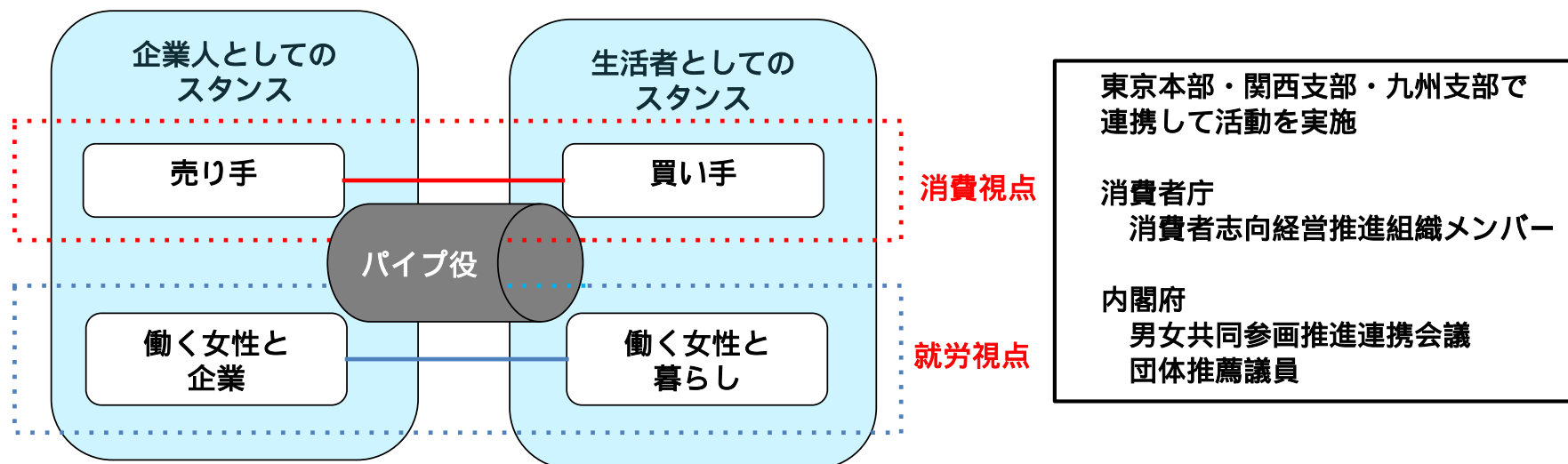


一般社団法人日本ヒープ協議会

～ ヒープ (HEIB) = Home Economists In Business (企業内家政学士) ～
日本ヒープ協議会は
企業と生活者のパイプ役を果たすことを目的に
アメリカ家政学会の分科会 (1923年) に倣い1978年に設立



代表理事 宮木 由貴子 (株式会社第一生命経済研究所)
副代表理事 梶原 織梨江 (日本生命保険相互会社)

2017年度の活動テーマ

三位一体で描く消費環境デザイン - 消費者・企業・行政で紡ぐ次世代の消費社会 -

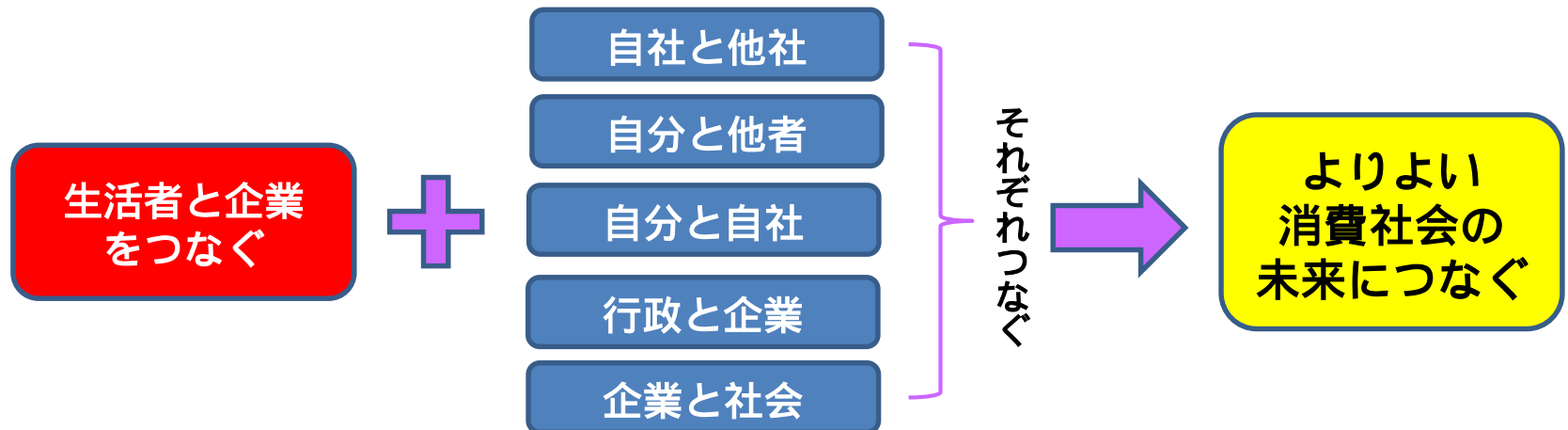
消費者志向と持続可能な社会に不可欠なのは消費者がどう考えるか、
次世代の消費や社会が今後どうなるかを見通すための

