

テーマ： 私たちの声の商品を変える～消費者と企業の信頼ある関係をめざして～

日時： 2017年9月28日(木) 19:40～21:10
場所： 高知県立大学 永国寺キャンパス
参加者： 高知県立大学生55名、一般県民19名 計74名
主催： 高知県立消費生活センター、高知県立大学

関西支部会員の川口徳子が講義を行いました。

<講義内容>

日本ヒープ協議会とは

1. 生活者と企業のギャップ

- ・突沸とは、生活力アップのための基本5カ条
- ・ひとり暮らしの若者へのアドバイス「情報カード」

2. 消費者市民社会とは

「お客様の声を活かした取り組み事例」

3. 消費者志向経営とは

- ・商品開発の流れで考える：商品開発フロー例、開発秘話「石窯工房」
- ・商品改善の流れで考える：お客様の声を分析して改善・開発に活用、改善事例「中華名菜」

4. ニッポンハムグループのコミュニケーションの機会づくり



☆いただいた感想のご紹介☆

<講義はいかがでしたか？>

- ・消費者志向経営と消費者市民社会の構築はお互いに共依存であることなど、とても勉強になりました。大変解りやすい講座でした。
- ・思ったより企業は消費者に選ばれようと努力していると感じることが出来た。
- ・消費者の意見とそれに合わせた改善など、企業の取り組みを具体的に知ることができ、解りやすく面白かったです。

<「消費者市民社会」「消費者志向経営」に対して、一人の消費者として、どう行動すべきか？自分に何ができるか？>

- ・企業に対して意見を言っていないと互いのギャップが埋まらないと思ったので、意見を言うことは出来そうである。
- ・製品の不満点を企業に伝えること。商品改善はひとり一人の消費者の手によって行えると意識する必要があると思う。
- ・自分の意見が企業の商品に直接影響を与える可能性があるので、意見する際には積極的に、かつ商品が悪い方向に行かないように責任を持つ。
- ・情報をうのみにせず、自分でも調べたり、次世代のことを考え、環境問題にも配慮したいと思います。

<講義全体を通じての意見・感想>

- ・消費者が情報提供をすることで、企業も商品改善をし、双方に利益がもたらされることに、とても納得が出来ました。
- ・商品の開発には消費者の声を多く取り入れていることを知った。消費者問題の解消に、消費者の情報提供は必須であると感じた。
- ・より良い消費生活のために、企業とのパートナーシップで商品の開発や改善に消費者の声を活かしている日本ヒープ協議会の存在を知った。