

〈日本ヒーゾ協議会掲載記事紹介〉

広報グループ

\*掲載記事の詳細をご覧になりたい場合は、事務局にございますのでお問い合わせください。

〈2007年6月分〉

広報グループ

掲載日	媒体名	主な内容(見出し)
2007年5月15日	日本消費者新聞 (P2参照)	2007年度代表 ロングセラーシリーズ 消費者問題はいま 一言2007ー 企業と消費者の 理事 有田里夏 かけ橋を目指す「共生」に「対話」で血の通った関係を

# 消費者問題はいま

## ロングランシリーズ

### 提言二〇〇七

(351)

#### 有田里夏さん(ヒープ協議)

指定された場所は月例研究会の会場。一歩踏み込むとヒープの会員達が数人のグループに別れ、熱心に討論している姿が目に見え込んできた。その迫力に押されているところに今回話をうかがったヒープ会長、有田里夏さんが現れた。

「責任が重大だということを実感しています。もっと早くにわかっていたら断っていた。も前向か。

たかもしれません。四月に新会長になった有田さんは今の心境をこう語る。ただ「一人ぼっちというわけではなく、圧倒的にたくさんの仲間がいるので大船に乗ったつもりで、漕ぎ出してみようという気持ちです。人として、いろんな角度からいろんなことを勉強していかないといけないと思っています」と、とて



ありた・りか 一九六二年 静岡県清水市生まれ。清水市立商業高等学校卒業後はひろもブーズ株式会社入社。数多くの部署を経験後、お客様相談室お客様相談室へ。現在同室係長。ヒープに参加したのは自分の視野を広げてみようという思いから。参加当初、静岡からの参加は一人だけだった。

## 企業と消費者のかけ橋目指す

### 「共生」と「対話」で血の通った関係を

ヒープ協議会は企業内で働く女性が「生活者と企業を結ぶパイプ役」を担おうと一九七八年に設立された。今年度

このテーマについては、「仕事で電話対応の業務をしていますが、消費者との心の距離がまだものすごく遠い気がします。お客様、つまり消費者と企業の関係に今は血が通っていないという。リレーション(関係)に「ホット」を付け加えたのは温かい血の通った関係を作りたい、という思いからだ。

「ホット」には「優しい」「温かい」「新鮮」「安堵」「安心」などの意味が込められているという。だが、今では最も重要な「安心と安全が離れてしまっている」と指摘する。

「ホット」には「優しい」「温かい」「新鮮」「安堵」「安心」などの意味が込められているという。だが、今では最も重要な「安心と安全が離れてしまっている」と指摘する。

「あるある大辞典」を発端とした食品への過熱ぶりについては「生活のバランスが崩れたために起こったのではないだろうか。フランスの優れた生活がい知恵を生むと思いませんか」と語り、現代人の不規則な生活も原因の一つではないかと考えを示す。

のテーマは「ヒープ発、ホットリレーション」共生の対話の中から。

「安心と安全が離れてしまっている」と指摘する。

「安心と安全が離れてしまっている」と指摘する。

「安心と安全が離れてしまっている」と指摘する。

「安心と安全が離れてしまっている」と指摘する。

「安心と安全が離れてしまっている」と指摘する。

「安心と安全が離れてしまっている」と指摘する。

「安心と安全が離れてしまっている」と指摘する。

「安心と安全が離れてしまっている」と指摘する。