

## 企業内格差問題及び社会的な格差問題の解決に資するCSR戦略に関する調査研究

### (報告書の概要)

企業はCSR活動において消費者志向を推進すること、例えば製品の安全に関わる情報提供や教育を積極的に進めること、あるいはコーズ・リレーテッド・マーケティング等の取り組みを進めることで、情報格差や教育格差、地域格差といった格差問題の解決に貢献しうると考えられる。

こうした観点から、本調査研究では、消費者に焦点を当てて、企業が今後消費者とどのように向き合っていくべきか、また、どのように力を合わせていくべきかを検討した。

検討にあたっては、研究会を設置して議論を重ねるとともに、アンケートを実施して、企業と消費者を巡る実態を調査した。また、国内外の先進的な取り組み事例についても、取り組み内容、効果、成功要因などの詳細を考察した。これらを踏まえ、我が国企業に向けて4つの提言を行っている。

### (報告書の主要構成)

- (1) 消費者志向への対応
- (2) 消費者志向の取り組み事例
- (3) 消費者志向アンケート調査
- (4) わが国の企業への提言