

消費者に信頼される事業者となるために
自主行動基準の指針

平成 14 年 12 月
国民生活審議会消費者政策部会
自主行動基準検討委員会

メッセージ

- 1 . 企業経営は、消費者をはじめとする社会からの信頼と共感を基本としている。しかし、最近続発した企業不祥事は、事業者に対する信頼を大きく損ない、ひいては我が国の市場経済そのものへの不信にもつながりかねない深刻な事態をもたらしている。
- 2 . 不祥事を組織の内部で隠蔽することは許されないことであり、また可能でもない。不祥事を隠蔽していた事実が後から発覚すれば、事業者は永年にわたって築き上げてきた信頼を一朝にして失い、市場からの撤退をも余儀なくされる。こうした現状を踏まえ、経営トップは、自ら率先垂範し、早急に自社の企業倫理を総点検するとともに、問題を未然に防止するための事前の対応に万全を期す必要がある。また、ひとたび問題が発生した場合は、社会に対して説明責任を果たし、有効な再発防止策を講じることが求められている。
- 3 . 上記の要請に応え、事業者に対する消費者等からの信頼を獲得していくためには、事業者がコンプライアンス経営に積極的に取り組むことが不可欠である。事業者は自らの経営姿勢、経営方針を対外的に明らかにし、透明性の高い経営を行っていくことが極めて重要であり、そのための一手段として、自主行動基準の策定・運用を求めたい。自主行動基準とは、事業者が目指す経営姿勢や、消費者対応等に関する方針を具体的に文書化したものである。自主行動基準は、積極的に公表することが望ましい。
- 4 . 自主行動基準の策定・公表により、事業者は自らの経営方針を消費者に明確に伝えることができ、消費者は、自主行動基準を通じて事業者の経営姿勢を評価することが可能となる。また、自主行動基準は、計画 - 運用 - 監査 - 見直し (Plan-Do-Check-Act) のマネジメントサイクルの中で、絶えず見直しをしていく必要があり、事業者は、自主行動基準の適切な運用のための継続的な努力を通じて、消費者からの高い信頼を得、競争力を高めていくことも可能となる。
- 5 . 本報告書は自主行動基準の策定・運用のあり方を示した指針となっている。各事業者におかれては、この指針を踏まえ、自主行動基準の策定・運用に積極的に取り組まれることを強く期待している。この取り組みを通じ、事業者に対する消費者の信頼の再構築が促進されることを念願するものである。

目次

はじめに	1
．自主行動基準の指針	
1．自主行動基準の考え方	2
（1）自主行動基準の意義・考え方	2
自主行動基準とは	2
社訓、倫理綱領等と自主行動基準の関係	2
事業者にとっての意義	4
中小事業者等における自主行動基準	4
（2）自主行動基準の要件・範囲	4
自主行動基準に求められる要件	4
自主行動基準の対象範囲	5
消費者対応に関する自主行動基準の内容及び体制・手続き	6
（3）法令、規格等との関係	6
法令との関係	6
ISO規格、JIS規格との関係	7
（4）消費者と行政の役割	7
消費者	8
行政	8
2．自主行動基準策定・運用のための留意点と手順	10
（1）効果的な内部体制整備のための留意点	10
情報の公開	10
責任の明確化	10
教育・研修等	10
ヘルプラインの設置	11
効果的な監査	11
継続的な改善	11
組織文化の変革	12
（2）効果的な自主行動基準策定の手順	12
3．事業者団体による自主行動基準の策定・運用	14
（1）事業者団体による自主行動基準の意義	14
（2）自主行動基準の策定・運用に当たっての留意点	14
（3）公正競争規約の拡充とその活用	14
（4）苦情処理体制の整備	15

. 自主行動基準の策定促進と実効性確保	
1 . 事業者における取組みの促進	1 6
(1) 人材の組織化	1 6
(2) 「企業の社会責任」の規格化	1 6
2 . 自主行動基準の実効性確保	1 6
(1) 自主行動基準の評価	1 6
ホームページを通じた普及啓発	1 6
消費者教育・啓発	1 7
評価組織の育成	1 7
(2) 法令とのリンク	1 8
(3) 裁判外の紛争解決手段 (A D R) 等における活用	1 8
3 . その他	1 8
(1) 公益通報者保護制度	1 8
(2) 「連邦量刑ガイドライン」的考え方の導入の検討	1 9
(3) 投資基準の開示促進	1 9
おわりに	2 1
< 別添 >	
消費者対応に関する自主行動基準の内容	
1 . 総論	2 2
(1) 策定の目的	2 2
(2) 緊急事態時における対応	2 2
(3) 取引事業者の考慮	2 2
2 . 消費者対応の方針	2 3
(1) 情報開示・提供	2 3
(2) 勧誘方針	2 4
(3) 契約条項	2 5
(4) 製品 (食品を含む) の安全	2 5
(5) 環境配慮に関する情報	2 7
(6) 業界・取引類型の特性に応じた情報	2 7
(7) 個人情報保護の方針	2 7
(8) 相談・苦情処理	2 7
審議経過	3 0
国民生活審議会消費者政策部会自主行動基準検討委員会委員名簿	3 2

はじめに

現在、企業不祥事の多発を背景に、消費者の事業者に対する信頼は大きく揺らいでいる。事業者には消費者の信頼を取り戻すための取り組みが求められているが、その有力な方策が、事業者による自主行動基準の策定・運用である。

自主行動基準は、事業者が目指す経営姿勢や消費者対応等に関する方針を具体的に文書として明文化したものであり、積極的に消費者等に公表することが望ましい。これによって、消費者は事業者を評価・選択しやすくなり、商品・サービス等の選択を通じて事業者を消費者の期待する経営姿勢に近付けることが可能になる。また事業者にとっては、情報の開示により、経営の透明化が図られ、消費者志向の経営が消費者から評価される利点がある。このアプローチは、従来の法令による規制や事業者による自主的対応とは異なり、具体的経営方針等を外部に示し、消費者等とのコミュニケーションを通じて信頼を得ていくものであり、第三のアプローチとも言えるものである。

事業者による自主行動基準策定・運用への取り組みを促進するため、自主行動基準検討委員会は、昨年10月に審議を開始し、本年4月に中間報告をとりまとめたところであるが、それ以降、関係省庁、事業者団体、個別事業者等からのヒアリングを通じて、さらに審議を行った。本報告書は、これらの審議を踏まえ最終報告としてとりまとめたものであり、事業者による自主行動基準の策定・運用のための指針を示すとともに、自主行動基準の策定促進と実効性確保の課題を示したものである。

・自主行動基準の指針

1. 自主行動基準の考え方

(1) 自主行動基準の意義・考え方

自主行動基準とは

自主行動基準とは、遵守すべき法令のほか、個々の事業者が目指す経営姿勢や消費者対応等に関する方針を具体的に文書として明文化したものである。自主行動基準は積極的に公表されることが望ましく、公表を通じて、事業者は自らの行動原則等をステークホルダー（消費者、従業員、株主など事業者の事業活動に利害関係を有する者であり、以下「利害関係者」という。）に明確に伝えることが可能となるとともに、それら関係者からの評価を受けることも可能となる。

どのような自主行動基準を策定・運用するかについては、各事業者が業種・取引形態を勘案して判断すべきものであるが、策定にあたっては、以下に示す自主行動基準の策定・運用と公表の在り方の指針を踏まえたものとするのが望ましい。

なお、自主行動基準は個別の事業者が策定・公表し運用することが基本であるが、事業者団体や第三者機関が自主行動基準の雛型を策定し、それに事業者が準拠することも考えられる。

