

日本ヒーブ協議会

40周年記念

Design the Future

生活者と企業のこれからを描く

Design the Future

生活者と企業のこれからを描く

生活者視点を実践し 新しい価値を生み出す

目まぐるしく社会が変化する時代において、
多様化する生活者のニーズと満足を追求しつつ、
企業が持続的に発展するためには、何が必要なのか。

40年間、生活者視点を持った活動を実践するなかで、
新しい価値を生み出してきたヒープが、
生活者と企業のこれからを描きます。

はじめに

日本ヒーブ協議会は、おかげさまで設立40周年を迎えることができました。また関西支部、九州支部においてもそれぞれ35周年、25周年を迎えます。

これまでヒーブは、生活者と企業のパイプ役として長年にわたり活動してきましたが、生活者と企業を取り巻く環境や男女共同参画の状況の変化を踏まえ、ヒーブのあり方と社会的役割を再考する時期にきています。

本書は、日本ヒーブ協議会設立40周年という節目の年にあたり、ヒーブの変わらない軸である「生活者視点」を企業活動でどのように活用してきたのかを再確認しました。その強みを土台として将来を描き、生活者と企業の新たな関係性について提言することを目的としています。不確実性の高い現代社会において、未来を描くことは容易ではありませんが、消費と就労のフィールドから新しい価値を生み出し続けるヒーブとして、次世代へつなげる情報発信を試みました。本書を通じ、より一層ヒーブへの理解を深めていただくとともに、新たに関心を持っていただく方が増えることを願っております。そして、皆様と一緒に、当協議会の活動をさらに進化させていきたいと考えています。

最後になりましたが、本書の発行にあたり、会員企業はじめ、関係者の皆様に多大なるご協力をいただきましたことを、心より御礼申し上げます。

2018年9月
(一社)日本ヒーブ協議会

ヒーブとは

ヒーブ(HEIB)は Home Economists In Business (企業内家政学士)の略で、生活者と企業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されました。

日本では、1970年代から消費者運動が台頭し始め、アメリカからHEIBの考え方が導入されましたが、アメリカとは異なり家政学出身に限らず、「生活者と企業のパイプ役」として企業の消費者関連部門等で働く女性が集い、1978年に日本ヒーブ協議会が設立されました。また、会員の女性たちを、カタカナで「ヒーブ」と呼ぶことにしました。



ヒーブは、生活者と企業の双方を理解し、時代の変化をとらえながら、新しい価値を創造・提案する活動を40年間続けてきました。

その躍動感としなやかさを表現したロゴマークは、現在も色あせることなくヒーブを象徴しています。

Design the Future

CONTENTS

第1章では、40年間一貫したヒープの軸と

消費と就労のフィールドで培ってきた強みを再確認

第2章では、強みを土台に将来を描き

「生活者と企業のダイナミックな新しい関係」を提案

1

ヒープ視点と実践

変わらない軸と培ってきた強み

-
- 06 40年変わらないヒープの根幹と軸
「生活者視点」の in business での実践
 - 08 消費と就労のフィールドで培ってきた
ヒープの強み
ワーク・ライフ・エナジーとワーク・ライフ・シナジー
 - 10 ワーク・ライフ・エナジーで
新しい価値を生む
ワーク・ライフ・エナジーの実践
 - 16 ワーク・ライフ・シナジーで
新しい価値を生む働き方
ワーク・ライフ・シナジーの実践

2

将来を描く

強みを土台に次のステージへ

22 常に将来を描き進化するヒーブ

24 将来を描くヒーブのアプローチ

ヒーブ・シナリオプランニング 未来創造型アプローチ
「生活者と企業のダイナミックな新しい関係性シナリオ」

32 ヒーブがめざす社会

「生活者視点」中心のデザイン型共創社会へ

34 生活者と企業のダイナミックな新しい関係へ

三位一体のアクションの方向性
ヒーブのアクションの方向性

3

38 40年の歩みと最新の活動

40年の歩み／最新活動情報／
設立40周年寄稿メッセージ／会員企業一覧

1

ヒープ視点と実践

変わらない軸と培ってきた強み

今日、企業経営として
社会に求められる新しい価値を生むために
企業の中の真の「生活者視点」強化と
経営意思決定に繋ぐ力が
重要になってきている

40年変わらないヒーブの根幹と軸

ヒーブの根幹は

「生活者視点」をビジネスで実践することです。

40年間変わらず、企業人軸と生活者軸をあわせ持つことを強みに
生活者と企業の双方を理解し、新しい価値を生み出してきました。

ヒーブの根幹

「生活者視点」の in business での実践

ヒーブのミッション

生活者と企業の双方を理解し
新しい価値を創造・提供することで
生活者の利益および企業の健全な発展に寄与

40年一貫したヒーブの強み

ヒーブ視点=生活者視点+経営視点



「生活者視点」
in business

1

ヒーブ視点と実践

2

将来を描く

3

40年の歩みと最新の活動

消費と就労のフィールドで培ってきた

ヒーブは、企業人としての軸と生活者としての軸をあわせ持つ強みを

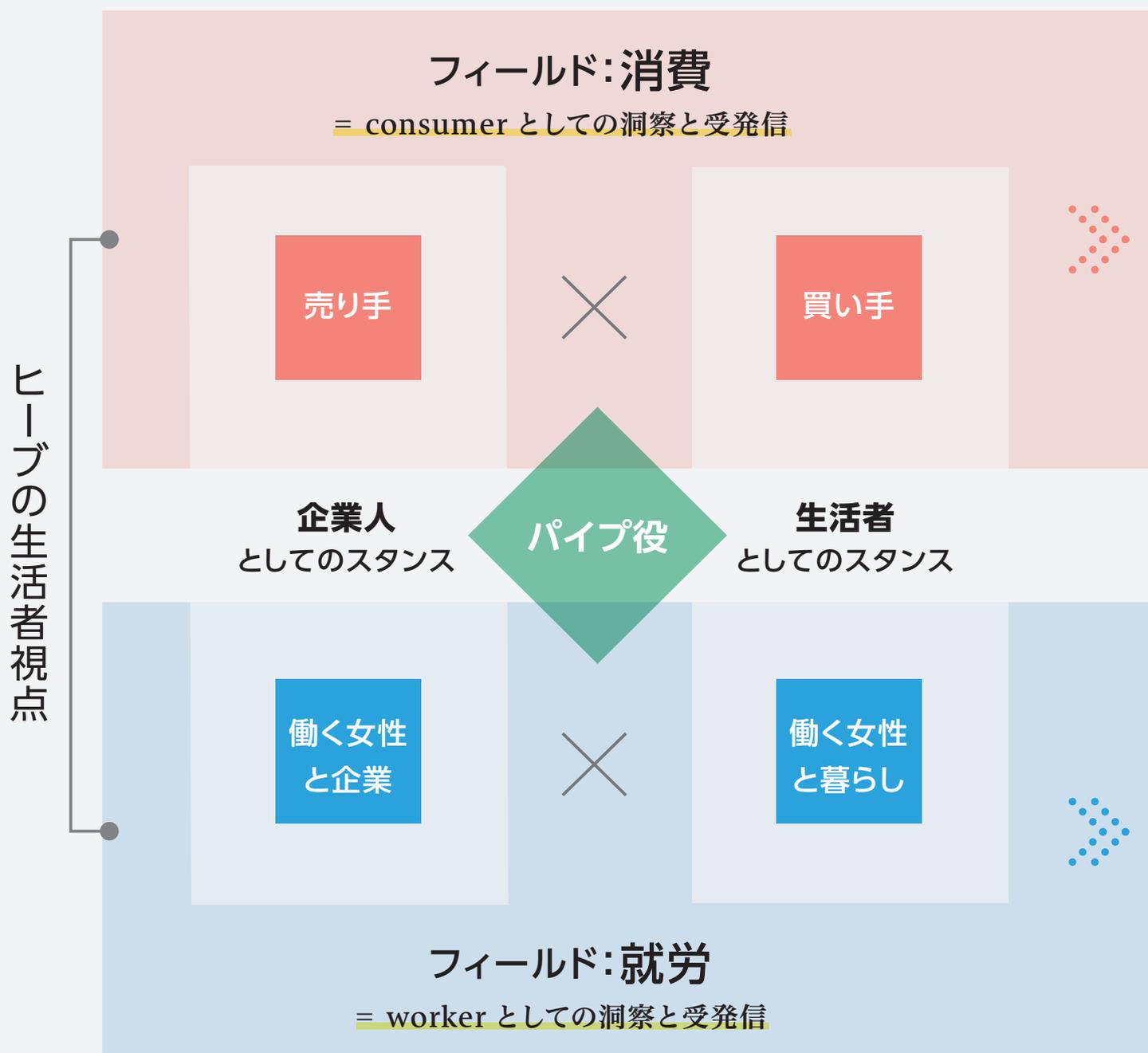
消費と就労のフィールドで発揮し、培ってきました

消費のフィールドでは、売り手・買い手の両方の立場から洞察することで

企業が新しい価値を生む源泉を創り出してきました。 ⇒ **ワーク・ライフ・エネルギー**

就労のフィールドでは、仕事・暮らしの両方を充実させ、相乗効果を持たせることで

新しい価値を生む働き方を提案してきました。 ⇒ **ワーク・ライフ・シナジー**



ヒープの強み

1

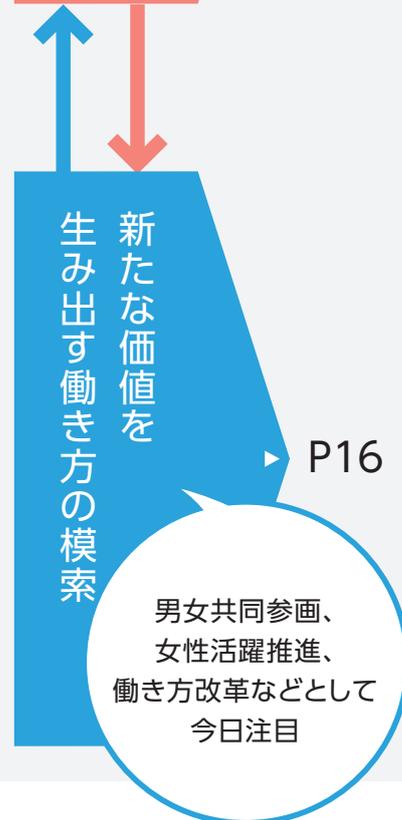
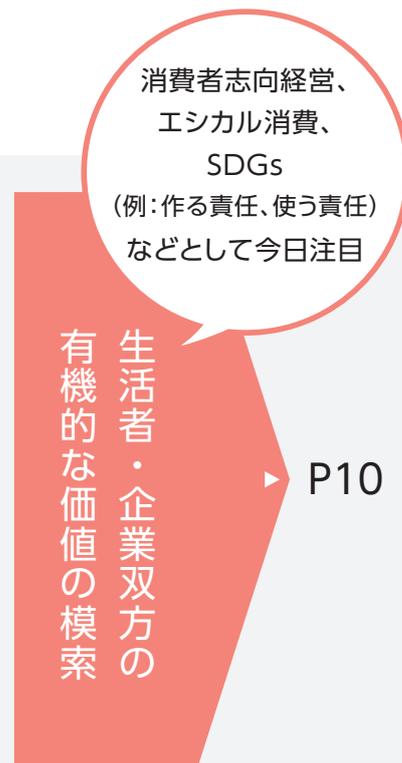
ヒープ視点と実践

