

「信頼できる消費市場」に向けた連携事業 ～取組の背景・趣旨～

●コロナ禍において、非接触型取引への移行、ネット取引やSNSの活用、キャッシュレスの拡大など、新サービスや業態転換等新たな取組を行う事業者による**消費市場（B to C市場）の変化が加速**。これに伴う**消費者トラブルも複雑化・多様化**。

●消費者トラブルが多発する市場では、市場における授業者の法令遵守等規範が欠如している状況。いわば「悪貨が良貨を駆逐する」状態では、消費者の支出が健全な事業者へ十分に向かわず、経済の成長にも支障を来すおそれあり。

●本来、事業者が消費者と適切なコミュニケーションを取りつつ、良質な商品・役務等適正な価値を提供すれば、消費者の支出は消費者志向の事業者適切に向かう。これにより**成長・発展した事業者がさらにより良い事業活動を実施、より良い消費行動を促す**、といった「**信頼できる消費市場**」の**好循環**がなされるべき。

●この実現のためには、消費市場を取り巻く環境において、

- ① **不当な勧誘や表示など不適切な行為を行う事業者を排除し、消費者トラブルの未然・拡大防止、**
- ② **良質な商品やサービスを提供する消費者からの信頼を獲得する健全な事業者を支援、事業活動の維持・発展を図り、**
- ③ **市場関係者（ステークホルダー）が協力して、健全な消費市場における規範の醸成・定着、拡大に継続的に努める必要がある。**



いまこそ、信頼できる健全な消費市場の好循環を推進する取組が求められている

消費者が、良質な商品・サービスを提供する事業者を選択できる

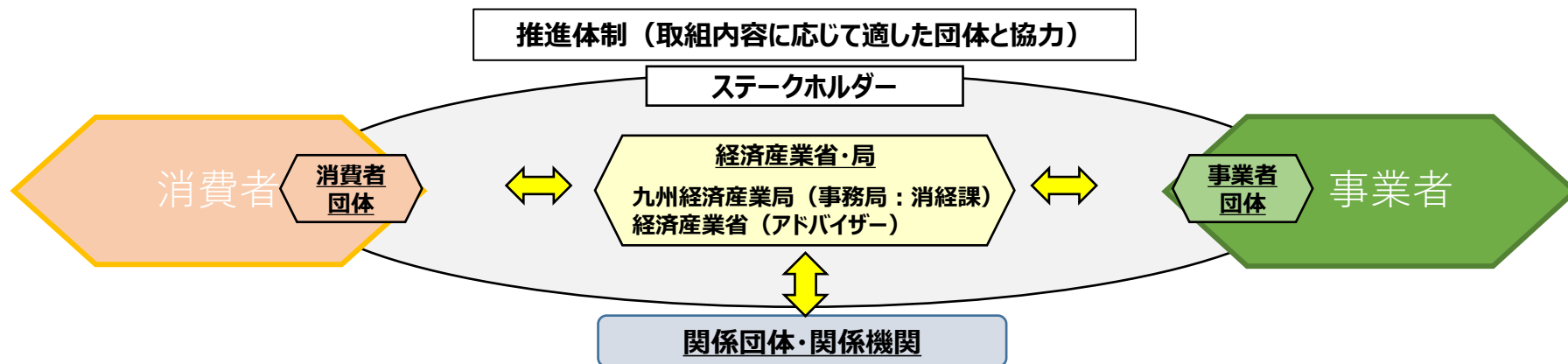


消費者の支出を、不適切な行為を行う事業者から「健全な事業者」へ転換



「信頼できる消費市場」に向けた連携事業 ～概要～

- 消費市場を構成するステークホルダー（消費者団体・事業者団体等）と連携して、消費市場を取り巻く諸問題に関するそれぞれの取組について情報共有、学びや気づきの場を設け知識やノウハウを得、規範意識を涵養。
- 九州地域の中堅・中小事業者を対象に、法令を遵守し、消費者の間で適切なコミュニケーションを取りながら、消費者からの信頼を獲得する、健全な事業者の成長を支援。
- 昨年に引き続き、消費者とのコミュニケーションを基礎として、消費者（顧客）目線を生かしながら成長を目指す企業のベストプラクティス（取組事例）を紹介。



事業者団体、消費者団体等と連携しながら以下の取組を実施

Step 1 (気づき)	<事業者等への普及・啓発> ・関係団体懇談会 ・事業者向けセミナー、勉強会
Step 2 (醸成)	<消費者信頼感の醸成> ・意欲ある事業者に対する支援（個別支援） （法令説明や講師派遣、制度の紹介、事業者相談等）
Step 3 (展開)	<先進事例の公表> ・消費者が信頼する事業活動事例（ベストプラクティス）を公表

