

ヒアリング等に基づく検討課題

平成 14 年 11 月 1 日

．個別企業における自主行動基準に関する課題	1
．業界団体における自主行動基準に関する課題	
1．会員企業に関する課題および問題点	3
2．アウトサイダーに関する課題および問題点	6
．その他	8

## ・個別企業における自主行動基準

### 論点 1

個別企業での自主行動基準への取り組みを促進するにあたり、以下のような問題が上げられるが、どのような方策が必要か。

倫理綱領は策定しているものの、多くは包括的な内部向けのものであり、自主行動基準と比べると、公開性、消費者との関係重視といった面で不十分な面がある。自主行動基準の位置付けを明確にすることが必要。(参考1参照)  
自主行動基準等を実効性あるものにするためには、企業文化を変えることが必要。特に経営トップの意識が重要であり、意識改革が必要。(参考2参照)

### 参考 1

- ・ 自主行動基準とは何か、それと、マニュアルとの関係はどうかとか、対外的に公表する自主行動基準にどの程度の密度のものを盛り込むか(途中省略)。コンプライアンス・マニュアルというのは自主行動基準そのものでは多分なくて、内部的なマニュアルでしょう。お客様に対して外向きに、わが社はこのような方針でやりますという宣言的なお約束のようなものが別途出されて、それを実践していくために、内部的なマニュアルができています。(第14回委員会における委員からの意見)
- ・ 部会の中間報告が示した自主行動基準は、消費者問題に特化した、経営理念と現場のマニュアルとの間に位置付けられるべき性質のものであるう。本来自主行動基準の上位に位置付けられる全体的な倫理綱領がなければ、自主行動基準も作れない。(第15回委員会における委員からの意見)

### 参考 2

- ・ 規格はH A C C PでもI S Oでもたくさんあるわけですが、企業不祥事で私が気がついたのは、トップが消費者のほうを向いていたかどうかということが基本的な問題だということです。(途中省略)それからもう一つは、H A C C PやI S O9000のような規格が社内でシステムの通りに行われていれば何も問題はない。問題は、そこで働いている人の問題です。そこを十分に考慮しないと、我々はこういう行動指針を試行的につくりましたが、そこで働く人がそれを本当に生かせない。社内体制やシステムに不備があったら直していくという風通しの良い雰囲気が必要はいけません。(第10回委員会における委員からの意見)
- ・ 雪印食品の事件から、弊社のこの2年間の取り組みを総括いたしますと、企業風土の改革は、社外の目やお客様の視点を、もっと経営レベルの中まで取り込まなければ企業風土は改革できないこと。(第14回委員会に

- おける雪印乳業の発言)
- 企業倫理の徹底は、トップの強い決意が不可欠です。(第14回委員会における雪印乳業の発言)
  - 最も重要な点は、いくら倫理規定を作っても、問題は社員の人々がそれをきちんと理解するということ。また、それが徹底されるマインドといいますか、企業文化を変えることが一番重要だと思うんですね。(途中省略)  
一人一人の社員の気持ち、コンプライアンスに対する意識が変わらなければ会社は変わらない(以後省略)。(第15回委員会における三菱自動車の発言)
  - まず企業はトップ、上がきちんとやらなければだめだと。トップマネジメントがそういうものをして、きちんと社員に浸透させていくことが第1。第2番目は、マネジメントは、実際には部長とか課長のマネジメントクラスがやるわけですが、(途中省略)そういうものをきちんとチェックする仕組みが必要。(第15回委員会における三菱自動車の発言)
  - マネジメント力、まさに組織責任者、部長、課長が単に知っているということと、知識として持っていることと、実際の仕事にあたっての判断力、行動力、このあたりを強化するというのが、魂の中の魂になるのかな。(第15回委員会における委員からの意見)
  - 事業活動への寄与度が最も大きいのは経営トップの意識であり、これが総てであるといっても過言ではない。(パブリックコメント)
  - 自主行動基準は、トップがリーダーシップを発揮して進めるべきシステムであって、これ以外にはありません。(パブリックコメント)
  - 効果的な自主行動基準を策定するには、企業風土を消費者志向にすることが根幹であり、その上で企業が情報開示やコンプライアンス体制を整備することが重要である。(経済団体からの意見書)

