

消費者情報

2015 3月号
No.459



特集

2015年度の展望を語る
消費者主権を目指して!

特別企画 震災復興と消費者問題 I・II

<http://s-joho.jp/>

2015年度の展望を語る



上田 稚子

(うえだ・わかこ)

一般社団法人日本ヒープ協議会代表理事

消費者を取り巻く環境が刻々と変化

中、企業におけるお客様の声が重要であるとの認識は深まっている。日本ヒープ協議会でも消費者市民社会の実現にむけて課題解決の一つとして作成した「お客様の声を活かした55事例」を今年度は、消費者教育学会や市民講座、大学など多くの場所に出向き、具体的に語り伝える活動を続けてきた。具体例を講演して感じたことは、消費者主権を実現するためには、消費者の声がどんな形で社会に貢献しているのか、また、企業が消費者の声を活かすように努力しているのかを認知することの重要性である。実際に企業活動としてお客様の声を活かした多くの事例を知るとは、消費者の声が企業を動かす、また企業への理解と選択の眼を高めることで消費者市民社会の担い手を育てることにもつながると考えている。

情報を発信し続ける

近年ネット社会が広がり、知

たい情報が寸時に手に入るようになったかわりに、その情報が正しいかどうかの判断は個人に委ねられている。また、相次ぐ企業の不祥事などもあり不安と不信感から自分で自分にとっての正しい情報と真偽を問う人が増えている。「高齢化」、「情報化」、「グローバル化」と言われる時代では、情報が過剰になり、選択できない人や、逆に情報に耳を貸さずに今までを踏襲する人など消費者も価値判断が一様ではなくなっている。日頃企業のさまざまな消費者関連部門で働くヒープが感じていることは、生活者の認識と企業の常識にはギャップが多く存在し、それに対して必要な情報をわかりやすく発信し続けることの重要性である。おかげさまで「消費者情報」では、今年度2回掲載させていた「生活力アップ豆知識」を今年から年4回掲載させていただくことになり、多くの機会をいただきたい

たことに大変感謝している。

生活者と企業のパイプ役

生活力と一口に言っても個人差は大きく、企業のお客様窓口にも年代、性別、また文化の違う多くのお客様からお問い合わせがある。ヒープ協議会では、「お客様の声を活かした55事例」を外に広めるだけでなく、会員企業内に持ち帰り、他業種の事例からお客様の現状やその声を活かすポイントなど理解を深め、企業活動の改善にもつなげ始めている。

特にお客様対応部門の担当者に対しては、異業種での横のつながりを築き、生活者との良好なコミュニケーションを深めるための能力アップについて「お客様対応基礎講座」を継続して実施し、評価を得ている。これにより、消費者と企業の相互コミュニケーションを高め、さらに信頼を深めることで生活者と企業のパイプ役としてのヒープの

役割につなげたい。また、地方での

消費者行政の基盤強化が重要視されているが、日本ヒープ協議会も関西、九州に支部があり、各地で消費者団体と連携した活動を継続している。特に関西では、消費者関連4団体として講演の場や意見交換などに参画することで相互のネットワークを広げている。

今後も日本ヒープ協議会では生活者と企業のパイプ役として新しい価値を創造・提供することで、生活者の利益および企業の健全な発展に寄与することを使命とし、研究活動を通じて会員一人ひとりが企業の中で果たす役割を追求しアンテナを磨き、能力向上に努めていく。特に消費者市民社会の実現にむけて消費者教育の推進を軸に社会貢献につながる所存である。

本年も日本ヒープ協議会に対して皆さまのご指導、ご支援を賜りたくよろしくお願ひ申し上げます。