社訓、倫理綱領等と自主行動基準の関係（図参照）

多くの事業者が「社訓」、「経営理念」等（以下、「社訓等」）と呼ばれる経営の基本方針を既に策定しており、それを経営戦略の策定や意思決定の拠り所とし、あるいは全役職員の精神的支柱として活用している。

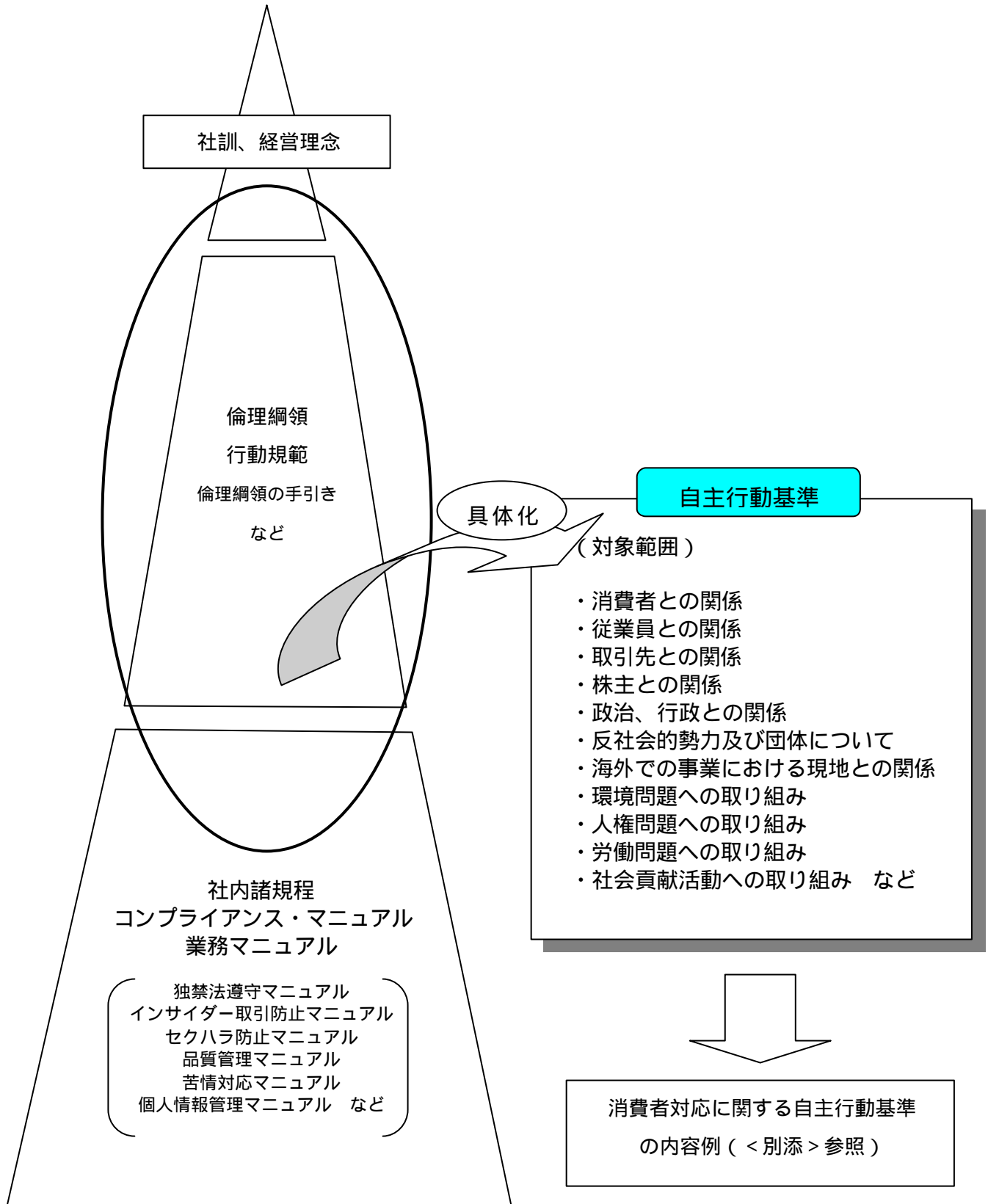
また社訓等の精神を受けて、「倫理綱領」、「行動規範」、「倫理綱領の手引き」等の役職員向けの行動指針（以下、「倫理綱領等」）を策定している事業者も多い。しかし、倫理綱領等は役職員向けの文書であり、近年、それを積極的に公表していく事業者も見られるものの、外部への公表を前提としていないものが多い。また、倫理綱領等は抽象的なものが多く、それによって事業者を判断するのは困難な場合が多い。

さらに、実際の事業活動を行うにあたって必要となる社内諸規程、業務マニュアル等（以下、「社内諸規程等」）が存在する。

自主行動基準は、倫理綱領等に社内諸規程等の内容を加えて具体化したもの



自主行動基準の位置付け



と捉えることも可能である。

事業者にとっての意義

自主行動基準の策定は、策定主体である事業者にとって以下のような意義があると考えられる。

1) 自主行動基準の策定・遵守・運用にあたり、外部の声を企業経営に直接反映させる体制をつくることで、利害関係者との信頼関係の再構築に向けた第一歩とすることが可能となる。

2) 利害関係者に対する姿勢、責務などが自主行動基準という形で具体化され、自社の方針を一段と明確化できる。その結果、企業経営の透明性を高めることに寄与する。

3) 事業者は、自主行動基準の策定と適切な運用を通じて、消費者の信頼を維持し向上させることができる。また、その結果、自社の製品・サービスに対する信頼が高まる。

4) 事業者は、多様な就業形態の者を含む全ての役職員に対し、自主行動基準について教育・研修を行い、周知徹底を図ることによって、その社会的責務を果たすことができる。

5) 事業者は、消費者からの苦情相談などに対し、自主行動基準に基づいた迅速かつ公正な対応をとることができるようになり、消費者とのトラブルを減少させることができる。

6) 事業者は、経営方針等を自主行動基準によって明らかにすることで、機関投資家、一般投資家等の信頼を獲得することができる。

中小事業者等における自主行動基準

中小事業者等についても、自主行動基準を明示することは消費者との良好な関係を築く上でも必要である。特にインターネット販売等の無店舗の事業者はその実態がホームページ上などでは判断し難いことから、こうした事業者は自主行動基準を策定することが求められる。また、ベンチャー企業の発展は経済社会に活力をもたらすが、こうした事業者においても同様に策定が必要である。

(2) 自主行動基準の要件・範囲

自主行動基準に求められる要件

自主行動基準は、明確性、具体性、透明性及び信頼性という要件を満たすことが必要となる。

a) 明確性

消費者等外部の者の目からみて明確で、理解しやすい内容であることが求められる。また、明確な自主行動基準は、自社の役職員の行動や判断の助けとなる。

b) 具体性

自主行動基準には具体的な内容を盛り込むことが求められる。例えば、消費者との取引、または苦情・相談に対して事業者がどのように判断し対応するかについて、できるだけ具体的な内容を示すことが求められる。具体的な手順の明示は、苦情相談等への迅速かつ公正な対応を可能とする。これにより、消費者、事業者双方は、誤解に基づく不必要な対立を避けることができる。

c) 透明性

自主行動基準の策定・改訂、運用の各プロセスにおいて、対外的に情報が開示され、消費者等の意見が組み入れられることにより、透明性が確保されることが信頼性を確保するためにも望ましい。透明性の確保は、より風通しのよい組織風土の形成にも資すると考えられる。

d) 信頼性

自主行動基準を単に成文化するだけでなく、それを具体的に運用する体制や枠組みを構築し機能させることが重要である。体制が構築されることによって、苦情相談などに対する事業者の対応が適正なものとなることが期待される。体制整備にあたっては、内部監査だけでなく外部機関を活用したモニタリング、相談窓口の設置とその対応体制の確立、役職員を対象とした教育・研修などが重要となる。

