

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： 2018年9月24日(月) 14:40～16:10
場所： 高知県立大学 永国寺キャンパス
参加者： 高知県立大学生及び一般県民：94名
主催： 高知県立消費生活センター、高知県立大学

関西支部会員の山内久美が講義を行いました。

<講義内容>

1. 日本ヒーブ協議会とは？
2. 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」
3. 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」
4. 消費者志向経営とは？
「アンデルセングループの商品改善事例」
「お客様の声から生まれた商品」
アレルギー対応 ～すこやかロール、すこやかケーキ誕生ストーリー～



☆いただいた感想のご紹介☆

<全体を通して、感じたこと>

- ・商品について要望を伝えることは、自分のためだけでなく企業にも、その他の多くの人々の幸せにもつながっていくことが再確認できた。
- ・生活者と企業を良い関係(方向)に結びつけるべく活動していることが理解できた。日本ヒーブ協議会とその活動をもっとメジャーにすべき。
- ・企業ががんばるだけでなく、消費者側が意見を出していくことで、企業が発展していると知り、共同していくことが大事と感じた。

<ヒーブや企業について、他に聞いてみたいこと>

- ・消費者が生活力をアップさせる努力の必要性と、商品に対する疑問や問題点に関する声を上げることの重要性を理解することができた。
- ・日本ヒーブ協議会がこういった活動を通じて、こういった生活者、企業の発展に寄与しているかもう少し具体的に知りたかった。

<この講義で学んだこと>

- ・消費者志向経営を目指し、生活者視点にたった活動を行っていることを理解できた。
- ・生活力をアップさせること、メリット、デメリットの両側面を考えて自分なりの答えを出すことが大切。次世代の暮らしへの配慮も重要。
- ・生活者が不満や疑問を感じた時、企業に声をあげ伝えることが必要。消費者からの情報提供は消費者市民社会の実現につながる。