

経済財政運営と改革の基本方針2020(令和2年7月17日閣議決定)では、新型コロナウイルス感染症の拡大によりデジタル化・オンライン化の遅れが浮き彫りになったと指摘し、デジタルニューディール政策を柱に揭げています。

緊急経済対策として、家計への支援を行うため特別給付金事業が実施されました。給付方法として、郵送申請方式とオンライン申請方式が採用されましたが、オンライン申請によるトラブルはマスコミでも取り上げられるところとなりました。行政側では本人確認の問題、生活者側では証明書の期限切れやパスワード忘れといったトラブルが発生し、マイナンバー制度の脆弱さが顕著となりました。デジタル・ガバメントの基盤となるマイナンバー制度については、災害時等にデジタル化のメリットを享受できる仕組みを構築するとともに、マイナンバー1番の在り方について今後検討を進めると明言されています。

また、デジタルシフトはニューノーマルを形成し、資本主義の在り方にも影響を与えることとなります。従来のグローバル資本主義から、SDGsを中心に据えたステークホルダー資本主義への転換が求められています。本年度のダボス会議においても、資本主義の再定義が必要としてステークホルダー資本主義が指針に掲げられています。消費者の社会に対する影響力が高まりつつあり、その行動と責任が試される時代ともいえます。

北から南から ~消費生活相談・活動の現場より~

北川 住江 (岐阜県)

新しい生活様式が実践される中、ネットを介したサービスの利用が増えたことに伴い、相談現場では毎日、相談者と相談員間で白熱した連想ゲームのような働き取りが行われています。

ネット関連事案は自身が辿った契約に至るまでの経緯を詳細に記憶できるものではなく、(いつ・どのサイトで・何をしようとして・何をしたら・どうなった)について起きた経緯を正確に伝えられる方は稀です。

「ネットは便利だがトラブルへの距離も近い!!」といった漠然とした警戒感がどなたもお持ちです。そのため、相談される多くの方は「詐欺」「個人情報の漏洩」「ネットで紐づく銀行口座やクレジットカード情報流出」の3点を脈絡なく恐

れ、手取り早く「答え」を求められます。相談員はそれに対応するため、経緯を手繰ろうと聴きとりに四苦八苦するのですが、挙句「そんなことはどうでもいい!!覚えとらん!!でも詐欺じゃないか、なんとかしら」と怒られることもしばしばです。

世の中には(こんなのがあったらいいのに!)という声から製品化されたものが多くあります。ネットで契約した際の契約成立に至るまでの過程をボタン1つで再生できるような機能があればいいのに。これなら振り返りも簡単。私たち相談員にとっても聴き取りもスムーズになるのに。などと言う妄想を仕事の合間に話したりする今日のこの頃です。



消費者トラブル キャンセルなんでも110番 >>>実施の内幕<<< ~ネット通販、スポーツクラブ、旅行、通信、結婚式場、新型コロナウイルス関連などなど~

近年スマートフォンが普及し、誰でも簡単にインターネット取引ができる時代になりました。しかし、その一方で取引相手の所在地が外国だったり、「初回無料」「お試し〇〇円」という安い値段に惹かれて注文したはずが購入回数縛りがある定期購入だったり、と思いがけない契約になることがあります。あわてて解約を申し出ても、解約を受けてくれない、高額な解約料を請求された、というトラブルが生じています。複雑な仕組みの通信契約、SNSがきっかけで契約した「必ず儲かる」という情報商材などの解約に関する相談も依然数多く寄せられています。また本年は、新型コロナウイルス感染予防のための活動自粛による、旅行関連、結婚式場、スポーツジム、卒業式で着用予定だった衣装等のキャンセルの相談が急増しました。

「NACSなんでも110番」では、こうした相談情報を多くの消費者から聞き取り、関係諸機関に情報提供及び提言をしてまいります。またこの多くの事例を、今後のNACSでの消費者教育の教材作成や講座の情報としても活用してまいります。一人でも多くの切実な消費者の声を110番にお寄せいただきたく、皆さまのご協力をお願い申し上げます。

- *日時：2020年10月4日、11日、18日、25日(土)午前10時~午後4時(東京相談室)
2020年10月3日、10日、17日、24日(土)午前10時~午後4時(大阪相談室)
- *電話：東京相談室 03-6450-6631 (FAX 03-6450-6591)
大阪相談室 06-4790-8110



(110番実行委員会)

インフォメーション



NACS ホームページ

【NACSメールニュースを配信いたします】

NACSでは、季刊の広報誌「NACSnews」の他に、毎月初に「消費生活のいま」をお届けする情報マガジン「NACSメールニュース」を配信しています。配信をご希望される方は、NACS広報委員会(nacs_koho@nacs.or.jp)宛お申込みください。