なお、こうした実効性確保のための取組みは、グループ企業まで広げることによって、グループ全体の信頼性を高めることになると考えられる。

自主行動基準の対象範囲

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。我が国の事業者が策定している倫理綱領等も、これらの分野を包含しているものが増えている。本年 10 月に改定された日本経済団体連合会の企業行動憲章も、消費者・ユー

ザーの信頼獲得、株主等への積極的な企業情報の開示、環境問題や社会貢献活動への積極的取組、安全で働きやすい環境確保、反社会的勢力との対決、海外の文化や慣習の尊重等の行動原則を示している。自主行動基準においても幅広い分野をカバーすべきである。

消費者対応に関する自主行動基準の内容及び体制・手続き

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、改定された日本経済団体連合会の企業行動憲章においても、最初の第1条に消費者、ユーザーへの配慮が掲げられている。自主行動基準においても、消費者対応に関する基準の策定・運用が重要である。

なお、消費者対応に関する自主行動基準においては、消費者からより高い信頼を得るために、特に具体的なものを策定することが望まれる。

どの項目をどのように示すかは各事業者が業種・取引形態等を勘案して判断することであるが、消費者がどのような点に関心を持ち、どのような点を盛り込むことを望んでいるかなどを踏まえて策定することが望ましい。盛り込むことが望ましい項目例としては、情報開示・提供、勧誘方針、契約条項、製品（食品を含む）の安全、環境配慮に関する情報、業界・取引類型の特性に応じた情報、個人情報保護方針、相談・苦情処理などが考えられる。

別添は、消費者対応に関する自主行動基準の内容を例示したものである。

事業者は、これら消費者対応に関する自主行動基準に関し消費者から積極的に評価を受け競争上の優位を得るためには、これを公表する必要がある。

また、消費者対応に関する自主行動基準は、実効性を担保するための体制・手続きに裏付けられていることが必要である。

(3) 法令、規格等との関係

法令との関係

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。

法令の具体化・明確化とは、法令の条文が抽象的である場合、こうした条文を自らの事業活動に当てはめて具体化・明確化したルールを自主行動基準に定めることである。

法令適用の自主的拡大とは、自らのある事業活動が法令の定義上その適用を受けるか否か曖昧な場合や明らかに適用範囲には入っていない場合においても、その法令の趣旨・目的にそって自主的にその適用を宣言するような場合である。例えば、通信販売を行う事業者が特定商取引法の指定商品・役務に含まれない商品・サービスを扱う場合に、通信販売に係る規定を遵守することを自主的に宣言することなどが考えられる。

法令の上乗せとは、消費者関連法令に規定がない新たなルールを自主行動基準で定めるような場合である。

なお、役職員にとっても自らに関係している法令を事細かく理解し、その上で行動することは容易ではない。常にこうした関連法令を意識できるよう、自主行動基準において関連法令を参考として注記しておくことが法令遵守の環境整備としても望ましい。

ISO 規格、JIS 規格との関係

ISO（国際標準化機構）規格やJIS（日本工業規格）において、苦情対応、個人情報保護、環境マネジメント等の分野では既に規格化が行われ、あるいは現在、規格化が検討されており、自主行動基準の具体的項目と一部重複することも予想される。既に消費者対応の規格等を採用している事業者は、これらの規格を遵守していることを自主行動基準の中で明確に宣言することが望ましい¹。特に、企業の経済活動、資本調達等のグローバル化が進展する中で、ISO規格とのハーモナイゼーションを図ることは極めて重要である。また、国際ルール作りへ関与の度合いを高めていくことも不可欠である。

（４）消費者と行政の役割

自主行動基準を策定し、その遵守に真剣に取り組んでいる事業者または事業

¹ 例えば、「個人情報の保護」に関連してはJIS Q 15001（個人情報保護に関するコンプライアンスプログラムの要求事項）が1999年に制定されている。また、「相談・苦情処理」については、事業者による顧客サービスの一環として消費者等の苦情への対応に関する指針JIS Z 9920（苦情対応マネジメントシステムの指針）が2000年10月に発効されている。その他の規格では、産業界主体の裁判外紛争処理（ADR）システムの国際規格化について、2001年COPOLCO（消費者政策委員会）より勧告、ISO理事会で承認されている。現在、ISO技術管理評議会（TMB）での検討を待っている。

者団体が社会的に評価を受け、競争力を持てるような環境整備が必要である。そのためには、消費者、行政がそれぞれ以下のような適切な役割を果たしていくことが必要である。

消費者

事業者による実効性ある自主行動基準の策定を促進するためには、消費者が公表された自主行動基準に基づいて事業者の経営姿勢の評価を行うことが大切である。従来、消費者は主として商品・サービスを評価の対象としてきたが、今後は経営姿勢を含めて評価を行い、企業文化をより消費者重視に変えていくことが重要である。

我が国では、消費者が十分に事業者の情報を得ることができなかったこともあり、ブランドや広告等のイメージで事業者を評価しがちであった面もある。その結果、事業者の評価が正当になされず、問題が起きた時に合理的とは言えない批判がなされることもあった。それが、事業者と消費者の間に良い意味での緊張関係が形成されるのを阻害してきた一因とも考えられる。適切な事業者評価は、消費者の役割であり、評価とそれに基づく消費行動に向けての消費者側の努力も重要である。

その際に留意すべき点は、消費者は事件・事故の発生という結果のみならず、事業者の日常的な取組み、事件・事故発生時の対応、再発防止策等、一連の流れの中で、事業者の取組みを総合的かつ正当に評価することである。このような評価が消費者志向の事業者を育て、悪質な事業者を淘汰することにもつながる。特に、初期段階で主体的に公表した事件・事故に関する情報に基づき、消費者が事業者批判に終始するようなことがあれば、その後の同様のケースにおいて、事業者が問題公表を回避し、または遅らせ、より危険な状況を生み出しかねない。このため、事件・事故発生の初期段階での公表や誠実な事後対応は、事業者評価の一部に加える必要がある。

行政

行政の役割としては、広く自主行動基準の策定・運用がなされるよう、その普及・啓発を含めて促進策を講じることが求められる²。また、個別の事業者や

² 「経済財政運営と構造改革に関する基本方針 2002」(平成 14 年 6 月決定)において、経営戦略の一基本方策として「企業や業界が消費者への対応等にかかる自主行動基準を策定し、遵守していくよう、内閣府は、関係各省と協力し、自主行動基準の指針の策定、第三者の評価組織の育成、企業、業界及び消費者へ

事業者団体が実際に自主行動基準を策定・運用する場合、法令の解釈などに関し助言などを行うことも必要となろう。

さらに、自主行動基準の策定・運用は、事業者の行動を一層消費者志向のものとするを通じ消費者利益の増進に重要な役割を果たす手法のひとつであることから、その促進を今後の消費者政策の中に位置付け、展開を図っていく必要がある。

2. 自主行動基準策定・運用のための留意点と手順

(1) 効果的な内部体制整備のための留意点

自主行動基準の策定・運用にあたっては、効果的な内部体制を整備する必要がある。その際、以下の7点に留意すべきである。

情報の公開

自主行動基準の策定・運用に関する情報を積極的に公開することが望ましい。むしろ情報公開の中で体制を構築していく発想を持つことが重要である。自主行動基準のみならず、それを具体的に実践するための体制に関して情報を公開することで、事業者は社会や市場の正しい評価を受けることができるようになる。

