

ACAP「消費者志向経営」に関するアンケート調査報告書を公表

公益社団法人消費者関連専門家会議(通称・ACAP= エイキャップ)では、2022年9月27日～10月25日に、会員企業を対象に「消費者志向経営に関するアンケート(2022年度版)」を実施し、結果を報告書にまとめて公表しました。

本調査は、ACAP会員企業の消費者志向経営に向けた取り組み状況や効果、課題について、業種・従業員規模別・消費者志向自主宣言の有無など、属性ごとの比較も交えて行ったものです。

調査を通じて、取り組みが進んでいる点(コーポレートガバナンスの確保、リスクマネジメント、商品サービスの開発・改善など)と、課題(経営トップのコミットメント、消費者対応部門の人材育成や活用・評価)が明らかになりました。

本調査報告書をご一読いただき、消費者志向経営に取り組む上で何がポイントになるのかを把握することで、多くの企業で消費者志向経営が推進されることを願っています。

調査報告書は、ACAPホームページ(下記URL)よりご覧ください。

<https://www.acap.or.jp/activity/consumer-oriented-management/survey/#2022>

1. 調査概要

(1)調査目的

- ①ACAP会員企業の消費者志向経営に関する取り組み状況とその効果について、定量的に明らかにする。
- ②上記①を通じて、ACAP会員企業において、消費者志向経営の取り組みが自社の経営にどのように役立っているのかを把握し、今後の活動に活かす。

(2)調査期間

2022年9月27日～10月25日

(3)回答企業数

会員企業各社の正会員代表1名(計510名)に調査依頼を行い、130件の有効回答を得た(有効回答率25%)。

(4)質問内容

- ①属性:本社所在地、業種、上場状況、従業員数、消費者志向自主宣言実施の有無
- ②消費者志向経営に関する取り組み状況

ACAPが2021年に改訂した「消費者志向経営ステップシート」のモデルとなる活動に即した質問を中心に、消費者志向経営に関する会員企業の取り組み状況について質問した。

[消費者志向経営ステップシート]

<https://www.acap.or.jp/wp/wp-content/uploads/2020/02/stepsheet.pdf>

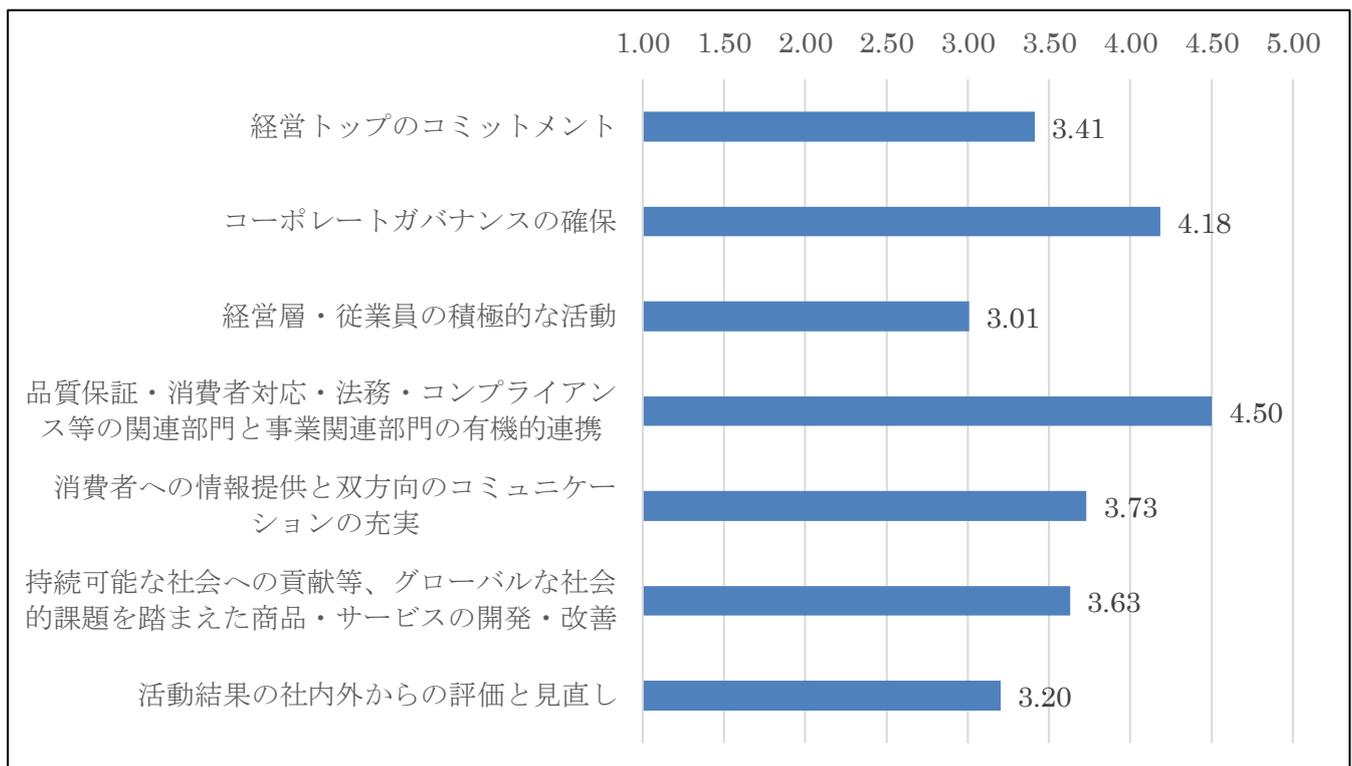
- ③消費者志向経営推進の上で、重要と考える従業員の能力
- ④1年前と比べた経営指標ならびにお客様対応に関する各指標の改善度合い

