

NACS消費生活スペシャリスト普及セミナー



消費者志向経営とCSRについて

平成29年5月28日

(公社)日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会

Nippon Association of Consumer Specialists (略称NACS)

次第

■第Ⅰ部 13:30～14:40

テーマ:消費者志向経営とCSRの取り組み事例

講師:大西 二郎氏

アイリスオーヤマ株式会社品質管理部

NACS東北支部支部長

■休憩 14:40～14:50

■第Ⅱ部 14:50～15:20

テーマ:消費生活アドバイザー資格試験制度について

講師:木村 洋氏

NACS東北支部副支部長

岩本 貴信氏、小屋野正智氏

NACS研修員会副委員長

■質疑応答 15:20～15:30

NACS消費生活スペシャリスト普及セミナー 消費者志向経営とCSRについて

2017年

5/28(日)

仙台市市民活動

サポートセンター

13:30～15:30

4階 研修室5

第Ⅰ部

消費者志向経営とCSRの取り組み事例

講師 アイリスオーヤマ株式会社 大西二郎氏

大西氏は、アイリスオーヤマ株式会社でお客様相談部門の立上げから現在の家電及びLED照明事業対応の基礎を築かれた消費者対応のスペシャリストです。また、平成24年度には消費者問題に関する取り組みと活動に対し消費者支援功労者表彰・内閣府特命担当大臣表彰を受賞されています。今回は、消費者志向経営自主宣言の推進役として取り組まれた経験とCSR(企業の社会的責任)活動をテーマに実践的なお話をさせていただきます。

第Ⅱ部

消費生活アドバイザー資格試験制度について

消費者問題のスペシャリストになるための消費生活アドバイザー資格試験と昨年国家資格として法制化された消費生活相談員資格との関係について解説いたします。

■日 時:平成29年5月28日(日)

13時30分～15時30分

■会 場:仙台市市民活動サポートセンター

4階 研修室5

仙台市青葉区一番町4-1-3

■参加費:無料

■定 員:お申込み先着20名様

■お申込みの際は、以下をお知らせください。

①お名前

②連絡が取れるE-mailアドレスか電話番号

③勤務先(任意)

※このセミナーに限り利用させていただきます。



携帯電話・スマホメールで

お申込みの方はこちら



主催:(公社)日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会 **NACS**

NACSは消費生活スペシャリストである消費生活アドバイザー、消費生活コンサルタント、消費生活相談員資格を有する会員で構成する消費生活に関するわが国最大の専門家集団です。

<申込み&連絡先> E-mail:touhoku-soumu@nacs.or.jp / FAX:022-268-4042

■第 I 部

消費者志向経営とCSRの取り組み事例

講師：大西 二郎氏

アイリスオーヤマ株式会社品質管理部

NACS東北支部支部長

会社とは

・・・何でしょうか？

社会的に正しい

お客様によるこんでいただけ
る商品、サービスを提供して
利潤を得る組織

商品、サービスとは

・・・何でしょうか？

組織で取組む

商品とは目に見えるモノ、
サービスとは目に見えないモノ

「三方よし」とは

「三方よし」とは

・・・何でしょうか？

近江商人の心構え
一方：売り手よし
一方：買い手よし
一方：世間よし



社会が求める消費者と企業の関係性

社会

持続可能な社会

消費者市民社会

企業

消費者志向経営
■ 消費者庁

CSR経営
■ 経済産業省

消費者庁の発足経緯

- ・2007年 食品偽装が発覚(年間52件) 例土産品
10月福田首相(当時)施政方針演説「消費者保護のための行政機能の強化に取り組みます」
- ・2008年 農薬入り冷凍餃子事件/こんにやくゼリー、ガス湯沸かし器等の事故
4月福田首相(当時)による基本方針
2009年に消費者行政全般の司令塔として消費者庁を発足

「消費者志向経営」、「CSR」の背景

■ 1968年
消費者保護基本法施行
・消費者の保護

■ 2004年
消費者基本法施行
・消費者の自立支援

■ 2005年～2009年
消費者基本計画

■ 2010年～2014年
消費者基本計画

■ 2015年～2019年
消費者基本計画

■ 2008年
平成20年国民生活白書
消費者市民社会

■ 2009年9月1日
消費者庁発足

■ 2015年
消費者基本計画
消費者志向経営

■ 2002年
CSR標準化委員会
設置

■ 2004年
CSR研究会設立

■ 2010年
ISO26000
組織の社会的責任

(事業者の責務等)

第五条事業者は、第二条の消費者の権利の尊重及びその自立の支援その他の基本理念にかんがみ、その供給する商品及び役務について、次に掲げる責務を有する。

- 一消費者の安全及び消費者との取引における公正を確保すること。
- 二消費者に対し必要な情報を明確かつ平易に提供すること。
- 三消費者との取引に際して、消費者の知識、経験及び財産の状況等に配慮すること。
- 四消費者との間に生じた苦情を適切かつ迅速に処理するために必要な体制の整備等に努め、当該苦情を適切に処理すること。
- 五国又は地方公共団体が実施する消費者政策に協力すること。

2 事業者は、その供給する商品及び役務に関し環境の保全に配慮するとともに、当該商品及び役務について品質等を向上させ、その事業活動に関し自らが遵守すべき基準を作成すること等により消費者の信頼を確保するよう努めなければならない。

第六条事業者団体は、事業者の自主的な取組を尊重しつつ、事業者と消費者との間に生じた苦情の処理の体制の整備、事業者自らがその事業活動に関し遵守すべき基準の作成の支援その他の消費者の信頼を確保するための自主的な活動に努めるものとする。

(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

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。
また、事業者・事業者団体と行政との連携の強化を図っていく必要がある。

事業者や事業者団体に対し消費者政策に関する情報提供等を行うとともに、企業の行動規範の作成の手引を事業者に周知・普及するなどにより、事業者による**コンプライアンス(法令遵守)**や**消費者志向経営**に係る取組を促進する。

「消費者志向経営」とは

消費者庁の使命

・消費者行政の「舵取り役」として、消費者が主役となって、安心して安全で豊かに暮らすことができる社会を実現する。

消費者志向経営とは

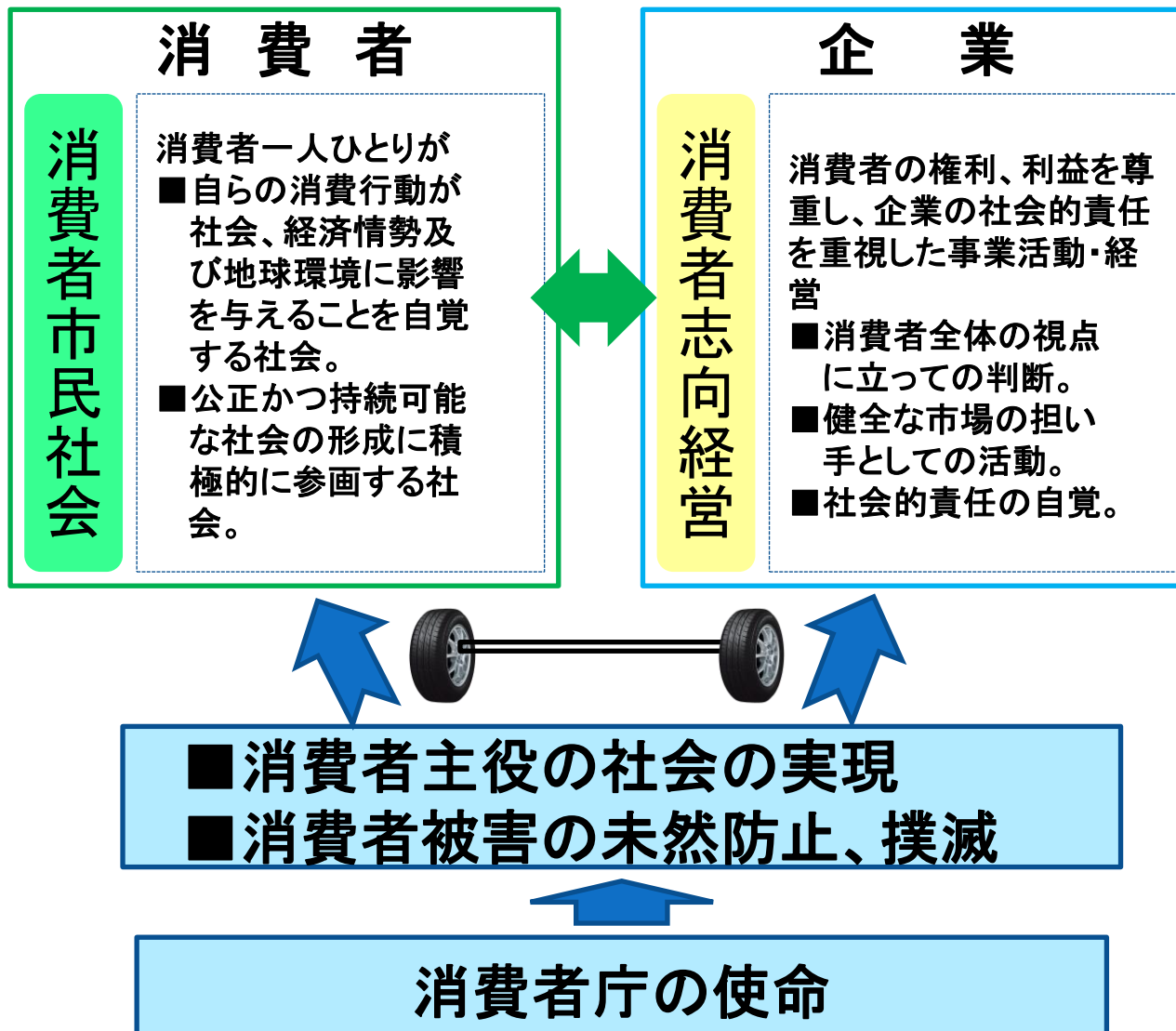
1. 経緯

- ・2015年からの5ヶ年の消費者基本計画の中で消費者志向経営の促進に取り組むことになる。
- ・2015年に「消費者志向経営の取組促進に関する検討会」が開催され2016年に報告書として取り纏められる。
- ・2017年から消費者志向経営の自主宣言企業が募集され、2017年3月21日時点43社が自主宣言を行っている。

2. 消費者志向経営

- ・**現在の顧客**だけでなく、**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**に位置付けること。
- ・その上で、**健全な市場**の担い手として、**消費者の安全**や**取引の公平性**の確保、消費者に**必要な情報の提供**、消費者の**知識・経験等への配慮**、**苦情処理体制の整備**等を通じ、消費者の信頼を獲得すること。
- ・中長期的な視点に立ち、**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こと。

消費者市民社会と消費者志向経営



「消費者志向経営の取組促進に関する検討会」報告書(平成28年4月6日)について



消費者志向経営とは何か

事業者が、

- ・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。
- ・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。

※消費者と直接取引をする事業者に限らない。

➡ 消費者とのコミュニケーションの深化

事業者求められる行動

✓ 組織体制の整備・充実

経営トップの
コミットメント

コーポレートガバナンス
の確保

従業員の積極的活動
(企業風土や従業員
の意識の醸成)

消費者対応部門等と
他部門との有機的連携

✓ 消費者に対する具体的な行動

消費者への情報提供の充実・
双方向の情報交換

消費者・社会の要望を踏まえた
商品・サービスの改善・開発

期待される効果

事業者

- ・事業者の持続的成長と中長期の企業価値の向上
- ・消費者トラブルの減少
- ・リスクの軽減(危機の未然防止等)
- ・従業員の仕事へのモチベーションの向上

消費者

- ・消費の満足度の向上
- ・商品・サービスの安全・安心・品質の確保
- ・消費者ニーズの商品・サービスへの反映
- ・消費者の自主的・合理的選択による消費の満足度の向上

日本経済

- ・健全な市場の形成
- ・消費の拡大を通じた「経済の好循環」の実現

消費者志向経営の取組の柱と取組内容の例



事業者の組織体制の整備・充実

ア) 経営トップのコミットメント

経営トップのリーダーシップの下での組織一体の取組

イ) コーポレートガバナンスの確保

消費者からの情報や意見・要望等を経営層に伝え、消費者の視点を考慮して経営の意思決定を行う体制の整備・強化

ウ) 従業員の積極的活動(企業風土や従業員の意識の醸成)

