

## F-7 企業と消費者のコーディネート・システムに関する総合的研究(その1)

○有野家政 権山乙子、相澤女子家政 山崎進、木村祥枝、大妻女子家政 青木尚、共社家政 松島千代、  
和洋女子家政 瑞可ノ子、東洋女子家政 松岡明子、不逞女子家政 大塚信也

目的 オス次世界大戦を契機として、わが国民生活は急激な変遷を遂げた。特に1960年代以後の高度大衆消費社会は個人、企業、行政の緊密な関係をクローズアップさせた。この三層の一体感を緊急にせまられている現代社会において、家政学の果たす社会的役割を明確にするものとして、H.E.B (Home Economists in Business) 活動と主軸とした実態調査と、その育成に因する研究を行った。方法、①昭和50年国民生活センターの「企業における消費者窓口の現況調査」を参考として、株式市場1、2部上場の全企業を対象とし、直接関係に消費者と意思疎通を計る窓口がシステム化されているかどうか、そのなかで家政系大学、旧専門学校出身者の活動の実態をアンケート法によりオノ調査とした。②オノ調査の結果から企業側とヒープに対し詳細なアンケート調査を行う。企業側に対してはヒープ採用の効果、ヒープ養成に対する要望と問題点、今後の見通しと待遇ヒープには化争の内容、業務活動に必要な知識と技術、個人生活上の問題点等を明確にしようとするものである。③本研究ではヒープに類するものとして、国民生活センター、消費生活センターおよび農林省生活改善普及員の実態調査と、ヒープ活動の歴史をもつ企業合衆国の実態調査とを加えた。④オノ調査の結果から詳細に知るべきものを抽出し、業種別に役割分担し、面接調査を進めている。結果、わが国におけるヒープの認識とその活動、今後の見通し、それに対応する家政系大学のカリキュラムの編成および家政系大学で行うべき再教育の必要性を認め得た。本報告は文部省学術国際局昭和57年度科学研究「総合研究(A)補助費」による研究の中間報告である。