

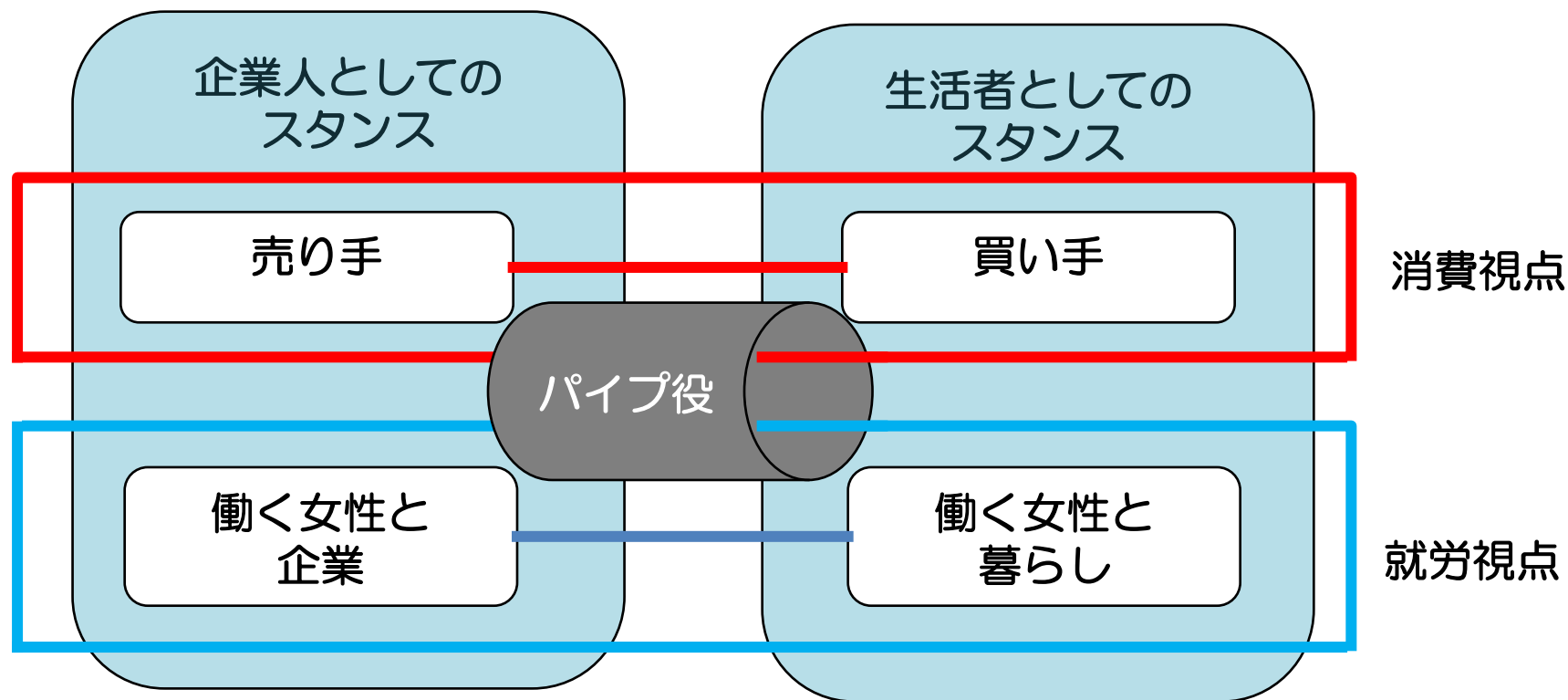
# 一般社団法人 日本ヒーブ協議会

～ ヒーブ (HEIB) = Home Economists In Business (企業内家政学士) ～

企業と消費者のパイプ役を果たすことを目的に  
1923年にアメリカ家政学会の一分科会として設立

