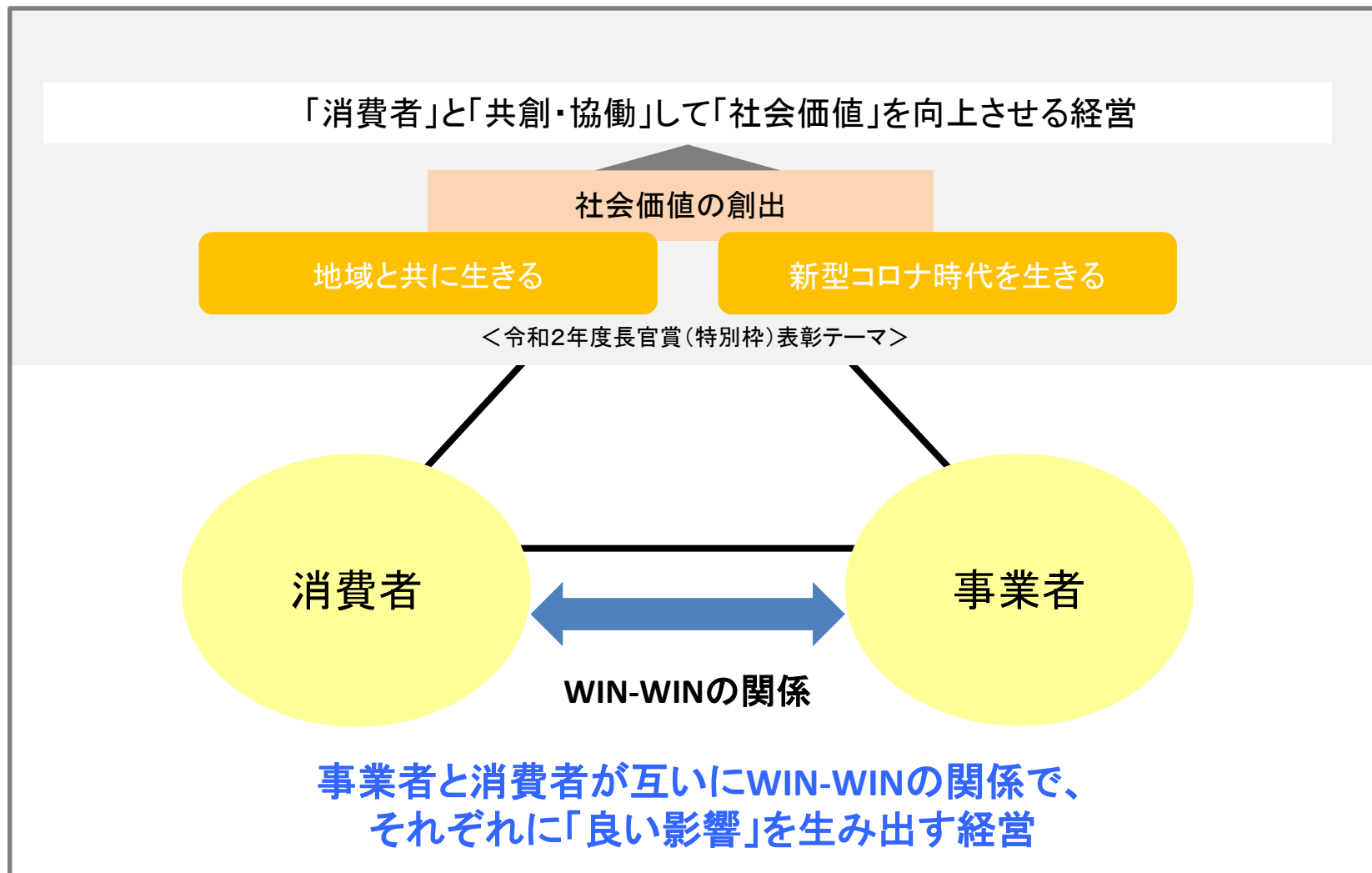


第4節 令和2年度の消費者志向経営優良事例表彰事業の概要

(2) 応募・選考のフロー及び説明会の開催

令和2年度の優良事例表彰事業 応募から選考までのフロー概要





第4節 令和2年度の消費者志向経営優良事例表彰事業の概要

(3)「特別枠」のテーマ

番号	テーマ	内容
1	地域と共に生きる	本業を通して、変化する消費者のニーズを迅速に捉え、地域の社会課題を解決していく取組
	<例> 地域のタクシー会社や商店街が、高齢者等買い物難民の買い物の足の確保や、交流や働く場の提供をし、利便性と地域活性の両立	
2	新型コロナ時代を生きる	本業を通して、消費者と協働しながら、新たな価値を提供している取組
	<例> 飲食店に農産物や畜産物を卸している事業者と、消費者の自宅やフードバンク等をつなぐプラットフォーム事業	

○いずれかを選択する

(4) 連続表彰の考え方

大臣賞又は長官賞を連続で受賞した事業者は、1年は応募できないものとする。

<連続受賞の考え方のイメージ>

※「応募不可年度」の翌年度より応募可能

	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
例1) 平成30年度に大臣賞受賞 令和元年度に長官賞受賞 →令和2年度は応募不可	大臣賞 受賞	長官賞 受賞	応募不可年度	応募可能	
例2) 令和元年度に長官賞受賞 令和2年度に長官賞受賞 →令和3年度は応募不可		長官賞 受賞	長官賞 受賞	応募不可年度	応募可能
例2) 令和2年度に大臣賞受賞 令和3年度に大臣賞受賞 →令和4年度は応募不可			大臣賞 受賞	大臣賞 受賞	応募不可年度

第4節 令和2年度の消費者志向経営優良事例表彰事業の概要

(5) 審査軸から設問内容への落とし込みの考え方・評価の考え方

STEP1

<例>

審査軸

コミットメント・現場力

審査軸の定義

経営陣が、消費者志向経営に対して明確なコミットメントを表明し、社員が積極的に活動できる体制があること

①

②

要素の分解

- ①経営陣が、消費者志向経営に対して明確なコミットメントを表明
- ②社員が積極的に活動できる体制がある

審査軸の定義↓要素の分解

STEP2

要素↓設問作成

- ①経営陣が、消費者志向経営に対して明確なコミットメントを表明



・設問: 経営者コミットメント(明文化)

設問作成 ・設問: 発信の有無

- ②社員が積極的に活動できる体制がある



・設問: 推進体制への経営の関与(最高責任者レベル、経営会議・取締役の議題の有無)

設問作成 ・設問: 社員への浸透(浸透方法の種類)

