



副代表幹事
地域主権型道州制委員会 委員長

池田 弘一
アサヒビール 相談役

事業者と消費者との共生に向けて

私は、本稿執筆時において1年半、内閣府の消費者委員会の委員を務めている。私以外の委員の方々は消費者問題に長年取り組んできた方ばかりで、私などはたまたま多くのお客さまとお相手をするビール会社を経営していたという経験があるにすぎない。しかしながら、委員会においては、自分自身が事業者であるという立場を踏まえ、事業者と消費者とのより良い関係をどのように築いていくかを常々考えながら発言させていただいている。今回は、自身で考える事業者と消費者とのあるべき関係について寄稿させていただきたい。

私がかねて、事業者と消費者との関係は必ずしも敵対する立場ではなく、それぞれが忌憚なく意見を述べ合うことにより、事業者にとっても消費者にとってもWin-Winの関係が構築されると信じている。

かつて、高度成長期からバブル崩壊前までの1970～80年代は生産者優位の時代であり、作れば売れるという時期であった。ご承知の通り、その後はこのようなプロダクト・アウトの発想が行き詰まり、各企業は顧客起点・お客さま視点での発想へと方針転換していった。

しかし今世紀に入り、消費者の価値観の多様化、グローバル化の進展等の影響から、消費者のニーズをつかみ、より良い関係を維持継続することが難しくなってきている。

私はこれからの事業者は消費者のニーズを聴くだけではなく、事業者の経営理念や方針、商品への思い等をしっかり伝えていくことが大切であると思っている。人口減により生活の量的向上が見込めないわが国においては、相互の本音のコミュニケーションにより、事業者はより良い企業市民として、一方、消費者は事業者へのより良いオピニオンリーダーとして成長していくことが、質的向上につながるヒントであると思われる。

もう流行言葉ではなくなった感があるCSR (corporate social responsibility：企業の社会的責任)であるが、私は「お客さま満足のCS (consumer satisfaction：顧客満足)をリレーション (relation) していくこと」と読み替えている。これからの時代は、事業者が顧客のニーズを利根的な分析で判断し、その場しのぎで対応していく時代から脱皮しなければならない。そして、顧客満足を永遠の課題として、事業者が消費者と継続的にコミュニケーションをとり、相互理解を重んじる時代が来ることを願う次第である。

(2011年2月執筆)

Contents

- 01 巻頭言
池田 弘一 「事業者と消費者との共生に向けて」
- 02 特集 1
桜井代表幹事の4年間を振り返る
- 11 特集 2
CSR シンポジウム
「企業とNPOの協働
～CSRで企業は強く、社会はより良く～」
- 17 委員長インタビュー
総合外交戦略委員会 大歳 卓麻
中国委員会 石原 邦夫
- 19 経済同友最前線
総合外交戦略委員会 提言
「世界構造の変化と
日本外交新次元への進化」
中国委員会 提言
「実効性のある日中
『戦略的互恵関係』の構築に向けて」
企業・経済法制委員会 意見書
「法制審議会「会社法制部会」への意見」
第1166回会員セミナー
ドミニク・テュルバン スイスのビジネススクール (IMD) 学長
「日本の国際競争力回復に向けて」
ロシア・NIS委員会
「ミッション報告と多田幸雄委員長インタビュー」
- 27 リレートーク
火浦 俊彦 「成熟社会での価値創造
日本人の創造性が生きるとき」
- 28 同友会スケッチ
2011年2月の記録と4月の予定
- 29 新入会員紹介
2011年2月18日現在の入退会者
- 30 私の思い出写真館
井上 健
「二つの組織における想定外の出来事」