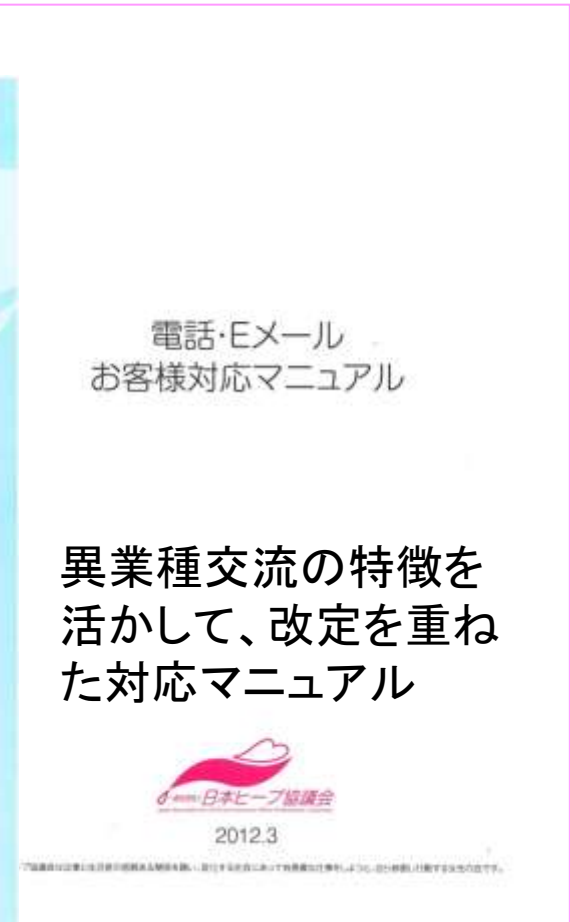
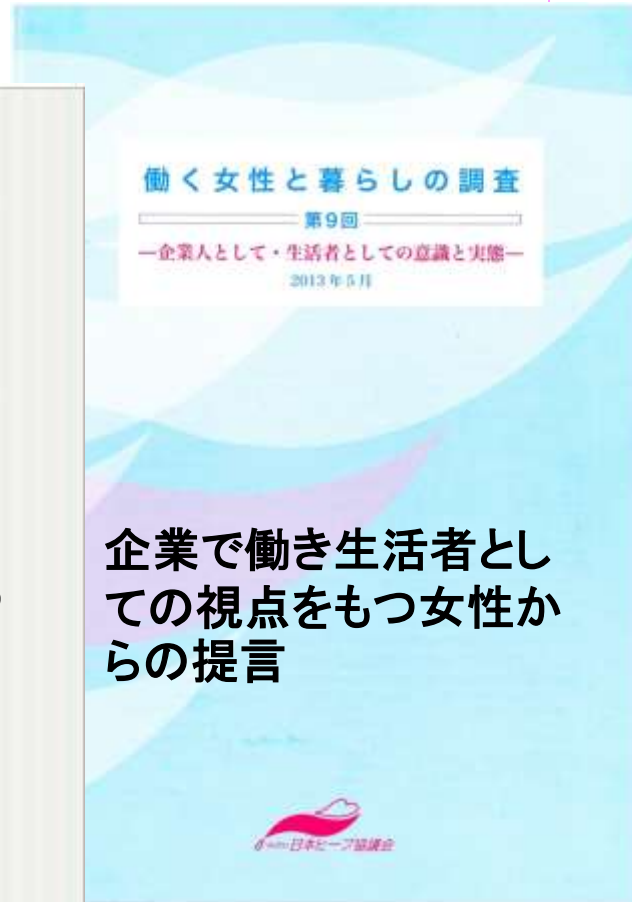
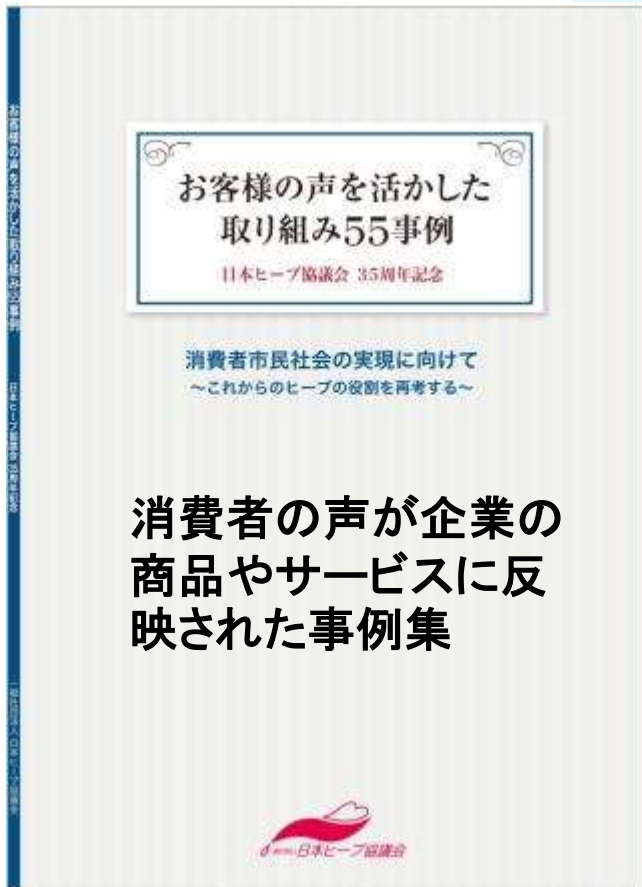
2014年9月16日  
代表理事 上田稚子

