

**テーマ：「あなたの声が企業を変え、社会を変える」 お客様の声を活かした取り組み55・33事例から**

日時：2017年10月24日(火) 10:50～12:20  
場所：相山女学園大学 現代マネジメント学部棟  
参加者：大学生161名  
担当教授：東 珠実 先生

**正会員の高野逸子が講義を行いました。**

**【講義内容】**

はじめに 自己紹介

1. 日本ヒート協議会とは
2. 消費者行政の概要
  - ①消費生活センターの役割
  - ②消費者相談の実態  
若者の相談実態
  - ③困ったときには、「188」一人で悩まず専門家に相談
3. 消費者と社会は、変化  
消費者に応えられる企業が求められる時代に
4. お客様の心理の変化
5. お客様の声を活かした事例を紹介



の内容を中心に、企業はお客様の声を大切に開発・改善・改良に努める。  
消費者は、良き理解者として企業を育てている現状を説明。  
後半には、東教授から暮らしの中で、改善して欲しい商品を学生に  
問いかけ、学生に発表してもらった。  
学生の関心度が伝わり、教室全体が一つになり盛り上がった。

**【東教授からのコメント】**

「消費者行動論B」では、「あなたの声が企業を変え、社会を変える」と題し、現代社会における行政・企業・お客様の  
変化についてデータを基に詳細にご教示いただくとともに、「お客様の声を活かした取り組み55事例、33事例」により、  
これからの企業と消費者のあるべき関係性について、学生たちに深く考えるきっかけを与えていただきました。

それぞれの授業を通して、学生たちは、自らのキャリア形成や企業人として働くことについて、通常の大学の授業で  
は学ぶことのできない多くの貴重なお話を伺うことができました。

## 学生からの感想 (一部抜粋)

企業のあり方として「お客様第一」が大切であり、消費者の声を元に商品の改良が多く行われていることを知りました。自分が普段使っているものや食べているものでも「どこかが変わった」「使いやすくなった」と思うことがあり、それらは企業がお客様の声を生かして改善しているからであり、私たちの声はしっかりと企業に届くのだと思いました。

クレームと聞くとマイナスのイメージがありましたが、今回の講義を聞いてそこからより良い製品を作るヒントが生まれるということを学ぶことができました。私たち消費者は企業の販売する製品を選択し購入するだけでなく、それを使用した感想を述べることにより改善の為の情報を提供することが出来るというお話も大変勉強になりました。

消費者と企業との関係はとても大切であり、消費者からの意見でこんなにも商品が改善されるということを学びました。これまではクレームを言うと相手に嫌な思いをさせてしまうと考えていたため、なかなか口に出すことができませんでした。しかし実際に商品を使う消費者が声を上げることで、初めてお店から家に持って帰る時、使う時、捨てる時、全ての工程でより便利な商品が出来上がるのだと思いました。

私の周りでもデジタルコンテンツによるトラブルを耳にすることがありますが、そうした時どこに連絡すれば良いのか分かっていませんでした。しかし今回のお話を伺い、消費生活相談(188)に相談すれば良いのだと学んだため、これからは188を活用していきたいと思います。

企業は小さな意見も見落とさずに対応することで、消費者から信頼を得ているのだと分かりました。今まで自分は消費者目線でしか考えたことがなかったので、高野先生からのお話は大変勉強になりました。

消費者が商品を利用する中で使いにくい点やわかりにくいと感じた点を企業に伝えることで、その商品の改善につながることを学びました。また自分も消費者の立場から企業に対して意見を届けたいと思いました。講義の中で印象に残っているのは「お客様感動」という言葉です。「お客様に期待以上の商品を届けることによって『お客様感動』が実現する。そのためには、消費者であるお客様を第一に考え、お客様の満足するものを企業は提供していかなくてはならない。」という点が非常に心に残りました。一工夫されているものやラベルを剥がしたら感謝の言葉が書かれているものがあると企業を身近に感じることができ、またこの商品を買おうと思うようになると思いました。商品を通じて企業と消費者はコミュニケーションをとることができるのだと感じました。

お客様の声を活かした取り組み55事例は、普段の日常でもよく目にするものだったので、とても親近感の湧くものでした。私も最近変化を感じたのは、ヨーグルトのフタです。前々から不便さを感じていたため、フタにヨーグルトがつかなくなったときは感動しました。またこんなにも企業側が消費者の意見を参考にしているとは思っていなかったため、正直驚きました。お客様1人のどんなに小さな意見でも、商品を利便化するための大きな鍵となる可能性があるため、侮れないと感じました。企業側はお客様と「向き合う」のではなく、お客様と「同じ目線」に立って物事をみることにより、よりお客様の心理に寄り添った商品を開発できるのだと思いました。高校生の頃から商品企画や開発に興味があり、将来そのようなお仕事に携わりたいと考えているため、とても勉強になりました。高野先生、本当にありがとうございました。