2

将来を描く

3

40年の歩みと最新の活動



ワーク・ライフ・エナジーで 新しい価値を生む

消費のフィールドでは
売り手・買い手の視点をあわせ持つことを強みとして
ワーク・ライフ・エナジーを生み出し
新しい価値を創造してきました。

ヒープ視点 = 生活者視点 + 経営視点

フィールド：**消費**

ワーク・ライフ・エナジー

フィールド：**就労**

ワーク・ライフ・シナジー

生活者視点で 新しい価値を生む

真の消費者志向経営へ

生活者視点での
コミュニケーション



生活者視点での
価値の具体化



たとえば、日本ヒープ協議会における実践活動では・・・

活動Ⅰ

生活者の声をきくスキルを高め、
顧客満足度向上につなげる活動

▼
P12

活動Ⅱ

生活者と企業の認識の
ギャップを知り、解消する活動

▼
P14

ワーク・ライフ・エナジーで 新しい価値を生む

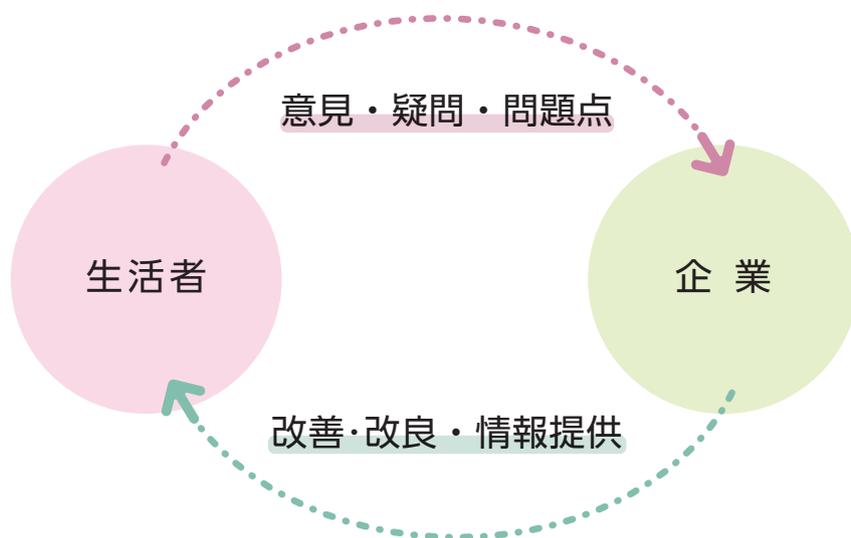
消費のフィールドでは

生活者と企業のコミュニケーションを活性化させ、その質の向上に努めることにより生活者と企業の双方における新しい価値を創造してきました。

活動 I

生活者の声をきくスキルを高め 顧客満足度向上につなげる活動

他社と情報を共有する	環境や生活者の変化に合わせた対応のノウハウや事例の共有
ノウハウをマニュアル化する	お客様対応マニュアルの作成
ノウハウを実践する	お客様対応講座の実施
スキルを磨く	電話対応技能検定（もしもし検定）実施機関として検定を実施



他社と情報を共有する

■ 環境や生活者の変化に合わせた対応のノウハウや事例の共有

他社事例を自社に活用

- お客様対応マニュアルや対応基礎講座コンテンツに展開

ノウハウをマニュアル化する

■ お客様対応マニュアルの作成

実務として対応を行うためのマニュアル

● 会員の知見を活かした企業のお客様対応のノウハウの蓄積

- ・ 1992年度より発行
- ・ 時代や環境・お客様の变化に応じて順次改訂

(例) 2017年3月発行 vol.6の構成

- 第1章 お客様対応部門について
- 第2章 電話対応の基本
- 第3章 事例紹介
- 第4章 お客様相談室マネジメントの基本



ノウハウを実践する

■ お客様対応講座の実施

第1部

電話対応基礎講座

(聴くスキル・話すスキルを学ぶ)

- ・ 対応業務に従事する会員が、自ら習得し実務で活用しているノウハウや経験による知見をもとに講義



第2部

グループディスカッション

(ワールド・カフェ形式)

- ・ 研修内容の振り返りと実行策への橋渡し
- ・ 異業種交流の機会創出



スキルを磨く

■ 電話対応技能検定(もしもし検定)実施機関として検定を実施

もしもし検定

「お客様に喜ばれるビジネス電話対応」の実現を目的とした検定制度/
公益財団法人日本電話電話ユーザ協会実施

- ・ 2017年 登録団体に認定、会員・元会員(指導者級)により開催
会員企業を中心に受講しやすい形式で講習を予定
関西支部で第1回実施/第1部:筆記試験の事前勉強会 第2部:検定(4級)
- ・ 2018年 協議会全体での取り組みとして他地区(東京・九州支部)でも開催

ワーク・ライフ・エナジーで 新しい価値を生む

消費のフィールドでは

生活者と企業の認識のギャップに着目し、それらの解消に努めることで
生活者と企業の双方における新しい価値を創造してきました。

活動 II

生活者と企業の認識のギャップを知り解消する活動

ギャップを知る

「情報カード報告書」冊子の発行

「一人暮らしの若者向け情報カード」の作成

ギャップを解消する

お客様がわかりやすい表示の研究

企業の取り組みを伝える

好事例を収集した冊子の発行

ギャップを知る

■ 「情報カード報告書」冊子の発行

● 情報カード報告書

- A 伝承していきたい暮らしの基礎情報
- B 現代の暮らしに活かす基礎情報(モノを見分ける、使いこなす、危険を知る)
- C 多様化する社会環境の中で、豊かな暮らしのために知っておきたい情報

■ 「一人暮らしの若者向け情報カード」の作成

暮らしの場面(「食生活」「住生活」等)ごとに、知っておくべき
情報をまとめ、日本ヒープ協議会のホームページを通して発信

● 若者向け情報カード



知ってほしいポイントを
箇条書きで簡潔に記載

具体的な注意点などを
写真等も用いて分かりやすく

<情報カードの内容> 表題と事例内容



ギャップを解消する

■ お客様がわかりやすい表示の研究

さまざまなパッケージ表示の評価から、ルールと事例集を作成

● ヒープ視点のわかりやすい表示のルール11箇条

▶ 見やすい

1. 小さくない・細くない
2. 情報を詰め込みすぎない
3. 見た目がよい

▶ 印象づけられる

4. 目が引きつけられる
5. 整理してまとめる
6. 情報を階層化し、メリハリをつける

▶ 内容を理解しやすい

7. 使う人の知識レベルを考慮
8. 具体的である
9. 誤解させない、まどわせない

▶ 買う時、使う時に役立つ

10. 何であるかひと目でわかる
11. 使い方の表記がわかりやすい

企業の取り組みを伝える

■ 好事例を収集した冊子の発行

企業がお客様の声を活かして商品・サービスの改善を実施した事例をまとめ、冊子を発行

発行例

- お客様の声を活かした取り組み55事例
- 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～

お客様の声を活かした取り組み55事例 掲載事例のカテゴリー

商品品質

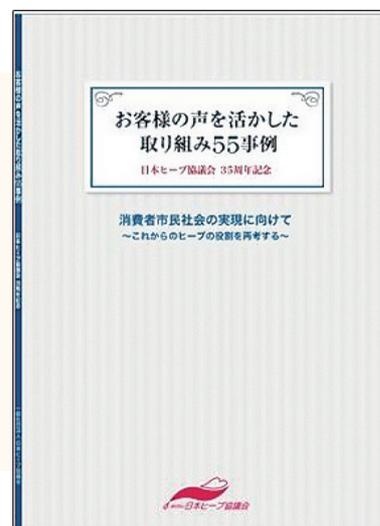
表示

使い勝手

サービス・システム

新商品・新サービス

環境配慮・社会貢献



ワーク・ライフ・シナジーで 新しい価値を生む働き方

就労のフィールドでは

働く女性と企業・働く女性と暮らしの両方の視点をあわせ持つ強みを活かし

ワーク・ライフ・シナジーを強化して

新しい価値を生む働き方の提案と実践を行ってきました。

ヒープ視点 = 生活者視点 + 経営視点

フィールド：消費

ワーク・ライフ・エナジー

フィールド：就労

ワーク・ライフ・シナジー

生活者視点で 新しい価値を生む働き方

真の男女共同参画へ

生活者視点での
仕事と暮らし提案



生活者視点での
仕事と暮らし展開



たとえば、日本ヒープ協議会における実践活動では・・・

活動Ⅲ

生活者視点で先を見て洞察し
提案する活動

▼
P18

活動Ⅳ

生活者視点で多様なステークホルダーと
共に考え社会に展開する活動

▼
P20

ワーク・ライフ・シナジーで 新しい価値を生む働き方

就労のフィールドでは

当時あまり行われていなかった働く女性に関する調査を継続的に実施することで時代ごとの実態を把握し先を見た洞察から新しい価値を生む働き方の提案と実践を行ってきました。

活動Ⅲ

生活者視点で先を見て洞察し提案する活動

課題を設定する	働く女性に関わる課題を時代ごとに明確化
調査を実施する	「働く女性と暮らしの調査」の設計及び実施
分析・洞察する	「働く女性と暮らしの調査」結果の分析と洞察
提案する	「働く女性と暮らしの調査報告書」としての提言発信

【働く女性の目指す姿】

フルタイムで
働き続ける

仕事と家庭を
両立させる

職場・家庭以外の
第3の場でも活動

【ヒープの提言】

行政へ

フルタイムで働く女性の生活に配慮した行政窓口の柔軟な時間対応や、地域社会における教育・育児医療・福祉などのシステム全体の見直しと対策が必要となる。

働く女性が仕事と家庭を両立させられるよう、子育て支援としては育児休業制度だけでなく長時間保育や学童保育の施設等が必要である。また高齢者の介護施設の充実も求められる。

