

平成16年4月19日

「企業における消費者対応部門及び自主行動基準に関する実態調査」【概要】

内閣府国民生活局
消費者調整課

．調査の概要

1．目的

最近、大手企業の不祥事発覚を契機に、企業による自主回収(リコール)等が相次ぎ、消費者の企業に対する信頼感が大きく損なわれている。このため、企業のコンプライアンス経営体制の確立、とりわけ、企業における消費者対応体制の整備の重要性がクローズアップされている。

本調査は、定点観測的な「消費者対応部門の実態」と、「コンプライアンス経営体制の実態」について「自主行動基準への取り組み実態」という形で調査し、広く産業界におけるコンプライアンス経営体制の確立、とりわけ消費者対応体制の整備に資することを目的として実施した。

2．調査実施主体

社団法人 消費者関連専門家会議(ACAP)

3．調査時期

平成15年10月～11月

4．調査対象

489企業及び25事業者団体

(食品、建設・住宅・不動産、繊維・衣料、化学・石油、電機、輸送機器、精密機器、その他製造業、流通・サービス、金融・保険、電力・ガス、運輸・旅行、情報・通信)

5．調査事項

- ・ 消費者対応部門の実態
- ・ コンプライアンス経営体制の実態
- ・ 自主行動基準への取り組み実態

6．調査方法

調査票郵送方式により、配布・回収した。

7．有効回答数

303企業及び10事業者団体(回収率60.7%)

1. 消費者対応部門の実態調査

企業における消費者対応部門の動向として、特に前回調査（平成 11 年度）と比較してみると、以下のような特徴が見られる。

なお、「消費者対応部門」とは、お客様相談室など個々の消費者の問合せや苦情相談への対応を実際に行っている部門（またはそれに準じるグループ）を指している（実際には、消費者対応部門は、独立した部門ではなく、CS（カスタマーサティスファクション）部門や品質管理部門に所属している場合もある）

苦情相談の平均受付件数

前回調査の 71,882 件から、今回調査では 131,994 件と苦情相談件数は大きな伸びを見せるとともに、ここ 4 年間で受付件数が「増えた」と回答している企業の数も 64.0%から 74.4%と増加している。

受付担当者数

前回調査と比較して、消費者対応部門の担当者数が「増えた」と回答する企業の比率は 44.2%から 64.1%に上昇している。具体的な 1 社当たりの平均人数は、部門全体で 35.1 人（専任 29.8 人 + 兼任 5.3 人）となっている（前回調査では、総数 22.7 人（専任 17.4 人 + 兼任 5.3 人））。また、増員の理由としては、「受付件数の増加」（75.0%）や「CS（カスタマーサティスファクション）の推進、質の高度化、コンプライアンスなどの経営方針に基づく増員」（62.2%）をあげるところが多い。

顧客のデータベース、コールセンター、ホームページ、メール対応など消費者対応の O A 化

消費者対応部門の O A 化推進を行っている企業は、ほぼ 9 割に達する（前回調査では 7 割）具体的な事項としては、「データベースを構築している」企業が 83.6%（前回調査では 69.3%）、「コールセンターの設置」が 57.3%（前回調査では 37.1%）、「ホームページの開設」が 91.5%（前回調査では 73.1%）、「Eメールでの対応」が 85.8%（前回調査では 48.4%）と全ての面において充実してきている。

トップマネジメントとの直結度合い

「トップマネジメント」（常務取締役以上の役職にある者を指す）との直結度合いの面では、「直結している」とする企業が 85.8%あり、前回調査の 60.1%より比率が上昇している。また、「経営会議へ参加している」と回答する企業が 63.3%（前回調査では 37.5%）、「消費者対応部門の部門戦略・基本方針を策定している」とする企業が 85.8%（前回調査では 78.4%）、「消費者対応部門が CS 意識、環境意識、コンプライアンス意識などの既存の社内意識へ挑戦している」とする企業が 90.7%（前回調査では 81.6%）となっている。

