

第29回 消費者問題懇話会 「企業の評判管理と消費者への情報発信 ～期待されるお客様対応部門の役割と広報活動～」

2月22日（金）ドーンセンターにて、第29回消費者問題懇話会が開催されました。賛助会員11人、一般17人、NACS会員12人、講師・来賓4人、報道1人、スタッフ13人の合計58人と例年にもまして多くの方が参加され、テーマへの関心の高さがうかがえました。

情報化社会である現在、消費者は企業に関して様々な情報を得ることができ、またその声は社会に大きな影響をあたえることもしばしばです。今回の消費者問題懇話会のテーマは、消費者の持つ企業イメージの重要性に注目し、企業の評判管理と消費者への情報発信としました。

三沢支部長のあいさつに続き、近畿経済産業局・消費経済課長 森口悦光氏があいさつされ、改正消費生活用製品安全法、改正電気用品安全法のポイントを解説していただきました。

■レピュテーション・マネジメントの重要性

講演は、始めに株式会社三菱総合研究所 経営コンサルティング本部 経営情報グループリーダーの佐々木康浩氏に「レピュテーション・マネジメントの重要性」についてお話していただきました。インターネットなどで一般の人が情報を発信することが可能になった今、うわさや評判で企業の業績が左右されることもあります。そういったことを背景として、多くの企業が「レピュテーション・マネジメント」（＝企業の評判管理）に力を入れるようになったという状況をわかりやすく解説されました。

また他方、商品の研究開発をするとき、そのアイデアを広く世界の専門家に求める企業が増えてきています。その際、この会社になら協力したいという信頼感を得るためには、高いレピュテーションが不可欠というお話が印象的でした。



（熱弁をふるう佐々木氏）

■広報のメディアリテラシー

次に株式会社毎日放送 コンプライアンス室 室長の木田洋一氏から「広報のメディアリテラシー」についてのお話がありました。木田氏は報道担当として、また広報担当として両方の経験をお持ちである立場から、企業における広報活動のあり方などについてお話していただきました。企業もマスメディアも消費者や視聴者の立場に立って物事を考えることが基本だが、それが難しいことから不祥事が起こるといったお話で、広報活動の根本をあらためて知ることができました。

■お客さま対応の行動指針JISQ10002：2005について

その後、ACAP 常任理事・西日本支部長 馬場新一氏から、お客さま対応の行動指針である「JISQ10002：2005」についてのお話があり、その内容や必要性、メリットなどをご説明いただきました。

■意見交換会

講演後は、5～6人ずつのグループに分かれ、意見交換会を行いました。内容ある講演後のためか、ぜひ意見交換会にも参加したいという方が当初の予定よりも増え、どのグループからも活発に話し合われる声が聞こえました。

日ごろ消費者問題にかかわる方々の勉強や交流の場となる、充実した懇話会になったと思います。次回はぜひ皆さんも参加してください。

（大阪 一瀬久美）

参加企業（五十音順）

アース製薬(株)、(株)アンズコーポレーション、
(株)NTT ドコモ関西、大阪ガス(株)、花王(株)、
関西テレビ放送(株)、キリンビバレッジ(株)、
(株)KTC ホールディングス、サントリー(株)、
(株)滋賀ディーシーカード、(株)スカイ、(株)千趣会、
宝酒造(株)、(株)ダスキン、東洋紙業(株)、
トヨタカローラ浪速(株)、西日本電信電話(株)、(株)ニッセン、
(株)ノーリツ、P&G ジャパン(株)、(株)ピュア、
(株)びわこ銀行、(株)藤井大丸、松下電器産業(株)、
松下電工(株)、三基商事(株)、ミズノ(株)、
明治乳業(株)、雪印乳業(株)