第4節 令和2年度の消費者志向経営優良事例表彰事業の概要

(5) 審査軸から設問内容への落とし込みの考え方・評価の考え方

STEP1

既存のESG評価機関
の設問整理

法律遵守

社会的な規範の遵守

情報セキュリティ

リスクマネジメント

内部通報制度

情報開示

汚職・政治献金

STEP2

共通項に消費者志向経営
の要素を加味し作成

消費者志向経営の要素⇒消費者の権利擁護、消費者関連法規の遵守

法令遵守

- ・設問: 消費者関連法規の遵守
- ・設問: 企業倫理を遵守する体制

コーポレートガバナンス

- ・設問: 第三者の意見の取入れの体制
- ・設問: 内部監査の体制
- ・設問: 消費者権利擁護に対応した体制整備
(安全である権利、選ぶ権利、知らされる権利、
消費者教育を受ける権利、意見を反映させる権利、
救済を受ける権利)

第4節 令和2年度の消費者志向経営優良事例表彰事業の概要

(5) 審査軸から設問内容への落とし込みの考え方・評価の考え方

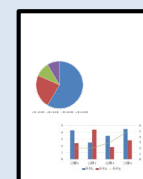
	審査軸	応募者の 負担	審査の 客観性	好事例の 発掘
選択式	択一選択 設問例) 消費者志向経営の方針の明文化の有無 回答) はい、いいえ、検討中	軽	高	低
	複数選択 設問例) 消費者志向経営の方針の種類 回答) 1. 消費者志向自主宣言、2. 企業理念や社是、 3. 経営方針・経営計画 4. 行動憲章・指針・規範 5. その他	軽	高	低
	複数選択＋具体例記載 設問例) 消費者のニーズどう事業に活用 回答) □既存の商品・サービスの改良・販売方法等の改良に活用 具体的に() □新規の商品・サービスの開発・販売方法の開発に活用 具体的に() □新たな事業、領域の拡大に活用 具体的に()	中	中	中
自由記載	自由記載 設問例) 外部の団体と連携をすることの効果 回答) ()	重	低	高

○設問形式は、「選択式」と「自由記載」から構成され、客観的審査を担保しつつ、優れた活動の発掘を目指す。
○得られたデータについては、今後さらなる本事業の推進のための活用も検討。

チェックリスト

☐	-----
☒	-----
☒	-----
☒	-----
☒	-----

取組に関する
客観的データ



○加点軸は、選択式(択一選択)のみ。

 消費者
志向經營

- 設問ごとの配点の重みづけは非公開
- 具体例・自由記載の審査用の審査ポイントは非公開
- 加点軸の加点方法は非公開

第4節 令和2年度の消費者志向経営優良事例表彰事業の概要

(6) 応募フォーム

○応募に際し、以下の企業情報の入力が必要とされる

応募フォーム

○貴事業者の情報を記入してください。

ふりがな			
事業者名			
ふりがな		役職	
代表者名			
所在地	〒		
法人番号	※個人事業主等の法人格を持たない事業者は、記載いただく必要はありません。		
公式ウェブサイトのURL			
設立年月日（西暦）			
資本金（百万円）			
従業員数			
業種			
事業内容（100字以内）			
財務指標	前年度	今年度見込み	※営業利益がマイナスの場合の補足欄。
売上高（百万円）			
営業利益（百万円）			
ふりがな			
担当者氏名			
所属			
役職			
電話番号		FAX番号	
E-mail			

消費者志向自主宣言・フォローアップ活動への参加状況		
①消費者志向自主宣言が推進組織ウェブサイト（※1）に掲載されている。	Yes ○	No ○
②フォローアップ結果が推進組織ウェブサイト（※1）に掲載されている。	Yes ○	No ○
消費者志向自主宣言・フォローアップ活動への参加状況で、①と②のいずれもYesの場合		
既存の消費者志向自主宣言をPDFファイルにして添付してください。		
フォローアップ結果（消費者志向自主宣言の取組・成果・改善内容）の要点をA4で1〜3枚程度にまとめPDFファイルにして添付してください。		
消費者志向自主宣言・フォローアップ活動への参加状況で、①のみYesの場合		
既存の消費者志向自主宣言をPDFファイルにして添付してください。		
フォローアップ期限までにフォローアップ結果が推進組織ウェブサイト（※1）に掲載されるべく速やかに着手する。	Yes ○	No ○
消費者志向自主宣言・フォローアップ活動への参加状況で、①と②のいずれもNoの場合		
反社会的勢力と関係を有する場合、及び公序良俗に反する行為を行った場合のいずれにも該当しない	Yes ○	No ○
応募から1年以内に自主宣言が推進組織ウェブサイト（※1）に掲載されるよう速やかに着手する。	Yes ○	No ○
消費者関連法令（※2）に関して、過去5年間のうちに不利益処分等（※3）を受けていない。	Yes ○	No ○
応募後に消費者関連法令に関して不利益処分等を受けた場合又は不利益処分等を受ける可能性が生じた場合、速やかに事務局に申告する。	Yes ○	No ○

※1 推進組織ウェブサイト：消費者庁のウェブサイトを用いる。

※2 消費者関連法令：消費者庁が所管する法令に加え、広く生命身体・財産の安全に関する法令（保険業法（平成7年法律第105号）、道路運送車両法（昭和26年法律第185号）、航空法（昭和27年法律第231号）等）を含む。

※3 不利益処分等：行政手続法（平成5年法律第55号）第2条第4号に規定する「不利益処分」並びに刑法（明治40年法律第45号）第9条に規定する「死刑、懲役、禁錮、罰金、拘留及び科料」及び「没収」を用いる。

総合枠対象

フォローアップ済
自主宣言事業者

特別枠対象

フォローアップ
未実施宣言事業者

未実施宣言事業者

※業種に関しては、日本標準産業分類に該当する大項目を入力いただきます。

第4節 令和2年度の消費者志向経営優良事例表彰事業の概要

(6) 応募フォーム

○みんなの声を聴き、かついかすこと

1 コミットメント・現場力

(1) 経営者コミットメント

① 「消費者志向経営」を推進するための方針はありますか？

※1つのみ選択可

☐	1	はい	☐	2	いいえ	☐	3	検討中
--------------------------	---	----	--------------------------	---	-----	--------------------------	---	-----

