

# 消費者志向経営に即した情報発信が求められている

## ● 一般社団法人日本ヒープ協議会

### 生

活者と企業のパイプ役として16年に消費者庁が立ち上げた「消費者志向経営推進組織」のメンバーでもある日本ヒープ協議会。女性ならではの生活者視点で企業活動に生かすための活動を行っています。

### 多くの情報を整理しつつ「届く情報発信」を

「現在の消費者の動向についてみると、企業や業界から出される情報に対するニーズは、世代によって傾向があります。今の若者はネットなどを使って欲しい情報を自分でたくさん集めることができますが、集めすぎて判断ができ



「当協議会では企業の枠を超え、積極的な意見交換を行っています」と話す代表理事の宮木由貴子さん（(株) 第一生命経済研究所）。

なくなる人もいます。ですから、他者に情報を絞ってもらいたいというキュレーションニーズが高まっているようです。一方、高齢者では表示や説明がわかりにくい、もっと細かい情報も発信してほしいというニーズが高く、お客さま相談室などへの問い合わせも増加。企業や業界は細かな対応を迫られています。」そう語るのは、代表理事の宮木由貴子さん。

20年ほど前からITが普及して情報発信の手法は多様化。消費者の求める情報は昔に比べて早く、広く発信されています。しかし実際は、届きたい情報が消費者に届きにくくなっていると副代表理事の鈴木さんは指摘します。

「今の消費者は、溢れる情報の中で見たい情報しか見ない傾向にあります。いくらメールを発信しても多くは読まれておらず、見たい情報がなければ消費者は企業のHPを見に行きません。企業や業界から伝えたい情報を届けることは、なかなか難しい時代です。より消費者に届く情報発信の手法やツールを検討する必要があると思います」



「ITツールとあわせて対面での情報発信にも力を入れ始めている企業もあります」と副代表理事の鈴木聖子さん（明治安田生命保険（相））。

では、さまざまな立場の消費者に情報を届けるために、どのような視点で情報発信をしていくべきでしょうか。

**消費者を広く捉えて 社会の好循環を目指す**

「消費者は多様化していますので、ターゲットを細分化して考えることも大切ですが、自社の顧客以外の広い意味での消費者に向けた情報発信もしていくべきだと思います。これは、政府が打ち出している消費者志向経営に通じる考え方です」

企業や業界が消費者志向経営という視点で情報発信することは、消費者教育にもつながり、新たな市場の創出や業界自体を育てていくことになると宮

木さんはいいます。よりよい社会を築いていくために、今後、企業や業界は、消費者とともに社会を作り上げていくという意識を持って情報発信することが求められていきそうです。

### 日本ヒープ協議会とは

#### 女性視点で生活を見つめ消費者と企業をつなぐ団体

日本ヒープ協議会は、企業と消費者をつなぐ役割を果たすために1978年に誕生。企業に勤めている女性によって構成され、お客さまの声をどのように企業に届け、商品やサービスに反映するか、消費者と企業のコミュニケーションについて研究会等を通じて情報収集や意見交換を月例で行っています。さらに、各会員がテーマを持って研究に参加する分科会活動も積極的に実施しています。



現在は設立40周年に向けて、10年後に消費者と環境がどのように変化していくかをテーマに掲げて研究を進めています。



# 清・飲・彩

SOFT DRINKS REVIEW

一般社団法人 全国清涼飲料連合会



OTHER INDUSTRY

CURATION

CUSTOMER-ORIENTED

EDUCATION

CAMPAIGN

特集

多様化するニーズに対応

## 消費者への 情報発信

一般社団法人  
全国清涼飲料連合会へ  
名称を変更しました!