従業員一人一人による消費者・顧客の視点に立った行動を根付かせるための取組の実施

エ) 事業関連部門と品消法関連部門の有機的連携

社内での消費者関連情報の共有と活用、
問題発生時の緊急対応・原因究明・再発防止・情報発信する体制の整備

※事業関連部門: 商品開発部門、製造部門、営業部門等

品消法関連部門: 品質保証部門、消費者及び顧客対応部門及びコンプライアンス関連部門の総称

事業者の消費者に対する具体的な行動

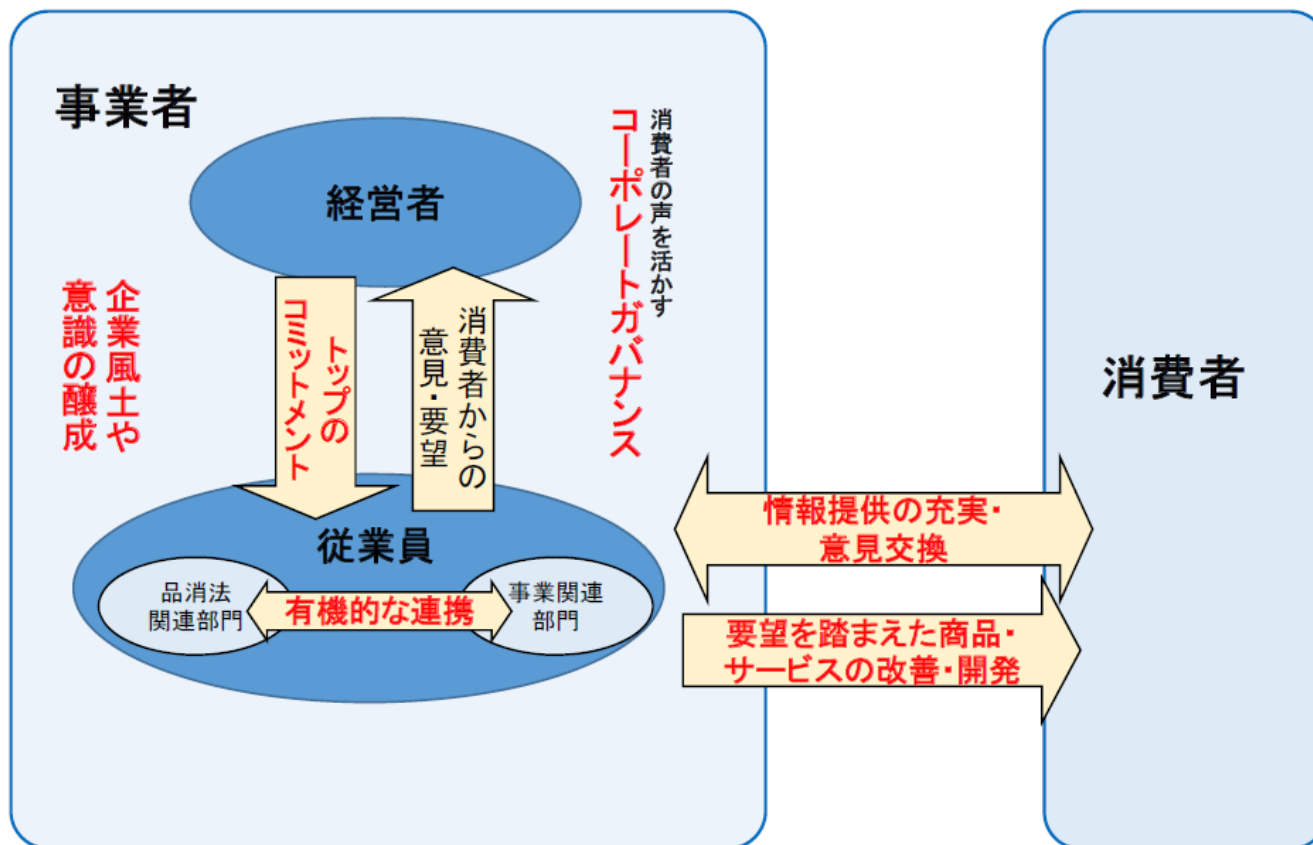
ア) 消費者への情報提供の充実・双方向の情報交換

消費者へ提供する情報(商品・サービス内容、取扱方法、問合せ先等)の分かりやすい表示や説明、
消費者の行動が社会・環境等に与える影響についての情報提供、消費者との意見交換の開催

イ) 消費者・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、社会の課題解決を図る視点からの商品・サービスの開発・改善

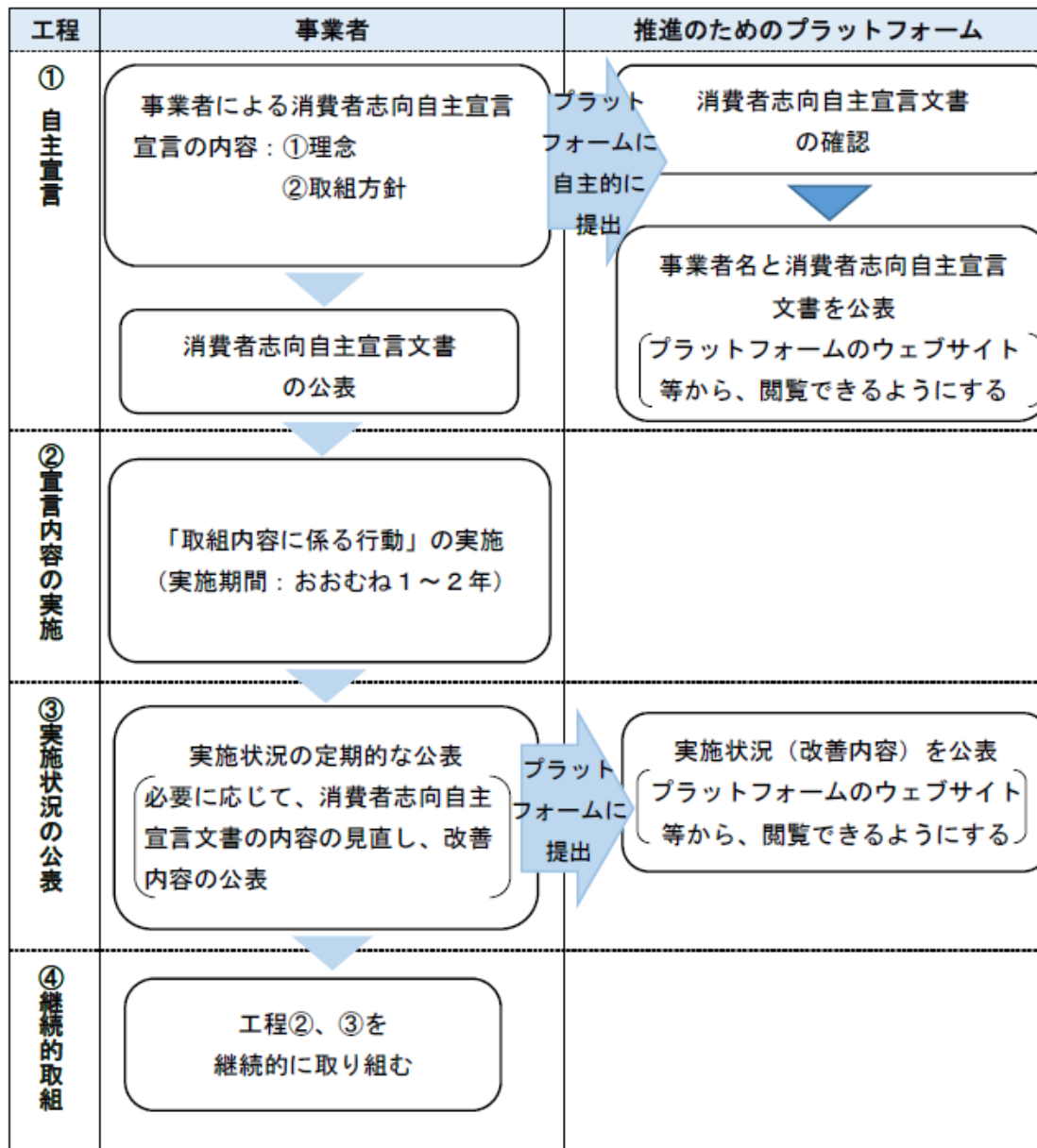
消費者志向経営の取組の柱と取組内容の例



消費者志向経営の取組の柱と取組内容の例

取組の柱	取組内容の例
①経営トップのコミットメント	1) トップは、消費者・顧客の利益を第一に考えることが、揺るぎない「経営の基本」とであると考えていることを示し、従業員と共有する努力を継続する
	2) 消費者の安全・安心に係るリスク情報が、迅速にトップに届く体制を整備する
②コーポレートガバナンスの確保	1) 取締役会や経営会議等において、中長期的な視点を持って、消費者・顧客志向に関する情報共有や議論を行う
	2) 消費者その他ステークホルダーの声が経営層に届く仕組みを持つ
③従業員の積極的活動（企業風土や従業員の意識の醸成）	1) 従業員が、消費者・顧客志向に喜びを感じ、必要な知識等を獲得するための学習機会や実践訓練の場を提供する
	2) 消費者・顧客志向への取組という観点から、従業員を評価する
	3) サプライチェーン、バリューチェーンの取引先に対し、自社の消費者志向の取組の情報の提供を行い、理解を促す
④事業関連部門と品消法関連部門の有機的な連携	1) 消費者・顧客の声を吸い上げる仕組みを持ち、消費者志向経営に生かす
	2) 品消法関連部門と事業関連部門間の情報共有・意見交換を実施し、有効に機能させる
	3) 問題発生時の緊急対応（被害の拡大防止、被害者の救済等）、原因究明、再発防止、消費者へ情報発信する体制を整備する
⑤消費者への情報提供の充実・双方向の情報交換	1) 消費者・顧客に対し、商品・サービスの内容や取扱方法及び問合せ先などに係る情報を適切かつ分かりやすく表示し、説明する
	2) 消費者・顧客の選択や使用に役立つ、安全や環境等に係る情報を自主的に開示する
	3) 高齢者や子供、障害者、外国人などに配慮した分かりやすい表示や説明を行う
	4) 消費者からの情報や意見・要望等から商品・サービスの改善に至った経緯をウェブサイト等で公表する
	5) （行政や消費者団体、諸団体と協力しながら）消費者の行動が社会・環境等に与える影響についての情報を提供する
	6) 定期的に消費者・顧客との意見交換の場に参加または開催や消費者との協働による社会的な課題解決に向けた活動等、消費者・顧客との双方向の情報交換を行う
⑥消費者・社会の要望を踏まえた改善・開発	1) 消費者・顧客のニーズを把握し、消費者・顧客の安全・安心に資する商品・サービスを開発、提供する
	2) 持続可能な社会の発展や社会の課題解決に資する商品・サービスを開発、提供する
	3) 高齢者や子供、障害者、外国人など多様な消費者が利用しやすい商品・サービスを開発、提供する（ユニバーサルデザインなども参考）
⑦活動結果の評価と見直し	1) ①～⑥の宣言項目について定期的に評価、見直しを行う

消費者志向自主宣言のフロー図



CSRとは

・企業の社会的責任

(Corporate Social Responsibility)

法令順守、消費者保護、環境保護、労働、人権尊重、地域貢献など純粹に財務的な活動以外の分野において、企業が持続的な発展を目的として行う自主的取り組み。

平成16年4月経済産業省資料より

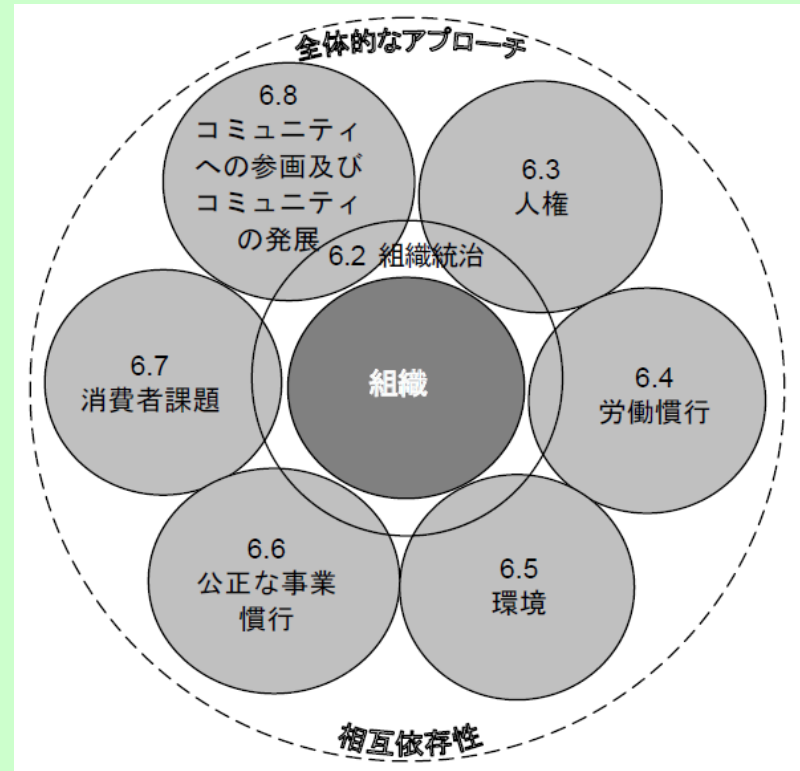
・ISO26000

組織の社会的責任

CSRの国際規格として検討された。しかし、社会的責任は企業だけを限定するものでなく全ての種類の組織を対象とするものとして考え、手引書として規格化された。

ISO26000

[組織の社会的責任]において取り組む
7つの中核的主題



2010年

ISO: International Organization for Standardization



アイリスオーヤマの実践

～成長過程における消費者志向経営の捉え方～

■消費者志向経営取組みの足かせ

■消費者志向経営の取組みは企業規模によって異なる。

1. 個人企業/零細企業

- ・企業経営優先(生活優先)。
- ・付帯的事項に取組み余裕がない。

2. 中小企業

- ・企業経営優先(経営優先)
- ・付帯的事項に取組む人材、体制がない。

3. 大企業

- ・消費者志向経営の理念が浸透していない。
- ・消費者志向経営に合致した組織が出来ていない。

■経営者と組織体制の関係(組織力)によって異なる。

■企業経営における組織の主体性によって異なる。

■消費者志向経営の取組み

■消費者志向経営は経営の本質

- ・企業経営は利益の追求。
- ・利益は消費者の承認行動の結果。

■消費者が企業に期待すること

- ・より良い商品、サービスの提供。
- ・情報の積極的な開示。
- ・消費者との双方向のコミュニケーション。
- ・相談しやすい窓口の整備と適切な対応。
- ・消費者の声の反映。