責任の明確化

経営トップがコンプライアンス経営³へのコミットメントを明確に宣言し、自主行動基準の遵守、実践を組織全体の取り組みまで高める必要がある。また、自主行動基準の運用全般に関する責任者を任命する。責任者は役員以上であることが望まれる。

当該役員の下に、自主行動基準の作成・改訂、基準の徹底を図るための実施計画の策定、実施計画全般の把握と運用、自主行動基準遵守に関する教育・研修の実施など、諸活動を一貫したものとする専門部署を設ける。事業者の規模や組織形態によっては、この専門部署が監査を兼ねることも考えられる。なお、消費者からの苦情を受け付ける苦情対応部署との有機的な連携も自主行動基準遵守において重要である。

教育・研修等

策定された自主行動基準について、事業者の特性と参加者の範囲、開催頻度なども考慮し、体系的な教育・研修プログラムを策定・実施する。その際、自主行動基準の重要性、倫理・法令遵守が組織にとってプラスとなること、自主行動基準の具体的運営体制、自主行動基準違反があった場合の対処方法などを伝えることが必要となる。

³法令、社内規範等の遵守や、そのための組織体制の整備を包含して「コンプライアンス」といい、経営トップが関与した上でのコンプライアンス重視の企業経営を「コンプライアンス経営」という。

また、法令、自主行動基準等に違反する行為があった場合の対応手順や賞罰規定を作成することで、事業者自身の自主行動基準へのコミットメントの強さを明確にすることが必要である。

ヘルプラインの設置

自主行動基準に違反する行為について、従業員等からの通報や相談に応じる仕組み（いわゆるヘルプライン）を整備することが重要である。ヘルプラインの設置により、自主行動基準に基づいた経営が実行されているかを内部でチェックし、問題点の早期発見、不正行為等の未然防止と再発防止に役立てることが必要である。なお、内閣府が国内一部上場企業を対象として行ったアンケート調査（平成14年10月実施）では、ヘルプラインを設けている企業は40%あり、今後整備を検討する企業も52%にのぼっている。

効果的な監査

自主行動基準に従って業務が適切に遂行されているか、現場レベルでモニタリングを実施することが重要である。これには、たとえば、チェック・シートを用いて業務内容を自己チェックすること、各部署の責任者が部下の業務手順を確認すること、上司の自主行動基準に対する姿勢を部下が評価することなども含まれる。また、コンプライアンスに関する監査計画を立て、リスク管理という視点から、監査を実施することが必要となる。監査は中立的な部署が実施することが基本である。なお、実際の監査にあたって内部監査だけで不十分と判断されれば、第三者による外部監査、外部の委員を含んだ倫理委員会による体系的なチェックなども活用することができよう。

継続的な改善

体制を構築した後の継続的改善を図ることが重要である。効果的な自主行動基準策定のための内部体制は、一度作ったらそれで終わりということではない。

また、問題が発生した時の緊急対応策を明確にし、迅速・的確に対応ができるようにすることが重要である。不慮の事故などにより消費者等が大きな被害を被る場面を想定した上で、緊急事態対応マニュアルを作成することも検討すべきである。現実に緊急事態に遭遇した後には、緊急事態対応の仕組みがうまく機能したかどうか、検証を行うことが必要である。特に、消費者との関係で

は、消費者窓口申し立てられる相談・苦情を収集・分析するとともに、定期的に消費者の満足度を把握することも必要である。その上で、再発防止策を策定し、自主行動基準の改訂や体制の見直しを行うことが必要である。

組織文化の変革

自主行動基準の策定・運用のための体制を事業者内に設けるだけでは十分でない。その組織の文化を消費者志向へ変えなければ企業組織全体のコンプライアンス意識も変わらない。

(2) 効果的な自主行動基準策定の手順

ここに示す自主行動基準策定の手順は、効果的な自主行動基準策定の流れをまとめたものであり、事業者の利便を考慮したものである。各事業者は、自らの業種、業態、規模、商品・サービスの内容などを勘案し、独自に手順を検討すべきである。

ここで示す手順は、大きく分けると以下の6つのステップに分けられる。

<ステップ1：経営トップのコミットメントとリスクの体系的洗い出し>

まず、事業者が既に社訓等を作成している場合は、これを出発点とし、事業者にとっての目指すべき事業者像を明確化する。その上で、法令に違反するリスクや社会規範から逸脱するリスクを体系的に洗い出していく。特に消費者志向経営を目指すためには消費者問題にかかわる法令や消費者の意識を検討し、また消費者が事業者の業務に関して強い関心を持つであろう事項を洗い出すことが重要となる。さらに、危機管理(リスクマネジメント)という視点をもって、事業内容あるいは業界の商慣習などから起こりやすい問題を整理し、対外的な影響や解決の緊急度といった観点から優先順位をつけていく。

<ステップ2：利害関係者の明確化>

ステップ1で検討された柱、事項について、関連の深い関係者を明確化する。その上で、消費者代表、地域住民代表、外部の専門家等に自主行動基準策定作業への協力を求める。

<ステップ3：原案作成と意見聴取>

ステップ1を経て収集・整理された情報をもとに、消費者等利害関係者にアンケートや意見の公募あるいは個別ヒアリングなどを適宜実施し、あるいは直接、自主行動基準の策定作業への参加等を通じて意見交換を行いながら、自主行動基準の原案を作成する。法令との関係を確認するため、行政や専門家に意見を求める。また、法令等遵守にとどまらず、利害関係者が事業者に対し期待する社会的責任まで明らかにすることが望まれる。なお、利害関係者が原案作成に関与しない場合、作成過程の透明性を高めるため、これに代わる方法を考える必要がある。たとえば、原案ができた段階で、これを広く一般に公表し、意見を求めた上で原案にその意見を反映させる方法も考えられる。

<ステップ4：自主行動基準の正式承認>

これら利害関係者の意見を踏まえ、また事業者内部における再検討結果などを踏まえ、自主行動基準の最終案を策定する。この最終案は、役員会等の承認を経て、正式の自主行動基準とする。

<ステップ5：自主行動基準の公表と教育・研修の徹底>

ステップ4で承認を受けた自主行動基準を店頭、インターネット・ホームページなどに公表するとともに、自主行動基準が策定された事実を消費者等が知り得るよう、記者発表、宣伝等、広報活動を行うことが望まれる。

また、自主行動基準の公表とあわせ、経営トップがその趣旨とコンプライアンス経営へのコミットメントを役職員等に伝え、特に営業、販売、品質管理、苦情対応等の各部署に対し周知徹底を図るため、教育・研修を定期的に行うことが重要となる。

<ステップ6：自主行動基準の見直し>

発効された自主行動基準の内容を定期的に見直す。特に、消費者等外部の者より自主行動基準の内容に関して改善点などを指摘された場合を始め、事業活動分野が変更された場合、関連法令が制定・改正された場合、さらには自主行動基準の発効にも拘わらず、自主行動基準に違反する行為が確認された場合などには、自主行動基準の内容や実効性担保の方策を体系的に検討し直すことが求められる。

3. 事業者団体による自主行動基準の策定・運用

(1) 事業者団体による自主行動基準の意義

自主行動基準の策定・運用上、事業者団体の役割は大きい。自主行動基準を事業者団体が策定・運用していけば、業界全体として消費者からの信頼性を高めることにつながる。そのためには、事業者団体による策定・運用プロセスをより透明化し、消費者参加を促すことが望ましい。