② 上記1(1)①において1または3を選択した場合、それはどのようなものですか？

※複数選択可。ただし、消費者志向自主宣言をしている場合は、「1」のみ選択してください。

☐	1	消費者志向自主宣言	☐	4	経営方針・経営計画
☐	2	企業理念や杜是	☐	5	その他 50字程度
☐	3	行動憲章・指針・規範			

(2) 発信

① 上記1(1)①がはいの場合、社外に向けて発信していますか？

※1つのみ選択可

☐	1	はい	☐	2	いいえ	☐	3	検討中
--------------------------	---	----	--------------------------	---	-----	--------------------------	---	-----

(3) 推進体制

① 「消費者志向経営」を推進する最高責任者は、どの役職レベルが該当しますか？

※1つのみ選択可

☐	1	経営層	☐	3	その他 50字程度
☐	2	執行役員			

② 取締役会・経営会議等で消費者志向に関する内容が議題に挙がる場合、それはどのようなことですか？具体例をご記載ください。

※複数選択可

☐	1	方針	具体例	50字程度
☐	2	活動	具体例	50字程度
☐	3	効果測定	具体例	50字程度
☐	4	改善	具体例	50字程度
☐	5	その他	具体例	50字程度

(4) 社員への浸透

① 社員に「消費者志向経営」の理解を促すための取組をしていますか？

※1つのみ選択可

☐	1	はい	☐	2	いいえ	☐	3	検討中
--------------------------	---	----	--------------------------	---	-----	--------------------------	---	-----

② 上記1(4)①がはいの場合、どのような取り組みをしていますか？具体例に実施の頻度等もご記載ください。

※複数選択可

☐	1	経営層自らの発信	具体例	50字程度
☐	2	管理職への研修・管理職によるワークショップの実施	具体例	50字程度
☐	3	社員への研修・社員によるワークショップの実施	具体例	50字程度
☐	4	社内への定着度の測定	具体例	50字程度
☐	5	その他	具体例	50字程度

第4節 令和2年度の消費者志向経営優良事例表彰事業の概要

(6) 応募フォーム

○みんなの声を聴き、かついかすこと

2 消費者認識

(1) 配慮すべき消費者の認識

① 商品・サービスの提供において、配慮が必要な消費者の特性を把握するために、勉強会、疑似体験等を実施していますか？

※1つのみ選択可

☐ 1 はい	☐ 2 いいえ	☐ 3 検討中
-------------------------------	--------------------------------	--------------------------------

(2) 調査等による消費者ニーズの明確化

① 消費者の満足度向上のために、消費者のニーズを把握していますか？

※1つのみ選択可

☐ 1 はい	☐ 2 いいえ	☐ 3 検討中
-------------------------------	--------------------------------	--------------------------------

② 上記2(2)①がはいの場合、どのように把握していますか？

※複数選択可

☐ 1 アンケート	☒ 5 イベント・懇談会での交流
☒ 2 インタビュー	☒ 6 インフルエンサーとの交流
☐ 3 SNS	☒ 7 その他 50字程度
☒ 4 消費者相談	

(3) 消費者ニーズの活用

① 上記2(2)で把握したニーズを事業にどのようにいかしているか、ご記載ください。

※複数選択可

☐ 1 既存の商品・サービスの改良・販売方法等の改良にいかしている	具体例	150字程度
☒ 2 新規の商品・サービスの開発・販売方法等の開発にいかしている	具体例	150字程度
☐ 3 新たな事業、領域の拡大にいかしている	具体例	150字程度
☐ 4 その他	具体例	150字程度

3 独自性・革新性

(1) 独自性

消費者志向経営の活動のうち、自社の強みや競合他社と差別化できる「自社らしさ」がいかされているものがあれば、ご記載ください。

自由記載 100字程度

(2) 革新性

商品・サービスに新たな発想や技術を取り入れている事例があれば、ご記載ください。

自由記載 100字程度

4 外部との連携性

(1) 社外との協働

① 事業に影響を与えるような地域、社会、または地球環境の課題の解決に向けて、社外と協力していますか？

※1つのみ選択可

☐ 1 はい	☐ 2 いいえ	☐ 3 検討中
-------------------------------	--------------------------------	--------------------------------

② 上記4(1)①がはいの場合、下記に例示するような外部の団体と連携をすることの効果をご記載ください。

例：行政や学術機関、NPO・NGO、消費者団体、地域の商工会等の経済団体、他企業 等

自由記載 100字程度

第4節 令和2年度の消費者志向経営優良事例表彰事業の概要

(6) 応募フォーム

○(共通) 双方向コミュニケーション

1 双方向コミュニケーション					
(1) 消費者からの共感					
① 消費者から共感をしてもらえるような工夫をしていますか？					
※1つのみ選択可					
☐	1 はい	☐	2 いいえ	☐	3 検討中
② 上記1(1)①がはいの場合、工夫によってもたらされた結果を測定していますか？					
※1つのみ選択可					
☐	1 はい	☐	2 いいえ	☐	3 検討中
③ 上記1(1)②がはいの場合、測定した結果をどのようにいかしていますか？					
※複数選択可					
☐	1 SNS等での情報発信・表現方法・コンテンツ	具体例	50字程度		
☐	2 SNS等以外での情報発信・表現方法・コンテンツ	具体例	50字程度		
☐	3 その他	具体例	50字程度		

第4節 令和2年度の消費者志向経営優良事例表彰事業の概要

(6) 応募フォーム

○未来・次世代のために取り組むこと

1 社会価値の創出

(1) 社会価値インパクト

以下の①から③を順にご記載ください。

① 貴社の事業にとって重要な社会課題を1つご記載ください。 30字程度

② 上記1(1)①の課題の解決に結び付くように、消費者の声を踏まえて、提供している商品・サービスをご記載ください。

150字程度

③ 上記1(1)②について、消費者に使用・利用されることで生み出される社会価値や消費者価値についてご記載ください。

(ア) 社会価値 (社会にもたらす良い影響) 100字程度

その良い影響の度合い、程度 100字程度
(数量及び質的な指標を用いて記載すること)

(イ) 消費者価値 (消費者にもたらす良い影響) 100字程度

その良い影響の度合い、程度 100字程度
(数量及び質的な指標を用いて記載すること)