【Contents (2020年9月2日号の例)】

- ◆1. NACSからのお知らせ
- ◆2. 消費者トピックス ~ 環境に配慮した暮らしや消費の普及サイト@環境省 ~
- ◆3. 消費者行政の動き
- ※◆3は、各都府県・国民生活センターのサイトから、NACS目録でピックアップしたニュースを集めたリンク集です。

編集後記

半年前には存在さえ知らなかったオンライン会議。こんな便利なものはないと思うものの、最近では夕食時でも休日もオンライン会議、会議、会議...リアル飲み会が懐かしい! (永沢)

コロナ禍の状態が長引き、「万が一」を恐れて外出や旅行をできるだけ避けた夏が終わり、「パンデミック」とは意外にも身近なものだったのだと! (児島)

消費者志向NACS会議にオンラインで参加しました。これからは消費者と企業の関係が、「対峙」から「共創」へ転換される、との飛田先生のお話が印象的でした。(河嶋)

「消費者志向経営」の明確化がもたらす 消費者利益の実現へ

NACS 監事・サステナビリティ消費者会議 代表 古谷 由紀子



主体によって、時代によって変わる「消費者志向経営」

「消費者志向経営」として共通で語られるキーワードは「消費者の声」や「消費者起点」だろう。しかし、それ以上の内容は、推進する主体や時代によって変わっており、いまだに確固とした定義や内容は定まっていない。そのことが消費者志向経営の推進に大きな壁となっているように思われる。消費者庁では消費者志向経営優良事例表彰にあたって、消費者志向経営の概念を見直した。この動きも視野に入れながら、消費者志向経営をどう明確化していくべきか、考えてみたい。

NACSは「消費者志向マネジメントシステム」を提案し、「原則」と「取組分野」を明確化

2004年、NACSでは経済産業省の受託事業として「消費者志向マネジメントシステムNACS基準(略称、COMS) (以下、COMSという)」を公表した。COMSの策定に関わったメンバーの問題意識は大きく二つあった。第一に、消費者志向が経営の仕組みとなっていないこと、第二に、消費者志向が消費者の不満や苦情への対応としての「顧客満足」に焦点が当たり、他の分野への取組みが見られないことであった。

これらの問題解決として、私たちは、COMSに、6つの原則、9つの取組分野をもとにしたマネジメントシステムという規格を提案した。まず、6つの原則(表1)は、消費者志向経営を進める際の考え方である。策定当時、特に争点となったのは「消費者の権利の尊重」を掲げることの是非であった。外部の委員も含めて、時期尚早ではないかの声も聞かれたが、消費者団体の私たちこそが

「消費者の権利の尊重」を掲げるべきと訴え、原則の一つに加えることができたことは感慨深い。

9つの取組分野(表2)については、消費者志向経営を、

消費者対応のみではなく、消費者の権利・利益に影響を与える企業活動として、取引・契約、広告・表示、緊急事態対応などを取組分野とすることが、消費者の利益を守る経営であると考えたからである。

2004年から16年経つ現在、企業の消費者志向経営は進んできたのだろうか。

持続可能な社会を視野に入れた取組みに

現在、消費者庁では持続可能な社会を目指し、新たな「消費者志向経営」の概念を示している。世界中で社会や環境など持続可能な社会を阻害するさまざまな課題が浮上り、SDGsやESG投資が活発化しており、消費者志向経営も持続可能な社会のもとで実現することが求められるようになってきたことが背景にある。また企業のみならず、消費者に対してもエシカル消費など持続可能な社会における役割への期待が高まっている。しかし、消費者には行動をするための情報が不足しており、従来の消費者問題と変わらぬ構造が背景にあることを忘れてはならない。真に消費者が役割を果たすためには、企業が消費者に積極的に情報開示するなど、消費者の権利を尊重して、消費者をエンパワーメントするなどの消費者志向経営が求められているのではないだろうか。

私たちは、これからの消費者志向経営をどう描いていくのか、さらに明確化する時代を迎えている。

表1：COMSにおける6つの原則

- ① 法令遵守・社会倫理を尊重する
- ② 消費者の権利・利益を尊重する
- ③ 消費者のニーズの把握による消費者の満足を図る
- ④ 広く消費者へ情報公開する
- ⑤ 広く消費者とコミュニケーションする
- ⑥ 消費者とともに環境保全に取り組む

出所：消費者志向マネジメントシステムNACS基準作成報告書

表2：COMSにおける9つの取組分野

- ① コンプライアンス
- ② 個人情報保護
- ③ 商品・サービスの品質・安全
- ④ 消費者との取引・契約関連
- ⑤ 広告・表示等
- ⑥ 消費者相談
- ⑦ アフターサービス
- ⑧ 環境保全
- ⑨ 緊急事態対応