働く女性が仕事だけでなく地域社会へも目を向けるようになれば様々な相乗効果が生まれる。そのためには、育児・介護の負担を軽減する施設や企業への支援が鍵となる。

企業へ

働く女性は、家事に充てられる時間が限られているため、従来の企業サービスでは対応しきれない。時間の壁を乗り越えたきめ細やかなサービスが求められる。

子供たちの保育や高齢者介護等社員たちのライフステージにあった実質的なサポートが必要である。男性社員にも子育てのチャンスを与えることも重要となる。

フルタイムで仕事する理由として「生計を維持するため」とする割合が半数を超えた。働く女性に男性と同様の職務と職位を与え、戦力として活かすことが求められる。

働く女性へ

仕事と家事を1人で抱えて目先の忙しさに追われるのではなく、長期的な視野で、キャリアプランとライフプランを立て、目標に向かって自己啓発に努める。

家事を単なる作業にせず、個の力が発揮できる家事(=クリエイティブ家事)にし、家族の誰もが家事をできるようにする。広い視野で見て判断し、行動する姿勢を持つ。

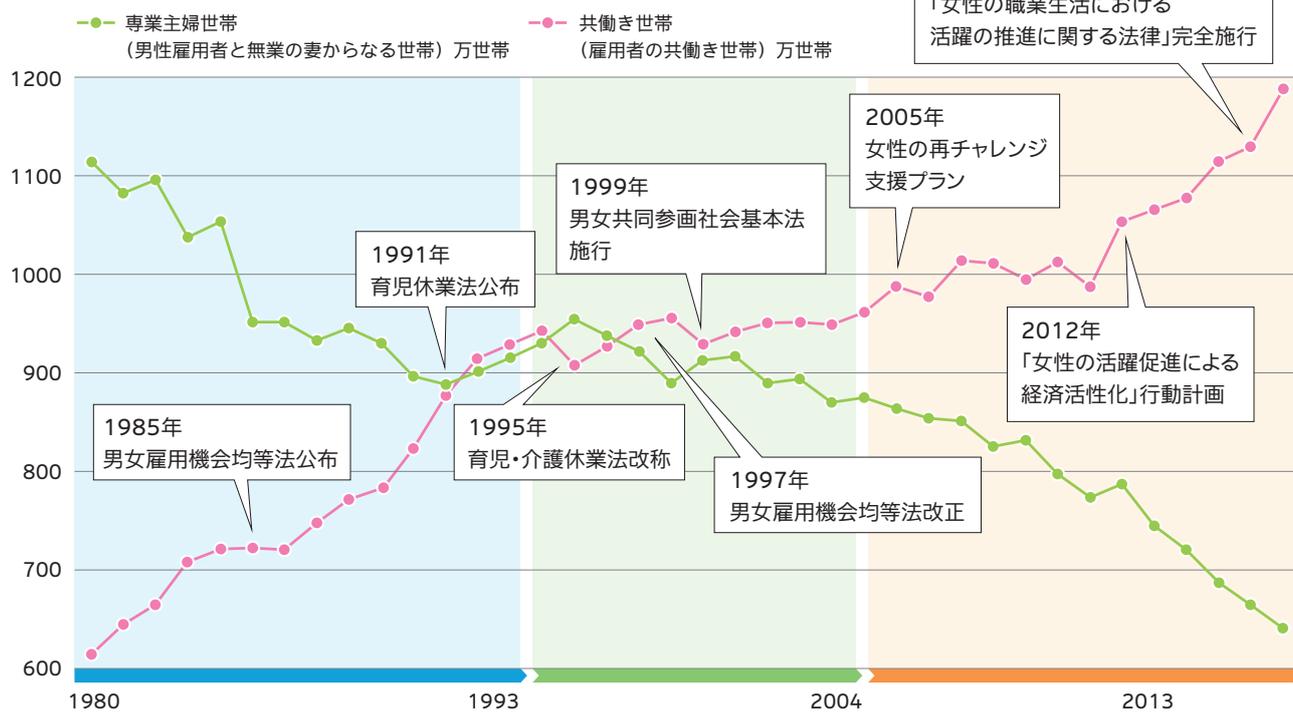
職場・家庭に加え、地域とのコミュニケーションや社会参加にも目を向け、幅広い人間関係を得ることで、社会人としての幅を広げる。

1986年 第1回調査報告

1995年 第3回調査報告

2006年 第7回調査報告

専業主婦世帯と共働き世帯



資料：独立行政法人労働政策研究・研修機構 「早わかりグラフで見る長期労働統計」より作成
 データ：厚生労働省「厚生労働白書」、内閣府「男女共同参画白書」、総務省「労働力調査特別調査」、総務省「労働力調査（詳細集計）」

ワーク・ライフ・バランスの実現

企業人・生活者の双方の立場で働く女性が活躍するためのワーク・ライフ・エナジー & ワーク・ライフ・シナジー

【4つの視点でのヒープの提言】

ライフスタイルの変化に合わせた行政サービス提供の促進など、国や自治体が働く男女と企業の支援を続け、社会の仕組みの変革に繋げる事が求められる。

ワーク・ライフ・バランス実現に向けた取り組みの強化や、働く女性が力を発揮できる職場環境づくり、キャリアアップ制度の強化が重要となる。

仕事量のバランス調整や時間管理を心がけ、趣味や生きがいの時間も充実させる努力が必要。自分に合った健康管理やストレス解消法を見つけ、セルフケアにも取り組む。

企業人としてのスタンスで、売り手の視点を持つ

※消費者の牽引役としての「女性」の声を社内で活用
 ⇒女性社員は、生活者としての重要なサンプル

生活者としてのスタンスで、買い手の視点を持つ

※「時間を買う」仕組みの充実と活用
 ⇒家電や家事の外部サービスの利用により、余暇や休息時間を創出

企業人としてのスタンスで、働く女性の視点を持つ

※企業は制度を充実させ、管理職の働き方と待遇を柔軟にし
 多様な働き方を推進

生活者としてのスタンスで、働く女性の視点を持つ

※適材適所を実現して企業も個人も効率化
 ⇒企業と就業者の相互理解が不可欠
 就労者は自己PR、企業は受け皿を形成、満足度向上による生産性UP

ワーク・ライフ・シナジーで 新しい価値を生む働き方

就労のフィールドでは

行政とも密に連携しつつ、多様なステークホルダーと共に考える場づくりを重ね
新しい価値を生む働き方の提案と実践を行ってきました。

活動IV

生活者視点で多様なステークホルダーと 共に考え社会に展開する活動

コンセプトを持つ	新しい価値を生む働き方のコンセプト明確化
企画提案する	多様なステークホルダーとの場の企画提案
場を具体化する	「ヒープカフェ」等含め共に考える場を具体化
発見を展開する	新しい価値を生む働き方に関わる発見を発信



新しい価値を生む働き方に関する発見キーワード

経営層と共に

1

- ・生活上の経験と仕事上の経験の相乗効果がイノベーションを生む
- ・「トップの本気」と「みんなの本気」が重要
- ・生活者と従業員に選ばれる企業へ

次世代と共に

2

- ・企業人として生活者としての双方で生きるこれからの働き方
- ・世代や立場を超えたネットワークの価値
- ・次世代のコミュニケーションのあり方

多様な仲間と共に

3

- ・「違う」ことは「うれしい」こと
- ・生活者としての多様な経験は企業活動に生きる
- ・父親の育児は、子供・親・企業・社会を幸せにする

地域と共に

4

- ・おたがいさまコミュニティ
- ・生活者も企業も共に地域をつくることで新しい価値を生む
- ・仕事上の経験ノウハウが地域づくりにも生きる

行政と共に

5

- ・男女ともに企業人として生活者として双方で生きる働き方を推進
- ・多様なステークホルダーで共に考え創ることの価値
- ・地域の特性と課題を見据えた取り組みのあり方

内閣府との連携

- 1996年より、内閣府男女共同参画連携推進会議に団体推薦議員として参画
- 男女共同参画推進事業としてシンポジウムを共催

2011年12月(東京) 「企業で働く女性達へ」組織の成長につながる仕事をするために

2012年12月(東京) 考えよう!これからの女性の働き方～女性の活躍推進に向けて

2016年12月(東京) 多様な職場から見える“男女共同参画”の課題とヒント

2017年10月(大阪) 次世代の仕事と生活の調和を創造する

2017年12月(福岡)・2018年1月(熊本)

働きやすい地域は暮らしやすい!“九州男女の共同参画”

2

将来を描く

強みを土台に次のステージへ

今後の企業経営として

社会に求められる新しい価値を生むために
将来を描き、その将来に向けたアクションが
求められる

その中心は「生活者視点」

常に将来を描き進化するヒーブ

ヒーブはこれまでも、「ヒーブ視点」で将来を描き、常に進化してきました。40周年を機に、さらに先を見て将来を描き培ってきた強みを活かしシナジーで新しい価値を生み出していきます。



$$\text{ヒーブ視点} = \text{生活者視点} + \text{経営視点}$$

フィールド:消費

フィールド:就労

ワーク・ライフ・エナジー

ワーク・ライフ・シナジー

将来を描くヒープのアプローチ

将来は、「予測し対応する」ことではなく

「描き、その将来に向けたアクション」が重要。

生活者視点と経営視点をあわせ持つ「ヒープ視点」を活用し

「ヒープ・シナリオプランニング 未来創造型アプローチ」を行うことで

10年後を描きました。

ヒープが将来を描く

ヒープ・シナリオプランニング 未来創造型アプローチ

その3つのポイントは



1

不確実な時代に将来を描くシナリオプランニング手法を活用

シナリオプランニングとは、不確実性を前提に将来のシナリオを描き環境変化を先取りした戦略を考える手法。

シナリオプランニング手法については、株式会社グリーンフィールドコンサルティングの協力を得ました。

シナリオプランニングのためのシナリオシンキングの3つの要素

考え方を变える

将来の世界観(シナリオ)を描き、そこから振り返って戦略を考える(バックカスティング)

