

2020年度 ACAP 事業報告

(2020年4月～2021年3月)

概況

2020年度は、「消費者志向経営を推進し、消費者市民社会の実現をめざす消費者志向事業者団体」というビジョンのもと、「消費者志向経営の推進」「来るべき未来に向けての取組みの具体化」の2点を運営基本方針として活動を展開した。

新型コロナウイルス感染症の影響で、従来のような集合型の活動ができず、予定されていた一部の活動は中止せざるをえなかった。一方で、WEBを使用したオンラインによる活動を中心に新たな手法を取り入れ、3密を避け試行錯誤を繰り返し、可能な限り活動を展開した。

消費者志向経営に関しては、第6回「ACAP 消費者志向活動表彰」の実施、ISO/JIS Q 10002普及事業や事業者相談事業の推進、シンポジウムの開催、ホームページや機関誌 FORUM 等による情報発信、ACAP 研究所による調査研究など、消費者志向経営の推進を図った。

研修事業では、新任者や管理者等階層別のベーシック研修、及びEメール対応や高齢者対応など会員ニーズに対応したスキルアップ研修を実施した。

消費者啓発活動では、第36回2020年ACAP消費者問題に関する「わたしの提言」の募集・表彰を実施するとともに、講師派遣、出前授業、コンテンツの充実などを行った。

交流活動としては、消費者庁をはじめとする行政、消費者関連団体等との交流を図り、ネットワークの構築と情報交換、意見交換に努めた。

会員向け活動では、例会の内容充実、入会後のフォロー活動を行うとともに、ネット配信による講座、動画のオンデマンド配信など新たな取り組みや、メールやホームページによる情報提供強化を行った。

2020年10月に創立40周年を迎え、記念シンポジウムや記念式典を開催するとともに、「10年後のありたい姿と今後の活動コンセプト」を策定・発表した。

2020年度は、新型コロナウイルス感染症の影響で年初計画通りには実施できない活動もあったが、会員及び会員企業や関係団体等のご協力のもと、WEBを中心とした活動や新たな企画を展開するとともに、公益社団法人としての役割を発揮し、消費者志向事業者団体として消費者志向経営の推進と持続可能な社会の構築に向けて貢献した1年であった。

事業別報告

I. 消費者志向経営の推進 ～すべての活動は消費者志向経営に通ず～

1. セミナー、研修事業

(1) 出張講座や講師派遣の実施

①出張講座

・大東文化大学、立正大学、関西学院大学、大阪経済大学、神戸学院大学、四国大学、岐阜大学附属中学校 等

②行政、地方公共団体、消費者関連団体、事業者団体等への講師派遣

・消費者庁、国民生活センター、大阪府、兵庫県、徳島県、公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会、日本消費者教育学会、埼玉県生協連、国立研究開発法人産業技術総合研究所 等

(2) 企業向けセミナー・研修の開催

- ①消費者対応部門の方を対象とした階層別のベーシック研修（東京3回）
 - ・ 新任者・中堅者研修、相談窓口担当者研修、管理者研修（うちWEB研修1回）
- ②消費者対応に関するニーズの高いスキルアップ研修（東京10回、大阪2回）
 - ・ Eメール文書作成研修、難渋クレームの法的対応研修、クレームに対する法的対応研修、電話対応スキルアップ研修、コーチングスキル習得の実践研修、高齢者対応研修（うちWEB研修5回）
- ③ISO/JIS Q 10002 お客様対応/苦情対応マネジメントシステムの普及に向けた研修
 - ・ ISO/JIS Q 10002に準拠したお客様対応/苦情対応マネジメントシステム構築講座(逐条理解・導入準備コース)(各1回)、社内規程文書化コース（1回）、内部監査員養成コース（1回）、入門コース（1回）（うちWEB研修1回）

2. 消費者教育・啓発への支援事業

(1) 消費者啓発に関する資料展示

- ・ 全国51カ所の消費生活センター・教育機関等にACAP消費者啓発資料常設展示コーナーを設置・運営

(2) 消費生活展や消費者フェアへの出展・参加、啓発資料の配布

- ①行政や地方公共団体が主催する消費生活展や消費者フェア等に参加・協力し「消費者の声を活かした製品パネル展示」やWEB上でバーチャル工場見学サイトを紹介
 - ・ 大阪府、名古屋市