出所：消費者志向マネジメントシステム
NACS基準作成報告書

特集 ▶ 今、消費者志向経営を考える

消費者志向NACS会議 ～ICT*の進展と消費者志向経営～

初の試み：昭和女子大学との共催、Zoomウェビナーを活用してオンライン開催！

後援：日本消費者政策学会

*ICT：Information and Communication Technology（情報通信技術）

1. 消費者志向NACS会議開催概要

2020年7月18日（土）に、「消費者志向経営NACS会議～ICTの進展と消費者志向経営～」(以下、当会議)が開催されました。

参加申込は、北海道、東北、首都圏、中部、近畿、中国、四国、九州と全国から218名になり、オンライン開催ならではの広がりでした。

NACS河上会長による開会宣言の後、消費者庁伊藤長官に、消費者政策の基本方向についてお話をいただきました。

その後、NACS会員を含め広く募集した今回のテーマについての事前アンケート（以下、アンケート）結果を踏まえて、昭和女子大の飛田教授に「ICTの進展の中で私たちは何をすべきか？」と題して基調講演をいただきました。講演中にはチャット機能を活用した参加者との質疑応答も行われました。

基調講演に対しNACS会員である二人のコメントから、①消費者志向経営における消費者との対話やコミュニケーション、②個人情報保護の観点からのコメントと、独自の視点から質問が投げかけられ、飛田教授にとりまとめをいただきました。

さいごに、消費者政策学会の樋口会長から、当会議や消費生活アドバイザーへの期待をまとめとしてお話しいただき、閉会となりました。

アンケートはじめ、ご協力をいただきました関係各位に心より感謝申し上げます。なお、当会議の詳細内容をお知りになりたい場合は、右のQRコードからご参照ください。



開催日：2020年7月18日（土）
総合司会：昭和女子大学 人間社会学部 教授 粕谷美砂子氏
15：00 開会宣言 NACS会長 河上正二氏
15：05 ご挨拶 消費者庁長官 伊藤明子氏
15：15 基調講演 「ICTの進展の中で私たちは何をすべきか？」 昭和女子大 グローバルビジネス学部 ビジネスデザイン学科教授 飛田史和氏
15：55 休憩
16：00 質疑応答 コメンテーター① 企業の立場から NACS理事（消費者志向推進委員会担当）日本生命保険相互会社 人事企画部 勤務管理担当部長 河村秀範氏
16：20 質疑応答 コメンテーター② 個人情報に関する専門家から NACS個人情報保護委員会委員長 JIPDEC認定個人情報保護団体事務局 事務局長 篠原治美氏
16：40 質疑応答のとりまとめ 飛田史和氏・粕谷美砂子氏
16：50 閉会挨拶 日本消費者政策学会 会長 / 昭和女子大学 特任教授 樋口一清氏

2. アンケート回答と基調講演について

①寄せられたアンケート回答のまとめ

i) ICTは、積極的に利用すべきという回答が多かった

「ICTの進展を、新生活様式を踏まえて、どのように感じていますか？」というアンケートの設問に対して、次の結果が得られました（グラフ参照）。

消費者の立場と行政・事業者の立場、どちらの立場であっても、「新しい生活様式が求められる中でICTを避けて通ることはできない」とする意見が多数を占めました。

また、消費者の立場からは「慎重に進めるべき」と回

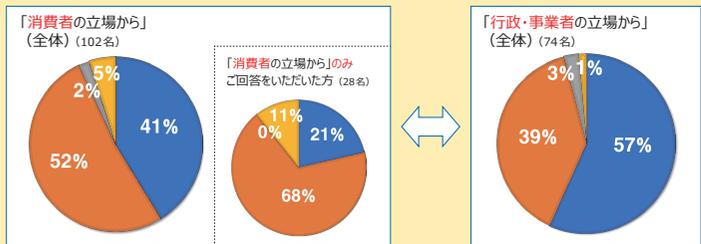
答していても、その同一人物が、行政・事業者の立場では「積極的に進めるべき」と異なる回答になる例もあり、置かれた立場の違いによるギャップが見られました。

ii) 取引の信頼性を確保することが重要である

アンケートでは、「ネットのセキュリティ向上が不可欠である」「商品・サービス等自体の信頼性だけでなく、内容自体の説明や契約規約の表示の明確性がより求められている」「インターネット上で、自分の個人情報がどのように取り扱われているのか、常に気になる」等、「安心して利用できるか」という点が課題としてあげられました。

iii) ハード・ソフト面の格差をなくすべき

アンケートでは、「IT環境のレベル、使いこなす知識のレベルで消費者間に格差ができる」「オンラインを使える人と使えない人の格差が広がる」「必要インフラの有無、ITリテラシーの有無がもたらす格差」「ハード面は進んでいるが、ソフト面が追い付



