

# 一般社団法人 日本ヒーブ協議会

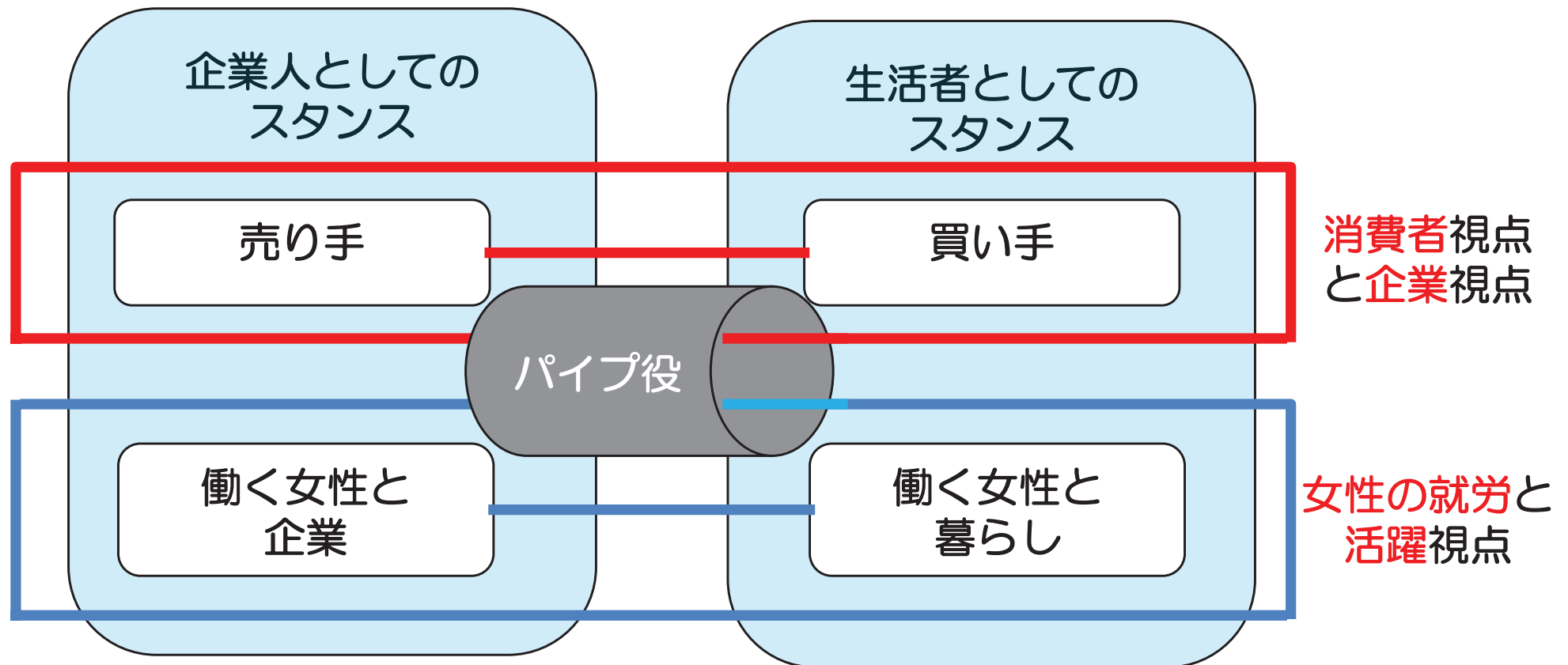
～ ヒーブ (HEIB) = Home Economists In Business (企業内家政学士) ～