フレームワークをうまく使う

視野を強制的に広げて情報収集

議論のプロセスを重視する

大人数で複眼的に情報収集し、議論

2 「ヒーブ視点(生活者視点+経営視点)」を活用

「ヒーブ・シナリオプランニング(シナリオプランニング+ヒーブ視点)」で、協議会の多様なヒーブ視点を活用して変化情報収集やディスカッションを実施。



「ヒーブ・シナリオプランニング」主要ステップ

情報の棚卸し

視野を広げて世の中の変化情報収集
①世の中の公開情報 ②「ヒーブ視点」情報

主要変化ドライバー

重要な変化要素抽出

因果分析

変化ドライバー構造分析

シナリオ

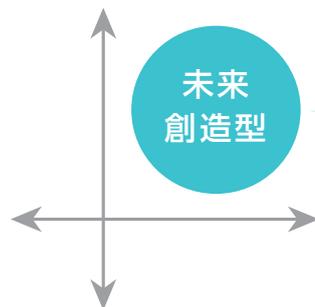
未来創造型アプローチ

アクション&提言

バックキャストिंग

3

「未来創造型アプローチ」を採用し、ありたい10年後をリアルに描く



「未来創造型アプローチ」
10年後のシナリオを描く

そのために
どうアクションするか

将来を描くヒープのアプローチ

ヒープが描き出した10年後は

生活者と企業のダイナミックな新しい関係を示すシナリオ

生活者と企業は、相対する関係から

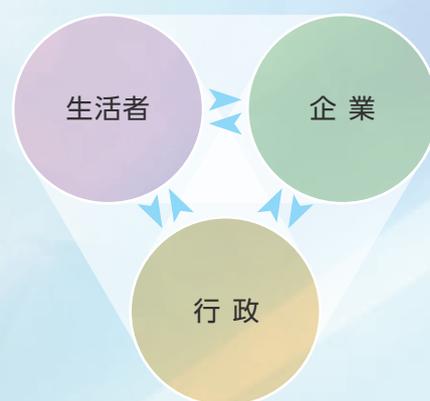
同じ方向を見て共に創る関係となり

「生活者視点」を共通の視点として協働します。

10年後

生活者と企業のダイナミックな
新しい関係へ

1978



ヒープが描いた10年後の 「生活者と企業のダイナミックな新しい関係性シナリオ」

2028



2028年、
生活者と企業の関係は、
以前の「企業vs生活者」として相対していた関係から、
「社会課題を視野に入れ同じ方向を向いて共に創る新しい関係性」へと大きく変化。
SDGsや地域課題をはじめとした社会課題解決は、
誰かが考えてくれることなく、
生活者と企業が共に向かい新しい価値を創ることとして、
自分ごとで取り組むこととなっている。
行政もあわせた、新たな三位一体のダイナミックな関係性となり、
その中心は「生活者視点」である。

1

ヒープ視点と実践

2

将来を描く

3

40年の歩みと最新の活動

将来を描くヒープのアプローチ

10年後の、生活者と企業のダイナミックな関係を示すシナリオ。

200を超える変化情報から抽出した「変化ドライバー」

その構造を探る中で見えてきたのは

ダイナミックに交わりあい、新たな価値を生む、生活者と企業の新しい関係です。

生活者・企業・行政は「生活者視点」を共通の視点として協働します。

10年後、生活者は ▶▶

多様な側面を持つ主体的な存在として
多様なコミュニティに繋がり、それぞれのあり方で
社会に貢献している

2028年、生活者においては

人生100年時代の中、「一生涯の社会参加、一生涯の学び」の考えが浸透し、
それぞれのあり方で「貢献寿命」延伸が定着した。

後期高齢者の急増が2025年にピークに達し、元気で前向きな高齢者が率先して社会参加を進める中で、「高齢者≠弱者(支えられる人)」という考え方は、社会の常識になっている。そこにはICTやAIなどの技術進化も大きな後押しとなった。

2025年に向けて構想された社会保障改革の基本である地域包括ケアシステムは、その上位目的である地域創生や人々の幸福(QOL)を視野に、全世代型のしくみとして構築されてきた。その過程でも、多様なステークホルダーがSDGsも含めた社会課題を共有して自分ごととして主体的に参画する試行錯誤が進んできた。

生活者はすでに受身ではなく、SNS等の手段も得て情報発信主体・売り手主体ともなっている。狭い意味での「消費者」という概念ではなく、「多様な側面をもった主体的な生活者」として、多様なコミュニティに繋がっている。そして、それぞれのあり方で社会に繋がり、貢献するようになってきている。

10年後、行政は ▶▶

「生活者視点」と「多様性」を大事にした共創の場づくりの
役割を果たし、それを政策にも具体化している

「生活者と企業のダイナミックな新しい関係性シナリオ」



10年後、企業は ▶▶

多様な「生活者視点」と「経営視点」のシナジーで
イノベーションを生み出している

2028年、企業においては、
中長期的に社会課題に「生活者視点」で取り組むことが、企業の健全な発展に
繋がるという認識が定着した。

SDGsや地域課題をはじめとした社会課題への取り組みは、以前のようなコストではなく、重要な
事業機会であり、イノベーションを生むものとなった。

企業が社会課題解決等を含め、新たな価値を生むためには、従来の企業視点を超えた視点や発想
が重要であり、「生活者視点」「多様性」が戦略的に強化された。

働き方では、「ワークvsライフ」のバランスではなく、「ワーク・ライフ・シナ
ジー」が浸透したことで、「生活者視点」や視点・発想・繋がり多様性等を
企業内にもたらし、企業が新しい価値を生み出す源泉となった。

企業と生活者の境界があいまいになる社会の中で、それは新たなコミュニケー
ション力を生み、生活者との新しい関係性構築にも繋がった。

将来を描くヒープのアプローチ

10年後の、生活者と企業のダイナミックな関係を示すシナリオ。

200を超える変化情報をもとに、「ヒープ視点」と「多様性」を活かした議論を重ね生活者と企業、それらを取り巻く社会のダイナミックな変化も浮かび上がりました。

「コミュニティ」「コミュニケーション」は重要なキーワードです。

ICT・AI等の技術進化と人間の価値

- 人間がやりたくないことを中心に急速にICTやAIなどが生活に浸透
- データから導けない意外性の提案など人間ならではの価値再認識

新たな働き方

- 「ワークvsライフ」ではなく、生活者視点と経営視点の相乗効果を持つ「ワーク・ライフ・シナジー」の価値が認識され浸透

SDGs・地域課題は自分ごと

- 生活者は個人生活でもSDGsや地域課題を認識し、自分ごととしてアクションすることが定着
- 生活者が企業を選択するうえでも重要

一人の中の多面性と多様な繋がり

- 一人の生活者がいくつもの側面を持ち、多様なコミュニティに繋がることが価値として認識
- 企業もコミュニティのひとつに

高齢者は

- 「健康寿命」「貢献寿命」延伸へコミュニティ参加や役割が重要
- 一生涯の「リカレント教育」「マイスター貢献」マッチングのしくみ



コミュニケーションのあり方

- 生活者が多様なコミュニティに繋がる中、コミュニケーションのあり方が重要化
- 企業のコミュニケーションも変化

新たな家事の意味

- 家事の負担は減り、「家族のコミュニケーションや協働体験」として意味のある時間の位置づけへ
- 徹底的な省力化にIoT・AIも貢献

世代を超えたコミュニティ

- 生活者は関心事を軸に世代を超えた多世代コミュニティで繋がる
- 世代を超えたコミュニケーションから「違い」を喜び学びあう力を持つ

子供は

- 乳幼児期からいろいろな人と接するチャンスを持つ重要性を認識
- 子供が高齢者を見守り支える役割を担うなど、地域社会と交流し活躍

リテラシーの重要性 (情報・消費・健康など)

- リテラシーを持ち、本質を見極めて判断行動することの重要性が定着
- リテラシー向上のための教育のしくみが浸透

生活者の購買行動

- キャッシュレス決済の定着
- CtoCやシェアリングが日常化

社会変化にともなう 業態構造変化

- 生活者視点で生活者と新たな関係を創る企業を中心とする業態構造に変化
- Society5.0、モビリティ環境の変化

医療・健康

- 「健康寿命」延伸の重要性から遠隔支援などが普及
- カスタマイズされたサービスや商品を選択

「生活者と企業の
ダイナミックな新しい関係性シナリオ」

ヒープがめざす社会

「生活者視点」中心のデザイン型共創社会へ

これまでは目の前の課題や変化に対応し、同質的な競争の中で動いてきました。

これから大切なのは、将来を描き、共に創っていくデザイン型共創社会

その中心にあるのは「生活者視点」です。

ヒープの果たす役割はますます大きくなります。

「変化対応型競争社会」から

「デザイン型共創社会」へ

バックカスティング

現在

変化対応型競争社会

デザイン型共創社会

将来をデザインし
共に創る

中心は「生活者視点」

変化対応型競争社会

デザイン型共創社会

目の前の課題や変化に対応

➤ 将来をデザインして創る

短期的視野

➤ 中長期的視野

フォアキャストイング

過去のデータや経験等から現状で
実現可能なことを考えアクションする

➤ バックキャストイング

将来デザインから振り返って
現在すべきことを考えアクションする

同質性の高い社会での競争

➤ 多様性を活かし共に創る

改善・改良

➤ イノベーション

社会課題はだれかが
なんとかしてくれるもの

➤ ステークホルダーが
社会課題を自分ごととして共有

「自社視点・業界視点」で考える

➤ 「生活者視点」で考える

生活者と企業のダイナミックな新しい関係へ

デザイン型共創社会を視野に、10年後の将来の姿として描き出した生活者と企業のダイナミックな新しい関係。

その将来デザインからバックキャストで考える「三位一体のアクション」の方向性は描かれたデザインを目指すそれぞれのアクションで具体化されます。

生活者と企業のダイナミックな新しい関係へ 三位一体のアクションの方向性



1 生活者のアクション 生活者の自律的な幸福へ

一生涯の学びと貢献

それぞれのあり方での貢献寿命を延伸

社会での繋がりと役割を楽しむ力を持つ

- 繋がりを楽しめる力 ▶ コミュニケーションの促進
- 自律的に判断できる力 ▶ リテラシーの向上
- 一生涯役割をもてる力 ▶ 生涯現役意識にもとづくリカレント教育の実施
- 「生活者視点」を活かす力 ▶ 企業の中で／社会の中で
- 就労経験を活かす力 ▶ 地域の中で／生活の中で

多様なコミュニティとの繋がり

いくつもの顔を持つ

「一人の中の多面性」価値として意識する想像力を持ち、違いを喜び学びあう

- ▶ おたがいさまコミュニティの形成
- ▶ 世代を超えたコミュニケーションの活性化

2 企業のアクション 企業の健全かつ持続的発展へ

イノベーションを生む

異の接点からイノベーションを生み出す

多様な「生活者視点」を戦略的に強化する

- 一人の中の多様性 ▶ ワーク・ライフ・シナジーの実現
- 企業の中の多様性 ▶ ダイバーシティの促進
- 社会の中の多様性 ▶ 新たな双方向コミュニケーションの促進

