

2023年度 ACAP 運営基本方針及び事業計画 (2023年4月～2024年3月)

運営基本方針

消費者に最も近い消費者志向事業者団体として、さまざまな環境に対応できる活動を確立し、2030年の「ありたい姿(※)」の実現に向け、着実な歩みを進める。

※ 環境変化に対応した消費者関連部門の新しい姿を提案する「企業への情報発信・価値提供のプラットフォーム」

1. 消費者志向経営の推進

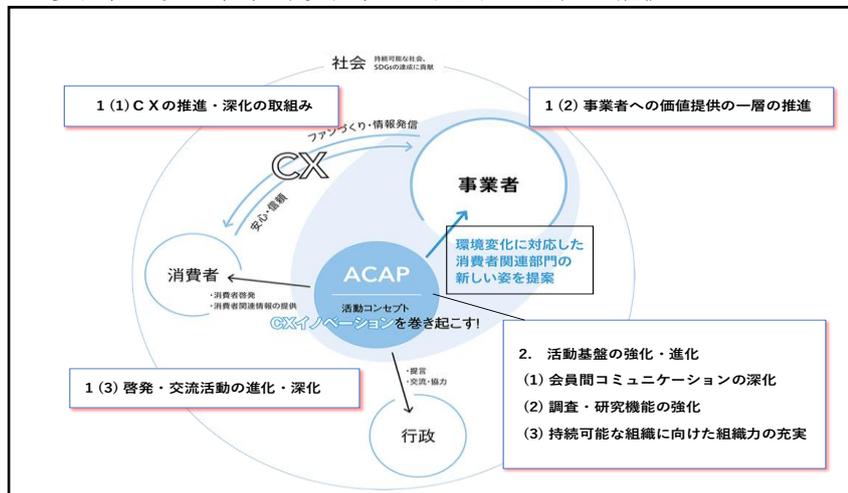
「CXイノベーション」への取り組みを中心に、消費者と視点を合わせ、双方向のコミュニケーションを促進することを通じ、消費者志向経営の推進、SDGs達成への貢献を図る。

- (1) CXの推進・深化の取組み
 - ・消費者と事業者の双方向のコミュニケーション進化・深化への貢献
 - ・消費者関連部門のDX、デジタルと人の最適な融合を意識した取組みを推進
- (2) 事業者への価値提供の一層の推進
 - ・会員を通じ所属企業・団体に提供する情報・機会・ネットワークの多様化・高度化
 - ・経営層および社会に向けた情報発信、広報活動の強化
 - ・消費者志向の取組みを幅広く、多くの事業者へ発信し、共有を推進
- (3) 啓発・交流活動の進化・深化
 - ・消費者、消費者団体、行政等への情報提供の進化を図り、環境に応じた啓発活動を推進
 - ・さまざまな主体との連携・交流の深化を図り、一層の相互理解を促進

2. 活動基盤の強化・進化

社会環境や消費者意識の変化などを踏まえ、会員の「活動価値」の向上を実現するとともに、持続可能な社会の実現に貢献する組織力の強化を図る。

- (1) 会員間コミュニケーション深化への取組み
 - ・環境変化に適応し、会員ニーズに対応した活動を展開
 - ・会員一人ひとりのネットワーク拡大・レベルアップの支援推進
 - ・活動、取組み、調査・研究結果などの発信強化により、理解・共有を促進
- (2) 調査・研究機能の強化
- (3) 持続可能な組織へ向けた組織力の充実
 - ・活動をともしする仲間を増やす取組み、次世代を担う会員の運営参画推進
 - ・収入の多様化・安定化、環境変化に対応する運営を継続



事業計画

I. 消費者志向経営の推進

1. 会員への提供価値の一層の推進

(1) 例会・自主研究会等の内容充実

- ・例会 東京・大阪での定期開催。目的やテーマに応じ、集合型、Web型、集合とWebの併用型などを使い分ける。消費者関連部門の方にとって関心の高いテーマ、必要な知識習得に繋がるテーマを選定し、内容の更なる充実を図る。
- ・自主研究会（東京10、大阪3、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。動画や新入会員研修などでの活動紹介により参加を促進。
- ・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講座の開催。

(2) 入会後の会員フォロー

- ・新入会員研修会、ミートアッププログラムの開催と内容の更なる充実。参加率向上を図るとともに、意見交換を充実し参加者同士のネットワーク作りを図る。

(3) 悪質クレーム対応に関する情報提供・支援

- ・ACAP編著「現場責任者のための悪質クレーム対応実務ハンドブック」の活用本の紹介、本の内容を活かした悪質クレーム対応の研修や出前講座の実施。
- ・例会やACAPサロン等での情報提供

2. セミナー・研修事業

(1) 企業向けセミナー・研修の実施

- ・消費者対応部門の階層別ベーシック研修 新任者・中堅者・管理者
- ・消費者対応部門のスキルアップ研修 電話対応スキル、高齢者対応、Eメール文書作成、難渋クレーム対応、コーチング等 環境変化や会員ニーズに対応した研修の実施
- ・内容や状況を考慮し、集合型とWEB型をバランスよく開催
- ・諸経費の高騰にともない、研修受講料金の改定を行うとともに、研修内容の一層の充実を図る
- ・経営層を対象とする「2024 消費者志向経営トップセミナー」の開催