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

日本ヒーブ協議会は1978年に設立

2015年10月27日  
代表理事 川口徳子

# 日本ヒーブ協議会における活動とスタンス



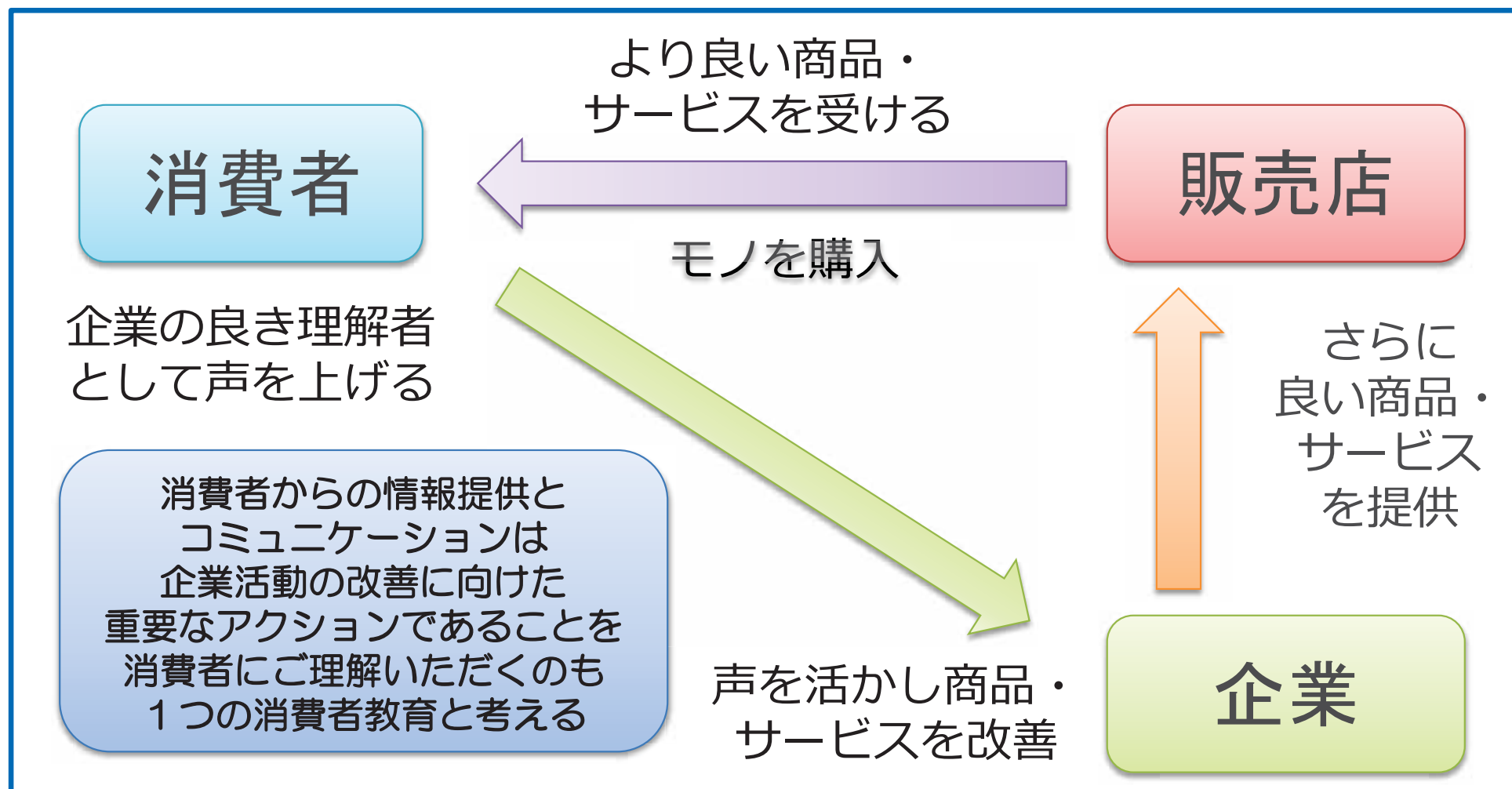
- 消費者相談、商品開発、マーケティング、広報関連部署等に勤務する女性で主に構成
- 企業側の視点と消費者側の視点を公平に維持できる特徴
- 東京の他、関西・九州に支部を持ち、連携して活動を実施

