

参 考 資 料

- 1 都の消費者行政における連携事業の現状（概要）
- 2 中小企業等におけるコンプライアンス経営に係わる自主行動
基準作成等の実態調査（概要）

都の消費者行政における連携事業の現状(概要)

<p>施策の目的</p> <p>1. 消費者への教育・啓発や情報提供の推進(協働事業)</p>	<p>施策・事業の名称</p> <p>(1) 東京都消費者月間事業</p>	<p>目的・概要</p> <p>昭和53年に「消費者週間」事業として開始。現在は「東京都消費者月間」である10月を中心に消費者団体と東京都が協力して、消費者意識の啓発、消費者団体相互の連携強化等を目的に各種事業を実施している。(愛称「くらしフェスタ東京」) 実施にあたっては事業者、学校等の協力を得ている。</p> <p><16年度事業内容> テーマ: 育て合う消費者力!! 参加団体: 36団体 ・基調講演と企業のプレゼンテーション ・企業の社会的責任(CSR)と消費者の役割 ・企業の社会的責任(CSR)に関する企業の展示 ・キャラバン隊による地域等訪問 寸劇とクイズ「悪質商法 その手口教えます」 ・キャラバン隊による学校等訪問 「食べることは生きること」等</p>	<p>所管組織</p> <p>消費生活総合センター(活動推進課)</p>	<p>連携の相手先</p> <p>消費者団体、事業者等</p>
	<p>(2) 環境に配慮した消費生活普及推進事業</p>	<p>環境に配慮した消費生活を実現していくため、毎年10月を「環境にやさしい買い物キャンペーン」月間とし、消費者、市民団体、事業者・事業者団体等と連携しながら事業を実施している。</p> <p><16年度事業内容> ・買い物時のマイバック持参を消費者に呼びかける「レジ袋NOデー」を設置(10月5日)(16年度は47都道府県共同キャンペーンとして実施) ・環境に配慮した商品・サービスの普及に関する提案や先駆的・模範的な取り組み事例に対して「東京都グリーンコミュニケーションマーチャンライブラリー」を贈呈 ・「環境にやさしい商品とサービスを考える集い」開催 ・都民、事業者、行政による「環境に配慮した消費生活普及推進連絡会議」の設置・運営</p>	<p>消費生活部生活安全課</p>	<p>消費者、市民団体、事業者、事業者団体等</p>
	<p>(3) 都民計量のひろば</p>	<p>一般都民の計量に対する意識を高め、計量制度の普及を図ることを目的として、1月1日の計量記念日に、健康や食品に関する計量器による測定や環境に関わるパネル展等を実施している。</p> <p><16年度事業内容> 実施場所: 東京駅八重洲地下街 ・パネル展示、計量体験コーナー、計量相談、計量機器展示</p>	<p>計量検定所(庶務課)</p>	<p>都内計量関係団体・企業</p>

都の消費者行政における連携事業の現状(概要)