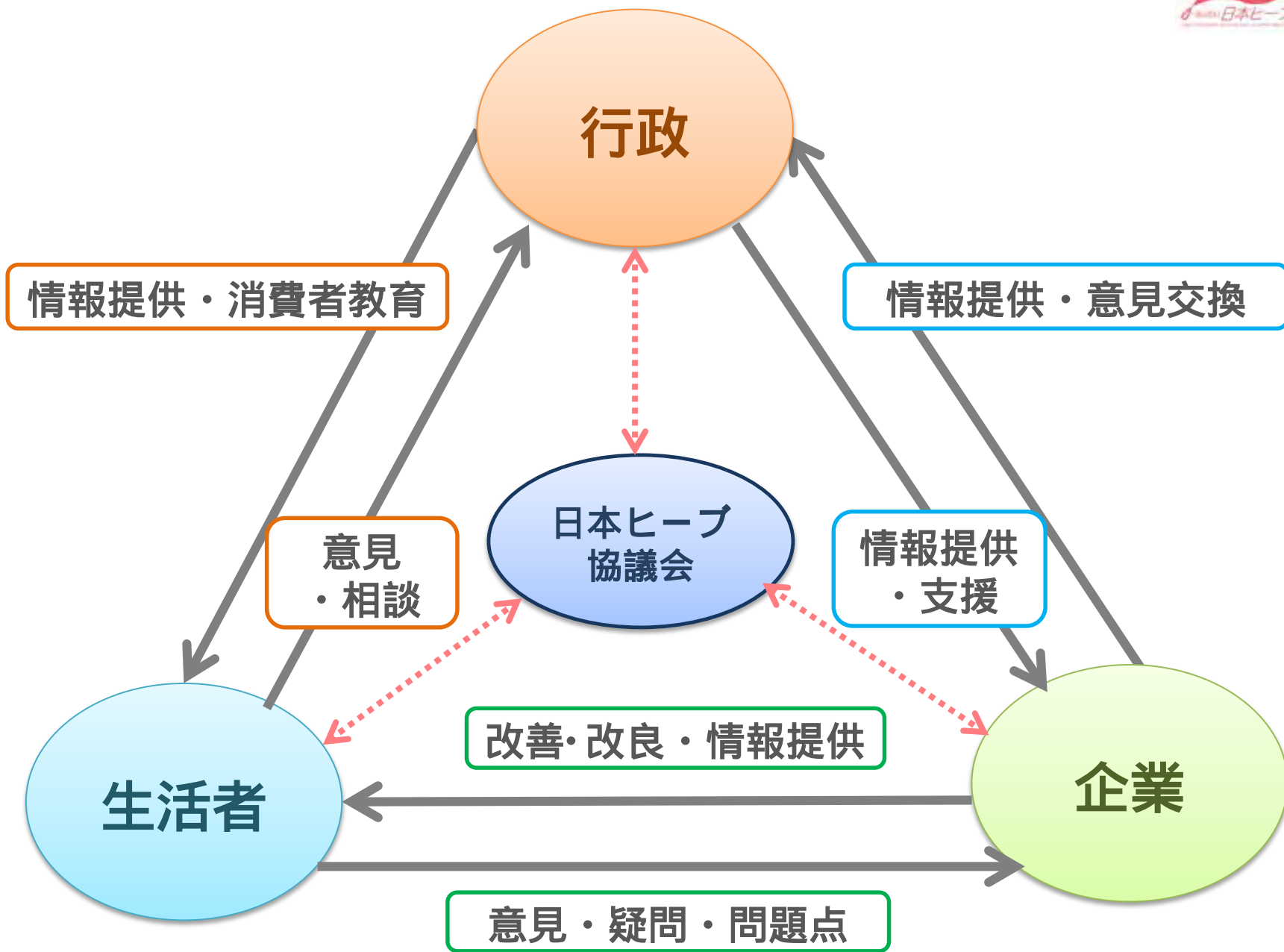
知識と想像力 = デザイン

次世代を含めてどのような消費環境を思い描くのか
それに向けてどのような活動・施策が必要であるのかを
ヒープの特徴を活かして横断的に検討し、社会発信する

生活者と企業をつなぐ役割に加え、

異業種で構成されている事業者団体としての強みと生活者視点を活かして
行政と企業のパイプ役、生活者と行政のパイプ役としての活動も





消費者を取り巻く環境の変化に対応した 日本ヒーブ協議会としての対応・試み

【1. 経済の好循環形成と消費者の安心・安全確保】

消費者の安全・安心な消費生活と企業の持続的な発展・成長を
同時平行的かつ安定的に継続するべく消費者志向経営を推進する
消費者庁「消費者志向経営推進組織」メンバーとしての関与
企業活動の情報提供を含む消費者教育(講演・セミナー活動)の展開

【2. 高齢化・独居化の進行】

高齢消費者の自立的かつ快適な消費生活に向けて
企業が積極的に対応していくべく情報収集・試行錯誤・情報共有を図る
日本ヒーブ協議会発行「超高齢社会における企業の消費者対応」(2016年)
イベント開催時におけるUDトーク使用等、ユニバーサルな情報発信トライアルの推進(2016年～)

【3. 女性の活躍の進展】

「ワーク・ライフ・シナジー」提唱による女性活躍推進と
企業における商品・サービスへの女性の生活者視点の積極的活用推進
内閣府・男女共同参画推進連携会議との共催イベント実施(2016年度・2017年度)

【4. 高度情報社会の進展】

ICT、BD、AIの活用や社会変化への対応に向けて
最新情報の共有・学習や未来予測手法の習得に取り組む
「デジタル産業革命」がビジネスを変える～事例に学ぶAI(人工知能)技術とソリューション～(2017年2月)