消費者対応に関する自主行動基準については、事業者団体による策定は、消費者関連法の補完・強化につながることから、消費者政策上も望ましく、そこで策定される基準を活用して消費者からの苦情相談に積極的に対応していくことも可能になる。オーストラリア、イギリスなどの消費者行政担当部局においては、事業者団体と一体となって消費者対応に関する自主行動基準（Consumer Codes of Practice）の策定と運用を促進している。事業者団体が表に立つことで消費者の業界に対する信頼性を高め、その結果、苦情の減少や取引の安定性をもたらすことが期待されている。このように、ルールを事業者、消費者、行政がともに考え作成していくというアプローチは共同規制（“co-regulation”）とも呼ばれている。我が国でも、事業者団体によって自主行動基準が策定・運用されることが期待される。

(2) 自主行動基準の策定・運用に当たっての留意点

事業者団体が自主行動基準を策定・運用する場合、団体内の有力企業だけの意向で基準を作成することなく、また消費者等の意見が反映される仕組みを導入するなど、公正な内部手続きを確保することに留意する必要がある。それとともに、顧客サービス等に関する水準について業界基準を設けるような場合、公正取引委員会に適宜相談する等により、消費者保護を口実に独占禁止法上問題が生じないようにする必要がある。

また、各事業者は事業者団体による自主行動基準を基本的なルールとしつつ、一層消費者志向の経営に努めていくべきであり、それにより業界内での競争が促進されることが期待される。その際、そうした経営努力を業界内の秩序を乱す等を理由として、制限することがあってはならない。

(3) 公正競争規約の拡充とその活用

公正競争規約は、景品表示法に基づいて、公正取引委員会の認定を受けて、

業界が設定する景品と表示に関する自主ルールである。したがって、当該業界あるいは会員たる個別事業者の景品・表示の在り方が適正なものを消費者が評価する上で公正競争規約は有力な判断材料となる。

景品・表示以外の分野において、新たに不適切な勧誘類型の規制や情報開示の義務化等を業界の基準として検討する場合、当該基準が関連事業者や新規参入者の利益を不当に害するおそれがないように策定されれば、競争政策と矛盾することなく、そうした基準によって消費者の利益を高めることにつながる。このため、公正競争規約の周知徹底、規約に関する指導・相談等を行う公正取引協議会において、現在の表示規約や景品規約に加え、新たに消費者保護のための規約を導入することが考えられる。これは事業者団体にとっても公正取引委員会から競争政策上の助言が得られ、消費者からの信頼が高まるというメリットがあり、消費者対応に関する自主行動基準の策定を促進する上での有力な選択肢となる。今後、景品表示法の見直しにより、公正競争規約の範囲を拡大し、それによって消費者対応に関する自主行動基準としての機能が高まることが期待される。

また、公正取引協議会の運営については、学識経験者、消費者等が参画するなど、より一層透明な組織となることが望まれる。

(4) 苦情処理体制の整備

事業者団体には、事業者団体として作成した自主行動基準に則った苦情処理が適切に行える体制を整備することが期待される。その際、

事業者団体による苦情処理において、あっせん・調停結果を尊重することを事業者団体への加盟条件とすること

重大な自主行動基準違反があった場合、事業者団体からの除名と実名公表を行うこと

等を通じて苦情処理の実効性を高めることが重要である。

また、苦情処理にあたっては消費生活センター等の外部機関とできる限り協力して行うことが望ましい。

さらに、苦情処理状況などについて報告書を定期的に作成し、公表することは、事業者団体や自主行動基準の透明性を高める上で望ましい。

・自主行動基準の策定促進と実効性確保

1．事業者における取組みの促進

(1) 人材の組織化

事業者において自主行動基準の策定・運営に携わる責任者・担当者等が横断的に交流し、ノウハウの共有化や啓発・普及活動等を行う必要がある。そして、これらの自発的活動を支えるネットワーク、組織が発展することは、今後我が国で自主行動基準を定着させ、その実効性を向上させていく推進力となると期待される。米国ではEOA (Ethics Officer Association)、オーストラリアではACI (Australian Compliance Institute) 等が組織され、国内においてはもとより国外においても積極的に自主行動基準の策定の促進に係わる取組みを行っている。我が国においても、こうしたネットワーク、団体の組織化を進め、国内での普及啓発を進めるとともに、我が国独自のコンプライアンス体制について海外に向けて発信し、そのプレゼンスの向上を図ることが必要である。

(2) 「企業の社会責任」の規格化

現在 ISO (国際標準化機構) においては、「企業の社会責任(Corporate Social Responsibility)⁴」、及び「行動規範 (Market Based Codes of Conduct)⁵」に関する規格化が議論されている。「企業の社会責任」に関する規格化については、その重要性から本年夏 ISO/COPOLCO (消費者政策委員会) 総会において規格化への是非も踏まえ検討することが ISO 総会へ提言された。総会はこの提言を受け TMB (技術管理評議会) の下にハイレベルの諮問会合を設置することを決定し、今後具体的な内容を検討する作業を開始するところである。我が国においても内閣府と経済産業省とが連携をとりつつ、積極的に議論に参加していくことが望まれる。

2．自主行動基準の実効性確保

(1) 自主行動基準の評価

ホームページを通じた普及啓発

⁴社会責任志向企業経営組織(Business for Social Responsibility)によると、「企業の社会責任に関する一般に受け入れられている単独の定義はないが、一般に倫理価値、法令の遵守、人々、コミュニティ及び環境の尊重と結びついている企業の意思決定を指している」とされている。

⁵ 行動規範は、2000年にCOPOLCOがISO理事会に対し、国際規格化を勧告し、2001年ISO理事会において国際規格化することが決定された。現在、どのような形で国際規格化の作業を行うべきかについて検討が行われている。

本報告書の趣旨に沿った自主行動基準を各種機関のホームページに掲載していくことによって、消費者はこれらを一覧で見ることができ、評価がしやすくなる。環境分野では、事業者の作成した環境報告書の内容を幅広い関係者が横断的に比較でき、環境報告書を通じた事業者と関係者の双方向の環境コミュニケーションの一助となるよう環境省において環境報告書データベースを運営している。また、海外ではカナダ産業省（消費者保護局）が事業者及び事業者団体に関する自主行動基準の掲載を行っている。公正性、透明性等といった掲載基準を明確化しつつ、ホームページを通じた普及啓発の在り方を検討する必要がある。

消費者教育・啓発

消費者は、事業者を評価することの重要性を認識することが必要である。消費者教育・啓発においては、事業者のコンプライアンス経営への取組みに関する情報をどのように入手し評価していくか、NPO 等中立的な評価機関としてどのような団体があるかなどを重視すべきである。

また、学校における消費者教育は、よりよい社会生活を営むための判断能力を身に付け、自ら考えて行動できる消費者を増やしていく上で最も重要な手段である。被害の回避や事業者の評価を適切に行うことができる能力は、中・高校生等にとって生活上の応用課題であり、こうしたことを身に付けさせるために、弁護士、消費生活相談員等外部の専門家の協力を得て消費者教育を充実させていくことが必要である。

評価組織の育成

事業者のコンプライアンス経営への取組みを消費者が商品・サービスの購入を通じて促すことは、消費者利益の確保に大きな影響を与え、また事業者の消費者志向の経営への原動力となる。しかし、消費者が個別の事業者の評価を行うことは情報面の制約などから容易でないことから、消費者団体等とともに、横断的な基準に基づき事業者の評価・格付等を行う非営利団体等が発展することが重要である。実際、特定分野ではあるが、消費者に対する勧誘方針に関して調査・分析を行っている団体があり、こうした団体が我が国でも数多く育つことが望まれることから、その環境整備を行っていく必要がある。

