

2024年度 ACAP 運営基本方針 (2024年4月～2025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、2030年の「ありたい姿(※)」の実現に向け、着実な歩みを進めるとともに、その先の未来に向けた持続可能な活動基盤への変革に取り組む。

※ 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深める取り組みを通じて、提供価値を高度化し、消費者志向経営の推進、SDGs達成への貢献を図る。

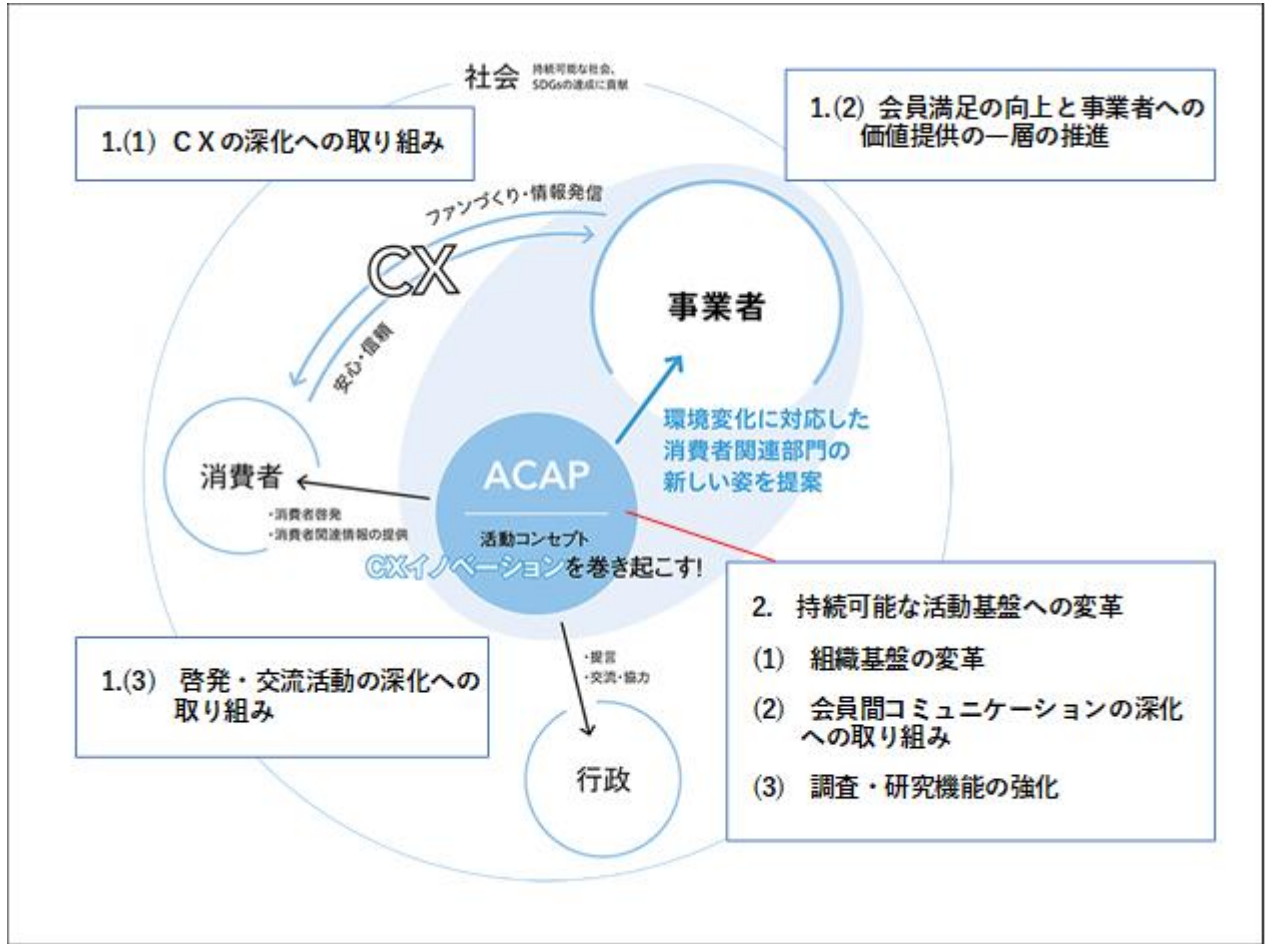
- (1) CXの深化への取り組み
 - ・消費者と事業者の双方向のコミュニケーション深化への貢献
 - ・消費者の特性、状況に応じた取組事例等の共有とレベルアップを促進
 - ・消費者関連部門のDX、デジタルと人の最適な融合を意識した取り組みを推進
- (2) 会員満足の上昇と事業者への価値提供の一層の推進
 - ・会員および会員を通じて所属企業・団体に提供する情報・研修・機会・ネットワークの多様化・高度化
 - ・経営層および社会に向けた情報発信、広報活動の強化
 - ・消費者志向の取り組みについて、幅広く、多くの事業者との共有を推進
- (3) 啓発・交流活動の深化への取り組み
 - ・消費者団体、行政機関等とのコミュニケーションを深め、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. 持続可能な活動基盤への変革