・業界団体における自主行動基準に関する課題

1. 会員企業に関する課題および問題点

論点 2

業界団体の自主行動基準等を会員企業が遵守するためには、以下のような問題が上げられているが、実効性を上げるにはどのような方策が必要か。

業界団体が自主行動基準等を推進しようとしても、会員企業には手かせ足かせをはめられるという意識がある。より高いレベルでの消費者志向を確立するのに、会員の意識改革を図る必要がある。(参考3参照)

業界団体が指針や手引きを策定し、会員がそれを受けて独自に自主行動基準等を策定・運用するよう促しても、会員企業には中小企業・零細企業が多いため難しいという問題がある。(参考4参照)

業界団体が強制力を付して自主行動基準等を導入した場合、独占禁止法との関係で問題が発生する可能性がある。競争制限的にならずに消費者志向を促進する必要がある。(参考5参照)

参考 3

- ・ 手かせ足かせをはめられるというような企業の意識というようなところ、意識改革を図りたいというようなところがあって、(途中省略)特に会社の経営者などがそうなんですけれども、誠実に対応しないと消費者の信頼を得られないよというようなところに意識をちゃんと向かせるというようなところをやっていきたいというふうに考えています。(第12回委員会における日本訪問販売協会の発言)
- ・ 現実にそれがどの程度会員の中で守っていけるのかというようなところは、協会としても相当の覚悟で徹底してやっていくという努力をしないと難しい部分もあるのかなというふうに考えています。(第12回委員会における日本訪問販売協会の発言)
- ・ 事実上、全部の会社が協会の会員だというお話でしたね。そうしますと、協会の自主規制も含めて、いろいろな規制をつくってやっておられるということですが、それは十分守られていない、ベーシックなところから守られていないのではないかという懸念があるわけですね。(途中省略)いろいろなシステムはできているけれども、(途中省略)その実効は余り上がっていないのではないかという印象を受けます。(第13回委員会における委員からの意見)
- ・ 業界団体で立派なものをつくっている。だけど、その下の実際の企業にはいっていないという感じがします。これでは何ともならないですね。結局、業界団体は「うちはやっているんだよ」ということを出している

だけという感じがする。これが、今、我々がやっている自主行動基準の結果だとしたら、何の役にも立たないという感じがします。(第13回委員会における委員からの意見)

#### 参考4

- ・ 私どものつくったこの手引きですら、(途中省略)小さな産業ではとても読み下せないであろうというふうに考えております。そのような日本の大部分を占める中小企業に対して、どのように対応するかというところが一番難しいところではないかというふうに私は考えております。(第10回委員会における食品産業センターの発言)
- ・ コンプライアンス・プログラムは各社が自主的につくってやるもので、そのときに、協会のものを参考にしてやるというのです。ですから、各社は独自のコンプライアンス・プログラムを持っていなければいけないはずなのです。配布したから終わりというのでは全然ないと思うのです。(第11回委員会における委員からの意見)
- ・ 業界あるいは協会の中でも非常にレベルの格差が激しい業界ですので、いきなりすべてのガイドライン全部をきちんと守ってくださいといっても、なかなか中小零細ですと厳しいというところもあるかと思えます。(第12回委員会における日本通信販売協会の発言)
- ・ コンプライアンス実行のために専任の人員、専門部署を設ける余裕のない企業が大半ではないか、との疑問がある。(パブリックコメント)