(2) 法令とのリンク

事業者が法令を遵守することは当然の責務であるが、企業不祥事が相次いでいる現状を踏まえ、法令遵守のための体制整備を事業者の責務として明確化していく必要がある。また、事業者が策定する自主行動基準が守られていない場合、何らかの形で法令上の規定とリンクさせることにより、そのような行為を排除することも検討する必要がある⁶。

(3) 裁判外の紛争解決手段(ADR)等における活用

明確かつ具体的な形で公表された自主行動基準は、国民生活センターや消費生活センター等における苦情処理に活用することができる。

また、自主行動基準の中で業界型の裁判外紛争解決手段等の利用が規定されている場合、事業者とそれら機関との手続き面を含めた相互の連携の在り方が明確になっていることにより、苦情処理の実効性は高まる。したがって、その連携の在り方について検討を深めることが重要である。

3. その他

(1) 公益通報者保護制度

事業者内部の従業員等からの通報を契機として事業者の不祥事が明らかになる事例が相次いでいる中、早期に問題点を発見し問題が大きくなる前に対策を講じ、再発防止策を施すことができるよう事業者又は事業者団体内部で従業員等からの通報を受け付けるヘルプラインを整備する必要がある。また、イギリス等いくつかの国においては、公益のために通報した者が通報したことを理由に不利益を被ることがないように法制が整備されてきている⁷。こうしたことを踏まえ、我が国においても通報者を保護する制度の在り方について、早急な検討がなされる必要がある。

⁶自主行動基準を公表して消費者の信頼を惹起し、他の事業者より競争上の優位を占めながら故意にそれを裏切るような行為は、独占禁止法の「不公正な取引方法」に該当する場合がある。

⁷イギリスでは「公益公開法(Public Interest Disclosure Act)」において、ある組織又は個人について、a)犯罪に関与している、あるいは関与しようとしている場合、b)負っている法的義務を遵守していない、あるいは遵守しないようにしている場合、c)個人の健康、安全に危険を及ぼしている、あるいは及ぼそうとしている場合などに際して、当該事情に関する情報の開示を行った者は如何なる損害にも責任を負わないこと、そして情報開示を行ったことを理由とする解雇は不当な解雇として扱われることなどが規定されている。

(2) 「連邦量刑ガイドライン」的考え方の導入の検討

米国では、司法の場で連邦法上有罪判決を受けた事業者に対して懲罰的罰金額を算定する際の基準として、1991年に「連邦量刑ガイドライン」が発表された⁸。同ガイドラインにおいては、自主行動基準の成文化等、効果的なコンプライアンスプログラムを有する事業者については罰金額を20分の1まで軽減するとされていることから、米国事業者の間で自主行動基準策定とその遵守体制を確立する動きが広まったと言われている。我が国においても、実効性の高い自主行動基準を制定している事業者を支援するため、行政法における刑罰、不利益処分、政府調達等において自主行動基準の策定状況や社内体制の整備状況を明示的に考慮するという「連邦量刑ガイドライン」的な考え方を導入すべきとの意見がある。

「連邦量刑ガイドライン」的考え方は、消費者の被害救済、あるいは再発防止にとっても有益であり、自主行動基準を遵守する社内体制の整備を促進する上で必要であると考えられる。しかし、この問題については、各種行政処分に横断的に適用される処分基準の策定の可能性など、行政法全体、さらには刑事法の理論と機能全体を視野に入れて議論すべき点が残されており、さらに検討が必要である。

(3) 投資基準の開示促進

年金基金や投資信託等のファンドマネージャーが株式、社債等に投資を行う際に事業者の自主行動基準やその体制整備の状況を考慮することは、事業者のコンプライアンス経営への取組みを促進する効果を持っている。

海外においては、イギリスで2000年7月に改正年金法が施行され、年金基金が企業の社会的、環境的、倫理的問題への取組みを考慮して投資先を決める場合、その事実とその考慮の度合いを公表するように義務付けた。こうした社会的責任投資を促進する法制化はフランス、オーストラリア、ドイツ等で実施

⁸ 「連邦量刑ガイドライン」においては、自主行動基準のような予防的手続きの成文化、倫理担当責任者の任命、教育・研修プログラムの実施、監査の実施、緊急対応策や再発防止策の確立などが7つの基準として採用され、効果的なコンプライアンスプログラムを有する事業者は罰金額を20分の1まで軽減する一方、効果的なプログラムを有しない事業者は4倍まで増額される。なお、「連邦量刑ガイドライン」では従業員等が報復のおそれなく犯罪行為等を報告するシステムを事業者が設けていることも基準の一つとして含まれ、3.(1)の「公益通報者保護制度」を事業者内で確立する手段としても作用しているものと思われる。

また、「連邦量刑ガイドライン」では組織が十分なコンプライアンスプログラムを有していない、又は十分に機能する体制を持っていないと判断されれば、その組織を保護観察下に置くことも可能である。その際、被害者の被害回復を一義的なものとしてその回復を罰金支払いに優先できる、あるいは再発防止及び犯罪の早期発見のために被告に効果的プログラムを作成させることを行わせている。

されており、ベルギー、オランダ等でも現在、検討中である。このような法制化を我が国でも検討すべきとの指摘がなされている。

実際に我が国でも社会的責任投資（Socially Responsible Investment）的なファンドが誕生しており、特に日本版 401K プランの導入も始まり、それが上手く機能すれば、個人が投資家の立場でどの事業者を支援するかについての選択権を行使する機会となり得る。今後、各種資金の運用において実効性ある社内体制の整備状況を投資判断に含める動きが広がることが期待される。

法令違反を犯さず消費者志向の経営を行う優良事業者を支援していくことは公益上も意義があることから、今後、諸外国のような法制化を含めた取組みを我が国においてもするべきかどうか、またするのであればどのように対応していくことが可能か等、更に検討を進める必要がある。また、公的年金の運用において、投資先企業の社会的、環境的、倫理的問題への取組みを議決権行使の際などに考慮する必要があるかどうかについて、今後、検討していくことが求められる。

おわりに

企業不祥事が多発するなど現下の状況にかんがみ、事業者と消費者の信頼関係の構築は、緊急に取り組むべき課題である。本報告書で示した自主行動基準の策定・運用は、消費者に信頼される事業者となるための有効な手法である。今後、事業者が自主行動基準の策定・運用に取り組む上で、また、消費者が事業者の活動を評価するにあたり、本報告書に示す指針が活用されることを強く期待している。

また、自主行動基準の策定・運用は消費者政策の展開において重要なものであり、消費者政策の中で位置付けていくことが必要である。

< 別添 >

消費者対応に関する自主行動基準の内容

以下は、各事業者が消費者対応に関する自主行動基準の内容を公表する場合の項目例である。「1．総論」で事業者が目指す消費者との関係についての一般の方針を、「2．消費者対応の方針」で消費者対応に関して盛り込むことが望ましい項目をそれぞれ具体的に例示したものである。

実際にどの項目をどのように示すかは、各事業者が業種・取引形態等を勘案して判断することである。

1．総論

(1) 策定の目的

事業者（または団体・組織）が自主行動基準を策定した目的を明記する項目である。事業者の考える経営上の消費者の位置付けを示していると言えるため、消費者にとっても当該事業者を理解する出発点になる。