■企業として取組むこと

- ・法令順守、コンプライアンス(社会の要請に応える)経営。
- ・持続する社会をリードする経営。

■社会への還元(経営者、企業のおもい)

- ・メセナ事業:企業が文化、芸術の振興支援のために資金、設備、人材等の経営資源を提供する取組み。
- ・フィランソロピー事業:慈善的な社会貢献の取組み。

■ 企業理念

1. 会社の目的は**永遠に存続**すること。如何なる時代環境に於いても**利益の出せる仕組み**を確立すること。
2. **健全な成長**を続けることにより**社会貢献し、利益の還元と循環**を図る。
3. 働く社員にとって良い会社を目指し、会社が良くなると社員が良くなり、社員が良くなると会社が良くなる**仕組みづくり**。
4. **顧客の創造**なくして企業の発展はない。生活提案型企業として**市場を創造**する。
5. 常に高い志を持ち、常に**未完成**であることを認識し、**革新成長**する生命力に満ちた**組織体**をつくる。

■ 企業紹介



■ 設立 1971年4月 (社名: 大山ブロー工業株式会社)

- ・1958年前身の 大山ブロー工業所を東大阪に設立
- ・1972年 仙台市に本社移転
- ・1991年 アイリスオーヤマ株式会社 に社名変更

■ 代表者 代表取締役社長
大山 健太郎

■ 資本金 1億円

■ 従業員数 2,918名 (2016年1月現在)

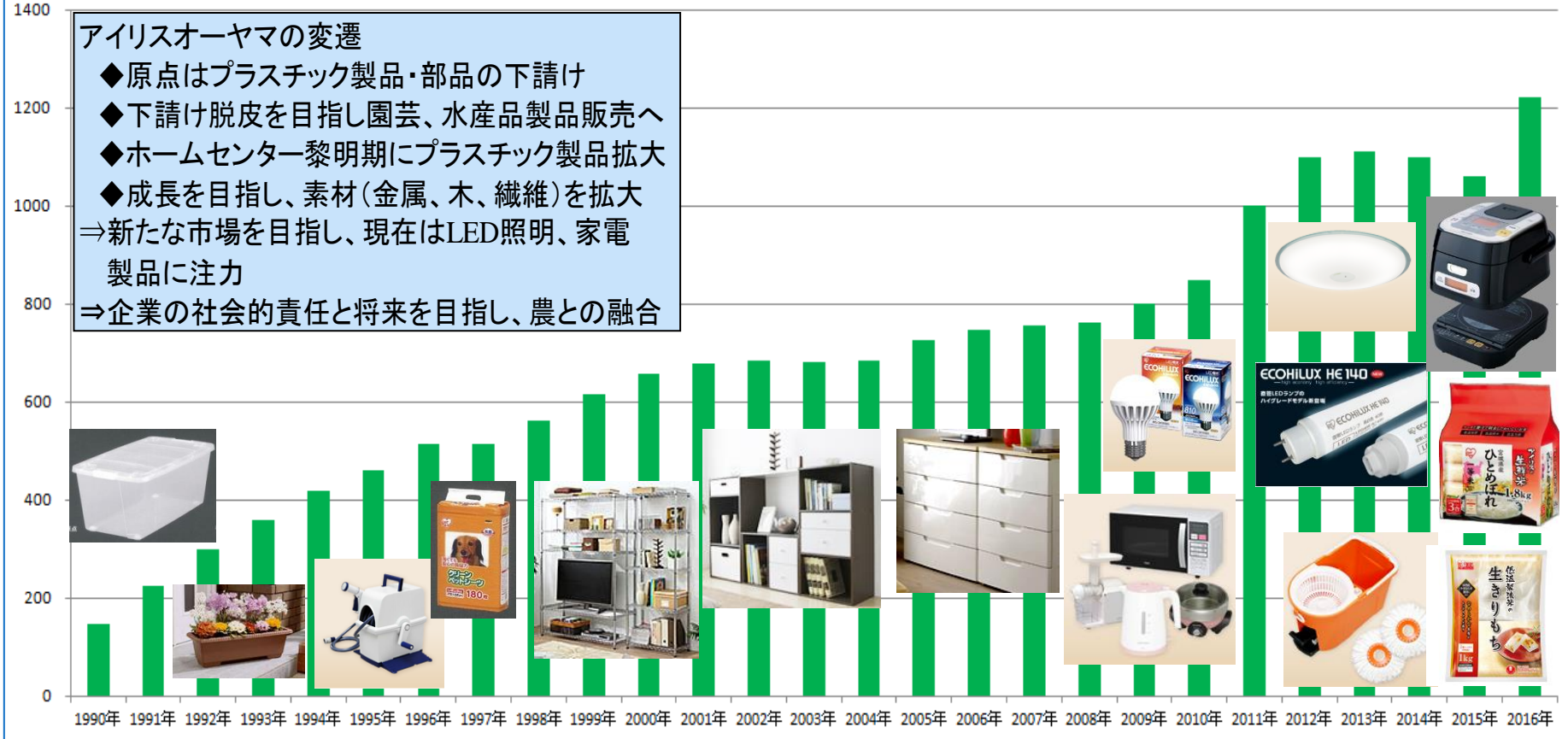
■ 売上高 1,220億円 (2016年度)

■ グループ売上高
3,460億円 (2016年度)

■ 年度別売上推移

売上推移

■ 売上



売上推移 単位: 億円

年度	1990年	1991年	1992年	1993年	1994年	1995年	1996年	1997年	1998年	1999年	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年
売上	146	225	300	360	420	460	513	513	561	615	658	679	683	680	685	725	747	755	761	800	848	1,000	1,100	1,112	1,100	1,060	1,220

革新の軌跡・・・暮らしのソリューションから世界のソリューションへ

初のオリジナル商品である養殖用ブイの発売から50年。私たちは、「ホームソリューション」をキーワードに素材や分野を越えて生活の不便・不満を解消するための事業を展開してきました。しかし今、私たちが解決すべきは生活環境だけに留まりません。年間1,000アイテムを超える商品を生み出す総合力で、過去の常識にとらわれず生活者第一のものづくりを推し進め、節電や米の消費拡大、家電産業の復活など、日本が抱えている課題に挑戦し続けます。私たちは製造メーカーでありながら小口配送機能を強化したメーカーベンダーの仕組みを創造し、この仕組みを海外子会社にも展開しています。現在、グループ企業は24社にまで拡げ、世界中の生活者にとっても便利で快適な暮らしをお届けしています。



■「私の履歴書」により企業理念を正しく理解された

私の履歴書

大山健太郎

目次

- | | |
|-------------|---------------|
| 1. 震災後初の朝礼 | 17. メーカー兼問屋 |
| 2. 思いやる哲学 | 18. 世界へ羽ばたく |
| 3. 即断即決 | 19. 中国工場建設 |
| 4. 国との温度差 | 20. 手痛い失敗 |
| 5. 復興は人から | 21. 初のM&A |
| 6. 大阪生まれ | 22. 伸び悩む市場 |
| 7. 高校時代 | 23. バイヤーの壁崩す |
| 8. 若さ勝負 | 24. ダイシン買収 |
| 9. 脱下請け | 25. 商品開発 |
| 10. 農業用品ヒット | 26. 地域活性化 |
| 11. 石油危機 | 27. 「日本の課題」意識 |
| 12. 常に利益を | 28. 巨大精米所建設 |
| 13. マーケティング | 29. 同族経営 |
| 14. 売上高2倍に | 30. やる気出る会社 |
| 15. クリア収納 | 31. 次世代に責任 |
| 16. 問屋の壁 | あとがき |

私の履歴書

大山健太郎

①

「東北復興 役目果たす」

企業の決意訓示 社員を鼓舞

震災後、すぐさま社員3人と社車で成田空港に向かう。巨大地震の時、鉄道も道路も不通になるのは30年余り前の宮城県沖地震で経験済みであった。夕方の時間に成田発仙台行き便があり、空路で一時間も早く現地に到着したいと考えたのだ。

焦る気持ちで車内のワンセグテレビの中継を見ると、なるように見えた。



最近の筆者

ンクリートの床がドカンと音を立て砂ぼこりが立ち込め、皆が会場から飛び出す。「震源地は宮城県沖だ」とうさげそう感じた。本社や自宅のある宮城県ではこの2日前にも震度5弱の揺れがあった。余震も続いていたからだ。インターネットで震源地を

んと仙台空港が津波にのみ込まれていく。とんでもないことが起こっている。宮城県内とは一切電話は通じない。取締役4人中私を含め3人は大阪・名古屋・千葉と出張で宮城県にはいない。急ぎ仙台に駆けつけるよう指示する。私はやむを得ず、国道4号で仙台に向かうが渋滞で思うように進まない。東京にいた社員には新潟・山形経田で宮

私は社長として決断を迫らなくてはならなかった。社員もまた被災者である。避難所生活を強いられる人も多い。「会社の東北のために、ここにどまつて仕事をしたい」。社員たちが一斉に顔を上げ私を見た。不安の色は消え、決意がみなぎっていた。

しかしアイリスオーヤマという会社はカイロ、マスクなど生活用品全般を製造販売する会社である。今まさに東北の人々が私たちの商品を使っているのは明らかだった。ふだん朝礼に使う集会場は天井が崩れ使用できず、会社がまだ小さかった頃のように社員は製造事務所に集まった。出勤できたのは社員796人のうち388人のみ。誰も

で妻と会って無事を確認する会社である。今まさに東北の妻は津波の現状を知らない。電気が通らず、情報が一切遮断されたためだ。

翌日の月曜朝には毎週定例の朝礼がある。私は必ずスピーチをする。社員や役員に対して今後の方針を示さなければならぬ。

もがうなだれていた。私は語りかけた。「家族が心配だろう。しかし私たちの商品を出荷すること」が東北の復興になる。企業には役割が

■題字も筆者

アイリスオーヤマのリスクマネジメントの原点！！

■2006年8月23日リコール⇒同年11月14日安全仕様発表

平成28年度株式会社バンダイ製品安全大会での展示
(右側: 暫定改善品 左側: 事故同等品)



シュレッダー指切断メーカーの教訓

改正消費生活用製品安全法 今春施行

迅速対応促す 事故報告義務

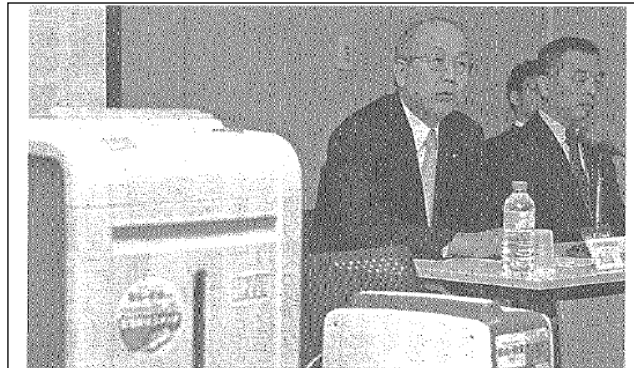
西三郎マシナリーは「業種は家庭用で広く大きく、価格も2万円前後と高いことから家庭では使われたいと判断し、3歳未満の子供が触るとは思ってもいなかった」と話す。

事故仕様品

改良仕様品

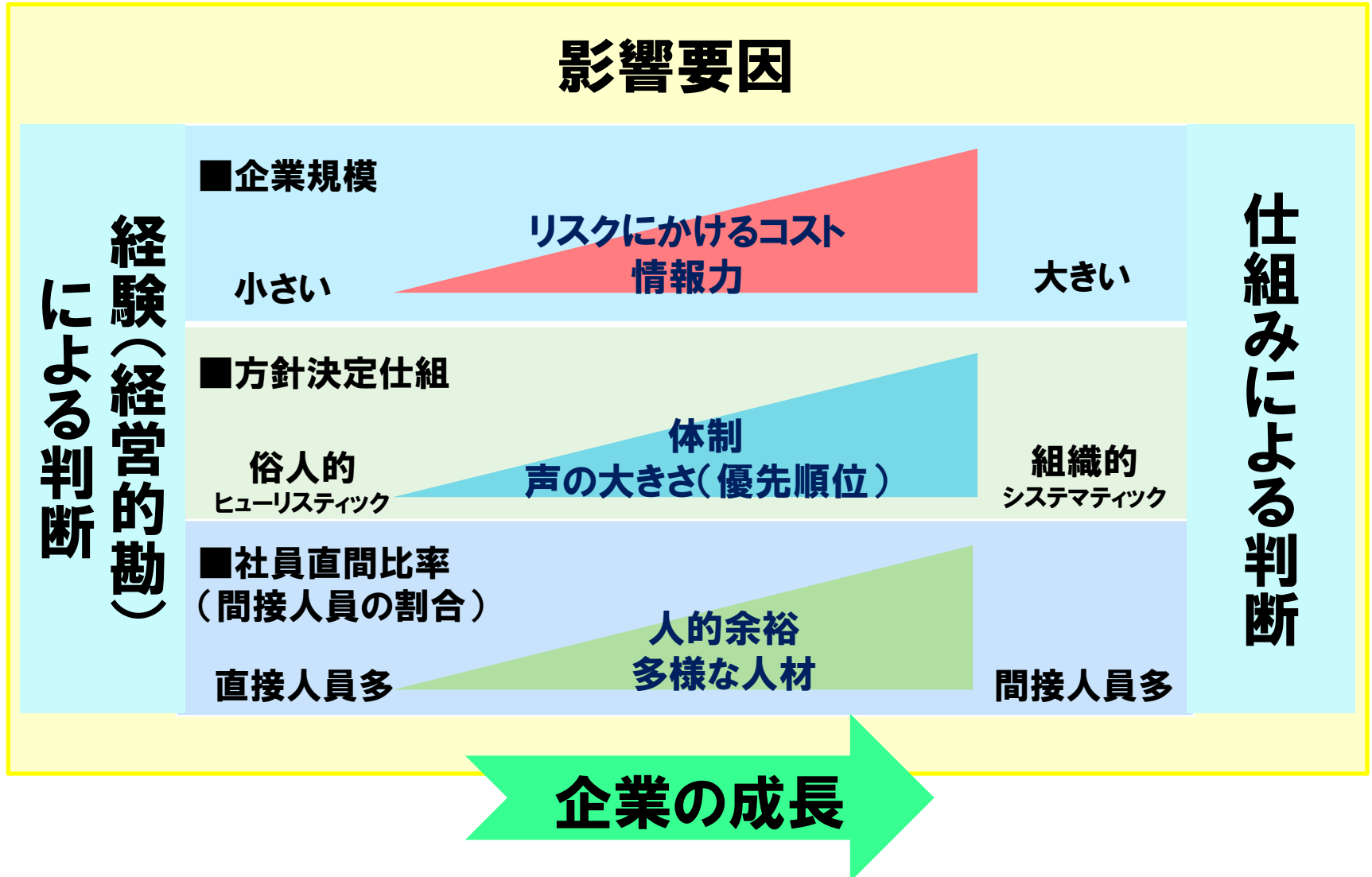


平成 18 年 9 月 15 日
独立行政法人 国民生活センター



シュレッダー品ができた生かす姿勢
安全仕様発表会
をしない事故の教訓を都千代田区

■企業成長とリスク判断の関係性・・・影響要因(経験として)