2 消費者の行動変容

(1) 消費者意識・行動変容

① 消費者に意識や行動の変化を促すような、商品・サービスや情報を提供していますか？

※1つのみ選択可

1 はい

2 いいえ

3 検討中

② 上記2(1)①がはいの場合、どのような商品・サービス、どのような情報かご記載ください。

上記の社会価値の創出(1)社会価値インパクト②で回答されている同商品・同サービスをご記入ください。

※複数選択可

1	商品・サービス	具体例	150字程度
2	情報	具体例	150字程度
3	その他	具体例	150字程度

第4節 令和2年度の消費者志向経営優良事例表彰事業の概要

(6) 応募フォーム

○未来・次世代のために取り組むこと

3 事業の継続性

(1) 成長性・継続性

① 消費者志向の商品・サービスを、中長期経営計画に組み入れていますか？

上記の社会価値の創出(1)社会価値インパクト②で回答されている同商品・同サービスをご記入ください。

※1つのみ選択可

1	はい	2	いいえ	3	検討中
---	----	---	-----	---	-----

② 事業の進捗を定量的なデータで確認していますか？

上記の社会価値の創出(1)社会価値インパクト②で回答されている同商品・同サービスをご記入ください。

※1つのみ選択可

1	はい	2	いいえ	3	検討中
---	----	---	-----	---	-----

③ 上記3(1)②がはいの場合、どのような定量的なデータかご記載ください。

※複数選択可

1	売上金額	4	収益率
2	社員数	5	その他 50字程度
3	設備投資金額		

(2) 経済へのインパクト

① 消費者志向の商品・サービスは、どのようなものですか？

上記の社会価値の創出(1)社会価値インパクト②で回答されている同商品・同サービスをご記入ください。

※1つのみ選択可

1	既存の商品・サービスを改良したもの	3	新たな事業、領域の拡大に活かしているもの
2	新たな商品・サービスとして開発したもの	4	その他 50字程度

② 消費者志向の商品・サービスの経済価値について、ご記載ください。

上記の社会価値の創出(1)社会価値インパクト②で回答されている同商品・同サービスをご記入ください。

※新規開発した商品・サービスの場合は過去の実績が「0」であっても問題ありません。

②-1 過去3年間の実績：営業利益		②-2 今後3年間の予測：営業利益目標	
平成30年度(2018年度)		円 令和3年度(2021年度)	
令和元年度(2019年度)		円 令和4年度(2022年度)	
令和2年度(2020年度)・見込み		円 令和5年度(2023年度)	

②-3 その他、経済へのインパクトについて特筆すべきことがあれば、ご記載ください。

100字程度

法令の遵守・コーポレートガバナンスの強化をすること

(コンプライアンス: 消費者関連法令の遵守、企業倫理の遵守)

1 コンプライアンス		はい	いいえ
(1) 消費者関連法令の遵守			
① 過去1年間に、刑事告発を受けた事件・事故はありましたか？			
② 過去1年間に、不祥事等による操業・営業停止やリコールはありましたか？			
③ 過去1年間に、行政機関からの不利益処分等を受けましたか？			
(2) 企業倫理の遵守			
コンプライアンス(法令・組織内ルールの遵守)の徹底に関する、以下の問いについてお答えください。			
① 明文化された方針がありますか？			
② 明文化された運用ルールがありますか？			
③ コンプライアンスを徹底させるための管理体制がありますか？			
④ 役員または役員に相当する職位の社員が、コンプライアンスに関する管理責任を負っていますか？			
⑤ 過去1年間に、社員によるコンプライアンス違反がありましたか？			

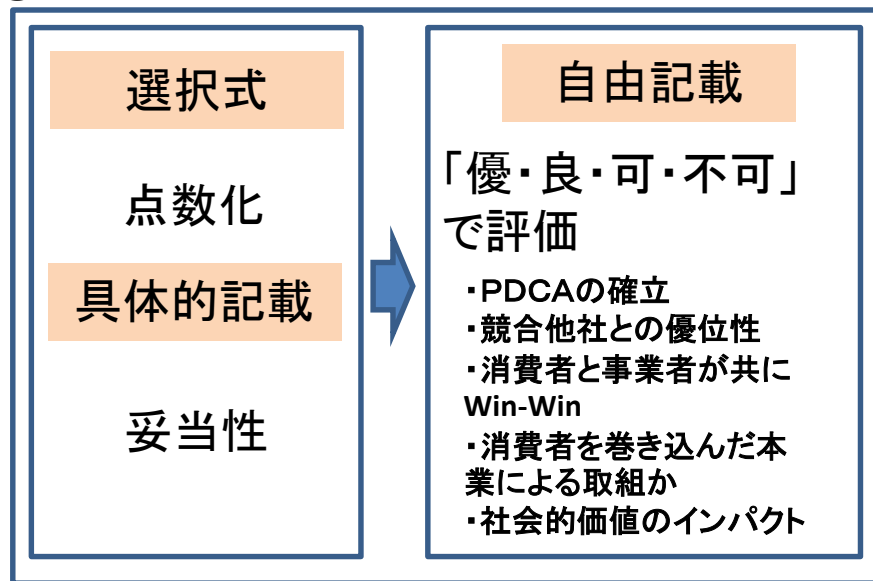
法令の遵守・コーポレートガバナンスの強化をすること

(ガバナンス: 第三者の意見、内部監査、消費者の権利)

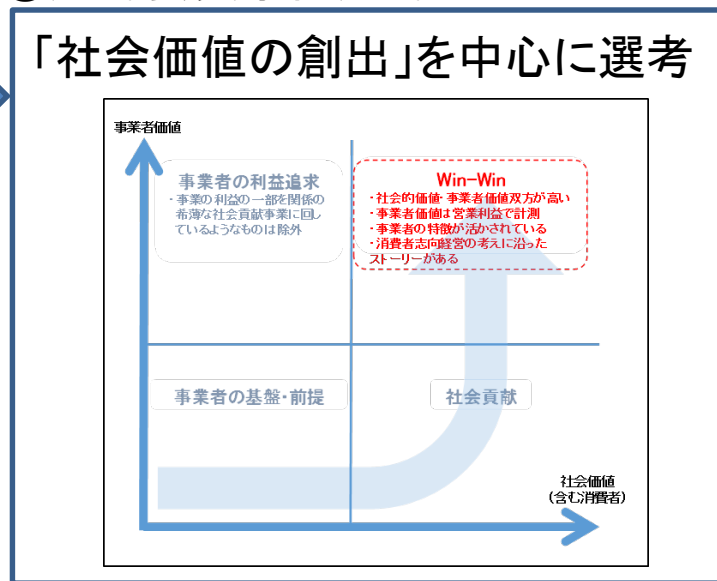
2 ガバナンス			
(1) 第三者の意見			
①	消費者団体や専門家(ESG, CSV、SDGs)等の第三者を入れたアドバイザリーボード・委員会等を設置していますか？	☐	☐
(2) 内部監査			
①	内部監査を行うルール・運用・管理体制がありますか？	☐	☐
②	内部通報を受け入れ、対応する窓口の整備がありますか？	☐	☐
3 ガバナンス 消費者の8つの権利			
(1) 安全である権利			
①	商品・サービスの品質を担保するルール・運用・管理体制はありますか？	☐	☐
②	法令リコール、自主回収に対応するルール・運用・管理体制はありますか？	☐	☐
(2) 選ぶ権利			
①	適切な表示・契約書等を通して、消費者が購入時に正しい情報を得るためのルール・運用・管理体制がありますか？	☐	☐
(3) 知らされる権利			
①	情報開示に関するルール・運用・管理体制がありますか？	☐	☐
(4) 消費者教育を受ける権利			
①	消費者啓発を行うルール・運用・管理体制がありますか？	☐	☐
(5) 意見を反映させる権利			
①	消費者の意見、不満、苦情・要望等を、製品・サービスに反映させるためのルール・運用・管理体制がありますか？	☐	☐
(6) 救済を受ける権利			
①	契約不履行や身体被害等といった消費者被害の補償を行うためのルール・運用・管理体制がありますか？	☐	☐