例としては、自主行動基準による消費者との信頼関係の構築、消費者紛争処理の指針、消費者関連法と自主行動基準との関係の明確化などが考えられる。さらに、当該基準によって目指す目標、当該自主行動基準が必要な理由、などを明記することが考えられる。

(2) 緊急事態時における対応

消費者の健康や安全に影響を及ぼすような緊急事態に陥った場合における、事業者の対応あるいは優先されなければならない価値を明確化するものである。消費者に対する適切な対応、消費者への必要かつ分かりやすい説明など緊急時における初期対応などが重要である。

(3) 取引事業者の考慮

自主行動基準の策定事業者が取引関係にある事業者（例えば、製造業者であれば資本財・中間財を生産している製造業者、卸売・小売業者であれば商品を納入、販売している業者、クレジット会社であれば加盟店）における自主行動基準の策定やそうした規定についての遵守体制の整備状況も考慮して、当該策定事業者が取引関係を構築しているか否かを示す項目である。こうした方針が明確化され、消費者に情報開示されることによって、消費者被害の拡大防止に

つながる。

また、ある事業者がこうした先導的役割を果たすことによって、自主行動基準を策定していない事業者にも誠実な経営体制の構築を促すという波及的効果がある。ただし、その場合においても不当な取引拒絶等にならないようにすべきことは当然である。

2. 消費者対応の方針

(1) 情報開示・提供

広告・ダイレクトメール等の在り方

事業者が広告を掲載したり、ダイレクトメールを送付する場合に、その内容について責任を有していることを明確化するとともに、消費者が十分理解し、また誤認しないよう、活字の大きさといった見やすさ、内容の分かりやすさへの配慮、配布先を選ぶ際の方針等を明示する項目である。広告主たる事業者には、消費者の理解と信頼を獲得するためにも、製品・サービスに関する正しい知識の普及、消費者の要望を広告の内容に反映する努力等が求められる。

また、比較情報を用いる場合、客観的妥当性のあるデータや事実の利用に限ること、他社商品の誹謗中傷や不明確な表現を禁止することは当然である。

表示の方法及びその真実性確保

望ましい表示の在り方、不適切な表示類型及び表示の真実性を確保するために取り組んでいる措置を明示する項目である。表示は消費者の商品・サービスの選択時における大きな拠り所であり、消費者にとって分かりやすい表示であることが大切である。また、誇大・虚偽の表示によって消費者の誤認を生むことを避けるためにこれらを禁止することは言うまでもない。特に昨今の食品表示虚偽事件を受けて消費者の不信感が高いことから厳正な取組みが望まれる。

さらに、商品に記載されている表示が真実か否かを消費者自身が確認することは極めて困難であり、可能な限り透明性の高いチェック方法を事業者自ら取ることが求められる。

契約前の情報提供方法

契約の締結前に消費者に重要な事項について情報提供する際の基本的な方針、具体的な方法（書面、口頭等）等を示す項目である。書面で商品・サービス

に関する情報を提供する場合においても、重要事項に関しては口頭でも説明する等の情報提供に当たっての方針も含む。その他、書面の保存期間や電子媒体での契約書を使用する場合のログ・ファイル等の保存期間等も考えられる。

重要事項等の具体的内容

商品・サービスの内容、アフターサービス、決済方法、配達方法、解約条件など、消費者が商品等の購入をするに当たっての判断に必要な情報として提供または説明する情報の範囲を明示する項目である。

消費者契約法第4条第4項で「重要事項」の定義が示されているが、具体的に各業態あるいは取引形態で何が重要事項かどうかは消費者に分かりにくい。また、同法第3条において、契約する際には消費者に必要な情報を提供することを事業者の努力義務としている。こうした点を踏まえ、消費者への情報提供の範囲を明示することは、消費者の信頼を得てトラブルを避ける上でも、また従業員等が消費者に説明等を行う上でも重要である。

消費者の不利益情報提供の方針

事業者にとってデメリットとなるものの、情報提供しないと消費者の不利益を招く情報に関して消費者に提供することとする等、消費者の不利益情報の取扱いに関する方針を示すものである。

特に消費者の生命、身体、財産に関わる情報である場合、当該事業者の利益に大きな影響があるとしても開示されなければならない。

(2) 勧誘方針

民法第96条（詐欺、強迫）、消費者契約法第4条（誤認、困惑類型）、特定商取引法等においては、法令上の勧誘の在り方が規定されており、これら法令を遵守することは当然である。それに加え、これら既存の法令だけではなく、事業者が適切あるいは不適切な勧誘方法を示す項目が必要である。例えば、未成年、高齢者、障害者など勧誘の対象となる者の知識、経験、財産などの状況に照らして配慮する事項（理解確認の方法等を含む）、勧誘の時間帯に関する勧誘方針（深夜勧誘の禁止）、不招請勧誘のあり方等が考えられる。こうした類型が明示されることによって、消費者にとっても理解しやすく、信頼関係の下に契約を行うことが可能になる。

(3) 契約条項

約款などの内容面での留意事項、策定方針

約款などを作成する際に留意すべき事項、あるいは策定に当たっての方針を明確化する項目である。特に消費者と事業者の間に存在する情報力・交渉力の格差からくる消費者への不利益を避けるために、約款の策定段階で消費者等第三者の意見を織り込み、また約款を見やすくするとともにその内容が明確かつ平易なものになるようにどのように配慮しているかという情報を示すことが望まれる。

約款などに盛り込むべき事項

契約締結後に、契約内容について消費者との間にトラブルが生じないように、契約締結までに消費者が契約意思を決定するに足る十分な情報を約款に盛り込むべく規定された事項について、具体的に明示する項目である。特に消費者との間で過去にトラブルとなった内容は、再発防止のために条項として平易に盛り込むことが望まれる。

約款などの見直し手続き

約款などの見直しに関する基準・方針・体制が整備されている場合には、特に苦情事例等の反映方法、見直しの組織、消費者等第三者の参画の有無、見直し時期、見直し内容の周知方法などについて明記する項目である。これら一連の見直しに関する情報は、消費者に対して約款の見直しが目に見える形で適正に行われていることを示すことになる。また見直し内容については、消費者対応部門がその検討に関与するとともに、教育・研修に盛り込み、周知される必要がある。

(4) 製品（食品を含む）の安全

品質管理

品質の維持向上を図り、安全な製品を提供するための社内体制や方法に関する情報を明記し、消費者に食品を含む製品の安全性を説明する項目である。特に品質管理に関しては、法令を上回る独自の基準を整備、遵守し、原料受入から出荷に至るまでの全工程を体系的な管理の下で行うことが求められる。また懈怠を防止し、如何に管理・チェック体制を有効に機能させるかという情報も明

示する必要がある。

重大な欠陥情報・事故情報・苦情情報の開示方針

重大な欠陥情報、事故情報、消費者からの苦情などに関する情報の開示方法、頻度、範囲等の方針を明示する項目である。重大な欠陥情報、事故に関する情報は、早期に開示すれば消費者への事故を未然防止することができ、事業者としても損失を最小限に抑えることができる。また有事の際に、早期に消費者への周知が図れるよう、平時から開示の方針を消費者に対して広く周知しておくことが望ましい。

製品回収の実施に関する基準

製品回収を実施するに当たっては、被害の拡大防止という視点が必要である。そのため想定される被害のレベルに対して行う製品回収の明確な実施基準を示す項目である。また責任部署や経営トップの関与方法についても基準に盛り込み、公表することが望ましい。特に近年の製品回収に絡む事件に対する消費者の批判の声も踏まえ、迅速な対応を図れるような明確な基準を設定することが重要である。