■ 会社を動かす会議 ⇒ プレゼンテーション会議

《プレゼンテーション会議(毎週月曜日)》

週次での会社の方針・意思決定の場



- ＜内容＞
- ・リスク情報
 - ・売上情報
 - ・新商品の提案、報連相
 - ・既存品に関する報連相(リスク情報含む)
 - ・設備導入提案
 - ・販促物提案
- など

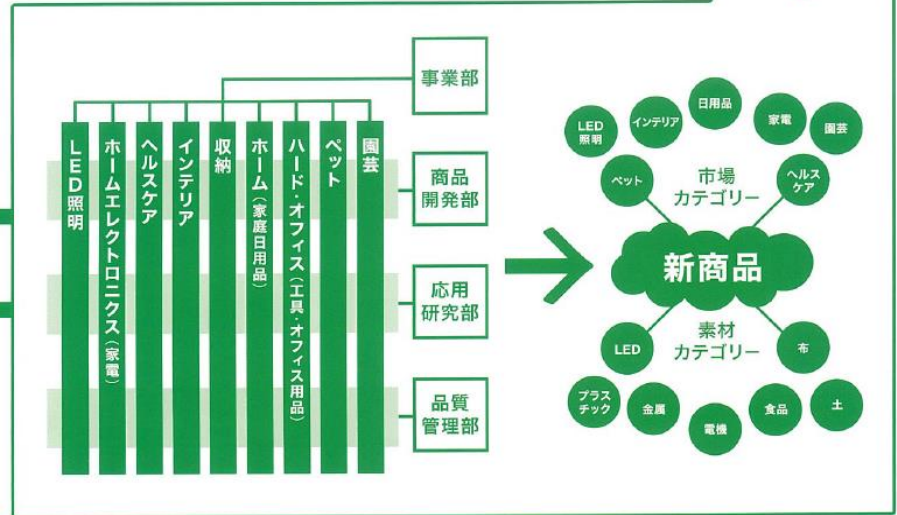
- ＜参加者＞
- 役員、事業部長はじめ各部門責任者
(営業、商品開発、品質管理、特許、購買、
応用研究、金型設計など)

クロスオーバーな商品開発を実現

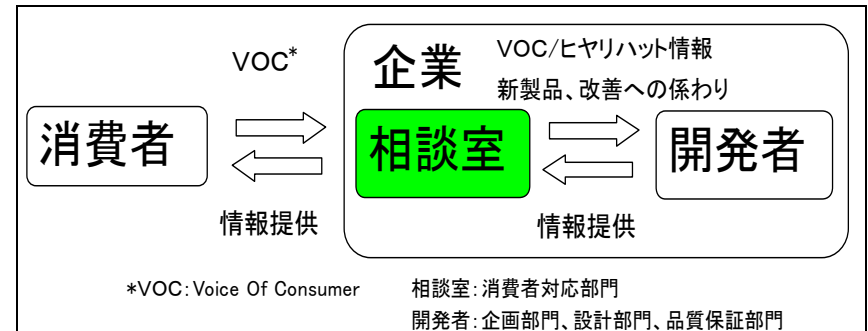
出身業種であるプラスチックという素材にこだわらず、
カテゴリーの枠も超えて新商品を生み出しています。



◆ 専門性を高める組織



◆ お客様の声を全社で共有(*プレゼ会議)



*プレゼ会議: プレゼンテーション会議

■ お客様の声 (リスク、品質問題) の一元管理

SAS:セールス・エイド・スタッフ

[SASの役割]



お客様の声



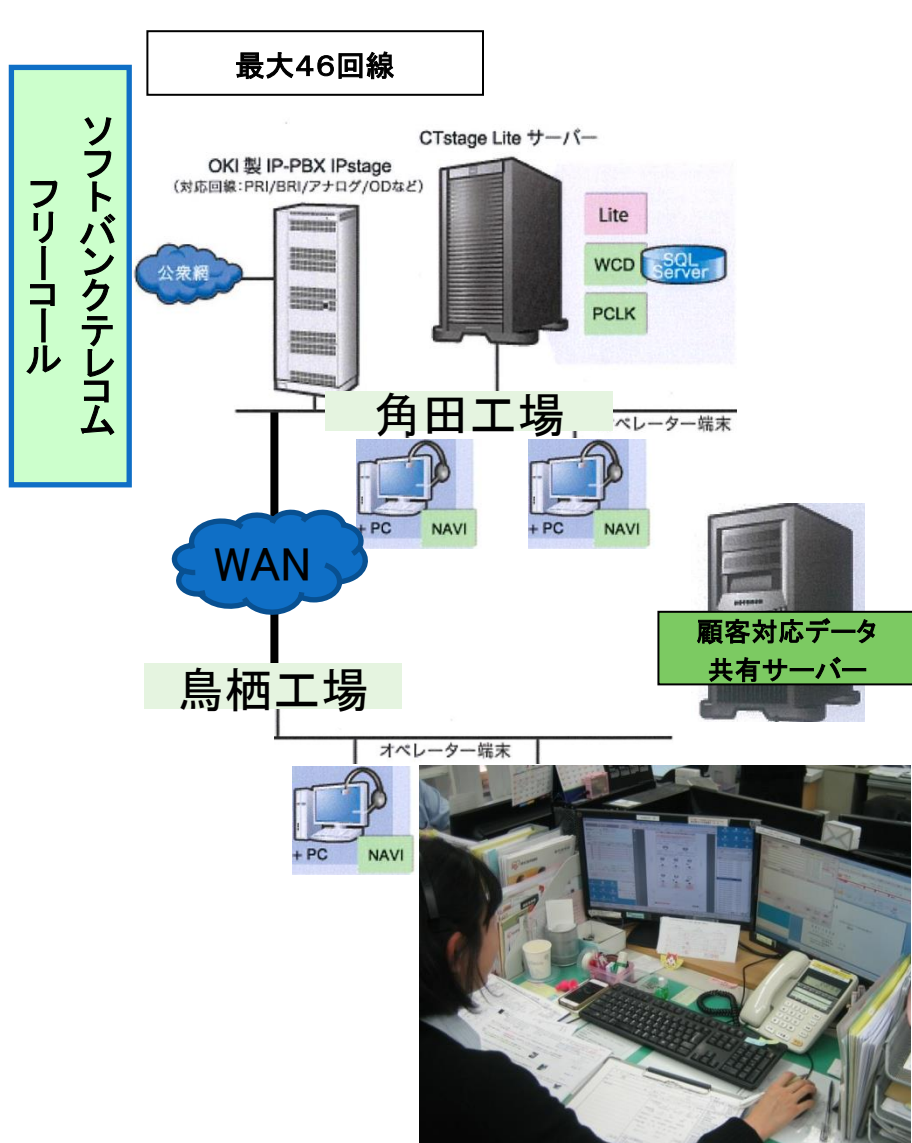
リスク
の一元
管理

コミュニケーション
センター
リスク管理者

■ 本音レビューの一例



■コミュニケーションセンター(お客様相談部門)の歴史と体制



1. 1996年4月お客様相談室として発足
2. 2001年4月コミュニケーションセンターに名称変更
3. 2014年2月アイリスコールのみ鳥栖と角田の2ヶ所対応開始



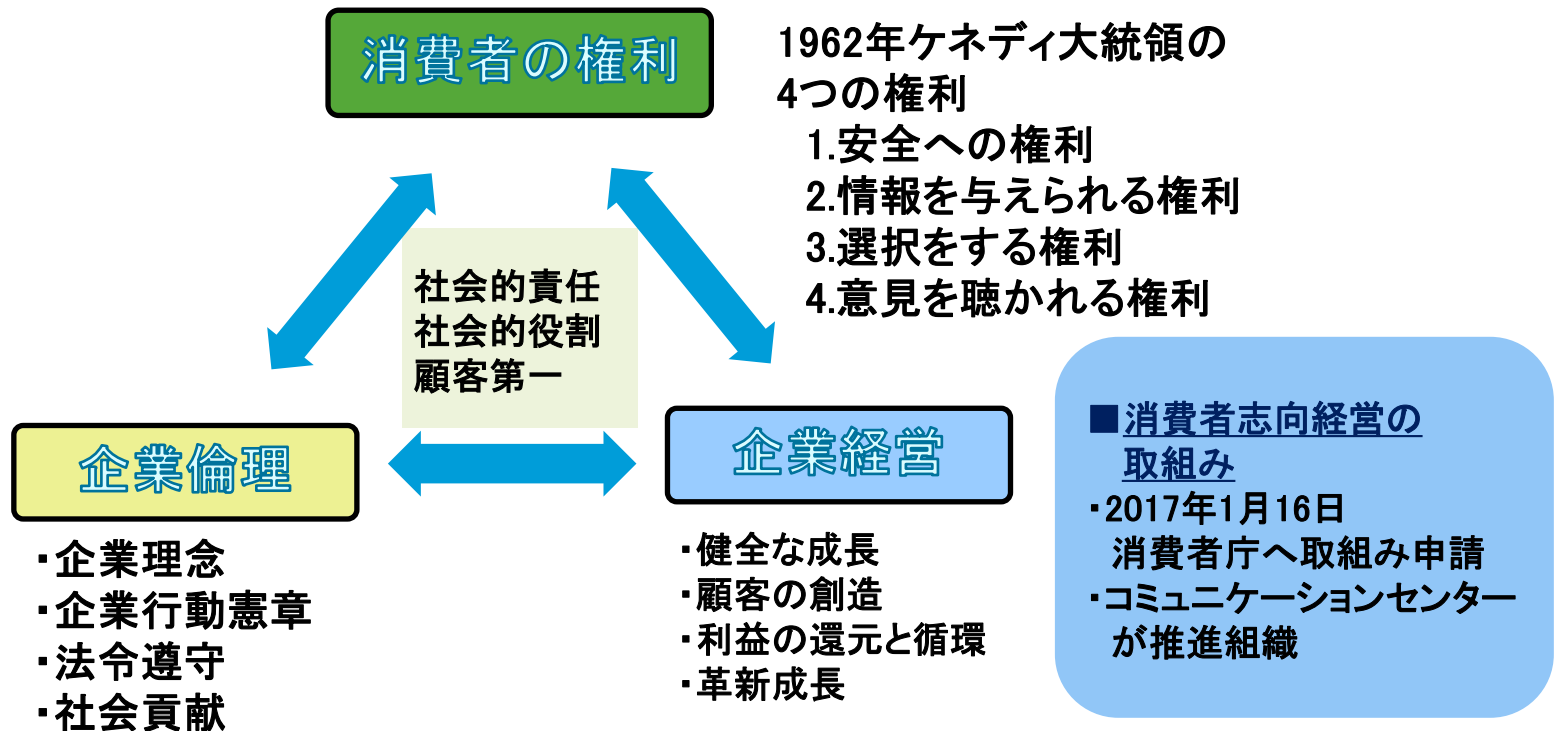
2016年1月1日現在

区分	内容
◇アイリスコール	電気製品除く商品
◇電気製品コール	2012年8月1日開設
◇修理コール	2014年5月19日開設
◇ヘルスケアコール	サプリメント・飲料水
◇おコメコール	生鮮米、低温製法米
ジャパネット(発信)	ジャパネット依頼分の二次対応
SAS問合せ対応	休日のみ(平日は営業部門窓口)

オーヤマコール	グループ会社(商社機能)
カイロコール	グループ会社(使い捨てカイロ、脱酸素剤)
アイリスフーズコール	グループ会社(パックごはん、餅)

■ コミュニケーションセンターの基本方針

- ◆ 部門の役割り (ISO26000: 消費者課題と社会的責任)
商品、サービスおよび組織全体に関する消費者からのお申し出に対し、消費者の期待、要望と企業の社会的責任、役割りを理解し適切な対応力によって消費者満足度向上を図る。