不適正な事業者に対する監視・規制・指導を強化する取組み(基準づくり・仕組みづくり)	施策・事業の名称	目的・概要	所管組織	連携の相手先
	(1) 架空請求対策	<p>使った覚えのない有料サイトの利用料などを請求してくる架空請求に対して消費者被害の未然・拡大防止を図るため、条例第27条に基づき、事業者名等を公表するとともに、架空請求に使用された携帯電話や預金口座等について、電気通信事業者協会等と協働し、効果的な措置をとる。</p> <p><16年度事業内容></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 架空請求メール都民通報制度(架空請求サイトチェック等) ・ 架空請求事業者(サイト)名公表等 ・ 架空請求対策に関する連絡調整会議の運営 	消費生活部 取引指導課 企画調整課	電気通信事業者協会、 東京銀行協会 等
	(2) 食塩の表示に関する業界自主基準策定に向けた指針づくり	<p>都を事務局として、消費者、事業者、学識経験者及び行政による食塩表示適正化連絡会を設置し、食塩の表示に関するルールについて検討を進めることにより、業界自主基準策定に向けた取組みを支援・促進する。</p> <p><16年度事業内容></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 食塩表示適正化連絡会の運営 ・ 「食塩の表示に関する業界自主基準策定に向けた指針」の策定 ・ 業界に対し自主基準策定及び検討組織づくりを要請 	消費生活部 取引指導課	(社)日本塩工業会、 食塩の製造・販売業者 消費者団体(都地婦連、都地消連)、 食用塩公正競争規約作成準備会 等
	(3) 商品等の安全問題に関する協議会	<p>商品の使用又はサービスの利用による危害の防止を図るため、消費者、事業者及び学識経験者等が安全性の向上、事故の再発防止に向けた検討や情報交換などを行うことにより連携を深め、安全に係る都の施策の効果的な推進及び都民の安全な消費生活の確保を図ることを目的として開催している。</p> <p><16年度事業内容></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 「サロンにおけるレーザー脱毛機の安全性について」 業界要望 ・ 「自転車の安全性確保について」 業界要望 	消費生活部 生活安全課	消費者 事業者等
3. 消費者相談・あつせん等による被害救済の推進(施策連携)	(1) 民間型相談・ADR機関との連携の仕組みづくり	<p>東京都と民間型相談・ADR機関との連携を強化し、都民がより適切かつ迅速に消費者被害からの救済を受けられるしくみを作る。</p> <p><16年度事業内容></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 民間型相談・ADR機関に関する調査 ・ 連携の仕組みとして「消費者相談紹介制度」の試行を検討(17年度試行開始予定) 	消費生活総合センター (相談課)	民間型相談・ADR 機関

中小企業等におけるコンプライアンス経営に係わる自主行動基準作成等の実態調査 (概 要)

調査の概要

1. 目的

近年、相次ぐ企業不祥事の発覚を背景に、消費者の企業に対する信頼は大きく低下している。このため、国は、「消費者に信頼される事業者になるために 自主行動基準の指針」を策定し、平成 16 年 6 月に改正・施行された消費者基本法においても、事業者の責務・事業者団体の役割として自主行動基準の作成等を規定した。また、大企業を中心に自主行動基準の策定状況等の実態調査を行うなど、コンプライアンス経営促進の施策を行っている。

しかし、コンプライアンス経営は、企業の大小にかかわらず、すべての企業の事業活動において、法令遵守はもとより社会規範を踏まえた取り組みが求められるが、中小企業に関する実態は把握されていない。そこで、都内の中小企業・団体等に対して、コンプライアンス経営に係わる自主行動基準等の取組状況等を調査し、消費者の商品等の選択が適切に行われるための環境整備等として、コンプライアンス経営促進のための基礎資料とする。なお、結果は、第 18 次東京都消費生活対策審議会における審議等で活用する。

2. 調査実施研究機関

富士モナミ有限会社

3. 調査時期

平成 16 年 12 月から平成 17 年 1 月

4. 調査対象

2,000 企業及び 7 事業者団体

1. 製造業 { 1) 食品、2) 金属、3) 一般機器、4) 電気機器、5) 精密機器、6) 樹脂
7) 出版・印刷・紙加工、8) 繊維・衣料、9) その他 }
2. 卸売業 3. 小売業 4. サービス業 5. その他

5. 調査事項

- ・ 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等

6. 調査方法

調査票郵送方式により、配布・回収した。

7. 有効回収数

318 企業及び 6 事業者団体 (回収率 16.1%)

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

(1) 取組みの現状

コンプライアンス経営についての取組みの有無を尋ねたところ、「何らかの取組みをおこなっている」と回答した企業が6割強(66%)あった。

具体的にどのような取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」(50.3%)が5割強となっている。次に「企業倫理やコンプライアンスの徹底を図るための業務及び社内規定の見直し」(18.2%)が2割近くとなっている。また、「企業倫理やコンプライアンスに関する全従業員を対象とした教育研修」(13.8%)、「さらに具体化した倫理基準や遵守マニュアルの策定」(11.6%)、「法令違反や遵守マニュアルなどに違反した場合の罰則規定の明確化」(11.6%)なども1割強あげられている。