いていないように思われる」等、「誰でも参加できるか」という点も課題としてあげられました。

②上記で示された課題への対応策

～安心と格差解消が必要～

「このような課題にどう対応すべきか」という設問に対してアンケートでは、「消費者に安心感を与える仕組み」「万一漏洩した時の根本原因や対策の説明と補償」「利用者が安心して商品やサービスを活用していける環境を構築していくこと」等の回答があった。これらをまとめると「安心して消費できるような環境づくり」と「誰もがアクセスできる・パソコン、情報機器の普及、IT環境の整備」の2点が重要であるという結論であったと思われる。

③アンケートを踏まえた飛田教授の基調講演の要旨 ～ICTの進展を踏まえた新たな視点からの課題解決に向けた提案「対峙から共創への転換」～

アンケートで指摘された「安心と格差解消」は当然進めていく必要があるが条件整備だけでは望ましい方向に変わらない。

今までは、企業が品質の良いものを安く提供し、消費者は価格をシグナルに選択することが、社会の

幸せであると考えられていた。これからは、サステナビリティ（環境）やステークホルダーへの配慮（雇用の確保、コミュニティ、文化、ガバナンス）などを社会が考慮する必要がある。例えば、シェアリングエコノミー（信頼の中での貸し借り）、クラウドファンディング（価値を不特定多数から集める）などは、今まで価格が設定されていなかったものに価値を見出し、それを共有するルールを設定することで新しい価値を創り出した。

新しい価値を消費者が選べるように基準を示すことも重要である。消費すること（しないこと）は社会を変革する投票（voting）行動である。企業も消費者もこの分権的な投票システムに参画することにより社会を変えることができる。例えば、レジ袋の有料化、フェアトレード取引（社会目的を価格に乗せる）、ふるさと納税（個人の納税行為を地域創生にリンクさせる）、スマートメーター（個人の家庭の電力消費量（料金）の可視化）などは、新しいメカニズムの導入例である。しくみにより消費が変わり社会が変わる。ただ機械的に受け入れるのではなく、企業と消費者は、このようなメカニズムをより良いものに改良することで新しい商品・サービスを一番必要としている人ととどけることができる。

3. 当会議のまとめ

当会議を通じて、新しい生活様式のもと、ICTが進展する中でのこれからの消費者志向経営には、「消費者と事業者の協働」や「消費者と事業者の共創」が必要であることを学びました。行政・事業者がそれぞれの立場での工夫や新たな取組はもちろんのこと、消費者と幅広くコミュニケーションや対話を重ねることで、消費者の個人情報への不安の解消や商品・サービスを選択する上で新しいルール作り等により、お互いの中にあるギャ

ブを少しでも小さくし、これまで以上に誰もが安心して商品・サービスを利用することに繋がるのだと改めて気づきました。

「消費者の皆様の声をお聞きし、『なるほど、そういう使い方があったのか！』というお役立ちの仕方を表現する」というアンケート回答があり、事業者と消費者の共創の兆しを感じます。消費者志向経営の重要性が益々大きくなっていることを、新たな視点で実感できた会議であったと思います。

自社の消費者志向経営度をチェックできていますか？

NACS消費者志向経営推進委員会
委員長 奥原 早苗

NACSは、「企業の消費者志向経営の推進」を長年に亘り実践しています。トップページでも触れている通り、NACSの消費者志向経営への取組みは、経済産業省の受託事業に携わったことを端緒に17年目を迎えました。その間、マルチステークホルダーにおける消費者代表の発言機会が拡大し、企業の消費者志向経営において私たちが果たす役割や責任も、時代や社会の変化と共に重要性が高まっています。

企業に求められる「消費者志向経営」も、時代や社会経済の変化に合わせた見直しが必要と求められます。情報化の進展や高齢社会、人口減少といったわが国の社会課題に加え、SDGsや猛威をふるうCOVID-19の感染拡大等、世界的な課題に対し、平時のみならず、有事の際に、消費者や社会の要請にどう向き合っていくのが、まさに今、その真価が問われているのではないのでしょうか。

マスクの転売等が規制される等、有事の際は「消費者志向経営」の基本である「消費者の権利・利益の尊重」でさえハードルの高いものとなります。COMS策定時に、「消費者志向度評価チェックリスト」を作成しました。平時に消費者志向経営の実践をセルフチェックすることはもとより、有事に備え、リスクの抽出及びその対策をマネジメントシステムとして実践できているかを確認するためのツールです。昨今SDGsウォッシュ（実践できているフリをすること）を問題視する向きもありますが、同様に「消費者志向経営ウォッシュ」を回避するためにも、持続可能な消費者志向の取組を行うためにも、是非実践の参考にしていただければ幸いです。