#### 参考5

- ・ この基準をつくるときに公正取引委員会のほうに相談に行きましたところ、公正取引委員会のほうからは、当協会のような影響力のある団体がペナルティのある取り決めを行うことは、カルテルといいますが、問題となるおそれがある等の指摘も受けたところであり、罰則とか、そういうものは設けてごさいません。(第11回委員会における日本チェーンストア協会の発言)
- ・ 川上企業群に対してよい方向で影響力を発揮することを余りやり過ぎますと、優越的地位の濫用との批判を受けることになりますものですから、なかなかその辺の兼ね合いが非常に難しいのかなというふうに思っております。(第11回委員会における日本チェーンストア協会の発言)
- ・ 独禁法との関係について公正取引委員会と十分調整し、どこまで自主行動基準に含めることが可能か、また実効性確保の程度はどこまでが可能か明確にしておくべきである。公表している自主行動基準に逸脱した場合、そのことが不当顧客誘引に該当する場合は、独禁法違反になるが、自主行動基準の内容に照らしどういうケースが「クロ」や「グレー」に

あたるのか、公正取引委員会がガイドライン等で明確にするよう調整すべきである。(パブリックコメント)

- ・ 以下の点について独占禁止法上の考え方を明確にして欲しい。取引関係にある事業者の自主行動基準策定やその規定についての遵守体制の整備状況も考慮して取引関係を構築することが、不当な取引拒絶等に当るのかどうか。事業者団体が、事業者団体に定めた自主行動基準に違反した事業者に対し、事業者団体からの除名・社名公表を行うこと等が、不当に公正な競争を損なうことに当るのかどうか。この指針に沿った、事業者又は事業者団体における自主行動基準の策定や運用体制の整備は、ベンチャーや海外事業者への参入障壁となることが考えられるが、法律上の競争制限行為に当るのかどうか。(パブリックコメント)

## 2. アウトサイダーに関する課題および問題点

### 論点3

アウトサイダーの業界団体への加入が進まず、業界団体の自主規制が業界全体に及ばない可能性がある。結果として、アウトサイダーによる法令違反等が後を絶たず、業界として消費者被害が減少しないという問題にどう対処すべきか（組織率の問題、会員とアウトサイダーの差別化の問題など）。（参考6参照）

### 参考6

- ・ アウトサイダーのお店にも行って、（途中省略）できるだけ入ってくださいといった加入促進も図っておりますが、会費を取られるとか、表示のことはよくわかっているとか、会社の組織的な指示であるとか、そういったことがいろいろございまして、なかなか会員の数は増えないという実態にございます。（第11回委員会における全国食肉公正取引協議会の発言）
- ・ いわば違反事例がどのくらいあるかということですが、（途中省略）われわれの協議会組織の会員店舗、（途中省略）これはほとんどありません。新聞とか何かに出てくるのは、ほとんどアウトサイダーです。したがって、おっしゃるように、アウトサイダーをどうやっていくかということが実は重要でして、われわれ協議会の会員店舗にしましても、新聞にゴロゴロ出まして、実は同じ目で見られるものですから、非常に迷惑を被っているというのが実態であります。（第11回委員会における全国食肉公正取引協議会の発言）
- ・ 真面目にやっているお店は、ちゃんとお客さんに「おたくは真面目にやっているということがよくわかる」というPR方法を何か考えなければいけない、（途中省略）そういう面でステッカーというものを貼っております。（途中省略）ステッカーを含めて、今後、媒体を含めて、そういう店をどうやってPRしていくかということは私どもの課題だと思っております。（第11回委員会における全国食肉公正取引協議会の発言）
- ・ 入会金が10万円で会費が年間36万円というのは、中小の企業にとっては、確かに高いのかなという感じはしております（途中省略）。ただ、メリットとしましては、正会員になった場合には、協会の会員ですよということでマークを使って広告をしていただく。このマークにつきましては、協会も年1回キャンペーンをしております、（途中省略）アピールはさせていただきます。ただ、会費の問題と知名度の問題といいますが、数の問題というのがあろうかと思えます。（第12回委員会における日本通信販売協会の発言）
- ・ 非会員はどういう理由でお入りにならないのかと。私どもも、それは非