# 日本ヒーブ協議会における活動とスタンス



- 消費者相談、商品開発、マーケティング、広報関連部署等に勤務する女性で主に構成
- 企業側の視点と消費者側の視点を公平に維持できる特徴
- 東京の他、関西・九州に支部を持ち、連携して活動を実施

# 当協議会の活動ツールとしての成果物の例



# 当協議会における最近の関心事項・意見

## 【企業間ネットワーク形成による、よりよい企業活動の模索】

- 異業種もしくは同業他社間の女性交流によるノウハウの共有・蓄積と自社展開・応用
- 人的ネットワークの形成と連携によるビジネスチャンスの創出

## 【企業と消費者の媒介・相互理解推進によるギャップの縮小化】

- 消費者市民社会の構築に向けたコミュニケーションツールの開発と活用展開（消費者と企業のギャップの縮小化というアプローチからの消費者教育）
- 大／中小企業と消費者の声をつなげる活動の方法論研究
- 現場の情報を企業人・消費者の両立場から集約して一般化
- 独自調査の実施によるオリジナルデータの蓄積と対外発信

## 【企業と行政間ネットワーク形成による消費者への情報伝達促進】

- 消費者市民社会への実現にむけたアプローチ

# 時代と共に変化する消費者観・企業観

消費者 → 保護されるべき対象

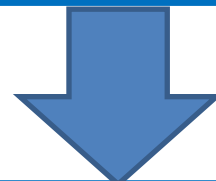
消費者 VS 企業

消費者の発信情報 → クレーム・苦情

消費者行政＝トラブル事例収集と対応(消費者救済と企業指導)