選ばれる企業になる

企業価値をさまざまな側面で向上

「生活者」にも「従業員」にも選ばれることを意識する

- 「生活者視点」を重視した商品・サービスの提供と、社会課題(SDGs、地域課題等)の自分ごと化
 - ▶ 社会課題の本質を知り「生活者視点」での事業で貢献
- 企業人・生活者としての双方が充実する働き方
 - ▶ ワーク・ライフ・シナジーの実現

3 行政のアクション 生活者と企業のダイナミックな新しい関係を支援

共に将来を描くしかけ

デザイン型共創社会支援

ステークホルダーにおける共創とコミュニケーションの場づくりをする

- 共に将来を描き政策に反映 ▶ 規制から支援へ
- ▶ 「生活者視点」と「経営視点」をあわせ持つヒープの活用

生活者と企業のダイナミックな新しい関係へ

デザイン型共創社会を意識し、10年後の姿として描き出した

生活者と企業のダイナミックな新しい関係。

その将来デザインからバックキャストで考える「ヒープのアクション」を「共に創る」意識で起こすアクションで具体化します。

生活者と企業のダイナミックな新しい関係へ 「ヒープのアクション」の方向性

ヒープ視点=生活者視点+経営視点

ヒープの根幹

「生活者視点」の in business での実践

ヒープのミッション

生活者と企業の双方を理解し
新しい価値を創造・提供することで
生活者の利益および企業の健全な発展に寄与



日本ヒープ協議会のミッション

ヒープをネットワーク化し
活動を通じて切磋琢磨できるように図り
その成果を企業内活動、あるいは社会へと発信していくこと

ヒープとしてのアクション

●「ヒープ視点」の強化

ヒープ視点=生活者視点+経営視点を常に意識して磨く

- これからのデザイン型共創社会を意識した
広い意味での「生活者視点」を強化
- 企業活動に反映する「経営視点」も強化

●これからの社会での

「生活者視点」の in business での実践力強化

生活者と企業のダイナミックな新しい関係において

リーダーとしての役割を果たす

- 生活者と企業の双方を理解し、「生活者視点」と「経営視点」をあわせ持つ
ヒープの強みを最大限活かして行動する
- 企業活動において多様な側面で「生活者視点」の強化をリードする

日本ヒープ協議会としてのアクション

●「ヒープ視点」及び実践力強化の支援

⇒ヒープ視点=生活者視点+経営視点 その実践力強化を支援する

- これからのデザイン型共創社会を意識し
将来を見据えたスキルアップの機会創出
- 企業や社会への発信力を高め、ヒープのネットワークをさらに強化
- 「ヒープ視点」及び実践力強化を意識した
「生活者視点+経営視点 実践者育成プログラム(仮称)」構想等

3

40年の歩みと最新の活動

40年の歩み

設立前の歩み

- 1974年(昭和49年) ジョンソン(株)らが中心となり、第1回「日米HEIB会議」開催(10月)
- 1976年(昭和51年) 米国HEIB視察団渡米
- 1977年(昭和52年) 第2回「日米HEIB会議」後援(10月)

第1期～第5期 1978～1984

●=活動内容 ◆=発行物

第1期 1978.9～1979.9

会長: 篠崎悦子 東京電力(株)

- 日本ヒーブ連絡協議会設立総会(1978年9月26日)
- 日本家政学会「ヒーブ部会」との懇談会(3月)
- 第1回関西ヒーブとの集い開催(7月)
- 日本ヒーブ協議会と改称(9月)

●社会の動き(主な出来事)●

- 新東京国際空港(成田空港)開港
- 第1回「消費者の日」(5月30日)
- ピンクレディ旋風、レコード大賞受賞
- 第5回先進国首脳会議(東京サミット開催)

第2期 1979.10～1981.3

会長: 篠崎悦子 東京電力(株)

活動テーマ ヒーブとしての能力向上をめざして

- 第3回「日米HEIB会議」後援(11月)
- 洗濯研究会発足(6月)
- 第1回ヒーブ学生セミナー「あなたがヒーブになるために」開催(6月)
- ◆「消費者動向の分析 一企業が消費者に responding していくために」発行/調査委員会(6月)
- ◆「職業をもつ主婦の意識と実態」発行/調査委員会(3月)

●社会の動き(主な出来事)●

- 国民生活センター商品テスト誌「たしかな目」創刊
- 通産省「消費生活アドバイザー」第1回試験
- 巨人軍長島監督辞任・王引退
- 山口百恵引退

第3期 1981.4～1982.3

会長: 落合良 ソニー(株)

活動テーマ ヒーブとしての能力向上をめざしてII

- 各種自主研究会発足(5月)
- 文部省、東京都教育委員会との懇談会(10月)
- 主婦連合会との懇談会
- ◆「あなたがヒーブになるために」有斐閣選書より出版/松島千代野(共立女子大学教授) 篠崎悦子(東京電力)共著(2月)

●社会の動き(主な出来事)●

- 日本消費者教育学会設立
- 神戸で博覧会「ポートピア'81」開催、入場者1,600万人
- 65歳以上の人口、1,000万人を突破

第4期 1982.4～1983.3

会長: 八木茂子 花王(株)

活動テーマ 行動するヒーブ

- 関西にて初の公開講座「企業活動と女性の役割」開催(9月)
- 第1回消費者セミナー「パッケージはあなたに語りかけています」開催(2月)
- ◆「家庭における洗濯について 一主婦の意識と実態調査」発行/洗濯研究会(3月)

●社会の動き(主な出来事)●

- 東北・上越新幹線開通
- ホテルニュージャパン火災惨事
- 日航機羽田沖墜落事故

第5期 1983.4～1984.3

会長: 長田道子 レック(株)

活動テーマ 行動するヒーブ ー新しいコミュニケーションを求めてー

- 日本ヒーブ協議会5周年の集い(12月)
- ◆「ヒーブ白書 ー女はこう働くー」(5周年記念)発行(12月)
- ◆一般消費者向け小冊子「洗う」発行/洗濯研究会(12月)

●社会の動き(主な出来事)●

- 東京ディズニーランド開園、入場者800万人突破

第6期～第10期 1984～1989

●=活動内容 ◆=発行物

第6期 1984.4～1985.3

会長：山内志津子 (株)資生堂

活動テーマ 新しい役割を求めて

- ACAPとの合同フェスティバル(6月)
- 第60回全米HEIB大会参加(6月)
- 全国消費者センター女性所長協議会と懇談(8月)
- 関西支部設立(9月)
- ◆ 「高齢化社会と企業一手さぐりの高齢者市場」発行/月例研究会(3月)

● 社会の動き(主な出来事) ●

- グリコ・森永事件
- ひとり暮らし老人、100万人突破

第7期 1985.4～1986.3

会長：玉木茂子 オランダ酪農協会

活動テーマ 新しい役割を求めて ―高度情報化社会とヒューブ―

- 経済企画庁主催「消費者問題国民会議」に協賛(12月)
- ◆ 「高度情報化社会とヒューブ ―ツーウェイ・コミュニケーションの核としてのヒューブの役割を考える―」発行/月例研究会(3月)
- ◆ 第1回「働く女性と暮らしの調査 ―高度情報社会との接点を求めて―」発行/調査委員会

● 社会の動き(主な出来事) ●

- 国際科学技術博覧会(つくば科学万博)開幕
- 電々、専売の2公社民営化
- 豊田商事事件

第8期 1986.4～1987.3

会長：鍋田弘子 日本コカ・コーラ(株)

活動テーマ 期待されるヒューブをめざして

- 米国HEIB協議会の国際部に正式加入(8月)
- 公開シンポジウム「街が変わる、暮らしが変わる ―今、ヒューブは何をするべきか―」(12月)
- ACAPとの合同フェスティバル(12月)

● 社会の動き(主な出来事) ●

- 土井たか子日本初の女性党首
- ソ連のチェルノブイリ原子力発電所で爆発事故
- 男女雇用機会均等法施行

第9期 1987.4～1988.3

会長：藤田せつ (株)富士通ゼネラル

活動テーマ 期待されるヒューブをめざして

- ◆ 「働く女性の環境と課題」発行/関西支部(6月)
- ヒューブ特別セミナー開始 第1回「消費者と企業の本物のパイプ役とは ―ヒューブの目指す企業での役割―」開催(6月)
- 公開シンポジウム「豊かな明日に向けて ―もの・心・くらしを考える―」(12月)
- ACAPとの合同フェスティバル(12月)

● 社会の動き(主な出来事) ●

- 国鉄分割・民営化
- 日航民営化

第10期 1988.4～1989.3

会長：内藤益子 ジョンソン(株)

活動テーマ 豊かな明日をめざして

- 日本ヒューブ協議会10周年記念「豊かな明日展」を日本橋高島屋にて開催(5月)
- 関西支部5周年記念公開講座「神戸・個性的な街づくり」(9月)
- 日本ヒューブ協議会10周年記念式典(10月)
- ベストヒューブ賞発表(12月)
- ◆ 「ヒューブ白書 ―豊かな明日に向かって―」(10周年記念)発行(12月)
- ◆ 「働く女性の望む情報と暮らし ―21世紀の家庭内メディアのあり方を探る―」発行/働く女性とHA・暮らし研究会(3月)

● 社会の動き(主な出来事) ●

- 青函トンネル・瀬戸大橋開通
- マル優など非課税貯蓄制度廃止
- 第1回「消費者月間」(5月)

第11期～第15期 1989～1994

●=活動内容 ◆=発行物

第11期 1989.4～1990.3

会長：近藤康子 サントリー(株)

活動テーマ 豊かさからの、豊かさへの受信・発信

- 関西支部公開講座「企業の中の女性の役割 ―明日の生活者を探る―」(5月)
- 公開セミナー「働く女性の望む情報と暮らし」働く女性の暮らし研究会(6月)
- ヒープセミナー「これからのヒープの役割と協議会のありかた」開催(8月)
- 公開シンポジウム「豊かさへの新たな視点 ―健康・文化・暮らしの行方―」(12月)

● 社会の動き(主な出来事) ●

- 昭和天皇崩御、新年号『平成』
- 消費税実施
- 先進国平均余命調査で日本が男女共に世界一
- 北京の天安門事件
- ベルリンの壁崩壊

第12期 1990.4～1991.3

会長：羽澄愛子 日清製粉(株)