2. コンプライアンス経営及び自主行動基準の実態調査

(1) コンプライアンス経営

コンプライアンス経営についての取り組みの有無を尋ねたところ、「何らかの取り組みを行っている」と回答した企業が9割以上にのぼった。

具体的にどのような取り組みをしたかについては、「企業倫理や遵法の徹底を意識した経営方針の策定」(79.6%)や「経営方針をさらに具体化した倫理基準や遵守マニュアルの策定」(70.4%)との回答が多くみられた。

(2) 自主行動基準

自主行動基準の策定等の取り組みについては、以下のような特徴が指摘できる。

なお、「自主行動基準」とは、企業における倫理基準や遵守マニュアルを指し、具体的には、倫理綱領、行動規範、コンプライアンス・マニュアルと呼ばれるものである。

自主行動基準の重要性の認識

既に自主行動基準を策定している企業は約6割弱あり、策定の予定があるところを含めると7割を超えている。

また、自主行動基準策定の際に主に参考にしたものを尋ねたところ、「日本経済団体連合会『経団連企業行動憲章』」が52.2%、「内閣府『自主行動基準の指針』」が23.3%、「関連業界団体の自主行動基準」との回答が15.0%であった。

自主行動基準の公表状況

自主行動基準の公表状況について尋ねたところ、「社外に公表している」との回答が31.7%、「取引先に提示している」との回答は7.8%であった。

他方、「社内での発表のみである」との回答が45.0%と半数近くを占めている。社外に公表していない理由としては、「内容が社内対象で、社内規程も組み込んであるので公表は差し控えている」という回答が最も多くみられた。

自主行動基準の内容

事業者には経済的利益の追求だけでなく、消費者対応、労働環境、社会貢献、環境問題等、幅広い分野に配慮することが求められている。そこで、「組織全体」として、自主行動基準の対象範囲にどのようなものを盛り込んでいるのか尋ねたところ、「環境問題への取り組み」(84.1%)、「人権問題への取り組み」(73.3%)、「社会貢献活動への取り組み」(71.6%)などの回答が多くみられた。

また、事業者の倫理綱領等ではこれまで消費者対応方針が具体的に定められることは少なかったが、消費者対応の重要性が従来以上に認識されるようになり自主行動基準においても、特に消費者対応に関する基準の策定・運用が望まれている。盛り込むことが望ましい項目例として、内閣府の『自主行動基準の指針』では、情

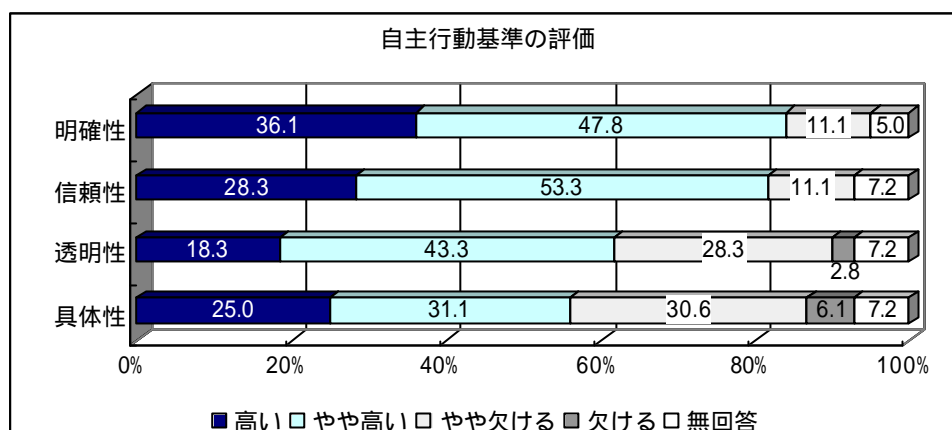
報開示・提供、勧誘方針、契約条項、製品の安全などがあげられている。これを踏まえ、「消費者対応のために策定している自主行動基準に盛り込まれている内容」を尋ねたところ、「個人情報の保護」(68.8%)や「製品の安全に関するもの」(66.5%)、「環境配慮に関するもの」(65.3%)、「消費者への情報開示・提供」(61.9%)をあげるところが多かった。これに対し、「消費者との契約条項に関するもの」は30.7%となっている。

