

# 超高齢社会における企業の消費者対応

## お客様の声を活かした取り組み33事例

### ◆目次◆

第1部 企業における高齢消費者対応

第2部 企業と高齢者の実態

第3部 高齢消費者を顧客にする企業活動<ヒューブ視点からの提言>

企業の対応  
事例収集

現場の声  
お客様相談現場の実態

高齢者の声  
定性・定量調査

超高齢社会における  
企業の消費者対応

お客様の声を活かした  
取り組み33事例

# 企業の対応: 33事例収集

## ◆分類◆

1. 見やすさ: 3事例
2. 使いやすさ: 7事例
3. 健康維持へのサポート: 5事例
4. 介護・自立支援: 5事例
5. 買い物サポート: 5事例
6. 安全への配慮: 2事例
7. 安心サポート: 6事例

## ◆構成◆

- カテゴリー
- 企業名
- 商品・サービスの特徴
- 始めたきっかけ
- 対応内容
- 工夫した点
- 成果

### 1. 見やすさ①

日本ハム株式会社  
■設立年月日: 1949年5月30日  
■業種: 肉製品製造業・食肉卸売業

## 調理方法を一目でわかるように

調理方法の記載にイラストを多用し、調理のポイントや流れをわかりやすくして、文字を全て読まなくても、間違えずに調理ができるようにしました。

1  
見やすさ

### ■始めたきっかけ

『中華名菜』シリーズで「どのタイミングでソースを入れるのか」、「最後まで中火のままで良いのか」『石窯工房』シリーズでは、「ピザはトレイごと焼くのか」、「ソースはいつかけるのか」、「どの調理器具で焼いたら良いのか」など、文字で記載してあっても、高齢のお客様から調理手順への問い合わせがあった。  
・今まであまり調理をしていなかったと思われる高齢者男性から、調理方法の問い合わせが増えた。

### ■対応内容

『中華名菜』シリーズ、『石窯工房』シリーズの調理方法の記載を改良した。

ユニバーサルデザインフォントを使用して、読みやすく!



### ■工夫した点

・黒い帯の手順のところを目立たせて、高齢者にも読みやすいように文字を白抜きにした。  
・複数の器具の調理方法を、表に記載して、ひと目でわかるようにした。

### ■成果

・高齢者のグループインタビューで、改善前と比較して「見やすく、調理方法がわかりやすくなった」との評価を得た。  
・消費者アンケートで「調理方法がわかりやすい」との評価を得た。  
・「手順を間違えた」「どのように調理するのか」などの調理に関する基本的な問い合わせが減った。