

2016年2月9日
公益社団法人消費者関連専門家会議(ACAP)

SNSに組織的に取り組む企業は約4割。前回調査(2011年)より倍増 —ACAP研究所「企業における消費者対応体制に関する実態調査」公表—

企業のお客様相談部門の責任者・担当で組織する公益社団法人消費者関連専門家会議(通称・ACAP、所在地:東京都新宿区、理事長:坂倉忠夫)では、1999年から4年に一度、会員企業を対象に消費者対応体制に関する実態調査を行っています。

5回目となる今回の調査は、2015年4月～6月を調査期間として、会員企業568社を対象に実施いたしました。調査結果の全体概要は下記のとおりです。

詳細は、ACAPホームページ下記URLよりご覧ください。

URL:<http://www.acap.or.jp/taigai/chosa-kenkyu/pdf/2016ippanjittaichosahoukoku.pdf>

■調査実施概要

○調査主体	ACAP 研究所
○調査期間	2015年4月～6月
○調査対象	ACAP 会員企業 568 社
○回答数	338 社(回答率 59.5%)
○調査方法	eメールによる調査依頼、アンケートシステムを利用した回答・回収 (質問項目41問)

■調査結果全体概要

(1)消費者視点での消費者対応体制の現況

・消費者対応部門の設置状況については、「設置されている」が 95.5%、「設置はしていないが対応している」が 3.3%で、ほとんどの企業が消費者対応を実施している。また、消費者対応部門の部門長は、部長クラスが 56.3%であるが、トップ・役員も 23.6%(前回調査 2011年 22.5%)を占めており、消費者対応部門の重要性への認識は高まりつつある。

・消費者対応部門の担当者総数は、「増加した」が 35.6%(同 46.8%)と前回より減少したが、「変化なし」が 43.7%(同 38.0%)と増加しており、消費者対応体制の維持が図られている。

・また、消費者対応部門の担当者総数平均人数は、今回 38.0人(2011年 56.0人)と減少している。一因として業務の効率化や事業の再構築などによることが推察される。

・消費者対応部門のフリーダイヤル導入企業は、74.6%(同 68.3%)、eメールでの受付は、87.3%(同 83.0%)の企業が実施しており、将来計画を含めると 90%を超える。行動パターンの変化、問い合わせ手段の多様化やIT技術の進展などを反映している。

・お客様からのお申し出内容の電話録音については、73.4%の企業が実施しており、必要に応じて録音可能な企業も加えると 95%を超え、お客様のお申し出に正確に回答するための機能を充実させている。また、54.7%の企業が、電話録音することを入電時やホームページ、カタログ等で何らかの事前告知をしている。

・年間無休(365日)電話受付は 22.2%、土日・祝日の一部受付は 18.0%であり、2011年から大きな変化はない。フリーダイヤルやeメール受付の普及と合わせ、お客様からのアクセスの容易性は向上している。

(2) 多様化する消費者対応部門の役割 —機能、対応品質の向上—

・消費者情報の社内共有のため、お客様からの声や対応履歴をデータベース管理している企業は 94.7%に上る。また、消費者対応部門からトップマネジメントへの情報提供は、定期的、必要に応じて、あるいは不定期な報告など増えており、トップの関心が高まっていることや、お客様の声を商品・サービスの改善や対応品質向上などに活かすなど、消費者志向経営の取り組みが進んでいることなどがうかがわれる。

・約 6 割の企業が、トップページから消費者対応部門専用ホームページにすぐにアクセスできる。また、約 1 割がトップページからすぐにアクセスできないものの、消費者対応部門専用ホームページを開設している。問い合わせフォームの開設を含めると、95%以上の企業がホームページ内で消費者からの問い合わせに対応しており、アクセス性、公開性の向上に努めている。

・消費者対応にかかわる研修は、半数以上の企業が継続的に実施している。また、半数近くの企業が消費者対応の規定やマニュアルに基づく研修体系を整備しており、お客様対応スキルアップ、モチベーションアップが図られている。また、消費者対応の品質を、定期的また不定期に社外モニタリング(満足度調査など)を実施し、評価している企業は、今回 50.8%(同 42.6%)となった。半数以上の企業がお客様満足度の調査・測定を実施し、消費者対応業務の改善に反映させている。

(3) 消費者をめぐる社会の変化 —安全安心な社会への関心—

・企業不祥事や製品事故のほか、食品偽装表示、異物混入や肌のトラブルなど、安全安心にかかわる消費者問題が継続的に発生している。

・特に高齢者や子どもの安全安心に対する消費者の不安を背景にした声が後を絶たず、一層の製品安全の向上と、品質保証の強化による事故の撲滅および消費者被害の未然防止、再発防止が求められている。

(4) 消費者意識の多様化、消費者行動の変化

・インターネットなど多様なネットワークで取得した情報を活用し、積極的に消費行動につなげる消費者が増える一方で、高齢化や少子化により、生活に困窮したり意思疎通が困難な消費者や、問題(孤立、ストレスなど社会のひずみ)を抱えた消費者も増加しており、消費者の行動は多様化している。

・最近の消費者行動・態度で、特筆すべきはSNSへの投稿、eメールやネットを使った苦情や高齢者からの苦情の増加である。

(5) ネット社会における消費者対応の在り方 —ソーシャルメディアへの取り組み—

・スマホや携帯端末等の情報化社会の急速な進展により、ネットへの書き込み、ソーシャルメディアへの投稿、また公的機関への通報なども増加している。

・ツイッターやフェイスブック等ソーシャルメディアに組織的に取り組んでいる企業は、今回 41.4%(同 18.5%)と倍増している。企業によって取り組みに差異はあるが、「取り組む意向のない」、「活用する意向のない」企業は前回に比べ減少傾向にある。

(6) 安全安心な消費社会の実現に向けて —消費者志向経営の推進—

・消費者対応部門に対する社内の期待として、消費者と企業との架け橋として、消費者からの情報収集と消費者への情報発信を行い、お客様の満足を実現し、自社商品の再購入、リピーターの創出に結び付ける役割を担っていると答えた企業が 95.7%(同 96.5%)であり、多くの企業で消費者志向経営における消費者対応部門の重要性が認識されている。

◆ 本件に関するお問い合わせ先

公益社団法人消費者関連専門家会議 (ACAP)

ACAP 研究所 来島 正男

TEL : 03-3353-5007

E-MAIL : kenkyu@acap.jp

以上

◆参考

公益社団法人消費者関連専門家会議(ACAP)

企業や団体のお客様相談部門の責任者・担当で構成する組織として、1980年(昭和55年)の設立以来、企業の消費者志向経営の推進、消費者対応力の向上、消費者、行政、企業相互の信頼の構築に向けて、各種研修、調査、消費者啓発活動、交流活動等を行っています。

英文表記の The Association of Consumer Affairs Professionals の頭文字をとり、ACAP(エイキャップ)の名前で親しまれています。

会員数	正会員数 745名(576社)。全会員数877名 (2016年1月20日現在)
理事長	坂倉 忠夫 (さかくら ただお) キリン株式会社
特別顧問	高 巖 (たか いわお) 麗澤大学大学院経済研究科教授
所在地等	【事務局】 〒160-0022 東京都新宿区新宿 1-14-12 玉屋ビル 5F TEL 03-3353-4999 FAX 03-3353-5049 http://www.acap.or.jp 【大阪事務所】 〒540-0028 大阪府中央区常盤町 2-1-8 FGビル大阪 7F TEL 06-6943-4999 FAX 06-6943-4900