

自主行動基準の実態調査結果

2001年11月30日
社団法人消費者関連専門家会議
鍋嶋 詢三

社団法人消費者関連専門家会議 (ACAP) 会員にアンケートを出し、181社から解答を得た。その結果、

消費者（顧客）に関する規定を含んだ自主行動基準（社訓、倫理綱領等を含む）の制定についての設問に対し、「制定している」との解答は138社、「制定しているが、消費者に関する規定はない」が25社、「制定していない」が16社であった。

「制定している規定の名称」は、「経営理念」が最も多く、次いで「経営方針（経営基本指針）」、「社是」、「企業理念」、「企業倫理（倫理要綱、倫理憲章）」、「社訓」であった。

他に「21世紀のビジョン、コーポレートメッセージ」、「私の信条」、「企業行動指針」、「環境理念」、「行動規範」、「中期計画の前文」、「スピリッツ」、「行動指針及びビジョン」、「事業領域と行動原則」、「行動憲章」、「××十戒」、「商標のいわれ」、「社員の行動指針」、「コンプライアンスマニュアル」などの名称を使用している。

又、「消費者（顧客）に関する規定を含んだ」文言では、「お客様を見つめよう」、「消費者本位に徹する」、「お客様へのサービスが最大」、「お客様第一主義」等一般的なものから、「最高の品質と心のこもった行動を通じてお客様の満足を追求」、「顧客の学び、私達は変わります」などが企業特色を出したものも見られた。

自主行動基準を従業員に対しての周知徹底方法は、「臨時職員を含む全従業員」、「全従業員に配布している」が殆どであり、他に「職場に掲示している」や「朝礼等で唱和している」を行っており、いずれかの手段で周知徹底している。

更にその自主行動基準に関する従業員に対する研修・教育の実施については、「全従業員や正社員に定期的実施している」企業が殆どであるが、1/3弱は「実施していない」企業もあった。

自主行動基準に関しては、経営トップ（社長や取締役）が関与する体制が取られていた。又、自主行動基準を含めて社内倫理を担当する部署が存在する企業が殆どであった。具体的には、社長室、総務部、人事部、法務関係部署が主体であるが、特別な「倫理オフィス」等独立部署や委員会を構えたり、様々な部署が関与する方策を取っている企業も多かった。

その自主行動基準の策定や見なおし時に消費者相談窓口が半数近く関わっており、消費者部門が行動基準の担当部署である企業もあった。大半の企業では、自主行動基準の策定と消費者対応マニュアル、コンプライアンス担当部門とのすり合わせの実行、経営会議に消費者対応結果の報告等何らかのつながりを持っている。中には、策定・見なおしに関与していない企業も一部見られた。

上記「自主行動基準」が守られているかどうかの「監査」の仕組みについては、「特になし」との解答が半数以上あったが、4割はその仕組みを持っていた。例えば、ISO監査、社内監査、リスクマネジメントシステムに組み込まれている、コンプライアンス委員会でのチェック、企業行動委員会でのチェック等があげられていた。

自主行動基準等の社外公表については、半数以上で公表されており、その手法は、社内案内、ホームページ、アニュアルレポート、環境報告書により実施されている。しかし、4割強の企業で公表されていない。

自主行動基準と別に企業内の組織単位で多くの「行動基準」が存在しているのが実態である。

例えば、各部門行動基準（組織規定）、製品安全基準、グループ中期ビジョン、SALESマニュアル、環境方針、マーケティング基本方針、品質保証理念（品質保証システム）、営業部規定、広報部規定、法務部規定、人材育成理念等があげられた。

行動基準やコンプライアンスに関する自由意見として

- ・ 消費者対応部門の関与が不可欠。そのための体制作りが必要。
- ・ トップダウンの姿勢が必要。
- ・ 基準を作っただけで満足せず、如何にそのベースとなっている思想を浸透させるかが重要。

以 上