(3) 消費者啓発コンテンツの充実

- ・ 消費者の声を活かした改善事例、及び新たにSDGsやエシカル消費の取組事例の募集を実施
- ・ バーチャル工場見学のメンテナンス実施

3. 消費者問題に関する調査研究・情報提供・情報交換

(1) ACAP研究所における研究活動

- ① グローバル・メディア情報研究会
 - ・ コンタクトセンター業務の在宅勤務化と AI 活用に関する研究
 - ・ 米国の SOCAP CRM 誌の有用記事の紹介
 - ・ 研究活動成果を国民生活センター企業職員向け研修にて発表（11月）
- ② 消費者のくらしの安全を考える研究会
 - ・ 「ACAPくらしの安全カレンダー」の制作と配布（6月）
 - ・ コロナ禍におけるマスクの意義と安全性に関する調査研究、及び報告書発表（3月）
- ③ 消費者対応部門における高齢者研究会
 - ・ 会員企業へのヒアリングを踏まえた前年度成果物（研修資料、応事例集等）のバージョンアップ
 - ・ 社内用研修資料の活用のための動画の作成・配信（11月）
 - ・ 例会での研究活動成果発表（7月東京、11月大阪）
- ④ 「ACAP研究所ジャーナル」第14号（WEB版）発行による研究成果の公表（6月）

(2) 調査活動

- ①緊急事態宣言下のお客様対応に関する調査

- ・緊急事態宣言下のお客様対応に対する実態調査（7～8月）と調査結果公表（10月）
- ・2回目の緊急事態宣言下でのお客様対応に関するアンケート調査（1月）と調査結果公表（2月）

（3）交流活動

- ①行政、消費者関連団体等との交流の推進、ネットワーク構築を目的として活動を展開
 - ・消費者庁との月次情報交換会
 - ・アクティブシニアと社会の共存に関する意見交換会（11月）
 - ・全国消費生活相談員協会との交流会（3月）
- ②行政、地方自治体、消費者関連団体、事業者団体等への委員派遣
 - ・消費者庁、経済産業省、内閣府、消費者委員会、国民生活センター、東京都、大阪府、日本規格協会、消費者教育支援センター 等が主催する委員会や検討会に委員を派遣

4. 提言募集と表彰事業

- （1）第36回ACAP消費者問題に関する「わたしの提言」の募集・表彰
 - ・84作品の応募があり6作品を表彰（1月）。最優秀賞には内閣府特命担当大臣賞を授与
- （2）第6回ACAP消費者志向活動表彰の募集・表彰
 - ・17件の応募があり5活動に「消費者志向活動章」を授与（2月）
 - ・消費者志向活動章：アフラック生命保険株式会社、大阪いずみ市民生活協同組合、東京海上日動火災保険株式会社、日清製粉株式会社、パナソニック株式会社アプライアンス社ランドリー・クリーナー事業部

5. 広報活動の推進と情報提供・情報発信

- （1）機関誌FORUM
 - ・機関誌FORUMを4回発行（vol. 248～251）
 - ・「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」「Watch the お客様相談室」「消費者庁便り」をシリーズで継続掲載。有用情報を提供
 - ・Vol. 249は創立40周年記念特別号として発刊
- （2）ホームページ
 - ・全面リニューアルしたサイトを活用した様々な情報発信、動画配信なども加えた内容の充実
 - ・サイトの整備、リニューアル後の不具合修正
- （3）パブリックコメントの発信（1件）
 - ・消費者庁「「消費者基本計画工程表」素案に関する意見募集」について（5月）

6. 消費者志向経営の推進に向けた支援事業

- （1）「ISO 10002/JIS Q 10002 お客様対応／苦情対応マネジメントシステム」普及促進及び導入支援
 - ・第三者意見書、適合性評価報告書の発行（1社）
 - ・規格改正後の対応へのアドバイスおよび社内構築のための出前講座の実施（3社）

(2) 事業者相談事業

- ・消費者対応の体制整備や機能強化、消費者対応力の向上等について、事業者からの個別相談に対応
- ・事業者からの依頼により1回の講師派遣と11回の出前研修を実施（受講者総数285名）。事業者3社からの個別相談に対応