■お客様の声から安全上の問題が判明した際の取組み

製品リスク委員会による活動

情報の一元管理、当日判断(原因調査継続判断含む)
リスク案件発生時のスピーディな方向性決定と報告フロー管理
リスク分析(R-Map活用)と是正処置の指示
リスクの大きさ(重大性)によって、報告ランク(当日、週次、社長、常務)を決定
プレゼンテーション会議の場を活用し、経営層はじめ、事業部、営業などの
関連部署との情報共有

- ◆コミュニケーションセンター
リスク申し出受付
⇒円形テーブルで内容集約



品質管理

- ◆品質管理
関係者が直ちに集まり、初期
対応実施⇒リスク評価実施



リスク管理
委員会

- 1.リスク確定
 - 2.報告ランク
決定
- <重度>
当日社長
- <中度>
週次社長
- <軽度>
週次常務

■問題発生後のリスクコミュニケーション(リコールについて)

- 強力ハイブリッド加湿器
型式:PHA-750Z(代表型式)
- リコール開始日
2014年1月27日
- 対象台数
26,786台
- 改修率(2017年1月31日現在)
79.2%

- 充電式スティッククリーナー
型式:IC-S7L(代表型式)
- リコール開始日
2016年2月8日
- 対象台数
27,884台
- 改修率(2017年1月31日現在)
46.0%

- 除湿機
型式:EJD-70N
- リコール開始日
2016年8月24日
- 対象台数
26,551台
- 改修率(2017年3月24日現在)
42.4%

岩手餅工場HACCPに準じた品質管理体制

お餅商品ラインナップ

IRIS アイリスフーズ株式会社



アイリスフーズのおもち ラインナップ

低温製法※の
生きりもち
生まるもち

国産もち米100%



1.8 kg



1 kg



400 g



300 g

小さなサイズ

もっちり
生きりもち



1.8 kg



1 kg



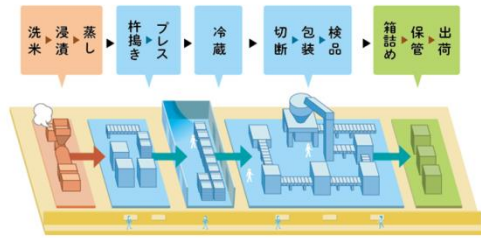
家族にうれしい
大容量から、
料理に使いやすい
小さなサイズまで、
豊富にラインナップを
揃えました。



日本の食文化に 安心と安全を。

アイリスフーズ岩手工場では季節に準じて、おいしいお餅を
国産もち米100%の安心・安全で製造しています。最新の機器を
導入し、厳密に管理して万全を期するとともに、冷蔵
行程の時間を考慮してより大袋に包装することで高品質な
餅づくりを実現しました。
食味はこれからも、おいしいお餅を季節的にお届けすることで、
日本の食文化を支えていきたいと考えています。

自動化により、衛生的な
生産環境を実現し、
品質を向上させました。



2015年4月23日リニューアル

- ◆徹底した品質管理(安心・安全)
 - ・HACCPに準じた高度な品質管理
 - ・フードディフェンスへの対策も実施
- ◆生産能力増強
 - 行程のロスがなく、自動化を進め生産能力が1.5倍に



各工程詳細

IRIS アイリスフーズ株式会社

●互理工場にて
低温製法精米



●洗米、浸漬、杵搗き



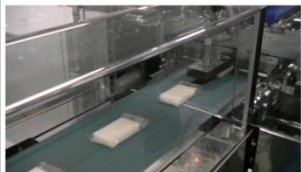
急速冷蔵庫



切断機



個包装
(1分間で120の個包装)



大袋包装機(重量、金属探知機、
大袋梱包、溶着)



逆金属探知機



検査体制

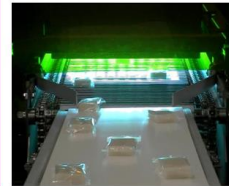
IRIS アイリスフーズ株式会社

金属探知機検査

鉄・非鉄を含む金属を
発見出来ます。
Fe(0.4mm)
SUS(0.5mm)



UV殺菌



X線検査

鉄・非鉄を含む金属は
もちろん、金検では発見
できない石・ガラス・
プラスチック・骨・貝殻
などの検出が可能です。



逆金属探知機

金属検出機能を逆手
に取り、金属反応の無い
ものをNGとして排
出致します



■ 食品でのお客様対応事例

<事例1>

低温製米「北海道産ななつぼし5kg」にホチキスの針が入っていた。



<回答>

弊社工場では金属検知機2台、磁性体除去機1台を設置しております。各選別機で除去確認テストを実施いたしました。その結果はホチキス針はいずれの選別機でも選別できることを確認しました。よって万一ホチキスの混入があった場合についても除去が可能であると考えられます。

<事例2>

米の一部が黄色く変色し、米粒が塊になっている。保存は袋のまま開封し、中に入っている脱酸素剤はずっと入れっぱなしの状態。米が少なくなってきたら、脱酸素剤の近辺のお米が黄色く変色し、塊になっていたのに気づいた。



<回答>

黄色く変色したお米と胚芽部が黒く変色したお米が確認されました。黄色に変色したお米には水濡れがあり、そのため、表面に付着した菌が増殖しコーティング状に変色したものと考えられます。また、胚芽部が黒や深緑色に変色しているお米も確認され、外観より真菌が増殖したものと考えられます。

<事例3>

クリスタルガイザー500mgで甘ったるいニオイがする。

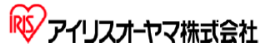


<回答>

ニオイの官能検査結果の結果から、輸送中または保管中に移り香としてついた可能性が高いと考えております。尚、シュリンクパックに貼ってあるシールには移り香に関する注意表示を記載しております。

- 開栓後はお急にお飲みください。
- においが強いものといっしょに保管しないでください。においが移るおそれがあります。
- 天然のミネラル成分がまれに析出することがありますが、品質には問題ありません。
- 空容器的の散乱防止・リサイクルにご協力ください。

「震災復興は農業から」…企業の取組み



NEWS RELEASE

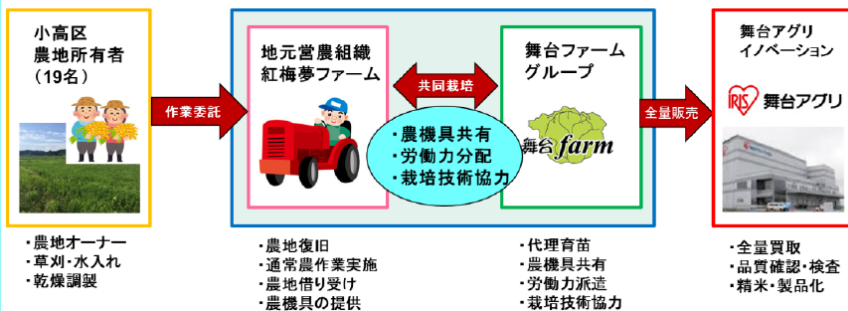
2017年4月5日

アイリスグループ 福島にて農業復興を支援 「南相馬市小高区」にて地元農業者と連携 平成29年からの営農(稲作)再開を支援

アイリスグループの舞台アグリノベーション株式会社(本社:仙台市、代表取締役会長:大山 健太郎、代表取締役社長:針生 信夫)は、福島県南相馬市小高区(旧小高町)にて株式会社紅梅夢ファーム(本社:南相馬市、代表取締役:佐藤 良一)と連携し、今年度から同地区内における稲作の営農再開を支援します。

NEWS RELEASE

【取組概略図】



■株式会社紅梅夢ファーム 概要

所在地: 福島県南相馬市小高区蛭沢字藤沼 81

設立: 平成29年1月

代表取締役: 佐藤 良一

業務内容: 野菜・お米・菜種の生産

被災地における農作業受託作業

菜種油を活用した6次化製品の販売など



■株式会社舞台ファーム 概要

所在地: 宮城県仙台市若林区日辺字田中 11 番地

設立: 平成15年7月

代表取締役: 針生 信夫

業務内容: 野菜・お米の生産

生食用カット野菜などの加工・販売など



■舞台アグリノベーション 亘理精米工場 概要

所在地: 宮城県亘理郡亘理町逢隈高屋字堂田 128-3

設立: 平成25年4月

代表取締役会長: 大山 健太郎

代表取締役社長: 針生 信夫

竣工・稼働: 平成26年7月

精米能力: 100,000 t/年間

収容能力: 42,000 t



■ 自主宣言内容(2017年1月16日宣言)

消費者志向自主宣言

2017年1月16日

アイリスオーヤマ株式会社 大山 健太郎

当社は、消費者と企業が一体となった「消費者志向経営」を推進するにあたり、「消費者志向宣言」を実施いたします。

(1) 理念

アイリスオーヤマ企業理念

1. 会社の目的は永遠に存続すること、いかなる時代環境に於いても利益の出せる仕組みを確立すること
 2. 健全な成長を続けることにより社会貢献し、利益の還元と循環を図る。
 3. 働く社員にとって良い会社を目指し、会社が良くなると社員が良くなり、社員が良くなると会社が良くなる仕組みづくり
 4. 顧客の創造なくして企業の発展はない。生活提案型企業として市場を創造する。
 5. 常に高い志を持ち、常に未完成である事認識し、革新成長する生命力に満ちた組織体をつくる。
- ・常にユーザー目線で消費者の代弁者として満足頂ける商品とサービスの提供を行います。
 - ・お客様からのお申し出に対し、スピード重視の応対体制作りを実践します。
 - ・お客様に分かりやすく満足頂ける商品情報の提供と応対CS向上の革新成長を目指します。
 - ・お客様にとって価値のある製品、サービスを提供し、お客様の声を企業活動に活かして新たな価値を創造、提案します。

(2) 取組方針

①経営トップのコミットメント

- ・消費者、顧客の利益を第一に考え、従業員と共有することによりお客様に安心、安全で適正品質の製品、サービス、情報を提供し、その維持、向上に努めます。
- ・毎週開催される経営会議において、商品に対するご意見、ご要望、ご不満点を共有し、商品開発と商品改善に消費者の声をスピーディーに反映します。

②コーポレートガバナンスの確保

- ・コミュニケーションセンターが中心となりお客様の声を吸い上げ、社内共有することにより消費者志向を高めます。
- ・全社リスク委員会が中心となり、経営層への適時報告により迅速な対応、対策を行います。
- ・社内ジャーナルの活用により消費者の声を経営層および従業員へ共有します

③従業員の積極的活動

- ・全社リスク委員会で情報を共有し全社をあげて消費者志向に対する取組みを行います。
- ・コミュニケーションセンターがお客様の声を吸い上げ、社内共有することにより従業員の消費者志向を高め、お客様視点での活動に取り組みます。
- ・従業員が消費者・顧客志向に喜びを感じ、必要な知識を獲得するための通信教育を提供します。

④事業関連部門と品質関連部門の有機的な連携

- ・関連部署が集まる製品リスク委員会が中心となり、情報共有と危機管理を行い経営層への適時報告と問題発生時の緊急対応と再発防止対策を行います。

⑤消費者への情報提供の充実・双方向の情報交換

- ・お客様からのお申し出、ご要望に専門相談員がわかり易く説明、対応すると共に、消費者にわかり易く役立つ情報をホームページに掲載し提供します。

⑥消費者・社会の要望を踏まえた改善・開発

- ・お客様からのご意見、ご要望を取り入れ商品の開発、サービスの向上に活かしお客様の快適な生活に貢献します。
- ・情報を積極的に開示し、消費者とのコミュニケーションを図ります。
- ・商品開発の際、消費者、社会のニーズを踏まえたデザインレビューを行い「ユーザー」の開発、改善に取り組みます。

■ 第Ⅱ部

テーマ：消費生活アドバイザー資格試験制度
について

講師：木村 洋氏

NACS東北支部副支部長

岩本 貴信氏、小屋野正智氏

NACS研修員会副委員長消費

公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会について

- 公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会(NACS)は、1988年6月に通商産業省(現経済産業省)の社団法人認可を得て設立されました。
- NACSは「消費者利益と企業活動の調和を図り、社会に貢献する」ことを目的に、全国7支部で会員約3,200名(2015年3月現在)が消費者関連分野で活動しています。
- 会員は内閣総理大臣・経済産業省事業認定資格「消費生活アドバイザー」、日本消費者協会認定資格「消費生活コンサルタント」、「消費生活相談員」の有資格者及び前記資格者と同等以上の専門的な知識と経験を有する者で構成されている「消費生活に関するわが国最の専門家団体」です。