常に知りたいところではあるのですけれども、(途中省略)恐らく入っても余りメリットがないというふうにお感じなのかなというふうに思います。(途中省略) 非会員と協会の差別化を図るような形で広告を出し、会員の覧をつけたりしております。差別化により会員であるメリット というか、会員でないとなかなか仕事ができないというように意図的にやっているということでございます。(第13回委員会における日本証券投資顧問業協会の発言)

## ．その他

### 論点 4

取引先に対してコンプライアンスを促進するにあたり、川上から川下まで含めた一体的なコンプライアンス推進が必要との意見があった。こうした中、行政や消費者の関与も含め、コンプライアンス推進のあり方をどのように考えるべきか。(参考7参照)

消費者が業者を選択する際に、公表された自主行動基準等がひとつの目安として活用されるようにするにはどうすればよいか。(参考8参照)

消費者の苦情等を自主行動基準等策定時に反映する、または運用時に活用するためには、協会や会員企業に入る苦情以外に、消費生活センター等に入る苦情も活用したいとの声が聞かれる。消費生活センター等に入る苦情をどのように活用すべきか。(参考9参照)

### 参考 7

- ・ 商売の優位という面では、こちらは売っていただいている立場ですので、そういう面ではなかなか弱いところもあったりするのですけれども、そういうときに、販売・仕入・生産の代表が共同で一定のものについては基準をつくっていくような取組も、(途中省略)必要ではないかというふうに考えております。(第10回委員会における全国農業協同組合中央会の発言)
- ・ 百貨店の商売、特に食品の商売はお取引先に依存する部分が非常に多うございますので、お取引先に同じ問題意識を持っていただかないと、事は成就いたしませんので、情報共有による百貨店とのコラボレーションを促進していきたいというふうに考えております。(第12回委員会における日本百貨店協会の発言)
- ・ 資本力のある流通事業者が自主行動基準を策定し、メーカーや材料供給者にこれを指定すると、消費者により安全な商品を提供する姿勢は良いのだが、供給者側は様々なスペックの製品づくりを余儀なくされ、結果としてコスト高になる可能性がある。運用に際しては、関連業界間での十分なコミュニケーションが必要である。(パブリックコメント)

### 参考 8

- ・ 現実に自主規制規則が、顧客が業者を選択するときの基準になっているやに今お伺いしたのですけれども、私が知る範囲では全くそういうことはあり得ない。(第13回委員会における委員からの意見)

### 参考 9

- ・ 私どものほうも細かく情報収集をしたいと思っっているわけですが、消費生活センターの方々も守秘義務がありまして、(途中省略)なかなか教え

ていただけず（途中省略）連携をもう少し強くしていきたいなという感じはしている（途中省略）。日商協への苦情については、（途中省略）徐々に減少しているけれども、センターのほうの苦情が減らなければ、ある意味では何の意味もないという認識は私どもも持っています。（第13回委員会における商品先物取引協会の発言）

(参考)

### 業界団体等ヒアリングの実施経緯

- 第10回自主行動基準検討委員会（平成14年6月28日）  
財団法人食品産業センター、全国農業協同組合中央会
- 第11回自主行動基準検討委員会（平成14年7月12日）  
全国食肉公正取引協議会、日本チェーンストア協会
- 第12回自主行動基準検討委員会（平成14年7月29日）  
社団法人日本通信販売協会、社団法人日本訪問販売協会、  
日本百貨店協会
- 第13回自主行動基準検討委員会（平成14年8月28日）  
日本商品先物取引協会、社団法人日本証券投資顧問業協会、  
社団法人日本しろあり対策協会
- 第14回自主行動基準検討委員会（平成14年10月4日）  
日本信販株式会社、雪印乳業株式会社
- 第15回自主行動基準検討委員会（平成14年10月23日）  
三菱自動車工業株式会社、社団法人日本経済団体連合会