活動テーマ 新価値時代 ―地球レベルで考えるこれからの生活価値―

- 米国食肉輸出連合会とセミナーを共催(6月)
- ◆ 「働く女性とコミュニケーションに関する調査」発行/マーケティング研究会(2月)
- ◆ 「働く女性たちが考えた朝食の本」発行/朝食研究会(3月)

● 社会の動き(主な出来事) ●

- 東西ドイツ統一
- 通産省「消費者志向優良企業表彰制度」創立

第13期 1991.4～1992.3

会長：山本加津子 (株)主婦の友社

活動テーマ ヒープとして地球時代の企業とくらしのあり方を考える

- ◆ 第2回「働く女性と暮らしの調査 ―働く女性の生活価値観―」発行/調査委員会(6月)
- ◆ 「変化の時代ウォッチング ―'90年代ヒープが探る元気な社会―」発行/関西支部(9月)
- ◆ 「日米ヒープ・ワーキングウーマンの仕事と暮らし」発行/調査委員会(10月)

● 社会の動き(主な出来事) ●

- 湾岸戦争勃発
- 新東京都庁舎、新宿に完成
- 雲仙普賢岳で火砕流発生
- 厚生省、出生率1.53人と発表

第14期 1992.4～1993.3

会長：蟹瀬令子 (株)博報堂

活動テーマ ヒープの視点で“生活の新しい基本”を探る

- ◆ 「働く女性たちが考えた朝食の本」ブティック社より出版/朝食研究会(5月)
- ◆ 「環境に配慮したライフスタイルの研究 ―多摩川流域居住者の生活排水とごみに関する調査―」発行/エコリング・フォーラム(9月)
- ◆ 「女性の社会進出と住まいの情報化」発行/働く女性の暮らしの研究所(3月)
- ◆ 「クレームを中心とした電話対応実務マニュアル」発行/お客様コミュニケーション技術研究会(3月)
- ◆ 「働く女性のための食生活ハンドブック」発行/調査委員会(3月)
- 15周年記念プロジェクト「DO」発足

● 社会の動き(主な出来事) ●

- バブル経済の崩壊
- 育児休業法施行
- 「国連環境開発会議(地球サミット)」ブラジルで開催
- 学校週5日制スタート

第15期 1993.4～1994.3

会長：早川祥子 (株)資生堂

活動テーマ ヒープが描くライフデザイン

- 日本ヒープ協議会15周年記念「国際フォーラム」開催(7月)
- 「働く女性のベストパートナー賞」制定(7月)
- ◆ 「ヒープ白書 ―21世紀のライフデザイン―」(15周年記念)発行(7月)
- 第1回ヒープキャリアアップスクール開講(10月)
- 関西支部10周年フェスティバル開催(11月)
- ◆ 「衣生活通信」第1号発行/これからの衣生活を考える会(1月)
- ◆ 「働く女性たちが考えたOLのためのお弁当の本」ブティック社より出版/「お弁当の本」プロジェクト(3月)

● 社会の動き(主な出来事) ●

- 米民主党ビル・クリントン氏が第42代大統領に就任(初の戦後生まれ)
- サッカー日本プロリーグ(Jリーグ)開幕
- 皇太子殿下と小和田雅子さんご成婚

第16期～第20期 1994～1999

●=活動内容 ◆=発行物

第16期 1994.4～1995.3

会長：利重由紀子 (株)ミキモト

活動テーマ ヒーブが描くライフデザイン —調和がとれた新しい生活をめざして—

- 「ヒーブバッグ」販売開始(8月) ●九州支部設立発足式(9月)
- ◆「仕事と子育て —いきいき過ごすには— ヒーブ達の子供と子育てに関する調査」発行/1.57を考える研究会(12月)
- ◆「在宅寝たきり老人に対する東京23区のサービス」発行/福祉を考える研究会(12月)
- ヒーブ生活講習スタート(3月) ●親子料理教室実施 朝食研究会(3月)

●社会の動き(主な出来事)●

- 日本初女性宇宙飛行士向井千秋さんらを乗せた米スペースシャトル「コロンビア」打ち上げ
- 日本初の海上、24時間空港の関西国際空港が開港
- ハートビル法施行

第17期 1995.4～1996.3

会長：伊藤晶子 (株)東芝

活動テーマ ヒーブが描くライフデザイン —連帯社会の構築にむけて—

- ◆第3回「働く女性と暮らしの調査 —働く女性の生活価値観—」発行/調査委員会(8月)
- ◆「震災対応マニュアル」発行/関西支部(9月)
- ヒーブバッグ新バージョン発表(10月)
- ◆「これからのパートナーシップ ～共に働き共に暮らしていくために —働く女性と暮らしの調査 グループインタビュー調査結果のまとめにかえて—」発行/調査委員会(3月)
- 生活者研修プロジェクト発足 ●AAFCSビジネスセクション大会に参加

●社会の動き(主な出来事)●

- 阪神大震災(兵庫県南部地震)、M7.2
- 地下鉄サリン事件、オウム事件
- 製造物責任(PL)法施行
- 第4回世界女性会議、北京で開催

第18期 1996.4～1997.3

会長：石川純子 (株)西友

活動テーマ 新しい情報社会とくらしの融合 —変化する時代、ヒーブの役割—

- ◆「子供たちの朝ごはん」発行/朝食研究会(12月)
- ◆日本ヒーブ協議会会員意識調査報告書 発行/調査委員会(2月)
- 機関紙「レポートヒーブ」刷新

●社会の動き(主な出来事)●

- ヨーロッパで狂牛病パニック
- 病原性大腸菌「O-157」、集団食中毒事件
- 世界遺産条約で広島原爆ドームを文化遺産登録。日本初の「負の遺産」登録

第19期 1997.4～1998.3

会長：南節子 日本電信電話(株)

活動テーマ ヒーブ視点の情報発信 —ライフステージから見たコミュニケーションのあり方を探る—

- ◆「高齢社会の食生活」発行/生活者研究プロジェクト(11月)
- 北欧消費者問題視察研修(12月) ●ホームページ開設(3月)
- ◆「高齢社会を支える住環境 —現状分析とバリアフリー社会への提言—」発行/生活研究プロジェクト(3月)
- 20周年記念プロジェクト発足

●社会の動き(主な出来事)●

- 英の研究が世界初のクローン羊誕生に成功
- 消費税が3%から5%に
- 日本、サッカーのワールドカップ(W杯)初出場
- 京都で地球温暖化防止国際会議開催

第20期 1998.4～1999.3

会長：深川幸子 花王(株)

活動テーマ しなやかにエンパワーメント —新たなヒーブの真価とは！生活者をどう捉えるか—

- ヒーブ学生セミナー「21世紀に向けて、企業の求める人材って？—今、企業で女性はこんな仕事をしています—」開催(5月)
- ◆「クレームを中心とした電話対応実務マニュアル」(改訂版)発行/お客様コミュニケーション技術研究会(10月)
- 日本ヒーブ協議会20周年記念イベント開催(10月)
- 「ベストリーダーシップ賞」ベストリーダーシップ賞(10月)
- ◆「ヒーブの仕事の本 —生活者視点の活かし方—」(20周年記念)発行(10月)
- 「PRビデオ」の作成(10月)
- 「ヒーブが望むキャリアファッションショー」開催(10月)
- 働く女性のためのスーツ「ヒーブコレクション」発売(10月)
- ◆第4回「働く女性と暮らしの調査 —働く女性の描くライフデザイン—」発行/調査グループ(10月)
- ヒーブ仕事講座・ヒーブ仕事の学校開始(2月)

●社会の動き(主な出来事)●

- 冬季オリンピック長野大会開催
- 金融ビッグバン始動
- カレー毒物混入事件

第21期～第25期 1999～2004

●=活動内容 ◆=発行物

第21期 1999.4～2000.3

会長：脇田真知 サンスター(株)

活動テーマ **新たなヒープの真価とは！** —生活者にとっての価値をいかに創造するか—

- 国民生活センター全国消費者フォーラムにて「これからの衣生活を考える会」
「労働環境研究会」が研究発表(12月)
- トータルコンセプト検討プロジェクト発足
- ヒープコレクションプロジェクト発足
- ◆ 「企業で働く女性達による北欧視察レポート」発行

● 社会の動き(主な出来事) ●

- 欧州連合(EU)の単一通貨「ユーロ」が11ヶ国で導入
- 携帯電話・PHSの電話番号が11桁に
- 東海村で国内初の臨界事故発生

第22期 2000.4～2001.3

会長：片岡まり (株)資生堂

活動テーマ **新たなヒープの真価『共創』** —コラボレーション&ネットワーキング—

- 消費者問題神戸会議にて「お客様と企業のコミュニケーションを円滑にすすめるため」のアンケート調査結果発表 お客様コミュニケーション技術研究会/関西支部(10月)
- ◆ 第5回「働く女性と暮らしの調査 —働く女性が感じる不安と価値観—」発行/調査グループ(3月)

● 社会の動き(主な出来事) ●

- 介護保険制度がスタート
- 食品メーカー製品で食中毒事件発生
- 自動車メーカーのリコールにつながる欠陥情報隠しが判明
- 白川博士がノーベル化学賞受賞

第23期 2001.4～2002.3

会長：江川隆子 第一生命保険(相)

活動テーマ **ヒープの真価“共創”の追求** —広がる・超える・響きあうコミュニケーション—

- 月例研究会運営に分科会方式を導入(5月)
- 日本ヒープ協議会ホームページに関西支部・九州支部のページ開設(10月)
- 国民生活センター全国消費者フォーラムにて「働く女性と暮らしの調査にみる介護の不安」発表(12月)

● 社会の動き(主な出来事) ●

- 中央省庁再編、1府12省体制スタート
- ユニバーサル・スタジオ・ジャパンが大阪市にオープン
- 東京ディズニーシー オープン
- 農水省は国内で初めて狂牛病感染の牛を確認

第24期(中間法人第1期) 2002.4～2003.3

会長：近藤美文 (株)白洋舎

活動テーマ **『共創』からの発信** —さらなるネットワーキングとコミュニケーション—

- 消費者問題神戸会議にて分科会活動の成果として「BSE報道事例における情報の伝わり方」発表(10月)
- 国民生活センター全国消費者フォーラムにて分科会活動の成果として「BSE報道事例における情報の伝わり方」と「生活者と企業の接点における“ジェンダーフリー”」発表(12月)
- 法人格を取得し、有限責任中間法人日本ヒープ協議会を登記設立(2月)