(3) シンポジウムの開催

- ・消費者志向経営推進シンポジウムの開催（2月）

II. 会員の資質向上

1. 会員の資質向上のための事業

(1) 例会、セミナー等の開催

- ・消費者とのコミュニケーション、消費者志向経営に向けた取り組み、SDGs、クレーム対応、悪質クレーム、高齢者対応、在宅勤務体制、AIの活用、消費者基本計画など、消費者関連の各種テーマや課題に関し、行政、企業、有識者等の方を講師に招き例会を開催。WEB、又はWEBと集合の併用により実施。（東京6回、大阪5回、中部2回）
- ・新入会員を対象に消費者対応部門として身に着けるべき基礎知識や企業事例等を学ぶ「新入会員研修」（東京1回）、入会后3年未満の会員を対象に企業事例の学びや意見交換を行う「ミートアッププログラム」（東京1回）を開催
- ・消費者対応部門に所属する女性を対象とした「マインド・アップ講座」をWEBで開催（4回）
- ・「ネット配信による講座」を会員向けに配信 「企業の消費者対応」「基礎から学ぶSDGs」「消費者団体・消費生活センターの基礎知識」の全3回

(2) 自主研究会・業種交流会活動の実施

- ・東京で11グループ、大阪で5グループ、中部・九州で各1グループの自主研究会を定期開催
- ・東京で1グループ、大阪で4グループの業種交流会を定期開催

III. 来るべき未来に向けての取組みの具体化 ～40周年、これからの10年、20年を見据えて～

1. 会員拡大・会員フォロー活動の推進

(1) 会員拡大活動

- ・会員のネットワークや出前講座、企業個別相談、他団体からの紹介等を活用した勧誘活動
- ・入会を検討している企業に対し、例会へのお試し参加のお誘い、理事や会員からの概要説明、その後のフォローなど、きめ細かな活動を実施

(2) 会員フォロー活動

- ・「新入会員研修」、「ミートアッププログラム」をWEBで開催
- ・新入会員へ「ACAPの概要」及び「消費者行政の流れ」の説明動画のオンデマンド配信

2. 会員へのコミュニケーション強化

- ・ホームページ上の会員交流サイト「会員交流カフェ」にて会員同士の交流を推進（毎月投稿募集、17スレッド）

- ・消費者庁などの行政や消費者関連団体の情報を提供する「専務理事のメールニュース」を11月より全会員へ毎月配信
3. 知名度向上に向けた広報活動の強化
- ・新聞（一般紙）への掲載2回（7月：読売新聞 消費者問題に関する「わたしの提言」、2月：熊本日日新聞 消費者問題に関する「わたしの提言」受賞者紹介）
 - ・ニュースリリースをタイムリーに配信（8本）
 - ・マスコミ向けメールニュースの配信開始（4回）
4. 40周年記念事業の展開
- (1) 記念事業の展開
- ・創立40周年記念シンポジウム（10月）、創立40周年記念式典（1月）の実施
 - ・功労者表彰の実施（1月） 37名を表彰
 - ・機関誌FORUM創立40周年記念特別号の発刊（10月）
 - ・創立40周年記念特別サイトの開設（11～3月）
- (2) 「10年後のありたい姿と今後の活動コンセプト」の策定・発表
- ・「40周年記念事業プロジェクト」からの答申をベースに理事会で案を作成し、広く会員にも意見を求め完成
 - ・40周年記念シンポジウム（10月）とニュースリリース（11月）にて広く発表
5. 持続可能な組織基盤の強化
- (1) 予算管理の徹底と財務基盤の確立
- ・予算管理を徹底し、理事会・監事会において年度決算着地見通しを定期的に確認
 - ・期央着地見通しを各組織毎に作成・集計して全体把握を行い見直しや対策を実施
- (2) 適切な組織統治
- ・公益社団法人として適切かつ円滑な運営を目指し、必要に応じて規程や規則等の改訂を実施
 - ・外部への発信物作成時における外部情報掲載ルールの本格運用開始と徹底
- (3) 新型コロナウイルス感染症拡大への対応
- ・活動： WEBを使用したオンラインによる例会、研修、交流会等を開催。集合型の場合は3密を避けるよう徹底。緊急事態宣言中は、対面の活動を中止し完全にWEBで実施できる活動のみを開催
 - ・WEB会議環境整備： Zoomの有料アカウント取得、及び自主研専用アカウントの提供、機器の整備
 - ・事務局体制： 職員の在宅勤務体制・環境を整備し在宅勤務を推奨。緊急事態宣言下では職員は基本在宅勤務とし、大阪事務所はクローズ
 - ・リスク管理： 職員や活動参加者が感染者や濃厚接触者になった場合の対応ルールを策定

以上