

2019年度 ACAP 運営基本方針及び事業計画

(2019年4月～2020年3月)

運営基本方針

1. 消費者志向経営の一層の推進

- ・行政、外部団体等との連携を強化し、消費者志向経営の重要性の発信と社会への浸透、消費者志向経営の輪の拡大、経営層への働きかけを強化する施策・活動を展開する。
- ・消費者志向経営の一層の強化・推進を進めることにより、SDGsの達成に貢献するとともに、健全で安全・安心な消費社会の実現につなげていく。

2. 会員への提供価値の向上

- ・消費者関連部門にとどまらず、経営層から注目・評価されるべく、持続可能な社会に向けての価値の創造を進める。
- ・社会環境や時代の変化に対応すべく、新しい手法・テーマ・研修などを研究・検討して会員への提供を図る。

3. ACAPの存在感、知名度の向上と組織基盤の強化

- ・活動内容の更なる充実と、広報活動及び交流活動を強化することにより、知名度、認知度の向上につなげるとともに、社会的プレゼンスの向上をめざす。
- ・アクティブな会員を増やし会員力の最大化を図るとともに、将来に向けた組織基盤の強化と効率的な組織運営を推進する。

事業計画

I. 消費者志向経営の推進 ～健全で安全・安心な消費社会の実現～

1. セミナー・研修事業

(1) 出前講座や講師派遣の実施

- ・行政や地方公共団体が主催する事業者向け講座や消費者向け啓発講座への講師派遣
- ・大学への講師派遣、大学での単位講座としてのACAP連携講座の実施

(2) 企業向けセミナー・研修の開催

- ・消費者対応部門の階層別研修 新任者・中堅担当者・管理者
- ・消費者対応部門のスキルアップ研修 高齢者対応、Eメール対応、モニタリング&コーチング、消費者関連法等
- ・経営層を対象とする「2020消費者志向経営トップセミナー」
- ・社会環境の変化に対応したテーマ別研修の試行

2. 消費者教育・啓発への支援事業

(1) 消費生活に関する啓発資料展示

- ・消費生活センターや大学等での「ACAP消費者啓発資料常設展示コーナー」の設置推進

- (2) 行政や地方公共団体が主催する消費者啓発展への協力と啓発資料等の提供
- 3. 消費者問題に関する調査研究・成果や情報の提供・情報交換
 - (1) ACAP 研究所による研究活動
 - ・「グローバル・メディア情報研究会」「消費者のくらしの安全を考える研究会」「消費者対応部門における高齢者対応研究会」「会員企業の自社従業員への消費生活教育推進の研究会」の4研究会による研究活動
 - ・「ACAP 研究所ジャーナル」第12号の発行、例会等における研究成果報告
 - (2) 調査活動
 - ・必要に応じて消費者志向経営や消費者対応に関する調査実施
 - (3) 交流活動の推進
 - ・消費者庁幹部と会員企業役員との懇談会の開催 東京のみならず関西での開催も検討
 - ・経済産業省消費者相談室、国民生活センター相談情報部など行政組織、及び地方公共団体、消費者関連団体との交流推進
- 4. 提言募集と表彰事業
 - (1) 第35回「ACAP 消費者問題に関する『わたしの提言』」の募集・表彰
 - ・応募促進、入賞者の表彰、入賞作品の公表・周知
 - ・中学生を対象とする「消費生活に関する作文コンクール」の運営
 - (2) 第5回「ACAP 消費者志向活動表彰」の募集・表彰
 - ・表彰制度のあり方や主旨の見直しと、位置づけの明確化
 - ・受賞した優良活動の会の内外への周知
- 5. 広報活動の推進と情報提供・情報発信
 - (1) 機関誌 FORUM
 - ・「消費者志向経営トップインタビュー」「業務に活かす ACAP の活動」等による先進企業の事例紹介
 - (2) ホームページ
 - ・「消費者志向経営の推進」ページの更なる充実 会員企業の取り組み紹介、「ISO/JIS Q 10002 (苦情対応マネジメントシステム)」構築支援とのリンク 等
 - ・「バーチャル工場 (施設) 見学」「くらしのおすすめ情報」「従業員への消費生活教育」等消費者啓発ページの一層の充実
 - (3) パブリックコメントの発信
 - ・消費者問題や消費者政策に関するパブリックコメントの発信
- 6. 消費者志向経営の推進にむけた支援事業
 - (1) 「ISO/JIS Q 10002 (苦情対応マネジメントシステム)」の普及促進及び導入支援
 - ・支援強化に向けての組織体制再構築
 - ・規格の導入支援 理解促進・構築支援のための講座開催、自己適合宣言企業に対する第三者意見書発行事業の推進
 - ・消費者志向経営の推進に向けたツールとしての有効性の認知促進

- (2) 事業者相談事業
 - ・消費者対応部門の対応品質向上や機能強化の支援

- (3) 消費者志向経営の推進
 - ・企業の経営層への働きかけ強化の検討
 - ・「消費者志向経営推進ステップシート」「消費者対応部門進化度合いチェックマトリックス」等ツールの活用、機関誌 FORUM やホームページでの好事例の共有による支援
 - ・消費者志向経営推進組織の一員として「消費者志向経営・フォローアップ活動」への協力と推進 消費者志向自主宣言企業の拡大に向けた支援、活動の認知度向上に向け行政等と協力しての働きかけ
 - ・消費者志向経営の推進が SDGs の達成に貢献することの啓発

II. 会員の資質向上

- 1. 例会・自主研究会等の実施
 - ・東京・大阪・名古屋・福岡での例会の定期開催。ワークショップやグループワークなどの導入検討など内容の更なる充実
 - ・自主研究会（東京 11、大阪 5、中部 1、九州 1 グループ）、及び業種交流会（東京 1、大阪 4 グループ）による活動
 - ・施設見学会の開催（東京 4、大阪 2 回）
 - ・消費者対応部門に所属する女性の活躍支援に向けたマインドアップ、及びスキルアップの講座の開催。東京のみならず関西での開催も検討。

- 2. 入会後の会員フォロー
 - ・新入会員研修会、ACAP 塾、フォローアップ研修の開催
 - ・一般会員向け交流会の開催
 - ・委員会や部会の活動への参画促進

III. 持続可能な組織基盤の強化

- 1. 会員拡大活動
 - ・新規会員の獲得
 - ・会員の定着促進 例会・自主研究会等への積極的な参加促進
 - ・会員制度や特典の見直し検討

- 2. 知名度向上に向けた広報活動・交流活動の強化
 - ・ホームページの全面リニューアルによる機能・安全性・利便性の向上
 - ・マスコミとの個別連携、及びタイムリーかつ有効な情報提供による広報活動強化

- 3. 効率的な組織運営と組織力の強化
 - ・活動の選択と集中。活動の分散化と計画的実施
 - ・東西連携の更なる促進 委員会と部会の連携、情報の共有、中部・九州への講師等の支援
 - ・組織・人材体制に関する課題検討
 - ・各組織の活動で取り組んでいる同様なテーマの横串化による情報共有・連携強化

- ・ 会員交流サイトの構築・展開による会員同士の交流の場の提供
4. 予算管理の徹底と中期的な財務方針
 - ・ 期央も含め定期的な決算着地見込みの把握による予算管理の徹底と対応
 - ・ 中期的な財務方針の策定
 5. 事務局体制の強化
 - ・ 中期的な組織構想及び人員計画の作成と、それに基づく業務分担・人材育成
 6. 創立 40 周年（2020 年）記念行事の検討
 - ・ プロジェクトチームを作って企画検討

以上