● 社会の動き(主な出来事) ●

- 日韓共催のサッカーW杯開催、日本初のベスト16
- 牛肉偽装事件発生
- 史上初の日朝首脳会談。北朝鮮が「拉致」認め、被害者5人帰国
- 田中耕一氏がノーベル化学賞、小柴昌敏氏が物理学賞受賞

第25期(中間法人第2期) 2003.4～2004.3

会長：今中陽子 (株)電通

活動テーマ —変わる生活者、変わる企業— **ヒープカのパワーアップを目指して**

- 25周年記念シンポジウム開催(10月)
- 働く女性のための商品提案「バッグ」「靴」のヒープコレクション発表(10月)
- ◆ 「お仕事イエローブック」発行/九州支部(10月)
- ◆ 第6回「働く女性と暮らしの調査 —女性が働き続ける社会に向けて—」発行/調査グループ(10月)
- 25周年記念出版「生活者と企業の豊かな関係をつくる女性たち」(3月)

● 社会の動き(主な出来事) ●

- SARS(重症急性呼吸器症候群)が、新感染症に指定
- 世界水泳選手権
- 自衛隊イラク派遣開始
- マーク・ザッカーバーグがSNSのFacebookを開設

1

ヒープ視点と実践

2

将来を描く

3

40年の歩みと最新の活動

第26期(中間法人第3期) 2004.4～2005.3

代表理事：須古邦子 森永製菓(株)

活動テーマ **発信するヒープを目指して** —ヒープカのパワーアップ—

- 九州支部公開講座「これからの働き方について考える」(11月)
- ヒープコレクション“バッグ”の商品化を進め、委託生産、販売開始
- “HEIBC COLLECTION”のロゴの商標登録、バッグに刻印
- 東京都・消費者生活対策審議会委員、日経MJ広告賞審査委員を受託
- 合同月例「21世紀は地方の時代 ～情報発信基地、京都～」/関西支部
- ◆「働く女性の時間管理とライフデザイン」のスポット調査、座談会実施・リリース発表

●社会的動き(主な出来事)●

- 消費者保護基本法改定「消費者基本法」へ
- BSE発生に伴う米国产牛肉の禁輸措置で牛丼販売停止
- アテネオリンピック開催

第27期(中間法人第4期) 2005.4～2006.3

代表理事：三浦千佳子 日清製粉(株)

活動テーマ **進化するヒープを目指して** —時代の風を読み解き、自ら発信・行動する—

- 合同月例「ヒープ生活見本市」開催“ファシリテーターになろう”がテーマ/九州支部(9月)
- 「ヒープ仕事市」を大手町カフェで開催(1月)
- 一部夜間公開講座を導入、出席しやすい環境づくり実施
- 事務局を改善・経費削減を実現
- ◆「クールビズ・ウォームビズの評価」調査・実施・発表
- ◆働く女性集団として「ストップ・ザ・少子化」分科会を掲げ調査・発表

●社会的動き(主な出来事)●

- 個人情報保護法全面施行
- 省エネ推進としてクールビズ・ウォームビズが提案される
- 中部新国際空港開港
- 日本国際博覧会(愛知万博)開催

第28期(中間法人第5期) 2006.4～2007.3

代表理事：仁見貞子 日本製粉(株)

活動テーマ **発展するヒープを目指して** —未来のあるべき姿に向かい、参加・行動・発信する—

- ◆「第7回働く女性と暮らしの調査 ～女性が生き活きと働き続けるために～」発行(12月)
- 「ヒープ仕事市」—企業の壁を超えてコミュニケーション&コラボレーション—開催(1月)
- 欧州視察研修(食育とリスクコミュニケーション研究会グループ)
- 合同月例「京町家の再生に学ぶ新しいビジネスのあり方」/関西支部
- 定款変更 ●商品テストプロジェクト
- ◆「E-Mail対応マニュアル」作成/関西お客様コミュニケーション技術研究会

●社会的動き(主な出来事)●

- 日本郵政株式会社が発足
- トリノオリンピック開催
- ライブドア・村上ファンド社長逮捕
- 後期高齢者医療制度強行採決
- 安倍内閣発足

第29期(中間法人第6期) 2007.4～2008.3

代表理事：有田里夏 はごろもフーズ(株)

活動テーマ **ヒープ発、ホトリレーション** —共生の対話の中から—

- 事務局移転(9月) ●ヒープ仕事市開催(11月)
- ◆2007年度「会員意識調査報告書」発行(3月)
- 30周年記念プロジェクト発足 ●分科会活動 公開発表会
- 合同月例「九州の環境企業から学ぶ・体験マラソンミーティング」/九州支部
- レポートヒープに、新コーナー「HEIB POWER TODAY」開設(秋号より)

●社会的動き(主な出来事)●

- 食品偽装問題が次々と発覚
- 社会保険庁「消えた年金」問題発覚
- 中越沖地震発生 ■福田内閣発足

第30期(中間法人第7期) 2008.4～2009.3

代表理事：三田まり子 (株)販売促進研究所

活動テーマ **日本人の生活力を考える** —現代(いま)の時代を生き抜く生活力とは—

- 九州支部15周年記念行事開催(9月)
- 日本ヒープ協議会30周年記念行事開催(2月)
- 関西支部25周年記念行事「ヒープフェスタ関西25th」開催(2月)
- ◆全員参加の活動成果を「情報カード活動報告書」として編纂・発表(2月)
- 内閣府「消費者支援功労者表彰」を第11期会長 近藤康子氏が受賞
- ホームページのリニューアル

●社会的動き(主な出来事)●

- 洞爺湖サミット(主要国首脳会議)開催
- 北京オリンピック開催 ■麻生内閣発足
- サブプライムローンに端を発する世界恐慌
- 非正規雇用者問題

第31期～第35期 2009～2014

●=活動内容 ◆=発行物

第31期(一般社団法人第1期) 2009.4～2010.3

代表理事：鍵谷泉 ユニ・チャーム(株)

活動テーマ ヒーブ視点での情報発信 —生活者と企業のより豊かな関係をめざして—

- 一般社団法人への移行に伴う定款および定款施行規則の改定(4月)
- キャリアアップセミナー実施(9月)
- 会員企業&日本ヒーブ協議会の意見交換会実施(2月)
- ホームページリニューアル

●社会の動き(主な出来事)●

- 消費者庁発足
- オバマ大統領就任
- 裁判員制度スタート

第32期(一般社団法人第2期) 2010.4～2011.3

代表理事：高野逸子 アフラック

活動テーマ 日本ヒーブ協議会の原点再考 —ヒーブ視点の実践と変革・挑戦にむけて—

- ◆「第8回働く女性と暮らしの調査 ～女性が前向きに働き続けるために～」発行(6月)
- 2010年APEC女性リーダーネットワーク会合(WLN)出展(9月)
- 消費者情報誌へ「情報カード」の掲載開始／
関西支部お客様コミュニケーション技術研究会(11月)

●社会の動き(主な出来事)●

- ノーベル化学賞に根岸英一氏、鈴木章氏
- バンクーバー冬季オリンピック開催
- サッカーW杯 日本16強
- 東日本大震災

第33期(一般社団法人第3期) 2011.4～2012.3

代表理事：高野逸子 アフラック

活動テーマ 日本ヒーブ協議会の原点再考 —生活者・行政・企業のさらなる「連携と協働」を目指して—

- 内閣府「消費者支援功労者表彰」を第35期代表理事杉本美穂氏が受賞(5月)
- 日本消費者教育学会全国大会で資料展示／関西支部(9月)
- 内閣府・男女共同参画推進連携会議と共催キャリアアップセミナー開催(12月)
- ◆ヒーブカフェマニュアル作成／九州支部(3月)
- ◆「電話・Eメールお客様対応マニュアル」発行／
お客様対応マニュアル編集プロジェクト(3月)
- 国民生活センター・全国消費者フォーラムにて発表(3月)

●社会の動き(主な出来事)●

- サッカーW杯でなでしこジャパン世界一
- テレビ放送が地デジに移行

第34期(一般社団法人第4期) 2012.4～2013.3

代表理事：細島芳 第一生命保険(株)

活動テーマ 日本ヒーブ協議会の原点再考 —会員・企業の更なるネットワーク構築をめざして—

- 内閣府「消費者支援功労者表彰」を第20期会長深川幸子氏が受賞(5月)
- ACAP・ヒーブ合同研究会／関西支部(11月)
- 内閣府・男女共同参画推進連携会議と共催キャリアアップセミナー及び座談会の開催(12月)

●社会の動き(主な出来事)●

- 復興庁発足
- ロンドンオリンピック開催
- ノーベル生理学・医学賞に山中伸弥氏

第35期(一般社団法人第5期) 2013.4～2014.3

代表理事：杉本美穂 ライオン(株)

活動テーマ 生活者と企業が共に成長する豊かな社会に向かって —ヒーブ視点マーケティングの実践—

- 内閣府「消費者支援功労者表彰」を第30期関西支部長川口徳子氏が受賞(5月)
- ◆「第9回働く女性と暮らしの調査 ～企業人として・生活者としての意識と実態～」発行(5月)
- ◆35周年記念事業「お客様の声を活かした取り組み55事例」発行(12月)
- 日本ヒーブ協議会35周年記念行事開催(12月)

●社会の動き(主な出来事)●

- 2020東京オリンピック開催決定
- 富士山の世界文化遺産登録

第36期～第40期 2014～2019

●=活動内容 ◆=発行物

第36期(一般社団法人第6期) 2014.4～2015.3

代表理事：上田稚子 (株) アンデルセン・パン生活文化研究所

活動テーマ ヒープ視点での新しい価値創造 —生活の質の向上をめざして—

- 内閣府「消費者支援功労者表彰」を第32・33期代表理事高野逸子氏が受賞(5月)
- 千代田区男女共同参画社会推進事業共催シンポジウム開催(9月)
- 消費者教育フェスタ参加(10月)
- 「お客様対応基礎講座」実施(1,2月)
- 消費者委員会と消費者団体ほか関係団体等との意見交換会に参加(2月)
- 全国消費者フォーラム参加(2月)

● 社会の動き(主な出来事) ●

- 消費税が5%から8%に引き上げ
- 「日本再興戦略」の中核に「女性が輝く社会」が位置づけられる
- 「持続可能な開発のための教育に関するユネスコ世界会議」を岡山県と愛知県で開催

第37期(一般社団法人第7期) 2015.4～2016.3

代表理事：川口徳子 日本ハム(株)