(7) 選考方法と結果

①事務局選考



②選考委員事前選考



選考委員事前選考
対象を選出

③選考対象事業者に対するヒアリング

④選考委員会の開催(12月4日)及び選考結果

選考対象の28事業者の内、
13事業者に対し計29件のヒアリングを実施

※ヒアリングについては、選考委員の意見も踏まえ行われた。
※各企業の公表する統合報告書も参考にしている。

＜選考対象:計28事業者＞
総合枠:15事業者
特別枠:13事業者

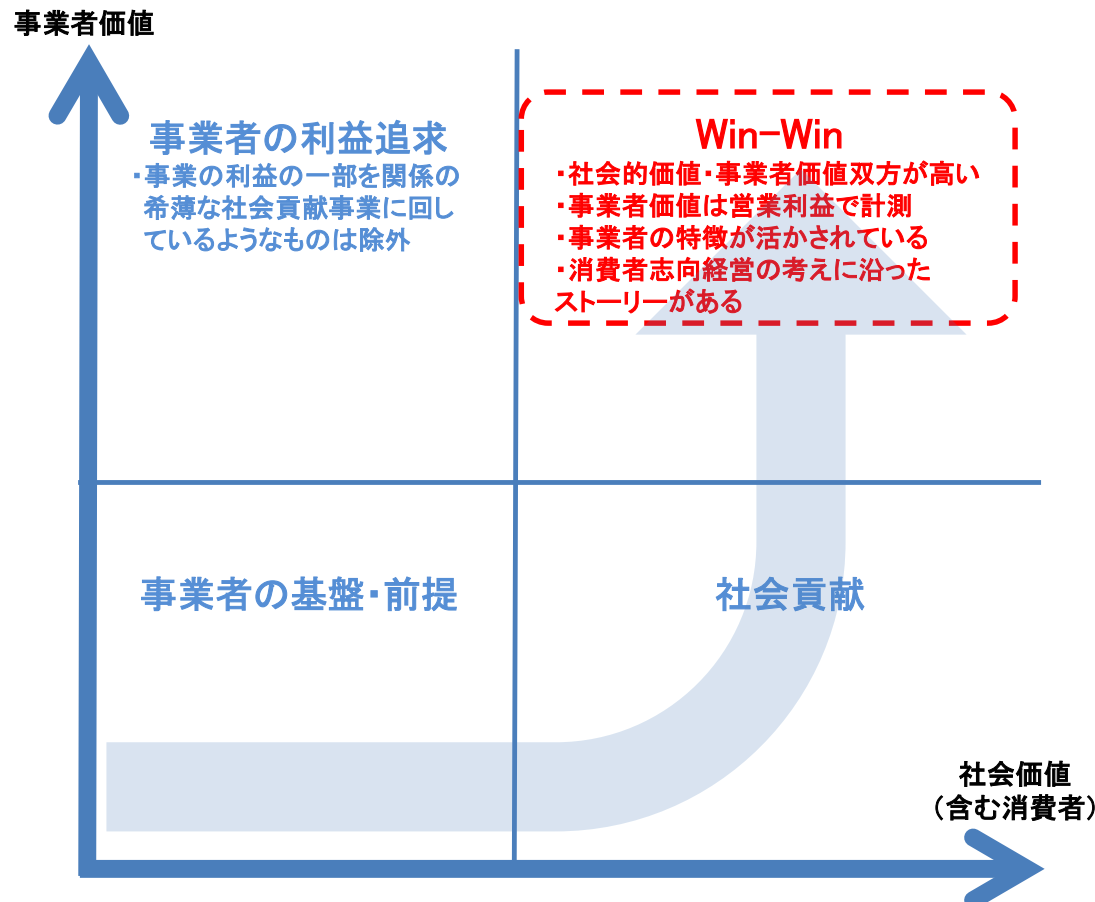
内閣府特命担当大臣表彰:1件、
消費者庁長官表彰:6件

※評価のポイント、選考結果詳細は次頁

(7) 選考方法と結果

②選考委員事前選考での選考ポイント

- ・ 社会的価値・事業者価値双方が高い
- ・ 事業者価値は営業利益で計測
- ・ 事業者の特徴が活かされている
- ・ 消費者志向経営の考えに沿ったストーリーがある

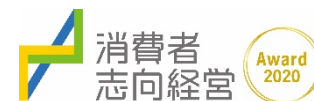


第4節 令和2年度の消費者志向経営優良事例表彰事業の概要

(7) 選考方法と結果



【内閣府特命担当大臣表彰 1 件】



事業者名 (法人番号)	選考委員会において評価された主な取組
ライオン株式会社 (1010601016863)	長期にわたり、主力事業の「口腔衛生」を通して、乳幼児から高齢者まで幅広く、「健康習慣づくり」を働きかけ、事業成長とも連動している。また、IoT（※）の技術を利用し、歯ブラシにアタッチメントを付け、正しい歯磨きを子供の生活に根付かせる取組も評価。 (※) Internet of Thingsの略。モノに通信機能を搭載して、インターネットに連携させる技術

【消費者庁長官表彰 6 件】

<総合枠 1 件>



事業者名 (法人番号)	選考委員会において評価された主な取組
日清食品ホールディングス株式会社 (7120001057574)	主力商品の即席カップ麺の環境配慮型容器で社会課題に取り組んでいる。国民食とも言える商品で取り組む意義は大きく、消費者の行動変容につながるインパクトがある。また、環境負荷を減らすための植物代替肉対応の取組も評価。