(2) 担当部署等の現状

企業倫理やコンプライアンスに関する担当部署を設置している企業は、全体の7.2%、担当役員の設置は、全体の3.5%となっている。そのうち、具体的な部署等の所属を聞いたところ、「総務部門」(45.7%)、「品質部門・品質保証部門」(22.9%)、「独立した部門」(8.6%)、「営業部門」(5.7%)などの回答であった。

(3) 行政や消費者団体等への要望

なお、コンプライアンス経営への今後の取組みに当たって、行政に期待する事項について尋ねたところ、「企業倫理やコンプライアンス経営に関する情報・資料等の提供(他社・他団体の事例や自主行動基準の指針等を含む。)」(48.1%)が5割弱になっている。次いで要望が多いのは、「企業倫理やコンプライアンス経営に関する研修・勉強会の実施(他社・他団体の事例や自主行動基準の指針等を含む。)」(27.7%)で、3割弱の声がある。ただ、「特にない」(34.9%)という声も、3分の1以上ある。また、消費者団体等に期待する事項では、「企業倫理やコンプライアンス経営に関する消費者側の情報・意見の提供」(24.2%)、「貴社や当業界に関する消費者側の情報・意見の提供」(23.3%)、「自主行動基準を策定又は改定するに当たっての情報・意見の提供」(6.9%)の順で多かった。ただ、「特にない」(46.2%)という声が、半分近くあった。

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、ここでの「自主行動基準」とは、企業倫理の基準やその遵守のためのマニュアルを指し、具体的には、倫理綱領、行動規範、コンプライアンス・マニュアルなどとよばれるものである。従って、それは、内閣府が平成14年に発表した「消費者に信頼される事業者になるために 自主行動基準の指針」に基づく行動基準のみならず、各社が自主的に設けた行動基準全般を含むものである。

(1) 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1割強(15.4%)あり、策定の予定があると答えた企業(13.8%)を合わせると約3割(29.2%)となっている。また、予定はないが、策定自体は考えていると答えた企業は3割強(34.6%)存在している。

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、「その他」が44.9%、「取引先企業の自主行動基準」が22.4%などとなっている。

「その他」の内容については、財)建設業適正取引推進機構「独占禁止法の手引き」、ISO、JIS個人情報保護に関する法律、薬事法規制、創業者の残した社訓、親会社の倫理規範、オリジナルで7つのアクションプランを制定したなどさまざまな回答が寄せられた。

(2) 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18.4%、「取引先に公表している」との回答が同様に18.4%であった。

他方、「社内での発表のみ」との回答が44.9%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、「消費者との接点がなく、取引先からも要請されていないから」や「社内規範として捉えており、社内徹底を図っている」や「特に必要と認められないから」などの回答が見られた。

(3) 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、「継続的な改善」57.1%、「教育・研修」55.1%、「情報の公開」40.8%などの回答が多く見られた。

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、「製品の安全に関して」（53.1%）が5割強で最も多くあげられている。次に「相談・苦情処理に関して」（28.6%）、「環境配慮に関して」（26.5%）、「個人情報の保護に関して」（24.5%）などが2割台となっている。これに対し、「消費者への情報開示・提供」（14.3%）や「消費者との契約条項に関して」（10.2%）は1割台にとどまっている。

