

# 産業構造審議会消費経済部会 基本問題小委員会 報告書(概要)

## (問題意識)

- ・企業から厳しい経済環境により消費が低迷し「商品が売れない」との声あり  
→ 厳しい経済環境によるだけか？企業は消費者のニーズの適確な把握と売れる商品づくりの取組を志向しているが、消費者のニーズの変化を十分にとらえきれているだろうか。企業や行政の取組によって内需を拡大する余地はないのか？
- ・従来、我が国の成長戦略は、企業を起点とした考え方が中心。消費者政策については、「消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力等の格差」への対応が中心。
- ・最近の消費者ニーズを踏まえ、消費者を起点にした関係者の取組の方向性を提示できないか。

## (現状と課題)

### 最近の消費者の購買意識

- ・安全・安心を優先。また旅行、趣味、食事など「生活を楽しむ消費」にお金を使いたいという気持ちが高い。
- ・修理・交換・設置等のサービスへのニーズ高い。
- ・地方在住の高齢者は日々の買い物が不便
- ・インターネットで事前に商品情報を収集し選別し厳しく購入 等

### 企業と消費者との関係

- ・消費者と企業との間に意識の違いあり。企業は消費者のニーズ把握において積極的な情報入手が不十分
- ・小売業においては、サービス品質の向上といった企業努力により消費者の満足度を高める改善の余地が大きい項目(例:「居心地の良さ」、「ついでに購入・利用したい商品サービス」の存在)が示唆。

## (今後の取組)

・消費者志向の取組による消費者満足度の向上を通じて企業の発展を促進。また消費者との緊密な関係構築による両者の協働を促進

・消費者起点で諸課題の解決を図り、企業の内外の発展、国民生活の向上をもたらす国の成長につなげる

< 消費者視点での購買の満足・透明性・信用の向上 >

・企業による消費者志向の取組を促進し、消費者満足度の向上を通じ消費を拡大する余地があることを小売業以外の業種についても「見える化」。購買における消費者評価を基に製品・サービスの横断的な満足・透明性・信用向上のための調査・分析

< 企業の取組と政策の方向性 >

・製品の安全・安心と使いやすさ

→消費者の声を商品づくりに活用、リコールの実効性確保、リスクを事前評価する商品設計、製品安全法体系の性能規定化・対象包括化に向けた検討

・消費者ニーズに対応した流通のサプライチェーン構築

→情報交換システムの標準化を進めて企業間の効率的な情報共有をはかるなど、製・配・販における連携を推進

・安全・安心で便利なキャッシュレス決済

→悪質加盟店対策等の安全・安心を確保する取組、インターネット決済や多機能携帯等を用いた新たな決済方法に対するセキュリティ向上のための取組、電子マネーの利便性向上のための端末や仕様の共通化を含めた検討などを実施

・買い物弱者対策・買い物とまちづくり

→「ITなどのイノベーションによる課題克服」「地方自治体等の多様な関係者の支援」「地域コミュニティとの連携」といったアプローチによる持続性のある取組を促進、住民生活、自治体運営、地球環境も持続可能となるよう、まちのコンパクト化対応、環境調和対応、総合的なまちづくりを促進