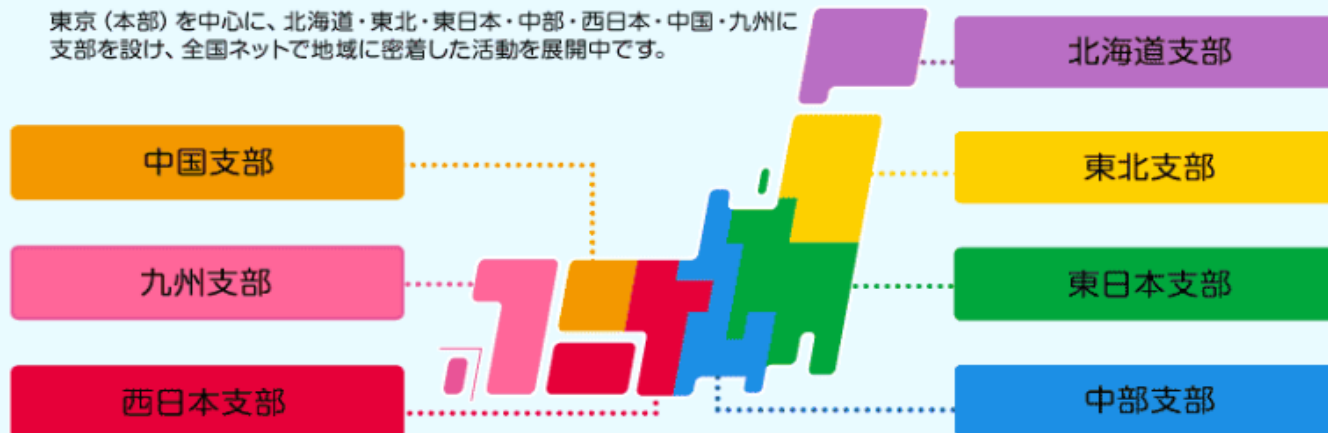
《NACSのビジョンと展望》

- ◎時代をリードし、消費者問題に対する先見性をもって、消費者主権の確立と暮らしの安全・安心の構築に寄与します。
- ◎「消費者被害の未然防止・救済」、「消費者啓発・教育」、「企業の消費者志向啓発」を柱として、健全な消費社会の形成を目指します。
- ◎公益への貢献度向上を目指して会員自らのさらなる研鑽をサポートします。
- ◎国内外の消費者団体と連携し、グローバルな活動に取り組みます。

NACSの活動について

各支部の活動

東京(本部)を中心に、北海道・東北・東日本・中部・西日本・中国・九州に支部を設け、全国ネットで地域に密着した活動を展開中です。



- ・「消費生活アドバイザー」は、消費者と行政等との「かけ橋」として、主に企業や行政機関、消費者関連団体等の消費者関連部門において消費生活相談に応じる他、商品・サービス等の企画・開発に反映させている。
- ・「消費生活コンサルタント」は、主に行政機関や消費者関連団体の消費者関連部門で消費生活相談に従事する他、地域の消費者問題に取り組むリーダーとして消費者の意見を反映させる等の活動を行っている。
- ・また、NACSは法務大臣認証の「裁判外紛争解決機関」として、消費者トラブルの解決や、経済産業大臣認定(平成29年5月30日の改正個人情報保護法の施行にともない、個人情報保護委員会への申請となる)の「認定個人情報保護団体」としても、企業の個人情報保護活動について支援活動も展開している。
- ・2011年4月には新公益法人制度の施行にともない、消費者団体として初めての「公益社団法人」に認定されている。

NACSはこれからも常に社会をリードし、「消費者トラブルの解決」「消費者啓発」「消費者と行政・企業・関連団体等との連携」を中心に、健全な持続可能な消費生活の確立を目指してまいります。

NACSのホームページ紹介

本部HP <http://nacs.or.jp/>

消費生活に関するわが国最大の専門家団体 公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会 NACS(ナックス)

認定個人情報保護団体 法務大臣登録ADR(裁判外紛争解決)機関 [サイトマップ](#) [会員専用ページ](#) [個人情報保護方針](#) [お問い合わせ](#)

NACS 公益社団法人
日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会

検索

NACS (ナックス) とは	消費者トラブルの解決	消費者教育	行政・企業・団体との連携	入会案内	支部活動	会員の皆さまへ
----------------	------------	-------	--------------	------	------	---------

- 消費者相談(ウイークエンド・テレビ)
- ADR(裁判外紛争解決)
- 講師派遣依頼受付
- お知らせ/セミナー情報
- くらしに役立つ2次知識
- 贈与補助事業/宝くじ助成事業
- メディア掲載情報
- 寄附のお問い合わせ

平成28年度 消費者志向NACS会議
テーマ:企業のコンプライアンス
 日時:平成28年8月25日(木)13時30分~
 会場:全国婦人会館2階 会議室
参加費:無料

<p>消費者トラブルの解決</p> 	<p>消費者教育</p> 	<p>行政・企業・団体との連携</p> 
---	--	---

What's New! [一覧を見る](#)

- お知らせ** 2016.7.11 平成28年度 消費者志向NACS会議を開催します(8/26)
- 会員の皆様へ** 2016.7.9 定時社員総会で頂いたご質問への追加回答を掲載しました(会員専用ページ)
- 情報提供** 2016.7.4 平成28年12月から洗濯表示が変わります(洗濯パナール設置)
- 会員の皆様へ** 2016.7.1 平成28年度NACS(相談員養成講座)のご案内を掲載しました(申込締切:7月31日)
- 情報提供** 2016.6.29 【消費者庁】プライバシー等のひもの事故に気を付けて!
- 情報提供** 2016.6.20 日本クレジット協会「安全・安心なクレジットカード取引への取組み」
◆カードセキュリティの向上対策にご協力をお願いします。
①磁気・タッチカードからICカードへの変更
②カード利用時の決済手続きの変更(暗証番号の入力)
③暗証番号の管理等についてのお願い
- 情報提供** 2016.6.20 NACSは、中高生が実施するインターネットの安心・安全のための活動コンテンツ「ウェブレンジャープロジェクト」に協力しています。今年のミッションは「みんながスマートフォンを安心・安全に使いこなすための、効果抜群、斬新なプロジェクトを実施。実践したい。中高生みんなの活動のアイデアを募集!」です。

- 環境委員会
- 消費生活研究所
- 特定取引法に基づく表示
- RSS FEED
- RINGRING! 3020+
- KEIRIN.JP
- 東京都 架空請求対策
- ネット上で使えるアプリを悪用した詐欺にご注意
- これで解決! 家電リサイクル

東北支部HP <http://www.nacs.or.jp/touhoku/index.html>

HPでくらしに役立つ情報をタイムリーに発信するNACS東北支部

NACS 東北支部



NIPPON ASSOCIATION OF CONSUMER SPECIALISTS
TOUHOKU

沿革組織 | 活動内容 | 相談体制 | 入会案内 | 刊行物 | 自主研究会 | 会員Page | Sitemap

- 東北6県の消費生活情報
- 東北支部からの各種お知らせ
- 東北支部ニュース
- ピックアップ情報
- ニュース・クリップ
- ふれんどり〜とうほく

公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会 [Nippon Association of Consumer Specialists/通称 NACS] 東北支部のホームページ (RWD-レスポンスwebデザイン) へようこそ。
 NACSは「消費生活アドバイザー」「消費生活コンサルタント」「消費生活相談員」の資格を有する会員で構成する消費生活に関するわが国最大の専門家団体です。東北支部は、東北六県に在住する会員で構成されています。

新着情報 [RSS](#)

- 2016年7月7日 **NEW!!** ・支部活動予定表(10月追記)[会員]
- 新着情報のバックナンバーはこちらをご覧ください。

トピックス

家族で考える介護 入門編 PART2開催案内【一般】
 ご好評いただきました介護講座の第二弾といたしまして「家族で考える介護 入門編 PART2」と題しました講座を7月16日に開催いたします。詳しくは「公開講座」ページをご覧ください、お申込みください。

公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会 東北支部

〒980-0811
 仙台市青葉区一番町4-1-3 仙台市市民活動サポートセンター レターケース 32番
 E-mail
 touhoku@soumu@nacs.or.jp

消費生活アドバイザー、消費生活相談員新資格制度及び試験説明会開催案内【一般】
 NACSの今年度からの新事業である「消費生活スペシャリスト普及事業[CS普及事業]」のひとつとして、7月23日に新資格制度(国家資格)を含めたガイダンスと消費生活アドバイザー試験対策相談会を同時に開催いたします。詳しくは「CS普及事業」ページをご覧ください、お申込みください。

NACS NIPPON ASSOCIATION OF CONSUMER SPECIALISTS

NACSと消費生活専門家の資格について

■ 消費生活アドバイザー

消費生活アドバイザー資格は、1980年から資格認定制度が始まり、現在では全国に約15,000名の有資格者が活動しています。この資格は、特定商取引に関する法律の第六十一条で定められている、**内閣総理大臣及び経済産業大臣認定事業資格**となっています。

認定機関(一財)日本産業協会

■ 消費生活コンサルタント

消費生活コンサルタント資格は、1962年に資格認定制度が始まり、現在は約3,100名の有資格者が全国で活動しています。

認定機関:(一財)日本消費者協会

■ 消費生活専門相談員

消費生活専門相談員は、消費者の権利の確立・自立支援を推進し、消費者の利益の擁護及び増進に努めるとともに、消費生活相談による被害拡大の防止や救済活動等を行っています。活動の場は主として、全国の自治体等の消費生活相談窓口での消費者からの相談を受けており、現在の有資格者は約4,800名が活動しています。

認定機関:(独)国民生活センター

■ 消費生活相談員(国家資格)

消費生活相談員資格は、改正消費者安全法(以下、法)の平成28年4月1日施行により、平成28年度から実施されました消費生活相談員資格試験の合格者に付与されます。この資格試験は、消費生活相談を行うために必要な知識及び技術を有するかどうかを判定することを目的に、内閣総理大臣の登録を受けた登録試験機関が実施することになっており、「一般財団法人日本産業協会」及び「独立行政法人国民生活センター」が登録されています。

そのため平成28年度より、日本産業協会は、消費生活相談員資格試験を兼ねる形で消費生活アドバイザー資格試験を実施し、合格者は消費生活アドバイザー資格と消費生活相談員資格の両方を同時に取得できます。また、国民生活センターも同様に消費生活専門相談員試験を実施し、合格者は資格の両方を同時に取得できます。

消費生活アドバイザー制度と日本産業協会について

一般財団法人 日本産業協会

- 一般財団法人日本産業協会は、大正10年に発足し、当時は国産品の奨励、輸出の促進を目的として見本市の開催、博覧会への出品の斡旋、産業功労者の表彰等の事業を行っていましたが、第二次大戦後は社会情勢の変化に伴い、活動を休止していました。
- 通商産業省(現経済産業省)は、消費者苦情の増大等を背景に、昭和54年から55年にかけて消費者苦情の適切な処置や消費者の意向を企業経営に反映させ、消費者に適切なアドバイスができる人材の育成を目的として「消費生活アドバイザー」制度の創設を決定しました。
- 制度創設を受けて、昭和55年10月に日本産業協会は消費生活アドバイザー資格の試験実施団体として活動を再開しました。
- 平成12年9月には、訪問販売等に関する法律に基づく「訪問販売取引等適正化業務」を行う法人に指定され、消費生活アドバイザー試験の実施をはじめ申出制度の普及・相談業務等を行っています。

消費生活アドバイザー制度

- 消費生活アドバイザー資格制度は昭和55年に通商産業省(現経済産業省)が
 - ① 消費者からの提案や意見を企業経営ならびに行政等への提言に効果的に反映させ
 - ② 消費者の苦情相談等に対して迅速で適切なアドバイスや処置を行うことができる消費者と企業や行政の架け橋として、幅広い分野で社会貢献を果たす人材を養成することを目的として創設された制度です。
- 現在では企業の消費者志向経営や消費者利益の確保等の推進役となり、複雑化する経済社会において賢い消費者の育成にその能力の発揮が期待されています。

「消費生活アドバイザー」資格を名刺等に表記する場合、以下のいずれかの名称を使用することができる

消費生活アドバイザー

消費生活アドバイザー
(内閣総理大臣及び経済産業大臣事業認定資格)

Consumer Affairs Advisor

アドバイザー試験合格者アンケート結果(平成26年度)

合格者アンケート

当協会では、毎年消費生活アドバイザー試験合格者の方々に、受験動機などについてのアンケートを実施しております。

平成26年度の集計結果をお知らせします。
ご協力頂いた皆様には、厚く御礼申し上げます。

平成26年度

回答数275名(男性179名、女性96名)
【回収率 88%】

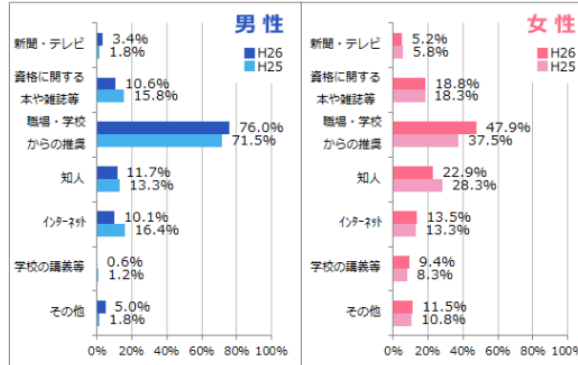
[参考]

平成25年度

回答数285名(男性165名、女性120名)
【回収率 93%】

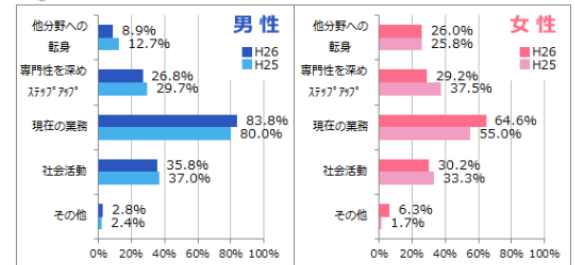
Q2. アドバイザー資格を

どのようにしてお知りになりましたか(複数)



