

## 8/30ASCON“熱学”セミナー「消費者志向経営への期待・勉強会」アンケートまとめ

【開催】平成 28 年(2016 年)8 月 30 日(火)15:00~17:30 食品衛生協会 5 階講堂にて

【参加】 46 名

### 1. 学んだこと、感想

- 消費者団体の皆さんと事業者が連携を強め、より良い関係を構築していくことが、消費者志向経営の促進のためにも重要であると再認識しました。
- 行政、消費者団体の考えがよく分かりました。特に古谷さんのお話の切り口は斬新で、特に「消費者理解」は企業にかけている部分。補完の必要性を強く感じた。
- 「褒めること」: エシカル消費が正に消費者が企業を褒める消費者活動と理解する。
- 消費者志向経営の取組促進に関する検討会報告書がまとめ、今後はキックオフ、自主宣言の取組みなどより進むことが期待できると感じました。
- 行政、事業者団体、消費者団体とも述べられていることは具体性に欠ける。結局は企業で具体策を練り、実践していくしかないと感じました。
- 消費者重視経営と消費者志向経営の違い~どうしても分からない。重視経営の実践ではだめなのか?
- エシカルに関しては消費者庁の検討会から参加させていただき勉強しておりますが、なかなか理解できておりません。これからも頑張って勉強して参ります。いつもパネルが多く、これが大変うれしいです。
- 行政・事業者・消費者の三者の立場での考え、取組みが理解でき勉強になった。
- 「〇〇宣言」は怖くてできない。多様な消費者がいる中で。
- 大変勉強になりました。新しい情報もあり、色々な立場のお話も聞けて。自分自身がこれからどのようにしていけばよいか等のヒントになりました。ありがとうございました。行政に期待するところも大きいです。
- このような場の設定をしていただくこと自体に意味があると思います。企業が悩みつつも消費者志向経営に取り組んでいることにも理解が進みました。消費者志向経営の目的の着地点の共有(企業と消費者)を進めることも大切だと思いました。「消費者団体」より「消費者」が焦点になって来るのでは?と思います。機会をいただきありがとうございました。
- 古谷さんから教えていただいた視点。とても興味深く思いました。ホームページを使った情報発信強化を考えており、参考にさせていただきます。
- 消費者志向経営を広く消費者の皆様にも認知してもらうことの難しさを改めて認識するとともに、事業者側として何ができるかを引き続き検討していく機会となりました。
- 消費者志向経営による会社としてのメリット
- ACAP の会員で、経営側の一人として参加しました。消費者志向経営の推進には経営側としてはやはりコストが問題になります。新たなコストにはリターンが必要となり、それを短・中・長期の観点でどうなのかが論点となります。ただ、現状使っているコストの範囲での消費者志向経営は比較的可能性が高いと思います。
- 消費者志向経営につき社内で浸透を図っていく上でも大変良い機会でした。ありがとうございます。今後社内でも自主宣言等について推進していきたいと考えますが、やはりいかに消費者の皆様に見ただけのかが“経営を説得”していくポイントとなると思います。引き続き討論させていただき、よい形として行けるよう、よろしく願いいたします。
- 「消費者志向経営」への具体的な取組みや課題が3者(行政、企業、団体)それぞれの立場からわかりやすく説明していただき整理することができました。具体的な企業の取組みも紹介していただき、イメージしやすく勉強になりました。消費者団体と企業の協働は今後さらに重要になっていくという言葉が印象に残りました。

○行政、消費者団体、消費者の立場よりそれぞれの具体的な消費者志向経営についての知識を深めることができ大変勉強になりました。特に私は事業者に属するものとして中長期的な視点を持って絶えず広く活動を続けていく必要性について再認識し、そのためにも社会の変化に常に対応していく、感性を持って対応していくことを心がけて行きたいと思いました。

○行政が良い取り組みを「ほめる」ことは非常に素晴らしいことだと考えますし、事業者としても品質向上に向けた取り組みのモチベーションアップにつながると考えます。大変勉強になりました。ありがとうございました。

○食品業界や製造業など、他の企業では消費者志向経営が進んでいるが、不動産業界はまだまだ遅れており、今後 ACAP や行政と連携しながら消費者志向経営を進める必要があると感じました。

○行政が「しかる」から「ほめる」に転換しようとしていることは大変素晴らしいことと思います。また消費者と事業者の協働を支援することが必要と考えます。消費者庁のご活躍を期待します。

○「消費者志向経営」という言葉の浸透・普及においては消費者への理解が不可欠であるとともに、誤解の無いように情報を出すことが重要であると痛感しました。新たに考えるべきネタをいただきました。ありがとうございました。

○消費者志向経営とは企業にとっては当たり前(お客様第一主義)のことではあるが、どこまで(どの範囲まで)するか、できるのか、考えさせられました。浸透に向けてはトップの理解とイニシアティブが必要ななど、中小企業での課題。

○三者の立場からの話だったので理解が深まりました。企業の立場では漠然とどのように周知、そして取り組んでいけばよいのかまだ不明です。ACAP で活動していますがまた行政、消費者の方の話が聞ける機会を望みます。第2回の開催も楽しみにしています。

## 2. 今後のセミナーやテーマについての要望・意見

○消費者団体と事業者に加え、個々の消費者の方にも参加いただくような、新しいコミュニケーションの取り組みを企画いただければ、素晴らしいと思います。

特に、これからの社会を担っていく、若い方々の参加を促していけるようなものとする必要があるのではないかと感じました。

○製品安全に関して

○今後は取り組みをより具体的にすすめていくためのアイデア出しなどできるとよいと思います。本日はありがとうございました。

○消費者志向(重視)経営の具体的な事例を聞く場があればと思います(単純な1社の事例講演ではなく)

○介護会を一度ぜひ!

○事業者の取り組みの照会

○今回の第2弾で、どこまで進んだかや、事業の取り組み等

○消費者志向経営に取り組んでいる企業や団体の具体的な説明を聞きたいです。

○各社のCSRの評価結果が出た後、ご講演していただきたいです。

○幅広くいろいろなテーマを取り上げていただきたいと思います。

○消費者の消費行動を変えるためには企業が単体では公開できない情報を集約していく、リスクコミュニケーションの場が必要です。ぜひそのようなテーマを取り上げていただきたい(例えば「異物混入」、「放射能」など)