第4節 令和2年度の消費者志向経営優良事例表彰事業の概要

(7)選考方法と結果

<特別枠 5件>

「テーマ：地域と共に生きる」

事業者名 (法人番号)	選考委員会において評価された主な取組
味の素株式会社 (8010001034740)	生活習慣病、運動能力改善等を社会課題と捉え、商品とメニュー開発を通して、消費者への栄養改善提案を事業の柱として実施。地域の行政・栄養士会等と連携をしながら、地域の食の文化も尊重し、地域の健康・栄養課題の解決に取り組む点を評価。
城北信用金庫 (3011505000679)	高齢者が多い地域のニーズから、これまで主に信託銀行で提供されていた相続に関するサービスを地域密着型の信用金庫でいち早く取り組み、身体の不調や認知症の発症を不安に感じるシニア世代をターゲットに家族等と口座を共有するサービスの提供を始めたことを評価。
不二製油グループ本社 株式会社 (8120001088461)	大豆素材、油脂等の食材を供給するB to B企業ではあるが、最終ユーザである消費者の意見を収集する仕組みの構築や、大手コンビニと連動した商品開発・情報発信は、最終ユーザである消費者を見据えた取組の手本となるとして評価。地域のスタートアップ企業とのオープンイノベーションに関する取組も評価。

「テーマ：新型コロナ時代を生きる」

事業者名 (法人番号)	選考委員会において評価された主な取組
アスクル株式会社 (5010601030357)	コロナ禍において、行政等と連携し、プラットフォーム事業をもって、医療関係者に必要な物資を供給するシステムを構築し実践。また、品質マネジメントで消費者の声をデータベース化し、商品設計や改良、取引先への情報提供等に活かしている点も評価。
オイシックス・ラ・大地 株式会社 (6010701012329)	安全・安心な食材の宅配事業を通して、時短、健康、環境といった社会課題の解決を図る取組を実施。コロナ禍において、消費者からはその企業姿勢に共感が寄せられ、事業も発展させている。消費者視点で食材の宅配事業を進化させている点を評価。

※消費者庁長官表彰の事業者名は、五十音順に記載。

【委員意見】

なし

【オブザーバー意見】

ヒープ協議会からの御意見

【御意見】(7)選考方法と結果の「図4-2」について、現在、評価の軸と事例と一緒に書かれているため、図内に文字が多く、情報が伝わりにくくなっている。

【対応】 以下の左図から事例を削除し右図に差し替え。

図4-2(差し替え前)

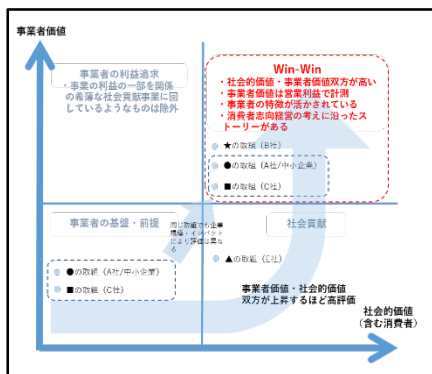
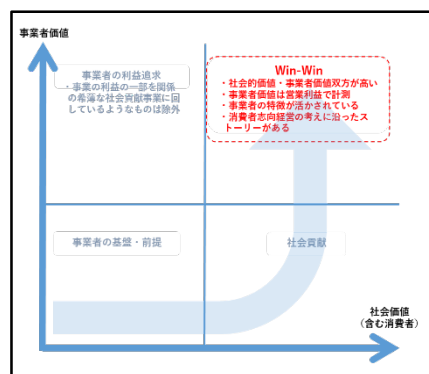


図4-2(差し替え後)



第1節 はじめに

第2節 消費者志向経営のこれまでの取り組み

- (1)「消費者志向経営の取組促進に関する検討会」の結果
- (2)消費者を取り巻く社会の変容

第3節 新しい消費者志向経営の概念整理

- (1)令和2年度優良事例表彰事業における消費者志向経営の概念
- (2)消費者志向経営の評価の軸

第4節 令和2年度の消費者志向経営優良事例表彰事業の概要

- (1)表彰の内容
- (2)応募・選考のフロー及び説明会の開催
- (3)「特別枠」のテーマ
- (4)連続表彰の考え方
- (5)審査軸から設問内容への落とし込みの考え方・評価の考え方
- (6)応募フォーム
- (7)選考方法と結果

第5節 令和2年度の消費者志向経営優良事例表彰の検証

- (1)「特別枠」新設による効果
- (2)客観的評価軸(選択式)の検証
- (3)客観的評価軸(選択式以外)の検証
- (4)選考委員会で提起された課題

第6節 令和3年度見直しの方向性

- (1)優良事例表彰の結果を踏まえた見直し
- (2)金融との結びつき
- (3)消費者志向経営の普及のための活動

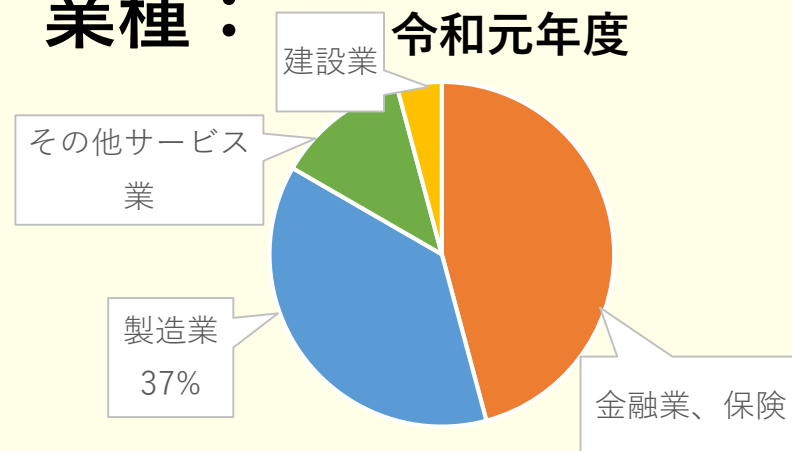
応募数：77社

(昨年度の約3倍)