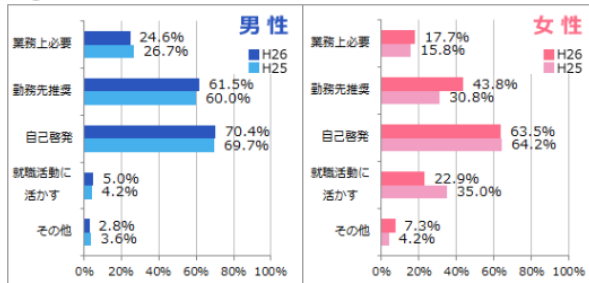
男性は「職場・学校からの推奨」が最も多く7割を超えている。女性も「職場・学校からの推奨」が最も多いが、次いで「知人」、「資格に関する本や雑誌等」との回答が多かった。

Q3. 消費生活アドバイザー資格の活かし方(複数)



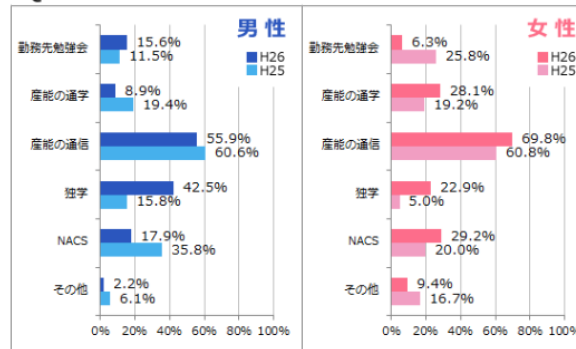
男女とも「現在の業務」が最も多く、「社会活動」、「専門性を深めステップアップ」と続いた。

Q1. アドバイザー試験の受験動機は何ですか(複数)



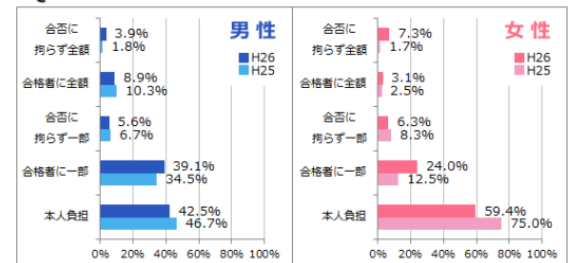
男女とも「自己啓発」、「勤務先推奨」と続いた。女性の「就職活動に活かす」は前年に比べ大幅に減った。

Q4. 受験勉強法(複数)



男女とも「産能大の通信講座」が最も多く、全体では6割を超えた。一方、男女とも「独学」が前年に比べ大幅に増えた。

Q5. 勤務先による受験料負担について



男女とも「本人負担」が最も多かったが、前年に比べると減少し、「合格者の一部」と「合否に拘らず全額」が増加した。

県別最終合格者総数(平成28年2月2日現在)

消費生活アドバイザー資格試験
最終合格者総数

昭和55年度(第1回)～平成27年度(第36回)

<都道府県別構成>

合計	
15,211	
男性	女性
6,312	8,899
(41.5%)	(58.5%)

第1回から第36回
までの累計

北海道
283
84 199

青森	
36	
13	23
秋田	岩手
22	43
9 13	22 21
山形	宮城
39	137
15 24	54 83
新潟	群馬
89	96
34 55	48
石川	福島
53	48
19 34	18 30
富山	長野
43	97
18 25	37 60
福井	岐阜
39	95
14 25	36 59
滋賀	山梨
214	39
107 107	468 558
三重	東京
122	3,299
56 66	1,285 2,014
愛知	神奈川
986	2,095
566 420	904 1,191
和歌山	静岡
40	250
9 31	107 143
愛媛	香川
63	95
23 40	35 60
高知	徳島
27	35
7 20	8 27
佐賀	福岡
39	404
6 33	156 248
熊本	大分
91	41
30 61	12 29
鹿児島	宮崎
51	31
11 40	2 29
山口	島根
63	24
21 42	7 17
鳥取	岡山
29	88
11 18	37 51
兵庫	京都
1,061	347
323 738	134 213
大阪	奈良
1,519	269
635 884	122 147
長崎	和歌山
38	40
15 23	9 31
沖繩	
31	
10 21	

東北6県
計:325名
男性:131名
女性:194名

(単位:人)
平成28年2月2日現在

最終合格者内訳(平成28年2月2日現在)

■年度・年齢別、男女別構成比

消費生活アドバイザー資格試験最終合格者の内訳

1. 年度別・男女別合格者数

(単位:人、平成28年2月2日現在)

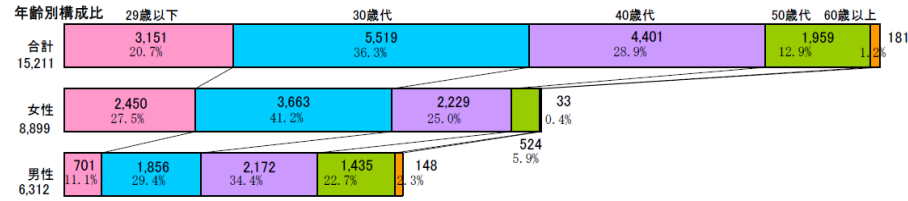
性別\年度	合計	昭和55年	昭和56年	昭和57年	昭和58年	昭和59年	昭和60年	昭和61年	昭和62年	昭和63年	平成元年	平成2年	平成3年
合計	15,211	225	167	187	204	197	229	266	345	395	366	430	445
男性	6,312	89	75	89	93	85	92	88	106	117	121	137	129
女性	8,899	136	92	98	111	112	137	178	239	278	245	293	316

性別\年度	平成4年	平成5年	平成6年	平成7年	平成8年	平成9年	平成10年	平成11年	平成12年	平成13年	平成14年	平成15年	平成16年
合計	487	515	458	527	527	567	569	485	581	564	579	577	474
男性	134	170	129	155	180	200	234	158	182	206	220	209	192
女性	353	345	329	372	347	367	335	327	399	358	359	368	282

性別\年度	平成17年	平成18年	平成19年	平成20年	平成21年	平成22年	平成23年	平成24年	平成25年	平成26年	平成27年
合計	457	462	500	538	498	474	441	396	306	312	461
男性	225	236	282	279	293	220	242	230	175	203	337
女性	232	226	218	259	205	254	199	166	131	109	124

2. 年齢別・男女別構成比

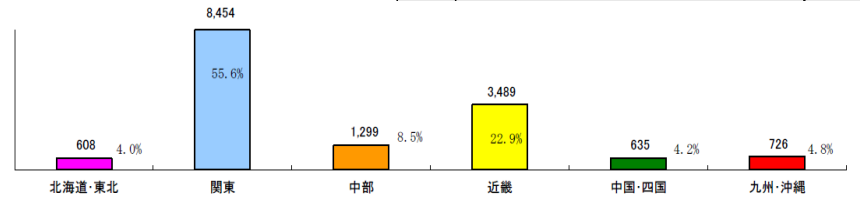
年齢	29歳以下	30歳代	40歳代	50歳代	60歳以上	合計
男性	701	1,856	2,172	1,435	148	6,312
女性	2,450	3,663	2,229	524	33	8,899
合計	3,151	5,519	4,401	1,959	181	15,211
構成比	20.7%	36.3%	28.9%	12.9%	1.2%	100%



■地域別、業種別構成比

3. 地域別構成比

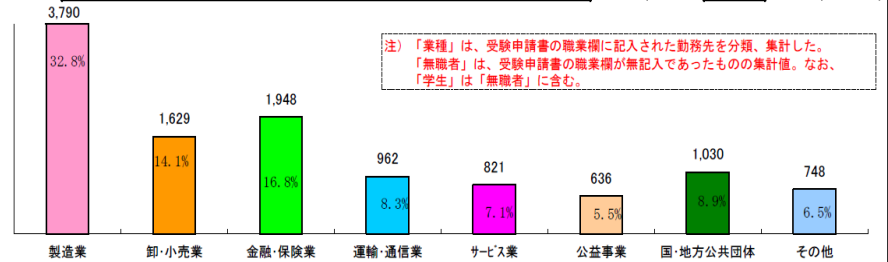
地域	北海道・東北	関東	中部	近畿	中国・四国	九州・沖縄	合計
人数	608	8,454	1,299	3,489	635	726	15,211
構成比	4.0%	55.6%	8.5%	22.9%	4.2%	4.8%	100%



4. 業種別構成比

業種	製造業	卸・小売業	金融・保険業	運輸・通信業	サービス業	公益事業	国・地方公共団体	その他
人数	3,790	1,629	1,948	962	821	636	1,030	748
構成比	32.8%	14.1%	16.8%	8.3%	7.1%	5.5%	8.9%	6.5%

	有職者	無職者	合計
人数	11,564	3,647	15,211
構成比	76.0%	24.0%	100%



最終合格者内訳(企業別構成比)(平成28年4月1日現在)

アドバイザーの勤務先

■ 企業での消費生活アドバイザー登録者数の上位20社

順位	企業名	登録者数(人)	前年順位
1	日本生命保険	464	3
2	第一生命保険	422	2
3	パナソニック	415	1
4	トヨタ自動車	224	4
5	NTTドコモ	188	5
6	東京電力	147	6
7	NTT西日本	91	7
8	明治安田生命保険	89	8
9	イオン	71	10
9	NTT東日本	71	9
9	損害保険ジャパン日本興亜	71	13
12	ドコモCS	70	11
13	東京ガス	62	12
14	本田技研工業	52	15
15	花王	51	13
16	富士フイルムホールディングス	47	16
17	デンソー	44	19
18	大阪ガス	41	17
19	丸井グループ	40	18
20	サントリーホールディングス	38	22

※登録者数は、平成28年4月1日現在の「消費生活アドバイザー登録カード」に記入されている企業名を、法人単位で集計したものです。(同位の場合は五十音順)

■ 国・地方公共団体等及び各種団体での消費生活アドバイザー登録者数の上位10機関

順位	国・地方公共団体等及び各種団体名	登録者数(人)
1	経済産業省 (地方経済産業局及び沖縄総合事務局含む)	84
2	内閣府(消費者庁・金融庁を含む)	75
3	日本司法支援センター(法テラス)	65
4	国民生活センター	47
5	東京都消費生活総合センター	42
6	財務省(地方財務局等を含む)	26
7	日本生活共同組合連合会	19
8	名古屋市消費生活センター	18
9	関西消費者協会	17
9	埼玉県消費生活支援センター	17
9	日本クレジットカウンセリング協会	17

登録者数は、平成28年4月1日現在の「消費生活アドバイザー登録カード」に記入されている勤務先名を、行政機関名または団体名単位で集計したものです。(同位の場合は五十音順)

なお、「消費生活アドバイザー登録カード」は資格更新時(5年ごと)に提出いただくものであること、及び勤務先名は任意記入であることから、登録者数と実際の勤務先在籍者数とは合致していない場合があります。

平成28年度消費生活アドバイザー資格試験の結果

平成28年度「消費生活アドバイザー資格試験」の最終合格者数は、**514人**に決定した。
 本年度の受験申請者数は**2,582人(※)**で、受験申請者数は前年度の2,332人に対し250人の増加(10.7%)となった。

最終合格者の内訳は、男性344人(前年度337人)、女性170人(前年度124人)で、6年連続で男性合格者数が女性合格者数を上回る結果となった。第1回(昭和55年度)から第37回(平成28年度)までの合格者累計は、男性6,656人(42.3%)、女性9,069人(57.7%)で、総数は15,725人となった。

試験結果等の詳しい内容は、次のとおりとなる。

- (※)2,582人の内訳
- ・通常受験申請者:2,494人(男性:1,425人、女性:1,069人)
 - ・平成28年度限りの特例措置申請者:88人(男性:49人、女性:39人)

1. 受験者および最終合格者総括

(1) 受験者数

(単位:人)

	受験申請者総数	第1次試験		第2次試験	
		受験者数	合格者数	受験者数	合格者数
第1次試験 受験申請者	2,582	2,223	722	731	449
通常受験者	2,494	2,143	668	654	406
H28特例措置受験者	88	80	54	77(※1)	43
第1次試験免除者	121	-	-	Ⓑ 110(※2)	65
合計	2,703	Ⓐ 2,223	722	841	Ⓒ 514

(注1) H28特例措置受験者とは、第1次試験免除者を対象とした平成28年度限りの制度。申請者は第1次試験から受験し、第2次試験に合格した場合、消費生活アドバイザー資格と消費生活相談員資格を取得。一方、第1次試験が不合格の場合は、第1次試験免除制度の適用を受けて第2次試験を受験できる。

(注2) 第1次試験免除者とは、第1次試験を免除する受験者(前年度第1次試験合格者)。

(※1) 第1次試験合格者のうち53人+同不合格者のうち24人(第1次試験免除制度の適用を受けて受験)。

(※2) 第1次試験免除者103人+H28特例措置受験申請者で、第1次試験欠席者のうち7人(第1次試験免除制度の適用を受けて受験)。

平成28年度受験地別、年齢別、男女別最終合格者数

(2) 最終合格者数：514人（前年度：461人）

$$\text{最終合格率} = \frac{\text{第2次試験合格者 (C)}}{\text{受験者総数 (A) + (B)}} = \frac{514\text{人}}{2,333\text{人}} = 22.0\% \text{ (前年度：21.6\%)}$$

<受験地別、男女別>

(単位：人)

	男性	女性	合計	前年度
札幌	5 1.0%	4 0.8%	9 1.8%	6 1.3%
東京	209 40.7%	106 20.6%	315 61.3%	291 63.1%
名古屋	32 6.2%	19 3.7%	51 9.9%	50 10.8%
大阪	88 17.1%	34 6.6%	122 23.7%	97 21.0%
福岡	10 1.9%	7 1.4%	17 3.3%	17 3.7%
合計	344 66.9%	170 33.1%	514 100.0%	
前年度	337 73.1%	124 26.9%	461 100.0%	