製品回収の告知方法

上記の基準に従って製品回収が行われることが決まった後、実際に告知を行う告知媒体、方法、告知する情報の範囲等に関わる情報を明示する項目である。消費者に何らかの危険が実際に生じるか、あるいは予見されるために製品回収を実施する以上、如何に迅速に、正確に、効率的に消費者に告知し、認知してもらうかが重要になってくる。そのためには、業界特性、事業者特性、商品特性などを勘案し、最も効果的と思われる告知媒体、告知方法を検討しておき、消費者に対して公表しておくことが必要である。

誤使用回避の方針

消費者が製品を通常の使用方法で用いた場合に生じる危険だけでなく、予想できなかった誤使用が散見される場合に、それを回避するために事業者が実施する措置に関する方針を明示する項目である。すなわち危険を回避するために、消費者が誤使用している類型を抽出し、どのように誤使用を防止するような製

品開発を行うかや販売時の説明に反映していくかという情報、どのように警告表示に工夫をするかという情報を明記することが必要である。

(5) 環境配慮に関する情報

製造及び消費過程において環境に配慮した、環境負荷の少ない製品や、リサイクル可能な製品に関する情報を明示する項目である。グリーンコンシューマーと言われるように、消費者は環境に配慮した製品・サービスを優先的に選択するようになってきているため、消費者が選択する際に参考となるよう、具体的に、どのように、どの程度環境に配慮した製品なのかという情報も盛り込まれる必要がある。

(6) 業界・取引類型の特性に応じた情報

業界又は取引類型の特性によって消費者に情報提供することが望ましいその他の事項を明示する項目である。例えば、電子商取引における受注処理の際の誤操作の防止措置、契約成立時点の明確化の他、売買契約におけるクレジット会社等の第三者の位置付けなどが挙げられる。

(7) 個人情報の保護方針

個人情報が適切に収集・管理され、利用目的が明示された上でその範囲内で取り扱われること、安全保護措置が取られていること、明示された第三者以外への提供を禁止すること、本人への開示、修正、削除、破棄等の手続き等に加えて、センシティブ情報に関する考え方等といった個人情報の保護に関する方針を明示する項目である。

オンライン取引などを行っている事業者の間では、ホームページにプライバシーポリシーを掲げるところが増えており、望ましい傾向と考えられる。

(8) 相談・苦情処理

消費者窓口・手続き

消費者が苦情相談を行う場合の窓口・手続きに関する情報を明示する項目である。具体的には、相談窓口の名称、住所、電話番号、メールアドレス、申し出方法、対応時間などを明記することが必要である。

また、それらの苦情相談への対応方針についても公表することにより、全て

の消費者に公平・透明に対応していることを宣言することが消費者の信頼を得る上で重要になってくる。さらに外部からの意見や評価を把握し、そうした意見を反映する方法も明記することが望ましい。

窓口などからの消費者相談・苦情の取り扱い

窓口で受け付けた相談・苦情を事業者内でどのように活用するかについて具体的方法を明示する項目である。窓口で受け付けた相談・苦情をその場限りの対応で済ませることなく、事業者内の関係部署へ伝達し、再発防止策の検討や製品・サービスの開発に活かす体制を築くことが急務だが、そのような仕組みなどに関する情報が必要である。

相談・苦情の実態の公表方針

消費者からの相談・苦情事例について公表の有無、あるいは公表する場合の方針について明示する項目である。消費者に苦情の実態や対応方法を公表することは、苦情が公正に処理されているかどうかを消費者が評価することを可能とするとともに、消費者が苦情相談を申し立てる前に事業者による具体的な対応方法を知ることができる。

斡旋、調停、仲裁の手続

事業者の対応に不服のある消費者が外部機関において苦情の斡旋、調停、仲裁を利用できる場合の当該機関の申立先、手続き、有償・無償の範囲等の費用に関する情報等を明示する項目である。具体的な情報を盛り込むことによって、消費者が自由に選択できるようになっていることが望まれる。

審 議 経 過

- 第 1 回消費者政策部会（平成 13 年 10 月 4 日）
自主行動基準検討委員会の設置について
- 第 1 回自主行動基準検討委員会（平成 13 年 10 月 5 日）
今後の進め方について
- 第 2 回自主行動基準検討委員会（平成 13 年 11 月 21 日）
内外における自主行動基準の現状及び評価
（田中委員、高委員報告）
- 第 3 回自主行動基準検討委員会（平成 13 年 11 月 30 日）
日本におけるコンプライアンスの具体的対応
（稲岡委員、池田委員、鍋嶋委員報告）
- 第 4 回自主行動基準検討委員会（平成 13 年 12 月 21 日）
自主行動基準の必要性・意義と問題点
（宮部委員、武内氏[日本警備業協会]、吉岡委員報告）
- 第 5 回自主行動基準検討委員会（平成 14 年 1 月 28 日）
「消費者に向けた自主行動基準の策定・運用に関する指針」(スケルトン案)
- 第 6 回自主行動基準検討委員会（平成 14 年 2 月 19 日）
「消費者に向けた自主行動基準の策定・運用に関する指針」(スケルトン案)
- 第 7 回自主行動基準検討委員会（平成 14 年 3 月 29 日）
検討委員会中間報告素案
- 第 8 回自主行動基準検討委員会（平成 14 年 4 月 4 日）
検討委員会中間報告（案）
- 第 3 回消費者政策部会（平成 14 年 4 月 22 日）
政策部会中間報告（案）
- 消費者政策部会中間報告発表（平成 14 年 4 月 22 日）
- 第 9 回自主行動基準検討委員会（平成 14 年 6 月 7 日）
関係省庁からのヒアリング
（公正取引委員会、経済産業省）

- 第 10 回自主行動基準検討委員会（平成 14 年 6 月 28 日）
事業者団体からのヒアリング
（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）
事業者団体からのヒアリング
（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）
事業者団体からのヒアリング
（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）
事業者団体からのヒアリング
（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）
個別事業者からのヒアリング
（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）
個別事業者、事業者団体からのヒアリング
（三菱自動車工業株式会社、社団法人日本経済団体連合会）
- 第 16 回自主行動基準検討委員会（平成 14 年 11 月 1 日）
NPO 消費者ネット関西からのヒアリング
ヒアリングに基づく課題の検討
- 第 17 回自主行動基準検討委員会（平成 14 年 11 月 29 日）
最終報告（案）
- 第 18 回自主行動基準検討委員会（平成 14 年 12 月 9 日）
最終報告とりまとめ

国民生活審議会消費者政策部会自主行動基準検討委員会 委員名簿

(敬称略、五十音順)

池田 耕一	松下電器産業株式会社法務本部企業倫理室長
稲岡 稔	株式会社イトーヨーカ堂常務取締役総務本部長
川本 敏	国民生活センター理事
澤藤 統一郎	弁護士
高 巖	麗澤大学国際経済学部教授
滝川 敏明	関西大学法学部教授
田中 宏司	立教大学大学院経済学研究科教授
ミッシェル タン	帝塚山大学法政策学部助教授
鍋嶋 詢三	社団法人消費者関連専門家会議顧問
南条 俊二	読売新聞論説副委員長
原 早苗	埼玉大学経済学部非常勤講師
坂東 俊矢	京都学園大学法学部教授
松本 恒雄	一橋大学大学院法学研究科教授
宮部 義一	日本経済団体連合会経済法規委員会消費者法部会長
山本 豊	上智大学法学部教授
山本 隆司	東京大学大学院法学政治学研究科助教授
吉岡 初子	主婦連合会事務局長

以上 17名

は委員長、 は委員長代理