2. 調査のポイント

調査結果から、ACAP会員企業の消費者志向経営への取り組みについて以下が明らかになった。

- (1) リスクマネジメントに基づく部門間連携や法令遵守をもとにしたコーポレートガバナンスの確保は、平均値が5点満点中4.5点と大きく超え、しっかりとした取り組みが行われている。
- (2) 経営トップのコミットメントと消費者志向経営の活動の評価と見直しについては、平均値は3.5点を少し下回る水準であるが、できている企業とそうでない企業で二極化している。
特に、製造業<非製造業、消費者志向自主宣言 宣言企業>消費者志向自主宣言 非宣言企業。
- (3) 経営層・従業員の積極的な活動については、平均値は約3点であるが、当該項目を構成する設問の中で、資格保有者の活用や消費者志向経営に関する活動の人事評価の組み込みなどについて、平均値が2点台であり、全体の平均値を押し下げた。消費者志向経営を実際に推進するに当たって、人材の活用や人事評価への組み込みなど、実効性を担保する活動に課題があることが見いだせた。なお、消費者志向経営の取り組みの状況について、企業ごとの回答全体の平均値を取り、属性別に比較したところ、製造業<非製造業、1000人未満規模の企業<1000人以上規模の企業、消費者志向自主宣言 宣言企業>消費者志向自主宣言 非宣言企業 という傾向がみられた。

<回答企業全体の平均値>



3. まとめと提言

本調査では、消費者志向経営の実現に向けた現状と課題を俯瞰し、それらを踏まえた上で、提言を行った。

(1) 現状、順調に推進されている点

- ・「コーポレートガバナンスの確保」(法令遵守等のコンプライアンスや関連施策)
- ・「品質保証・消費者対応・法務・コンプライアンス等の関連部門と事業関連部門の有機的な連携」(リスクマネジメントに関するしくみづくりと対応)

- ・「持続可能な社会への貢献等、グローバルな社会課題を踏まえた商品・サービスの開発・改善」
- ・「消費者への情報提供と双方向コミュニケーションの充実」

(2)課題

- ・「経営トップのコミットメント」について、企業によって取り組み状況が二極化し、消費者志向経営に関する経営トップの意識に開きがある。
- ・消費者関連の専門人材の活用が十分なされておらず、消費者志向経営に関する活動や専門人材の業務上の成果を人事評価に結び付けていない。
- ・消費者志向経営におけるPDCAサイクルに改善の余地がある。

(3)提言

本調査を通して、消費者志向経営推進のために、ACAPとして提言したい点は以下のとおり。

- ・各企業の取り組みが順調な点(コーポレートガバナンスの確保やリスクマネジメントに関するしくみづくり)をベースに、PDCAサイクルを回すこと。
- ・消費者志向自主宣言の実施や消費者志向活動表彰などの場を活用しながら、自社の消費者志向経営に関する取り組みを明文化して公表することで、経営トップのコミットメントを高めること。
- ・経営トップによる主導のもと、苦情対応に関する唯一の国際規格 ISO 10002 に準拠したマネジメントシステム JIS Q 10002 を導入し自己適合宣言をすることにより、苦情対応を起点としたPDCAサイクルを回すこと。
- ・人的資本経営推進の視点で消費者対応部門の従業員を育成し、その活動を評価すること。企業の非財務価値評価を高めるために人的資本経営を推進する点でも、消費者志向経営を牽引する人材の育成は、企業における経営上の重要課題といえる。

以上

◆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)

事務局長 喜山 または 曾良 TEL : 03-3353-4999 メールアドレス: acap@acap.jp

◆参考

公益社団法人 消費者関連専門家会議(ACAP)

企業や団体の消費者関連部門の責任者・担当者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 653 名(510 社)。全会員数 784 名 (2023 年 2 月 15 日現在)
理事長	村井 正素 (むらい まさし) 住友生命保険相互会社
特別顧問	高 巖 (たか いわお) 明治大学経営学部 特任教授
所在地等	<p>【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 https://www.acap.or.jp</p> <p>【大阪事務所】 〒540-0028 大阪市中央区常盤町 2-1-8 FGビル大阪 7F TEL 06-6943-4999 FAX 06-6943-4900</p>