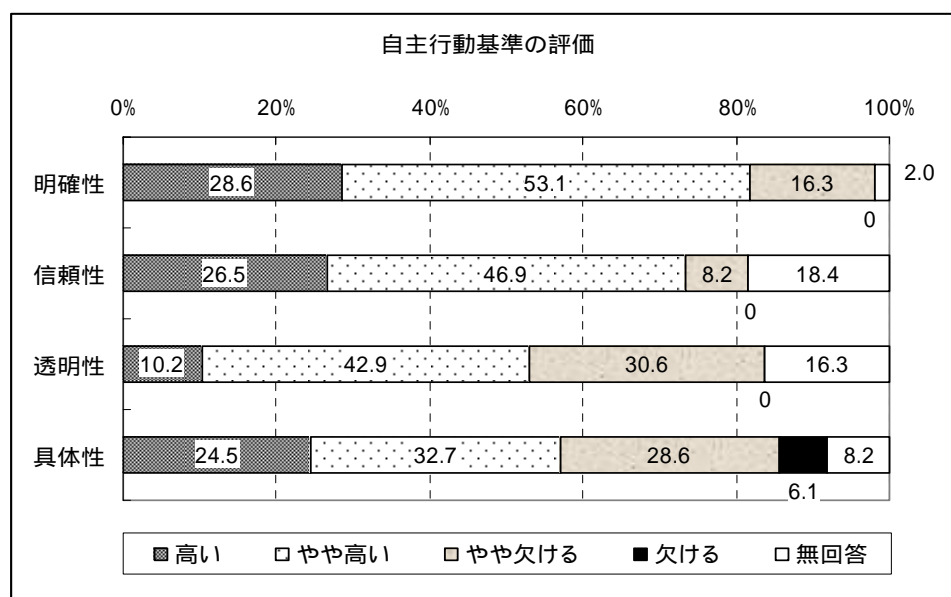
(4) 自主行動基準の評価

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」の要件については、「高い」と「やや高い」の回答を合わせると全体の8割強（81.7%）となっている。「信頼性」については、7割強（73.4%）、「透明性」については、5割強（53.1%）、「具体性」については6割弱（57.2%）となっている。

* 次ページ<項目評価と全体評価>の一覧表を参照

項目評価と全体評価

	高い	やや高い	やや欠ける	欠ける	無回答
<明確性>					
自主行動基準の意義の明示	26.5%	46.9%	16.3%	0.0%	10.2%
企業倫理に関する事項の明示	34.7%	36.7%	18.4%	0.0%	10.2%
経営トップのコミットメントの明示	38.8%	36.7%	12.2%	2.0%	10.2%
消費者志向経営の重要性の明示	20.4%	30.6%	22.4%	10.2%	16.3%
利害関係者の明示	6.1%	46.9%	24.5%	4.1%	18.4%
責任の所在(役員以上)の明示	18.4%	46.9%	18.4%	2.0%	14.3%
全体評価	28.6%	53.1%	16.3%	0.0%	2.0%
<信頼性>					
製品・サービスの安全性確保	28.6%	44.9%	4.1%	-	22.4%
表示の真実性の確保	26.5%	36.7%	8.2%	-	28.6%
環境配慮に関する情報	20.4%	38.8%	12.2%	6.1%	22.4%
相談・苦情処理に関する事項	14.3%	55.1%	6.1%	6.1%	18.4%
全体評価	26.5%	46.9%	8.2%	0.0%	18.4%
<透明性>					
対外的な情報開示・提供	6.1%	34.7%	34.7%	6.1%	18.4%
対内的な情報開示・提供	20.4%	49.0%	10.2%	0.0%	20.4%
学識経験者や専門家の意見の反映	4.1%	22.4%	26.5%	22.4%	24.5%
消費者の意見の反映	0.0%	32.7%	24.5%	16.3%	26.5%
全体評価	10.2%	42.9%	30.6%	0.0%	16.3%
<具体性>					
全体評価	24.5%	32.7%	28.6%	6.1%	8.2%



(5) 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	9	18.4%
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	14	28.6%
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	3	6.1%
ISO や JIS の規格を採用・遵守している旨の宣言	25	51.0%
その他	1	2.0%
無回答	11	22.4%

(6) 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、結果は以下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
自主行動基準の継続的改善を目指した改定や見直しに関する体制・制度	25	51.0%
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・研究の実施	21	42.9%
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	20	40.8%
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）	15	30.6%
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	14	28.6%
対外的情報公開の体制整備	9	18.4%
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）	9	18.4%
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	4	8.2%
その他	0	0.0%
無回答	9	18.4%