

若手の会ワークショップ報告 ー生活経営領域ー

●テーマ：「家政学を活かす-家政学的な視点が企業で生きる-

●日時 平成 18 年 5 月 28 日（日） 15:00～16:00

●場所 秋田大学 教育文化学部 3 号館 150 教室

●講師

・ 柿野 成美 先生 (財) 消費者教育支援センター

・ 小島 みさお 先生 花王 (株)

司会（佐藤）：仕事のなかで家政学的な視点が活かされていると思うことは何でしょうか？

柿野：現在、(財) 消費者教育センターの副主任研究員として、機関誌の企画・編集や、企業の出す教材の表彰制度の事務局、内閣府の委託事業の担当などを行っています。要請を受けて、消費者教育に関する講演会の講師をつとめることもしています。先日、内閣府の委託事業で高齢者の消費者トラブルに関する調査を手がけた際には、作成した調査報告書に載せた提言のいくつかが実際の政策となったものがあって、仕事のやりがいを感じているところです。

「仕事の中に家政学がどのように活かされているか」については、「人の一生をトータルに捉えて常に生活者の視点で物事をみる」という姿勢を育ててもらった気がしています。常に「消費者」、「生活者」の代弁者ということでコーディネートすることが、企業や社会のなかで求められている私の立場ではないかと感じています。大学でも、企業と生活者の間に立って、「生活者」の声をきちんと伝えることのできる力を育てるという、具体的なアプローチが必要かと思います。私は学生時代、生活経営領域のなかでも生活経済を中心に学んできましたが、現在の職場に入いった当初は学んだことを活かすことが十分にできていないように感じていました。その経験から、今から2年前にファイナンシャル・プランナーの資格をとりました。大学時代にも、理論と実践とをつなげる形での資格取得を考えられたら良かったと思います。それから、世の中に起きている問題の解決に向けて、どのようなプロセスをたどればいいのか、卒業後の職業とも関連を持たせて、先輩方から話を聴く機会があればよかったです。

小島：花王株式会社に入社して最初の5年間は消費者相談室に勤務し、主に電話での消費者の問い合わせや苦情に対応する仕事を担当しました。その後、おむつの商品開発を担当する部門に移り、8年前より、「生活者研究センター 生活者研究部」に在籍しています。生活者研究センターの役割は、生活者の意識と行動をより深く探索してよきモノづくり、生活提案につなげていくというものです。

私たちの仕事は、「生活者はこんなことを考えているんだ」とか、「生活者に、どんな商

品が必要とされるのか」等の仮説をつくりながら生活提案を具体化し、商品に活かせるようなサイクルを作ることです。私どもは特に定性調査に力を入れ、モニターの方々を一軒一軒まわって生活者のニーズを確認することを重視しています。異動当初、高齢者介護に関することを中心に扱っていましたが、定性調査をする中で、要介護家族を抱える過程で一番負担が大きいのが排泄の問題だということが分かりました。そこで要介護者の排泄トラブルに対応できるケア方法を開発し、その生活提案を介護者に試していただいたところ、実際にトラブルが解消されたという結果を得ました。このときは、自分の研究が実生活に生きるということを目の当たりにして、ものすごくやりがいのあることだと感じました。以前、3年間、「日本ヒープ協議会」の役員をつとめました。介護負担軽減の取組みのテーマで、「ベスト・ヒープ賞」を頂きました。

「生活者研究」というのは複合的な視点が必要ですので、学生時代に「家族」だけではなく、いろいろな領域についても勉強しておくべきだったなと思います。学生時代の勉強を土台にして入社5年目のときに「消費生活アドバイザー」の資格をとりました。企業と生活者のパイプ役としての実践意識が、今の仕事に活きているように感じています。

私は、企業のあるべき姿は「生活している人々の生活レベルを向上させること」だと思います。生活者にとっての代弁者でありたい、商品をつくっている研究所や工場にも生活者の声を届けたい、専門分野を研究している先生方の研究をもっと実学として現場に持ち込むお手伝いをしたい、と思っています。大学で、生活者として自分はどうしたいのかということ、色んな現場に行き考えてみる実習を組んで頂きますと、企業に入った際に必要な企画力やコーディネート力もつくと思います。家政学は複合領域ですから、色んな領域とコラボレーションしながら企業と協力しながら研究を進めていけたらよいと思います。

司会：皆さんから何か質問はありますか？

参加者：小島さんに質問です。家政学をベースにした人と、それ以外の領域の人とでは、商品開発や生活者研究における視点に違いはありますか？

小島：花王という会社自体が生活者視点を重視しているのでなんともいえませんが、家政学出身の人は生活に密着した事柄を学んできていますので、「消費者ニーズがわかるだろう」ということで生活調査を担当するということがあります。「生活者研究センター」には、家政学のほかに、経済学、社会学、心理学など文系出身者もいますし、実際に実験などをしたりしてデータで実証する必要がありますので、理学部など理系出身者もいます。

司会者：私から一点、質問があります。家政学のなかでも特に生活経営学の領域では、「生活の営みのなかで人が育つ」という視点が強いように思います。一方的に「消費者」でもなく「生産者」でもない、「生活」を通して人が育っていく営みを重視するということです。

企業のなかで消費者の声を代弁しつつも、そこから企業が消費者を育てていく過程を支援していくという動きはありますか？

柿野：私の仕事そのものが消費者の自立支援ということにあり、今回の「企業」という立場の発言としては、的はずれかもしれませんが。最近の傾向は、消費者をただ保護することではなく、消費者が社会のなかで自らの権利を自覚し、それを実現でき、その行動に責任をとっていけるように、また必要な場合には法的な支援を行おうという流れです。

なかでも昨年度、深刻化する高齢者の消費者トラブルに対応するため、ご本人だけでなく家族をはじめとする周りの方々に気遣って頂こうという主旨で内閣府が「高齢者の消費者トラブル見守りガイドブック」を制作し、私はそのとりまとめを担当しました。これを使って全国各地で見守り活動をしていただいているそうです。このような支援はまさに生活経営学的なものだと思います。

小島：「生活者」は「自ら選択し、自立する存在」であり、豊かな生活をおくっていただくために我々企業は何ができるのか、という視点が大事だと思います。私たちは消費者という見方ではなく、生活の営みのなかで発生している問題を重くとらえ、その生活者自身が変わっていけるための商品づくりを目指して日々、仕事をしています。

司会：それでは時間になりましたので、ここで終わりにしたいと思います。どうもありがとうございました。

以上