活動テーマ 社会の変化をとらえ、企業の中から社会へ —生活者視点で学び、考え、行動し、発信する—

- 内閣府「消費者支援功労者表彰」を第18期会長石川純子氏が受賞(5月)
- 内閣府「ベスト消費者サポーター章」を賛助会員公益財団法人生命保険文化センターが受賞(5月)
- 「お客様対応基礎講座」実施(1,2月)
- 消費者委員会と消費者団体ほか関係団体等との意見交換会に参加(2月)
- 全国消費者フォーラムにて発表/調査グループ(2月)
- ◆ 「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」発行(3月)

● 社会の動き(主な出来事) ●

- 「女性活躍加速のための重点方針2015」策定
- 国連が持続可能な開発のための2030アジェンダ(SDGs)を採択
- スポーツ庁設置
- 日本郵政グループ3者が東京証券取引所一部上場

第38期(一般社団法人第8期) 2016.4～2017.3

代表理事：宮木由貴子 (株) 第一生命経済研究所

活動テーマ 働く女性の「三方よし」 —“自分よし・企業よし・社会よし”の視点で生活者を考える—

- 内閣府「消費者支援功労者表彰」を第26期代表理事須古邦子氏が受賞(5月)
- 「お客様対応基礎講座」実施(9・2月)
- 日本消費者教育学会 第36回全国大会にて発表(10月)
- 全国大学生生活共同組合連合会 大学生協東京ブロックとの交流会実施(11月)
- 内閣府・男女共同参画推進連携会議 共催シンポジウム(東京)(2月)
- ◆ 「お客様対応マニュアル vol.6」発行(3月)
- 消費者庁 消費者志向経営推進組織活動 開始

● 社会の動き(主な出来事) ●

- 女性の職業生活における活躍の推進に関する法律完全施行
- 電力小売全面自由化
- 熊本地震発生
- 「働き方改革」推進

第39期(一般社団法人第9期) 2017.4～2018.3

代表理事：宮木由貴子 (株) 第一生命経済研究所

活動テーマ 三位一体で描く消費環境デザイン —消費者・企業・行政で紡ぐ次世代の消費社会—

- 内閣府「消費者支援功労者表彰」を日本ヒープ協議会が受賞(5月)
- 内閣府「ベスト消費者サポーター章」を第30期代表理事三田まり子氏が受賞(5月)
- 日本消費者教育学会 第37回全国大会にて発表(10月)
- 内閣府・男女共同参画推進連携会議 共催シンポジウム(大阪 10月・福岡 12月・熊本 1月)
- 消費者委員会委員と消費者団体ほか関係団体等との意見交換会に参加(11月)
- 「お客様対応基礎講座」実施(11月)
- 40周年に向けたプレ・イベント シンポジウム開催(12月)

● 社会の動き(主な出来事) ●

- プレミアム・フライデー
- 消費者庁「消費者行政新未来創造オフィス」開設
- 景気回復期間が「いざなぎ景気」を超える

第40期(一般社団法人第10期) 2018.4～2019.3

代表理事：梶原織梨江 日本生命保険(相)

活動テーマ 次世代へつなぐ、これからのヒープ —生活者視点と多様性を企業で発揮する—

- 内閣府「消費者支援功労者表彰」を第22期会長片岡まり氏が受賞(5月)
- 40周年記念シンポジウム開催(9月)

■活動内容

月例研究会

生活者と企業のより良い関係やヒーブの役割を問い直し、視野を広げ、一層の能力向上を図るための研究会。

時代潮流を踏まえつつ、協議会の社会的役割や長期ビジョンから策定した年間活動テーマに基づいて、有識者、企業の経営者、行政官などを講師として招き、講演会や事例研究などを行っています。

分科会

正会員が年間を通じて共通のテーマで研究する参加型活動。会員が希望するテーマに自主的に登録して参画することで、各課題・専門性を磨く場となるとともに、会員のネットワーク醸成の場となっています。

テーマ (2018年度時点)

- 月例会企画・運営分科会
- お客様対応を考える分科会
- 顧客ロイヤルティを考える分科会(関西)
- 調査・消費者関連情報分科会
- 商品・サービス研究分科会
- ダイバーシティ研究会(九州)

■最近の活動状況

●日本ヒーブ協議会ホームページ

▶▶ <http://www.heib.gr.jp/>



●レポートヒーブ

▶▶ http://www.heib.gr.jp/about_us/reportheib/



●ワッツヒーブ

▶▶ http://www.heib.gr.jp/wordpress/wp-content/uploads/files/about_us/pdf/what_is_heib.pdf



■出版物等

- 「お客様の声を活かした取り組み55事例」(35周年記念)(2013年12月発行)
- 「超高齢社会における企業の消費者対応」(2016年3月発行)
- お客様対応マニュアル Vol.6 (2017年3月発行)

設立40周年寄稿メッセージ



国民生活センター顧問
及川 昭伍氏

生活者視点を軸に

日本ヒーブ協議会の設立40周年を心からお祝い申し上げます。

本協議会が発足する数年前に、旧知のエコノミストの高原須美子さん（後に経済企画庁長官）が、税所百合子さん、碧海西葵さんほかの方々を案内して私の席に来ました。私が経済企画庁の消費者行政課長の時でした。米国のHEIBの会長であるジョンソン社の副社長が来日し、HEIBの勉強会とシンポジウムを開催するので、講演者とパネラーとして参加し、応援して欲しいというものでした。

私のヒーブとのつきあいは、この時から始まり40年余になります。ほぼ毎年、集会などにも参加し、ヒーブの活動を高く評価してきました。今後とも、毎年交替する新進の代表理事のもとで、一貫して変わらない「生活者視点」を軸として、環境の変化へも適切に対応しながら、生活者と企業の相互理解の増進に活躍されることを期待します。



消費者庁長官
岡村 和美氏

消費者志向経営の推進にむけた連携を

この度、日本ヒーブ協議会が、設立40周年を迎えられましたことに心からお祝い申し上げます。

1978年の創立以来、「生活者と企業のパイプ役」として、生活者と企業の双方の視点を持ち、生活者の利益と企業の健全な発展を目指す、貴協議会のご活動に、消費者庁として深く敬意を表します。このご活動は、消費者志向経営の考え方にも通じます。当庁では、貴協議会をはじめ、事業者団体、消費者団体と連携し、引き続き、消費者志向経営の推進に取り組んでまいります。

当庁は、本年9月に設置10年目を迎えました。今後も、消費者行政の諸課題について貴協議会のご支援を賜れば幸いです。

結びに、貴協議会の更なるご発展を祈念いたしますとともに、会員の皆様方のますますのご健勝とご活躍を祈念いたしまして、お祝いの言葉とさせていただきます。



内閣府大臣官房審議官
(男女共同参画局担当)
岡本 義朗氏

男女共同参画の先駆者として

一般社団法人日本ヒーブ協議会が設立40周年を迎えられることは、誠に喜ばしく、心よりお祝い申し上げます。

1978年9月「生活者と企業のパイプ役」としての女性の能力向上を目的に設立されて以来長きにわたり、生活者の利益と企業の健全な発展への寄与を使命として活動されてこられたヒーブに改めて敬意を表します。

ヒーブの重要な役割の一つに、新しい価値の創造・提案を通じて働く女性のロールモデルを提供することがあると考えます。日本社会が大きく変化する中、ダイバーシティ&インクルージョン、ワークライフバランス等々、今求められる価値とは、まさしく40年前に先駆者の先輩方がヒーブ協議会設立に込められた熱い思いの実現によって創り出されるものと信じて疑いません。

ヒーブの活動が企業で働く女性に、素晴らしいロールモデルを提供し続けるとともに、ヒーブ協議会がこの先50周年、100周年とさらに発展されますことを心より祈念いたします。

正会員企業一覧

(2018年8月現在 61社 50音順)

アサヒビール(株)	第一生命保険(株)
味の素AGF(株)	大同生命保険(株)
アフラック生命保険(株)	(株)ダスキン
アルソア本社(株)	西川産業(株)
(株)アルピオン	日新製糖(株)
(株)アンデルセンサービス	(株)日清製粉グループ本社
(株)アンデルセン・パン生活文化研究所	日本製粉(株)
イオンリテール(株)	日本ハム(株)
イカリ消毒(株)	日本ハム食品(株)
江崎グリコ(株)	日本生命保険(相)
エフコープ生活協同組合	ハウス食品(株)
花王(株)	(株)白洋舎
(株)かんぼ生命保険	(株)販売促進研究所
(有)キッズ・プランニング	富国生命保険(相)
キリン(株)	(株)ブライト
クリエイティブオフィス ビーンズ	プリマハム(株)
(有)元気デザイン総合研究所	(株)マーメイドベーカーリーパートナーズ
(株)コンシェルジュ	三井生命保険(株)
サッポロビール(株)	(株)Mizkan Partners
サンスター(株)	三菱自動車工業(株)
(一財)サンスター財団	南日本ハム(株)
サントリーウエルネス(株)	(株)明治
サントリーコミュニケーションズ(株)	明治安田生命保険(相)
資生堂ジャパン(株)	森永製菓(株)
昭和産業(株)	森乳コミュニケーション(株)
住友生命保険(相)	(株)ヤクルト本社
(公財)生命保険文化センター	山崎製パン(株)
積水化学工業(株)	雪印メグミルク(株)
(一社)全国清涼飲料連合会	ライオン(株)
損害保険ジャパン日本興亜(株)	(有)リリアプロジェクト
(株)第一生命経済研究所	

賛助会員企業一覧

(2018年8月現在 29社 50音順)

アサヒビール(株)	TOTO(株)
アフラック生命保険(株)	(株)トライローク
(株)アンデルセン・パン生活文化研究所	(株)日清製粉グループ本社
花王(株)	日本製粉(株)
カゴメ(株)	日本ハム(株)
企業組合東京セールスレップ	日本生命保険(相)
キリン(株)	(株)バツハベルク
小林製菓(株)	(株)ふくや
サンスター(株)	富国生命保険(相)
サントリーコミュニケーションズ(株)	(株)フレンセル
資生堂ジャパン(株)	明治安田生命保険(相)
昭和産業(株)	森永乳業(株)
(公財)生命保険文化センター	ユニバーサル・サウンドデザイン(株)
(株)第一生命経済研究所	ライオン(株)
第一生命保険(株)	

1

ヒューズ視点と実践

2

将来を描く

3

40年の歩みと最新の活動



一般社団法人 日本ヒーブ協議会

〒151-0053 東京都渋谷区代々木2-30-4 C-002
TEL 03(6869)0428 FAX 03(6300)6555



この冊子は、一般社団法人ユニバーサルコミュニケーションデザイン協会が、第三者の公正な審査を経て、ユーザーにとって見やすく配慮されたデザインであると認証したものです。

2018年9月発行