

17. 「消費者から見た『消費者志向経営のための課題と提案』」調査結果概要図

(実施者：社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会)

【調査目的・内容】

消費者志向経営への要請が高まっている社会状況を踏まえ、LPガス販売事業者における消費者志向経営のための構造改善を支援することを目的とする。

アンケート調査：(有効回収件数：359件、回収率：12.1%)

[LPガス販売事業者に対して、消費者志向経営に向けた各種取り組みの実態を確認した。]

ヒアリング調査：(調査対象：7件)

[上記アンケート調査の回答者に対して、回答内容の詳細を確認した。]

上記の調査ともに「消費者志向(重視)経営を実現するための取り組み」、「消費者への情報提供」、「消費者志向(重視)の取り組みの評価」、「方針および法令等遵守」について確認した。

【調査結果】

消費者志向(重視)経営を実現するための取り組み

「安全」や「取引・契約」に関する取り組みについて社内ルール化している事業者は50%～60%、社内ルールの社外公開を実施している事業者は20%以下となっている。

消費者対応の体制面について、半数超の事業者では一応の消費者対応体制が築かれているが、消費者窓口や社内ルールの社外への公開を実施している事業者は20%前後に止まっている。

消費者からの相談・要望等については、「商品・サービスの改善に活用」している事業者が66.3%に達している一方、改善事例を消費者に提供している事業者は42.3%となっている。

個人情報保護法の適用対象である、顧客軒数「5,000軒以上」の事業者では87.5%が個人情報保護に関する社内ルールがある一方、「5,000軒未満」の事業者では46.2%となっている。

消費者への情報提供

契約判断に必要な情報を提供している事業者は64.6%で、そのうち50.9%が情報提供に関する社内ルールがあると回答しているが、「社内ルールの社外公開」は25.4%と不十分な状況にある。

安全に関わる事項の情報提供について、事故情報等は55.7%、安全に関わるデメリット情報は52.5%の事業者が行っているが、ガス機器等の事故への関心が高い状況を鑑みると、不十分な水準となっている。

消費者啓発を実施している事業者は81.9%に達している。また、消費者啓発の方法としては、「チラシ」が68.7%で最も多く、以下、「パンフレット」(59.2%)、「口頭での説明」(50.3%)が続いている。

消費者志向(重視)の取り組みの評価

過去に法令違反や行政による不備の指摘があった事業者は75.2%、消費者トラブルがあった事業者は43.2%となっているが、そのうち90%前後の事業者では是正・改善を行っている。

方針および法令等遵守

70%前後の事業者が「消費者満足の実現」や「法令等遵守」等を経営方針や経営理念にうたっているが、「消費者への情報公開」を記載しているのは48.7%となっている。

【課題・対策】

社内におけるルールの策定

消費者志向の仕組みの基本となる社内ルールの策定については、不十分な項目が散見されている。今後、組織的かつより高度な消費者対応を進めていくためには社内ルールの策定が必要となる。

社外への情報公開

社内ルールをはじめとした各項目の社外への公開に対する意識の低さがうかがわれる。今後、消費者志向経営を達成するためには、自社に対する消費者からの信頼も必要となる。そのためにも積極的な情報公開を行うことが必要となる。

定期的な取り組みの見直し・改善

近年は消費者意識の変化が早いことから、消費者ニーズを基準に定期的な取り組み内容の見直し・改善を行い、消費者志向を継続させる必要がある。