変化が激しい時代の「先を読む」～シナリオプランニングのススメ～(2017年8月)

消費者基本計画工程表改定に向けた 要望等について

消費者志向経営のさらなる推進に向けて

平成29年度の重点課題は「消費者志向自主宣言及びフォローアップ活動の促進」であるが、自主宣言企業数は未だ限定的 = 幅広い企業が参画するための仕組み作りとさらなる情報発信が重要。
例えば企業事例の積極的な共有や消費者志向経営を目指す企業の連携による情報発信等を推進

平成30年度以降の優理事例表彰をはじめ、ベストプラクティスの共有が取組促進に繋がる可能性はあるが、自主宣言企業へのインセンティブが不明確で、取組の拡大に課題。
消費者志向経営の効果の「見える化」が重要
例えば消費者志向経営が与える具体的なビジネスインパクトを社会に発信(経産省との連携も視野に)

トップダウンの消費者志向経営を支えるための、ボトムアップ(プロダクトイノベーション、プロセスイノベーション)、事業者団体の強みを活かした業種横断の優理事例発信など取組を強化。
日本ヒート協議会のような幅広い職種に就く消費者視点を持った女性における一層の意識喚起と活動

適正な取引の実現

事業者及び事業者団体を通じた消費者教育を活性化させる
企業内(各従業員)の消費者意識喚起・知識向上と消費者視点の醸成を推進
(特にダイバーシティ推進が活発な職場においては多様な領域への波及効果が期待できる)

消費者が主役となって選択・行動できる社会の形成

消費者の全体像の把握
立体的な消費者像の把握に向けた多様な機関の連携
多視点・多様性を持つ企業・行政・団体間における一層の情報共有
共有された消費者情報の建設的な活用 = 将来の消費環境整備を見越したに向けたデータ分析・活用