<年齢別、男女別>

(単位：人)

	男性	女性	合計	前年度
25歳以下	6 1.2%	6 1.2%	12 2.3%	7 1.5%
26～30歳	30 5.8%	13 2.5%	43 8.4%	39 8.5%
31～35歳	46 8.9%	22 4.3%	68 13.2%	44 9.5%
36～40歳	38 7.4%	28 5.4%	66 12.8%	59 12.8%
41～45歳	36 7.0%	29 5.6%	65 12.6%	83 18.0%
46～50歳	87 16.9%	23 4.5%	110 21.4%	93 20.2%
51～55歳	59 11.5%	36 7.0%	95 18.5%	91 19.7%
56～60歳	33 6.4%	9 1.8%	42 8.2%	37 8.0%
61歳以上	9 1.8%	4 0.8%	13 2.5%	8 1.7%
合計	344 66.9%	170 33.1%	514 100.0%	
前年度	337 73.1%	124 26.9%	461 100.0%	

平成28年度一次試験受験者と合格者数

(3) 受験者数：2,223人（前年度：2,025人）

<受験地別、男女別>

(単位：人)

	男性	女性	合計	前年度
札幌	17 0.8%	16 0.7%	33 1.5%	24 1.2%
仙台	14 0.6%	26 1.2%	40 1.8%	39 1.9%
東京	672 30.2%	551 24.8%	1,223 55.0%	1,134 56.0%
名古屋	165 7.4%	90 4.0%	255 11.5%	232 11.5%
大阪	299 13.5%	196 8.8%	495 22.3%	439 21.7%
広島	11 0.5%	21 0.9%	32 1.4%	33 1.6%
高松	25 1.1%	28 1.3%	53 2.4%	35 1.7%
福岡	33 1.5%	41 1.8%	74 3.3%	89 4.4%
那覇	9 0.4%	9 0.4%	18 0.8%	0 0.0%
合計	1,245 56.0%	978 44.0%	2,223 100.0%	
前年度	1,262 62.3%	763 37.7%	2,025 100.0%	

(4) 合格者数：722人 …受験者数に対する合格率

$$\frac{722人}{2,223人} = 32.5\%$$

※ 本年度の第1次試験の合格範囲は、平均正解率63.6%以上。

<受験地別、男女別>

(単位：人)

	男性	女性	合計	前年度
札幌	7 1.0%	4 0.6%	11 1.5%	9 1.4%
仙台	8 1.1%	8 1.1%	16 2.2%	13 2.0%
東京	265 36.7%	141 19.5%	406 56.2%	386 59.8%
名古屋	58 8.0%	27 3.7%	85 11.8%	76 11.8%
大阪	116 16.1%	45 6.2%	161 22.3%	126 19.5%
広島	5 0.7%	9 1.2%	14 1.9%	9 1.4%
高松	6 0.8%	5 0.7%	11 1.5%	9 1.4%
福岡	11 1.5%	7 1.0%	18 2.5%	17 2.6%
那覇	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
合計	476 65.9%	246 34.1%	722 100.0%	
前年度	464 71.9%	181 28.1%	645 100.0%	

新資格試験実施機関と指定講習実施機関について



News Release

登録試験機関

平成 28 年 4 月 27 日

登録試験機関の登録について
—日本産業協会と国民生活センターを登録しました—

平成 28 年 4 月 26 日、消費生活相談員資格試験を実施する登録試験機関として「一般財団法人日本産業協会」及び「独立行政法人国民生活センター」を登録しました。

記

○団体名 一般財団法人 日本産業協会（法人番号 7010005008469）

会長 森田 富治郎
住所（試験業務を行う事務所）
東京都千代田区内神田二丁目 11 番 1 号
申請日 平成 28 年 4 月 1 日

○団体名 独立行政法人 国民生活センター（法人番号 4021005002918）

理事長 松本 恒雄
住所（試験業務を行う事務所）
東京都港区高輪三丁目 13 番 22 号
申請日 平成 28 年 4 月 1 日

以上



News Release

指定講習実施機関

平成 28 年 4 月 27 日

指定講習会実施機関の指定について

平成 28 年 4 月 26 日、不当景品類及び不当表示防止法等の一部を改正する等の法律附則第 3 条第 2 項に規定する指定講習会を実施する機関として、「一般財団法人日本産業協会」、「公益社団法人全国消費生活相談員協会」及び「一般財団法人日本消費者協会」を指定しました。

記

○団体名 一般財団法人 日本産業協会（法人番号 7010005008469）

会長 森田 富治郎
住所 東京都千代田区内神田二丁目 11 番 1 号
申請日 平成 28 年 4 月 1 日

○団体名 公益社団法人 全国消費生活相談員協会（法人番号 2010405010418）

理事長 吉川 万里子
住所 東京都中央区日本橋堀留町二丁目 3 番 5 号
グランドメゾン日本橋堀留 101 号
申請日 平成 28 年 4 月 1 日

○団体名 一般財団法人 日本消費者協会（法人番号 6010005004130）

理事長 松岡 万里野
住所 東京都千代田区神田神保町一丁目 18 番 1 号
申請日 平成 28 年 4 月 1 日

以上

平成29年度消費生活アドバイザー試験について

平成29年度試験概要

試験日程

第1次試験	10月1日(日)
第2次試験	11月25日(土)・11月26日(日)*


*東京のみ、一部の受験者の面接試験が11月26日となる場合があります。

試験地

第1次試験地	札幌・仙台・東京・名古屋・大阪・広島・高松・徳島・福岡
第2次試験地	札幌・仙台・東京・名古屋・大阪・広島・徳島・福岡

受験要項

受験要項ダウンロード期間	6月1日(木)～8月18日(金)
--------------	------------------

 [受験要項](#) (平成28年度版・参考)

受験申請

受験申請受付期間	6月30日(金)～8月18日(金)必着
----------	---------------------

受験資格

受験資格条件はありません。

受験手数料

受験手数料	15,660円(税込)登録管理手数料含む
-------	----------------------

試験の内容

消費生活アドバイザーとして、必要な知識及び技能についての筆記試験、及び面接試験を行います。第2次試験は、第1次試験合格者に対して実施します。

第1次試験	第2次試験
択一試験及び〇×試験	論文試験及び面接試験

試験の範囲

第1次試験(択一試験)

- 消費者問題
- 消費者のための行政・法律知識
 - 行政知識
 - 法律知識
- 消費者のための経済知識
 - 経済一般と経済統計の知識
 - 企業経営一般知識
 - 金融の知識
 - 生活経済
 - 地球環境問題・エネルギー需給
- 生活基礎知識
 - 医療と健康
 - 社会保険と福祉
 - 余暇生活
 - 衣服と生活
 - 食生活と健康
 - 住生活と快適空間
 - 商品・サービスの品質と安全性
 - 広告と表示
 - 暮らしと情報

第2次試験(論文試験)

上記第1次試験のうち、1～3の範囲より出題されます。出題は次の2グループにわけ、各グループ4題より1題選択し、2題記述します。

第1グループ(4題)

- ・消費者問題
- ・行政知識
- ・法律知識(2題)

第2グループ(4題)

- ・経済一般知識
- ・企業経営一般知識
- ・生活経済
- ・地球環境問題・エネルギー需給

受験勉強の一例・・・産業能率大学の通信教育

講座の種類と受講料

講座名	受講料 (税込)	受講期間
基礎コース	30,240円	12か月
総合コース(基礎コース+小論文講座)	34,560円	12か月

「消費者問題」「法律知識」から「生活知識」までを体系的に学習する通信講座を開講しています。

主催：一般財団法人日本産業協会

実施：学校法人産業能率大学



受講のお問い合わせ及びお申し込み先

(学) 産業能率大学 総合研究所

〒158-8630 東京都世田谷区等々力6-39-15

TEL (03) 5419-6085 (平日9:00~17:00)

お申し込みはこちら：(学)産業能率大学 総合研究所 [ホームページ](#)

●この講座は「厚生労働大臣指定通信教育」となっており、雇用保険の教育訓練給付制度の対象です。

(雇用保険の加入状況や講座の修了状況等について一定の要件を満たしていれば、同制度により受講料の20%が給付されます。(本講座 総合コースの場合約 6,900円))

本制度についての詳細は、以下の厚生労働省のホームページまたはお近くの「ハローワーク」へお問い合わせください。

テキストの構成

本講座のテキストは、経済・社会情勢や法律・制度などの動きを反映するため、例年4月の新規開講に合わせて必要な改訂を行っています。

※基本的な学習の進め方をまとめた「スタディ・ガイド」付き。

※提出課題である「レポート」は、基礎コースに10回(注：生活知識2は2回)、小論文講座に1回付いています。

分冊番号	基礎コースのカリキュラム		
1	(1)	消費者問題	<ul style="list-style-type: none"> わが国の消費者問題とそれを巡る動き 消費者教育 (ほか)
	(2)	行政知識	<ul style="list-style-type: none"> 消費者行政の歴史 国および地方自治体の消費者行政 (ほか)
2	(3)	法律知識	<ul style="list-style-type: none"> 消費者基本法 契約の適正化、安全性の確保等に関する法令 (ほか)
	(4)	経済一般と経済統計の知識	<ul style="list-style-type: none"> マクロ経済 需要と供給の仕組み、市場経済のメカニズム 経済統計の見方、経済統計を扱うための基礎知識 (ほか)
3	(5)	企業経営の一般知識	<ul style="list-style-type: none"> 経営戦略、経営分析、マーケティング戦略 企業の社会的責任と消費者志向経営 (ほか)
	(6)	金融の知識	<ul style="list-style-type: none"> 金融の知識、金融分野の新しい動き
4	(7)	地球環境問題・エネルギー需給	<ul style="list-style-type: none"> わが国のエネルギー需給 地球環境問題への対応と省エネ対策 (ほか)
	(8)	生活知識 1	<ul style="list-style-type: none"> 生活経済 医療と健康 社会保険と福祉 余暇生活
5	(9)	生活知識 2	<ul style="list-style-type: none"> 衣服と生活 食生活と健康 快適な住生活 商品・サービスの品質と安全性確保 広告と表示 暮らしと情報

小論文講座

過去問題の活用

過去試験問題についての検索

消費生活アドバイザーTOP>試験対策 >試験問題(過去分)の販売
<http://www.nissankyo.or.jp/adviser/examination/kakomon.html>

平成28年度の試験問題

- [H28年度消費生活アドバイザー第1次試験問題\(1時限\)](#)
- [H28年度消費生活アドバイザー第1次試験問題\(2時限\)](#)
- [H28年度消費生活アドバイザー第1次試験問題\(3時限\)](#)
- [H28年度消費生活アドバイザー第2次試験問題\(1時限\)](#)
- [H28年度消費生活アドバイザー第2次試験問題\(2時限\)](#)
- [H28年度消費生活アドバイザー第1次試験正答\(解説なし\)](#)

平成28年度は消費者安全法に基づき試験問題を公表します。

平成22～27年度の試験問題(販売)

- 試験問題及び第1次試験の正答(解説なし)
- 各年度1部1,000円(送料・税込)

ご希望の方は、現金書留もしくは定額小為替を添えて当協会へお申し込みください。その際、封筒の表側に「平成××年度分試験問題請求」と明記し、裏側に請求者の郵便番号、住所、氏名をお書きください。

試験問題の使用について

試験問題の著作権は、当協会に帰属します。問題を使用される場合は、事前に申請が必要となりますので、お問い合わせください。

平成28年度 消費生活アドバイザー資格試験

問題用紙

(第1時限)

〔消費者のための経済知識
(地球環境問題・エネルギー需給を除く)〕

第1問～第20問

(制限時間 80分)

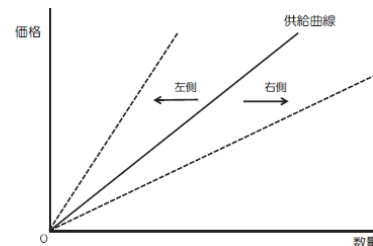
(平成28年10月2日実施)

第4問 次の文中の□の部分に、下記の語群のうち最も適当なものを選んで解答欄に番号で記入しなさい。

需要曲線と供給曲線の分析を用いて消費税の効果について考えよう。消費税が財の価格に定率で加算されるものと考えれば、供給曲線は、原点を中心に□アにシフトする。この時、需要の価格弾力性が、十分に大きなものであれば、消費者は消費量を大幅に□イであろう。一方、需要の価格弾力性が、十分に小さければ、消費者は消費量をあまり□ウであろう。同様に、増収について考えると、需要の価格弾力性が大きい場合、消費税が導入されると増収はそれほど□エしないが、小さい場合、増収は比較的大きく□工することがわかる。

このことから、増収を多く集めるという観点からは、□オへの課税が有効であるということがわかる。

(なお、縦軸を価格、横軸を数量とし、供給曲線は原点から右上がりの直線であるものとする。)



【語群】

1. 右側
2. 左側
3. 平行
4. 増やす
5. 増やさない
6. 減らす
7. 減らさない
8. 増加
9. 減少
10. 必需財
11. 奢侈財
12. ギッフェン財
13. 資産
14. 所得

ご清聴ありがとうございました。

本日は本セミナーにご参加いただき誠にありがとうございました。

是非、消費生活アドバイザー資格にチャレンジしていただき、仲間として共に活動できる日をお待ちしております。