賢い消費者＝悪徳商法にひっかからない消費者

消費者教育＝トラブル回避・トラブル遭遇時の対処ノウハウ



消費者 → 自立行動すべき対象

消費者が育てる企業／企業が育てる消費者＝相互依存関係

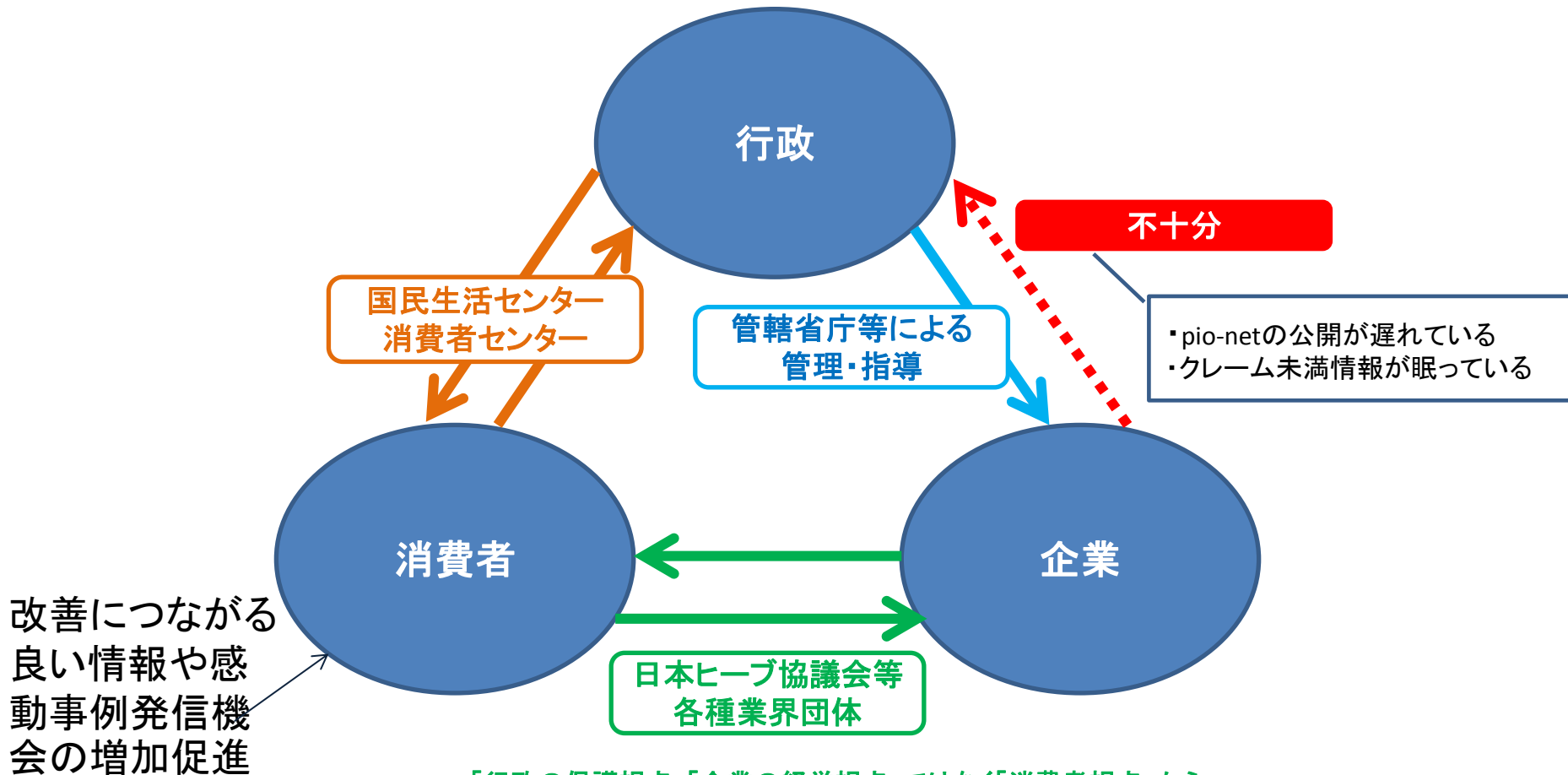
消費者の発信情報 → 企業への提案・提言・改善案

賢い消費者＝適切な情報収集により正しい選択と対処ができる消費者

消費者行政＝行政・消費者・企業間の連携

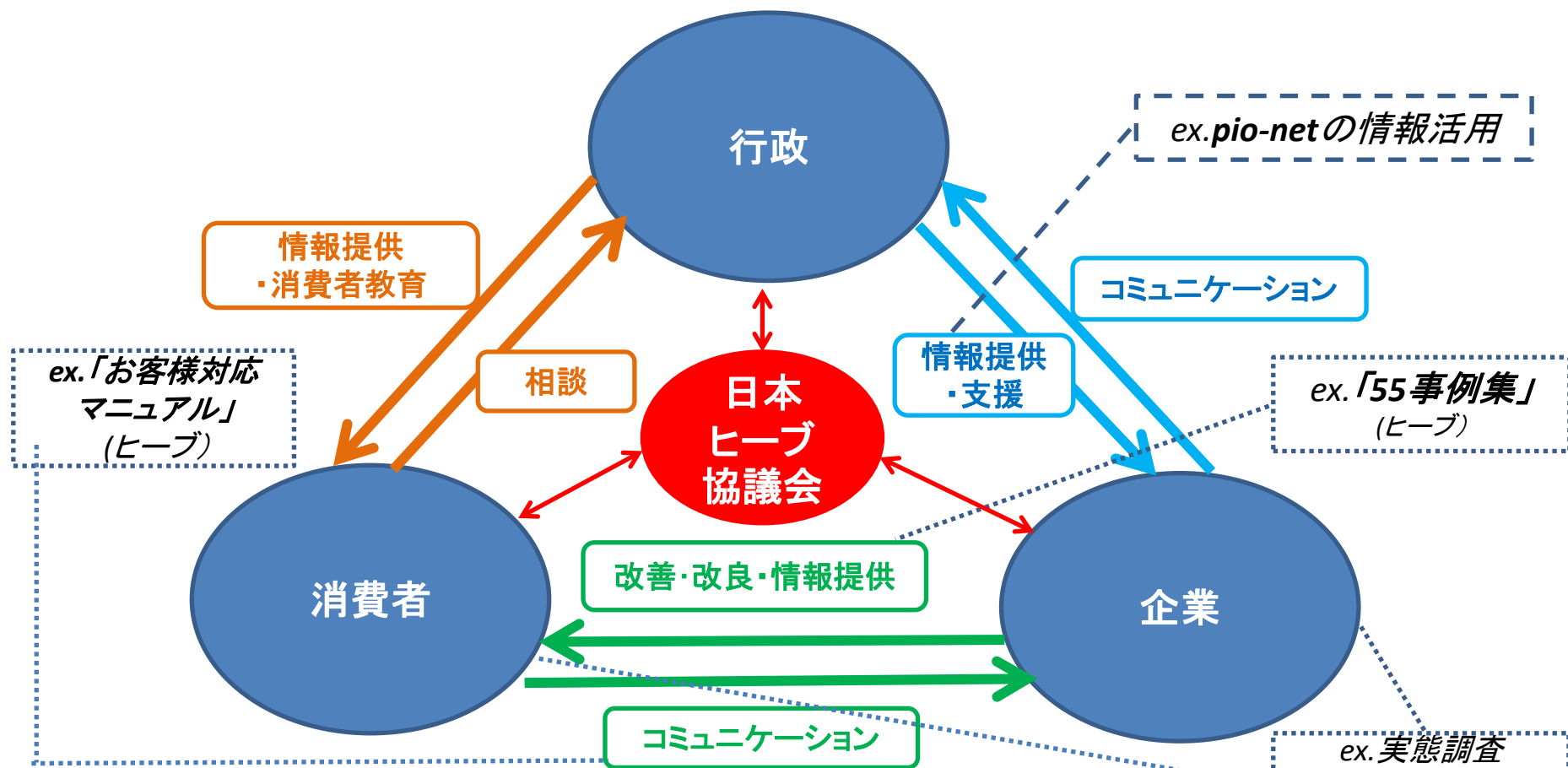
消費者教育＝自立的消費行動と倫理的消費による「三方良し」の社会発展

# 消費者基本計画の検証・評価と 新消費者基本計画への要望



\*「行政の保護視点」「企業の経営視点」ではなく「消費者視点」から

# 三位一体の消費者市民社会構築



\* ソーシャル型の消費者市民社会構築を目指す

= 企業は消費者に応え、消費者は企業を育て、行政は双方のバックアップと調整を行う

# ソーシャル型の消費者市民社会にむけた 協働(コラボレーション)提案

- 行政と企業におけるダイバーシティ対応の情報共有  
ex. 高齢者及び多国籍対応に向けたノウハウの蓄積と共有
- 消費者意識の実態把握  
ex. 消費者意識の情報収集(ヒアリング・事例収集・アンケート)
- 消費者教育  
ex. 消費者支援功労賞受賞者及び受賞団体との連携