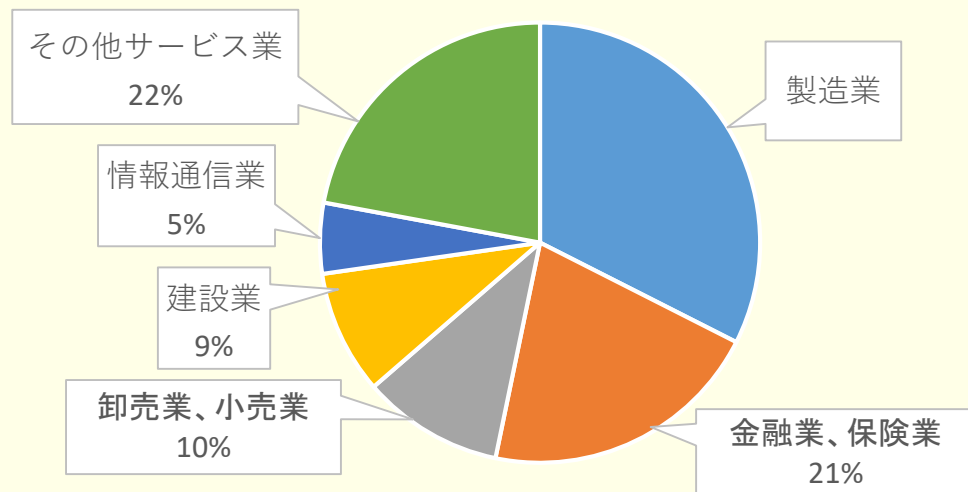
企業規模：大企業 37社
中小企業 40社

業態：B to C 56社
B to B 21社

業種：



令和2年度



第5節 令和2年度の消費者志向経営優良事例表彰の検証

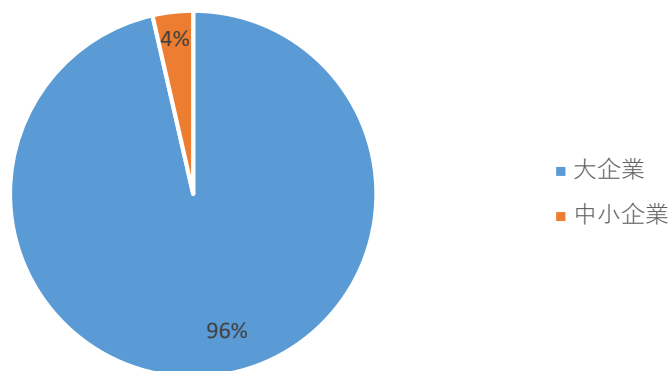
(2)客観的評価軸(選択式)の検証

#	選考基準		設問趣旨	回答形式
	大項目	中項目		
1	コミットメント・現場力	経営者	明文化された方針の有無	択一選択
2		コミットメント	明文化された文書の確認	複数選択
3		発信	発信の有無	択一選択
4		推進体制	責任者の役職	択一選択
5			取締役会・経営会議等での議題	具体例記載
6		社員への浸透	浸透取組の有無	択一選択
7			取組の種類	具体例記載
8	消費者認識	配慮すべき消費者の認識	研修・勉強会等の有無	択一選択
9		調査等による消費者ニーズの明確化	実施の有無	択一選択
10			明確化の手法	複数選択
11		消費者ニーズの活用	消費者ニーズの活用例	具体例記載
12	独自性・革新性	独自性	自社らしさの活用状況	自由記載
13		革新性	新たな発想や技術の取り込み状況	自由記載
14	外部との連携性	社外との協働	社外との協力の有無	択一選択
15			連携の効果	自由記載
16	双方向 コミュニケー ション	消費者からの 共感	消費者から共感をしてもらえるような工夫の実践	択一選択
17			工夫によりもたらされた結果の測定	択一選択
18			測定した結果の、消費者とのコミュニケーションへの活用	具体例記載
19	社会価値の創出	社会価値 インパクト	重要な課題の把握	自由記載
20			重要な課題の解決を目指して、消費者の声を聴いて提供している商品・サービス	自由記載
21			商品やサービスが、消費者に使用・利用されることで生み出される社会価値（社会にもたらされる良い価値）	自由記載
			その良い影響の度合、程度	自由記載
			商品やサービスが、消費者に使用・利用されることで生み出される消費者価値（消費者にもたらされる良い価値）	自由記載
			その良い影響の度合、程度	自由記載
22	消費者の行動変容	消費者意識・ 行動変容	意識・行動の変化を促すような商品・サービスや情報の提供	択一選択
23			提供している商品・サービスや情報	具体例記載
24	事業の継続性	成長性・継続性	中長期経営計画に組み入れ	択一選択
25			定量的なデータによる確認	択一選択
26			確認している定量的なデータ	複数選択
27		経済への インパクト	消費者志向の商品・サービスの種類	択一選択
28			過去3年間の営業利益	自由記載
			今後3年の営業利益目標	
29			経済へのインパクトの特筆事項	自由記載

(2) 客観的評価軸(選択式)の検証

- 客観的評価軸(選択式)は、選考委員会選考対象群と非対象群とでは差があることが確認できており、消費志向経営の活動の評価はできることは検証できた。
- 客観的評価軸は、選考委員会選考対象群に残った事業者の大企業と中小企業に比率を見ると、大企業が多い。大企業の測定は可能であることが検証できた。

選考委員会選考対象群の企業規模別割合



第5節 令和2年度の消費者志向経営優良事例表彰の検証

(3)客観的評価軸(選択式以外)の検証

#	選考基準		設問趣旨	回答形式
	大項目	中項目		
1	コミットメント・現場力	経営者	明文化された方針の有無	択一選択
2		コミットメント	明文化された文書の確認	複数選択
3		発信	発信の有無	択一選択
4		推進体制	責任者の役職	択一選択
5			取締役会・経営会議等での議題	具体例記載
6		社員への浸透	浸透取組の有無	択一選択
7			取組の種類	具体例記載
8	消費者認識	配慮すべき消費者の認識	研修・勉強会等の有無	択一選択
9		調査等による消費者ニーズの明確化	実施の有無	択一選択
10			明確化の手法	複数選択
11		消費者ニーズの活用	消費者ニーズの活用例	具体例記載
12	独自性・革新性	独自性	自社らしさの活用状況	自由記載
13		革新性	新たな発想や技術の取り込み状況	自由記載
14	外部との連携性	社外との協働	社外との協力の有無	択一選択
15			連携の効果	自由記載
16	双方向 コミュニケー ション	消費者からの 共感	消費者から共感をしてもらえるような工夫の実践	択一選択
17			工夫によりもたらされた結果の測定	択一選択
18			測定した結果の、消費者とのコミュニケーションへの活用	具体例記載
19	社会価値の創出	社会価値 インパクト	重要な課題の把握	自由記載
20			重要な課題の解決を目指して、消費者の声を聴いて提供している商品・サービス	自由記載
21			商品やサービスが、消費者に使用・利用されることで生み出される社会価値（社会にもたらされる良い価値）	自由記載
			その良い影響の度合、程度	自由記載
			商品やサービスが、消費者に使用・利用されることで生み出される消費者価値（消費者にもたらされる良い価値）	自由記載
			その良い影響の度合、程度	自由記載
22	消費者の行動変容	消費者意識・ 行動変容	意識・行動の変化を促すような商品・サービスや情報の提供	択一選択
23			提供している商品・サービスや情報	具体例記載
24	事業の継続性	成長性・継続性	中長期経営計画に組み入れ	択一選択
25			定量的なデータによる確認	択一選択
26			確認している定量的なデータ	複数選択
27		経済への インパクト	消費者志向の商品・サービスの種類	択一選択
28			過去3年間の営業利益	自由記載
			今後3年の営業利益目標	
29			経済へのインパクトの特筆事項	自由記載