# 消費者基本計画における 日本ヒーブ協議会の問題意識

消費者基本計画「5年間で取り組むべき施策の内容」より

- ① 消費者の**安全の確保**
  - (1) 事故の**未然防止**
  - (2) 事故等の**情報収集と発生・拡大防止**
  
- ⑤ 消費者の**被害救済、利益保護**の枠組みの整備
  
- ④ **消費者が主役となって選択・行動**できる社会の形成
  - (2) **消費者教育の推進**
  - (3) **消費者団体、事業者・事業者団体等の取り組みの支援・促進**

# お客様の声とコミュニケーション から考える消費者志向経営



消費者の行動で企業が変わり、社会が変わり  
消費者市民社会の実現につながる

# 「お客様の声を活かした取り組み55事例」

(2013年 日本ヒープ協議会35周年記念)

- ・ 企業はお客様の声を活かして取り組みをしているが、消費者には伝わっていないケースが多い
- ・ 異業種企業団体の特性を活用して冊子にまとめて、消費者・企業の協働の重要性を伝える



## 企業の取り組み事例を6カテゴリーで分類

1	商品品質	13事例
2	表示	14事例
3	使い勝手	7事例
4	サービス・システム	3事例
5	新商品・新サービス	12事例
6	環境配慮・社会貢献活動	6事例

企業がお客様の声から消費者のライフスタイルや社会の変化を捉え  
商品・サービスの改善や開発に活かした事例として紹介

# 消費者教育への活用実績

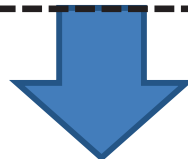
2014年	
2月25日	国民生活センター 全国消費者フォーラム
5月19日	前橋市 消費者講座
6月28日	神奈川県 消費者カアップ講座
8月18日	日本消費者教育学会・国民生活センター 消費者教育学生セミナー
10月5日	日本消費者教育学会 第34回全国大会（札幌）にて発表
10月18日	文部科学省 消費者教育フェスタ in堺
11月4日	武蔵野美術大学
11月19日	神奈川県 消費者カアップ講座

2015年	
1月22日	和歌山大学
3月5日	日本能率協会 マーケティング総合大会
3月22日	文部科学省 消費者教育フェスタwith土曜学習 in川崎市立西生田小学校
7月3・6・30日	京都調理師専門学校 食品衛生での授業
10月4日	日本消費者教育学会 第35回全国大会（佐賀大学）にて発表

# 時代に合わせた課題への対応

## — 高齢者対応の現状 —

- 多くの企業のお客様対応部門において、高齢者対応は早急に対応を検討すべき課題となっている
- PIO-NETデータ情報を見ても高齢者に関する相談が依然として目立つ
- 高齢者対応の参考事例が少ない
- 明確な対応方針が打ち出せない
- アドバイスを受ける窓口が見当たらない



**実態調査による現状把握と対策の必要性**

# 「企業の高齢者対応」に関する調査・研究

高齢者を取り巻く消費環境の実態把握

(協力:消費者力支援研究所)

企業における取り組み事例 + お客様相談従事者の声

(対象:日本ヒーブ協議会会員企業)

高齢消費者へのヒアリング

(協力:筑波大学 みんなの使いやすさラボ 略称:みんらぼ)