(2) 出前授業や講師派遣の実施

- ・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

3. 消費者啓発活動・交流活動の進化・深化

(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
- ・テーマ別展示の提案内容のメニュー化検討

(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) 啓発コンテンツの作成・充実と整理
 - ・会員企業の消費者啓発活動の消費者への効率的な周知の検討
 - ・消費者のニーズに合ったコンテンツの拡充
 - ・定期的なメンテナンス作業
 - (4) 第39回「ACAP 消費者問題に関する『わたしの提言』」の募集・表彰
 - ・応募者のすそ野拡大に向けた周知方法の検討
 - ・入賞者の表彰、入賞作品の公表・周知
 - (5) 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
 - ・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
 - ・消費者関連法勉強会の開催
 - ・できるだけ会員参加型方式での開催を検討
4. 消費者志向経営の推進に向けた事業・支援
- (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」の普及促進及び導入支援
 - ・規格の導入支援 理解促進・構築支援のための講座開催、個別企業向け構築支援、自己適合宣言のための適合性評価や第三者意見書発行事業の推進
 - ・解説本の活用 2021年度に発行した、JIS Q 10002の2019年改正(第3版)に対応した解説本「ISO 10002:2018/JIS Q 10002:2019 苦情対応マネジメントシステム構築のためのガイドラインと手順」を活用した理解促進、及び2019年改正に対応した見直し支援。解説本の増刷の検討。
 - ・ISO 10002/JIS Q 10002 自己適合宣言済企業の情報交換会の開催
 - ・消費者志向経営の推進に向けた規格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に向け、個別相談、講師派遣、出前研修を実施
 - (3) 消費者志向経営の推進支援
 - ・消費者志向経営に関するアンケート2022調査結果の活用 「消費者志向経営推進ステップシート」の活用促進。現状の課題分析と会員への情報提供強化。
 - ・企業の部門長・経営層への働きかけの検討
 - ・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。
 - (4) 第9回「ACAP 消費者志向活動表彰」の募集・表彰
 - ・応募促進 地方行政や消費生活センターとの連携による地方への拡大促進。会員への応募・他薦の協力依頼。
 - ・受賞した優良活動の会の内外への周知

5. 消費者問題に関する調査・研究

(1) ACAP 研究所による研究活動

- ・3 研究会による研究活動
- ・グローバル・メディア情報研究会 「リモートやアバターによるお客様対応」をテーマに、具体的な事例収集に注力する。
- ・消費者対応部門における高齢者対応研究会 「事業者における超高齢化社会でのありたい姿を考える」をテーマとする。
- ・CX イノベーション研究会 ACAP としての CX イノベーションを定義し公表する。並行して、会員企業の事例を収集し、情報を共有する。
- ・例会やホームページ等での活動報告と、タイムリーな成果報告の実施
- ・各組織との連携や研究会同士の連携による活動の充実
- ・研究所の今後の方向性やビジョンについて検討

(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
- ・「WEB 版お客様相談室」のタイムリーな更新・改訂

6. 広報活動の推進と内外への情報発信

(1) 情報発信・情報提供の充実

- ・ホームページ会員ページ 会員満足及びコミュニケーションの向上につながる有益な情報発信。掲載コンテンツの多様化・充実と、タイムリーな公開
- ・FORUM ホームページの1コンテンツとして内容を充実しユーザー数向上を目指す
- ・専務理事のメールニュースによる行政・消費者関連団体情報のタイムリーな提供

(2) 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 ACAP として発信する価値を意識した意見提出

(3) 会員及び社会に対する情報発信強化

- ・理事会にて、SNS など情報発信の多様化を含めた新たな広報活動について検討

II. 活動基盤の強化・進化

1. 会員間コミュニケーション進化への取り組み

- ・ACAP サロンの定期開催 気軽に参加できる交流と気づきの場の提供
- ・会員間コミュニケーション強化により会員間の自発的な交流を支援
- ・会員同士で情報を提供しあう機会・雰囲気醸成

2. 2030 年のありたい姿に向けた活動

- ・2030 年度までのロードマップを意識した活動。
- ・2025 年 ACAP EXPO (仮称) に向けた検討開始
- ・CX イノベーションの定義作成と会員への理解浸透。 CX イノベーション研究会による ACAP としての定義や概念の作成と公表。企業の先進事例の共有。

- ・ウイング拡大の考え方の整理
3. 知名度向上に向けた広報活動
- ・マスコミ向けメールニュースの適時配信による情報提供、及びホームページへの誘導。
 - ・ホームページ一般ページの情報充実、鮮度強化
4. 組織基盤の強化
- (1) 会員拡大活動
- ・新規会員の獲得 オープン例会の開催とお試し参加の促進、ターゲットを絞った勧誘活動
 - ・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
 - ・新入会員研修会の参加率向上とフォロー
 - ・一般会員向けプログラムの実施
- (2) 組織力の強化
- ・東西連携の更なる促進 委員会と部会の連携、情報の共有、例会等の講師選定での連携、東西の枠を超えた活動への参画推進、活動のスケジュール重複化回避
 - ・活動運営メンバーの拡大・育成
- (3) 財務基盤の強化
- ・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
 - ・コスト削減の徹底
 - ・事業ごとの収支管理
 - ・収入多様化や財務安定化に向けた検討
- (4) ホームページのセキュリティ強化
- ・セキュリティ環境、及び保守体制の強化
- (5) ガバナンス強化
- ・個人情報管理の徹底、強化
 - ・発信物作成時における外部情報掲載ルールの徹底

以上