- 客観的評価軸(選択式以外)も、選考委員会選考対象群と非対象群とでは差があることが確認できており、消費志向経営の活動の評価はできることは検証できた。
- 上記の傾向はほとんどの設問で見られた一方、設問によっては選考対象群においても取組が浸透していないものも見受けられた。
 - 例1 : 「独自性・革新性」の評価軸における、業界の中での相対的な位置づけへの理解
 - 例2 : 「消費者意識・行動変容」の評価軸における、自社の活動に関する消費者への啓発 活動・情報発信や消費者の主體的活動による効果
- 事業を通して解決をする社会課題には、ビジネスのチャンスとなる健康問題、環境問題、高齢化、感染症があげられている。
- 児童労働、LGBT、動物福祉や人権課題等の事業のリスクとなる社会課題を認識し、社会の要請に応えることも重要と考える。

1	審査の対象範囲	公平性を担保し、活動や取組の実態に則して審査 ・審査の対象範囲明確化 ・審査で参照する情報の範囲等を定める
2	不祥事等の取り扱い	法令に基づく不利益処分を受けたものの以外の不祥事を起こした事業者の扱い ・選考対象としてふさわしいか不祥事等の取扱い及び消費者庁内の情報を照会する等の方策確立
3	中小企業への対応	中小企業を評価する枠組みづくり(継続検討) ・設問の見直し ・「特別枠」定義の見直し
4	事業者に対するヒアリング	回答を補完するに有用なヒアリングの実施 ・審査フローにおける位置づけの明確化
5	消費者志向経営優良事例表彰に参画するメリットの訴求	優れた取り組みを行う事業者の参画拡大 ・消費者志向経営優良事例表彰の社会的認知度の向上 ・表彰による社会的インパクト

第1節 はじめに

第2節 消費者志向経営のこれまでの取り組み

- (1)「消費者志向経営の取組促進に関する検討会」の結果
- (2)消費者を取り巻く社会の変容

第3節 新しい消費者志向経営の概念整理

- (1)令和2年度優良事例表彰事業における消費者志向経営の概念
- (2)消費者志向経営の評価の軸

第4節 令和2年度の消費者志向経営優良事例表彰事業の概要

- (1)表彰の内容
- (2)応募・選考のフロー及び説明会の開催
- (3)「特別枠」のテーマ
- (4)連続表彰の考え方
- (5)審査軸から設問内容への落とし込みの考え方・評価の考え方
- (6)応募フォーム
- (7)選考方法と結果

第5節 令和2年度の消費者志向経営優良事例表彰の検証

- (1)「特別枠」新設による効果
- (2)客観的評価軸(選択式)の検証
- (3)客観的評価軸(選択式以外)の検証
- (4)選考委員会で提起された課題

第6節 令和3年度見直しの方向性

- (1)優良事例表彰の結果を踏まえた見直し
- (2)金融との結びつき
- (3)消費者志向経営の普及のための活動

(1) 優良事例表彰の結果を踏まえた見直し

- ① 中小企業の取組の評価
- ② 消費者や社会等の利益に関わり、事業者のリスクとなる社会課題の把握
- ③ 消費者の行動変容の効果の把握
- ④ 「特別枠」の在り方について

(2) 金融との結びつき

(3) 消費者志向経営の普及のための活動

- ① 消費者志向経営優良事例表彰を中心とする広報活動の継続
- ② 消費者志向自主宣言・フォローアップ活動の見直し
- ③ 事業者との協働による新しい取組

令和3年度見直しの方向性 スケジュール案

※本資料消費者庁HPへ公表時は、59ページ以降は非公表とします。

令和3年						
3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月

有識者検討会

★#1開催
(5/21)

★#2開催
(6/10)

★#3開催
(7/20)

①表彰

- ① 中小企業の取組の評価
- ② 消費者や社会等の利益に関わり、事業者のリスクとなる社会課題の把握
- ③ 消費者の行動変容の効果の把握
- ④ 「特別枠」の在り方について

★募集開始

②金融との結びつき

●金融との紐づけ検討のための
個別ヒアリング
※ヒアリング対象：
金融機関・機関投資家
・地方の金融機関 等

- ターゲット範囲
の検討
- ターゲットごと
の着地点の検討

③消費者志向経営 の普及のための活動

意見交換会
立案

第3期 消費者基本計画

(平成27年3月24日閣議決定)

における推進組織

自主的な取組の支援・促進

事業者を支援

(参考) 第3期 消費者基本計画より抜粋

第4章 5年間で取り組むべき施策の内容

4 消費者が主役となって選択・行動できる社会の形成

(3)消費者団体、事業者・事業者団体等による自主的な取組の支援・促進

(略)事業者・事業者団体も、事業者が消費者を重視した事業活動、すなわち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いう意味で、消費者政策を推進する上で重要な主体である。そのため、優良な事業者に対する表彰等消費者志向経営を促進する方策、消費者の生活を豊かにする消費経済の実現に向けた方策について検討する。

第4期 消費者基本計画

(令和2年3月31日閣議決定)

における連絡会

取組を進めるための枠組みの構築

消費者と事業者との意見交換会

(参考) 第4章 政策の基本方針

第3章 政策の基本方針

2. 今期消費者基本計画における消費者政策の基本的方向

(3) 協働による豊かな社会の実現。

②消費者と事業者とのWIN-WIN関係の構築

(略)消費者・消費者団体と事業者・事業者団体との間で意見交換を行い、消費者の利益の増進や事業者の健全な発展に向けた取組を進めるための枠組みの構築を図る。例えば、関係事業者・事業者団体が、事業所管省庁の協力を得ること等により、商品やサービスに係る自主規制を形成する際に、消費者・消費者団体や消費者庁も関係者として加わることによって、各々の自主規制に消費者行政の視点を反映する取組を進める。