冊子化 → 社会で共有



# 第4次消費者委員会活動への要望

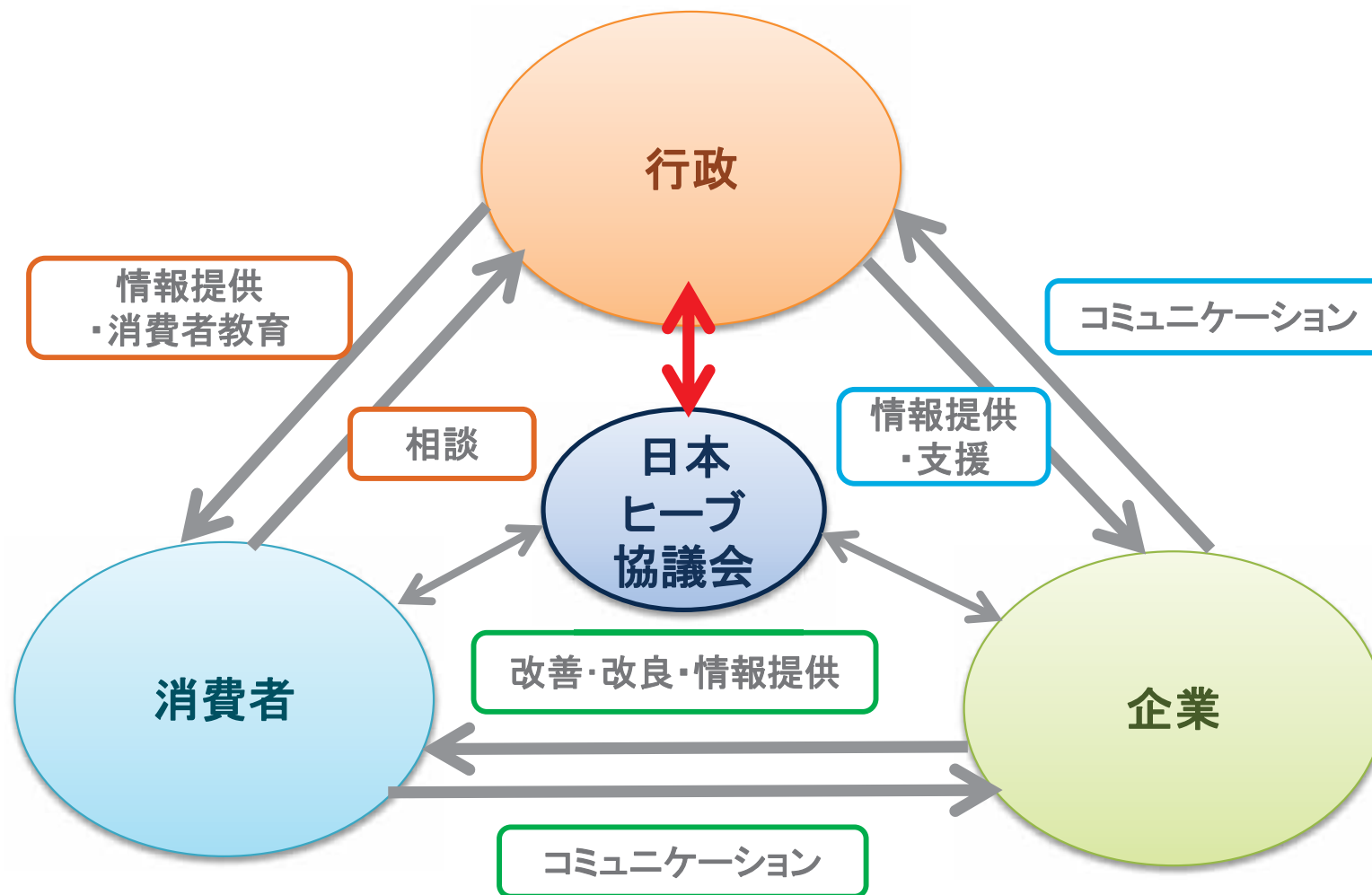
## 消費者と企業の関係づくりの支援



対立関係ではなく、連携・協働して消費者市民社会を構築する関係

企業と消費者の共生に向けて  
グローバル視点・エシカル視点から長期的に日本の消費環境を考える  
そのために不可欠なのは企業と消費者のコミュニケーションと相互理解

# 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