

テーマ: 消費者の声で商品は良くなる～企業の顧客満足向上への取り組み～

日時: 2016年10月25日(火) 10:30～12:00

場所: ヒロセビル 会議室

参加者: NPO法人コンシューマーズ京都 理事他、生協組合員他 7名

主催: NPO法人コンシューマーズ京都



関西支部会員の川口徳子が、講義を行いました。

<講義内容>

プロローグ: 消費者市民社会とは

・日本ヒープ協議会の説明、生活者と企業のギャップを探る「情報カード報告書」

1. 日本ヒープ協議会「お客様の声を活かした取り組み」

・「お客様の声を活かした取り組み55事例」

・「超高齢社会における企業の消費者対応～お客様の声を活かした取り組み33事例～」

2. 商品開発

・消費者志向経営とは、商品開発フロー例、開発秘話:「中華名菜」の開発背景・歴史、ブランドアイデンティティ 他

3. 商品改善

・お客様の声を分析し改善・新商品へ活用、改善の流れ例、改善事例(「石窯工房」5事例)

4. ニッポンハムグループでのコミュニケーションの機会づくりの紹介

・ニッポンハムグループ グループブランドの約束、食育活動(食物アレルギー教室他)、CM(ニッポンハムはグループじゃない。チームだ。)

5. 意見交換

☆いただいた感想のご紹介☆

<講義はいかがでしたか？>

・企業の取り組み事例の中に、こんなことを取り組まれているんだなあ、ということも聞けて、消費者の立ち位置が見えてきました(33事例)。

・ちゃんと声が活かせる仕組みがあることが解りました。

・企業の取り組みの大枠は解ったが、質問したようにTPPなどもう少し突っ込んだ話を聞きたかった。

<企業のイメージはどのように変わりましたか？または、変わらなかった理由は？>

・B(企業)toB(企業)、B(企業)toC(消費者)の中で、企業が消費者の声を聞いてくれているんだ、と思いました。

・企業の取り組みを真面目にしている部署があることが解りましたが、全体として色々な部署で少し違いがあるのかと思います。

<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？その他、感想など>

・1人の消費者として、声をあげることの大切さを改めて思いました。安全・安心は企業だけでなく消費者も常に関わっていくべきだと思いました。

・消費者として思ったことを述べる、伝える、ということから始まる。

・見やすい・使いやすい表示、命に関わる表示(アレルギー・安心)の改善をさらにお願いします。

・「企業と消費者の対話」のテーマの広がりを感じられた。今後も大切にしたい。