

2017.10.22 大阪府消費生活センター「大学生期における消費者教育推進事業」 「消費者教育リーダー養成講座 第2弾」 実践講座「消費者教育の実践とその支援について」

テーマ：お客様の声を活かした企業の取り組み

日時：2017年10月22日(日) 10:40～11:20
場所：さかい新事業創造センター 多目的会議室
参加者：大阪在住または在学の大学生 7名、
和歌山大学 岡崎先生、事務局
主催：大阪府消費生活センター



関西支部会員の川口徳子が講義を行いました。

<講義内容>

1. 日本ヒープ協議会とは
2. 消費者市民社会とは？「お客様の声を活かした取り組み55事例」
 - ・消費者市民社会、改善事例の紹介、お客様の声を活かすことの意義
3. 消費者志向経営とは？商品開発・商品改善の流れで考える
 - ・商品開発について：商品開発フロー、開発秘話(『石窯工房』ブランド)
 - ・商品改善について：改善の流れ、改善事例(『中華名菜』ブランド)
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？感想、その他>

- ・高校の時に様々な活動を行い、その中の一つとして商品開発も行ったことがあるが、今回の話では、その先の商品の改善について聞いて、消費者志向経営について知ることが出来た。
- ・企業がどのような想いで、どのように消費者側の声を受け取っているのかが解った。
- ・企業がどのような考えや意見を活かして商品を開発していたか解った。
- ・消費者市民社会や消費者志向経営の捉え方やコミュニケーションの大切さについて学ぶことができ、商品やサービスの改善などの仕組みを知ることが出来て、とても良かったです。
- ・自分が女性なので感じたことかも知れないが、日本ヒープ協議会での具体的な活動内容について詳しく知りたいと思いました。

<「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？自分に何が出来る？>

- ・商品やサービスを一度利用して、あまり良く感じなかった時に、違う商品やサービスを利用するのではなく、企業にその声を届けて、改善につなげる関係を上手く築いて行くべきだと感じました。
- ・購入した物について不満や疑問に感じたことを、企業に上手く伝えたり、提案したりできると思います。
- ・おかしい、ちょっと使いづらい！という商品に出会ったら、カスタマーセンターやハガキなどで企業に声を届けることが消費者としての義務。それだけ強いものだということが解った。