自主行動基準の評価

内閣府の『自主行動基準の指針』においては、自主行動基準は、「明確性」、「信頼性」、「透明性」、「具体性」が必要と指摘している。そこで、自社の自主行動基準がこれらの要件を満たしているかを尋ねたところ、「明確性」、「信頼性」の要件については、「十分に満たしている」と「満たしている方である」の回答を合わせると全体の約8割を超えている。これに対し、「透明性」、「具体性」では、これらの回答を合わせると約6割となっている。

項目評価と全体評価

	十分に 満たしている	満たしている 方である	やや欠ける	欠ける
<明確性>				
自主行動基準の意義の明示	56.1%	27.8%	6.1%	0%
企業倫理に関する事項の明示	50.6%	32.2%	7.8%	0%
経営トップのコミットメントの明示	49.4%	26.7%	12.8%	1.1%
消費者志向経営の重要性の明示	38.9%	35.6%	13.9%	0.6%
利害関係者の明示	25.0%	34.4%	24.4%	5.6%
責任の所在(役員レベル以上)の明示	19.2%	27.7%	34.5%	8.5%
総合評価	36.1%	47.8%	11.1%	0%
<信頼性>				
製品の安全性確保	39.4%	36.1%	8.9%	0.6%
表示の真実性の確保	38.3%	35.0%	10.6%	2.2%
環境配慮に関する情報	39.4%	32.2%	13.9%	2.2%
相談・苦情処理に関する事項	34.4%	37.2%	15.0%	2.8%
総合評価	28.3%	53.3%	11.1%	0%
<透明性>				
対内的な情報開示・提示	38.3%	34.4%	13.9%	2.2%
対外的な情報開示・提示	24.4%	25.6%	28.9%	9.4%
学識経験者や専門家の意見の反映	13.9%	26.1%	38.3%	10.0%
消費者の意見の反映	6.1%	32.2%	38.3%	10.6%
総合評価	18.3%	43.3%	28.3%	2.8%
<具体性>				
総合評価	25.0%	31.1%	30.6%	6.1%



自主行動基準の法令、規格への対応

内閣府の『自主行動基準の指針』によれば、自主行動基準は、強制法規の遵守を明確化するという性格に加えて、法令の具体化・明確化、法令適用の自主的拡大、法令の上乗せという3つの役割を担うものと考えられる。そこで、自主行動基準と法令との対応、さらに規格への対応がどのようになっているのか尋ねたところ、結果は以下のとおりとなっている。

自主行動基準の法令、規格への対応（複数回答）

項目	回答数	構成比
法令の抽象的な条文を自社の事業活動に当てはめ、具体化・明確化したルールを策定する	97	57.7%
法令の適用範囲が曖昧な場合も、その法令の趣旨にそって、自主的にその適用を宣言する	101	60.1%
消費者関連法規にないものでも、新たなルールを規定していく	37	22.0%
I S OやJ I Sの規格を採用・遵守している旨の宣言	47	28.0%
その他	5	3.0%
回答社数（無回答12社）	168	100.0%

自主行動基準の策定・運用における体制の整備

内閣府の『自主行動基準の指針』によれば、自主行動基準の策定・運用に当たっては、効果的な内部体制を整備する必要があると指摘している。そこで、具体的にどのような社内整備を行ったのかを尋ねたところ、結果は次頁のとおりとなっている。

自主行動基準の策定・運用において、社内整備をおこなったもの（複数回答）

項目	回答数	構成比
自主行動基準の運用全般に関する責任者の任命（役員レベル以上）	120	73.6%
従業員等の違反の通報や相談に応じる仕組みの整備（ヘルプライン）	117	71.8%
自主行動基準に関する諸活動を一貫して管理する専門部署の設置	113	69.3%
自主行動基準の策定や円滑な運用のための体系的な教育・研修の実施	99	60.7%
自主行動基準通りに業務が遂行されているかの監査・監視の仕組み	94	57.7%
自主行動基準の継続的改善を目指した改定や見直しに関する体制・制度	90	55.2%
対外的情報公開の体制整備	54	33.1%
自主行動基準の策定・運用を通じての、消費者志向への組織文化の変革	46	28.2%
その他	3	1.8%
回答社数（無回答17社）	163	100.0%

(以上)