

「私たちの声を変える商品」～消費者が今後の生活環境を創っていく～

日時：2016年1月20日(水) 10:50～12:20

場所：和歌山大学

参加者：和歌山大学 教育学部総合教育課程 1年生 21名

関西支部会員の川口徳子さんが、授業を行いました。

<講演内容>

プロローグ：消費者市民社会とは

1. 日本ヒーブ協議会「お客様の声を活かした取り組み55事例」

協議会説明、改善事例の紹介、お客様の声を活かすことの意義

2. 改善のアイデア出し(ペア討議)・発表「商品をチェック」

3. ニッポンナムグループでの取り組み紹介、会社概要

4. 商品開発について 商品開発フロー、開発秘話(『中華名菜』ブランドの例)

5. 商品改善について 改善の流れ、改善事例(『石窯工房』ブランドの例)

エピローグ：就職へのアドバイス・質疑応答・アンケート



☆いただいた感想のご紹介☆

<講義はいかがでしたか？>

- ・消費者の声が、実際にどのように反映されているか知ることができ、自分達の持つ影響力が理解できた。
- ・消費者市民社会といった、知らなかった事柄も勉強ができた。自分が商品改善を考えたり、消費者として学べるが多かった。

<企業のイメージはどのように変わりましたか？>

- ・企業といえば、社員が仕事をしに行く場所という漠然としたイメージが強かったが、それだけでなく、消費者の声を活かした取り組みや消費者とより深くつながろうと、かなり努力をしているイメージがついた。
- ・商品とは一方的ではなく双方向なものだと解り、イメージは良くなった。
- ・お金を儲けようとして、たくさん売ろうとしているだけだと思っていたのですが、たくさん売るために頑張っているんだなと思った。小さな声も聞いてくれるなら、自分も少し発言してみようかなと思いました。クレームって悪いイメージですが、お互いに利点もあるんですね。

<一人の消費者として、どのような行動をすべきと感じたか？>

- ・まず、商品の不満をしっかりと企業へ伝えるのが大切だと思った。企業のためにも、客のためにも。
- ・「自分は消費者だ」という気持ちだけでなく、「消費者であり、開発者」だという意識を持つべきだと思います。企業側と消費者がつながれば素晴らしい商品になると思います。思ったこと、これはダメでしょって気持ちを企業に伝えたいと思います。