社会環境や消費者意識の変化などを踏まえ、長期的な視点から、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基盤への変革を図る。

- (1) 組織基盤の変革
 - ・活動をともにする仲間を増やし、次世代を担う会員の運営参画を推進
 - ・収入の多様化・安定化、環境変化に対応する運営を継続
 - ・持続可能な運営体制、財政基盤の再構築を一層重視した見直しの推進
- (2) 会員間コミュニケーションの深化への取り組み
 - ・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
- (3) 調査・研究機能の強化

- ・2030年の「ありたい姿」及びその先の未来を意識し、消費者関連部門のレベルアップに資する調査・研究を推進。



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
集合型を基本としつつ目的やテーマに応じて Web 型を検討
- ・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
- ・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
- ・例会アンケートの回答率を高める 不満足の声を重視する
- ・福岡例会、中部地区例会の開催

- (2) 入会後の会員フォロー
 - ・新入会員へのアプローチ 例会、新入会員研修時、交流の時間を確保
 - ・ミートアッププログラム（中堅会員向け意見交換会）の名称等の見直しを検討
- (3) 悪質クレーム、カスタマーハラスメント対応に関する情報提供・支援
 - ・例会やACAP サロン、研修等での情報提供
 - ・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

2. セミナー・研修事業

- (1) 企業向け研修の実施
 - ・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、カスタマーハラスメント対応、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型を開催
 - ・東西研修の連携 コンテンツや運営の連携、開催計画の事前共有
- (2) 出前授業や講師派遣の実施
 - ・行政や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」の設置については、効果を検討し在り方を見直す
- (2) ACAP 会員企業が保有する啓発コンテンツの活用を促進
 - ・SNS 等による発信を展開
- (3) 第40回「ACAP 消費者問題に関する『わたしの提言』」の募集・表彰
 - ・応募者の拡大に向けた周知方法の検討
 - ・表彰、入賞作品の効果的活用方法を検討
- (4) 交流活動の推進
 - ・会員企業経営層への価値提供の場として「消費者志向経営トップセミナー」「消費者庁幹部と会員企業役員との懇談会」を継続実施
 - ・国民生活センター相談情報部、経済産業省、厚生労働省、警察庁など行政組織、及び地方公共団体、消費者関連団体とは交流目的を明確にした上で実施

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
- ・ISO 10002/JIS Q 10002 自己適合宣言済企業の情報交換会の開催
- ・流通事業者等との連携による普及活動の推進
- (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
 - ・会員企業部門長、経営層にACAPの価値を伝える
 - ・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10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
 - ・受章した優良活動の会の内外への周知
 - ・第11回以降の在り方を検討

5. 消費者問題に関する調査・研究

- (1) ACAP 研究所による3つの研究活動
 - ・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」をテーマとし、生成 AI を活用した「人によらない対応」まで研究対象を広げ、成果を発表
 - ・消費者対応部門における高齢者対応研究会 「高齢者の生の声」と「先進的企業の対応事例」を収集・分析し発表
 - ・CX イノベーション研究会 会員企業の先進的事例を収集・分析し発表
 - ・研究成果の効果的発表方法を検討 社会への提言や仕組みの構築を意識する
 - ・各組織との連携や研究会同士の連携による活動の充実
- (2) リサーチ機能の強化
 - ・3年に1度の定点調査の実施 企業、団体、行政、メディアへの効果的発信
 - ・会員への意識調査方法の検討 例会や自主研、委員会、部会活動等に参加されていない会員へのアンケート、ヒアリング等
 - ・ACAP 研究所、企画委員会、広報委員会の連携により、リサーチ機能を強化

6. 広報活動の推進と内外への情報発信

- (1) 会員向け情報発信・情報提供の充実
 - ・ホームページのアクセス件数を拡大 公開ページと範囲を見直す
 - ・FORUMの定期配信を月1回とし、アクセス数を高める

- ・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、的確な意見を提出
- (3) 社会に対する情報発信強化
 - ・SNS プロジェクト：情報発信の多様化を含めた新たな広報活動について実施
 - ・マスコミとの関係性強化
 - ・事業者視点と消費者視点を意識した発信、消費者のメリットを打ち出した発信

II. 持続可能な活動基盤への変革

1. 財務基盤の再構築

- (1) 収益事業の強化
 - ・研修、ISO10002、事業者相談、講師派遣等の強化
 - ・収益事業の広報を強化
- (2) 収益につながる新規公益事業
 - ・カスタマーハラスメント対策研修プロジェクト：名古屋、福岡、など地方都市にてカスハラ対策研修を開催
- (3) 事業内容の見直し
 - ・コスト削減の徹底 既存事業をゼロベースで見直す 会員満足、公益性を考慮
 - ・赤字予算からの脱却 2026 年度予算黒字化計画
 - ・委員会等組織の再編成を検討

2. 会員満足と会員拡大

- (1) 会員間コミュニケーション支援
 - ・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
 - ・例会など ACAP の活動は会員間のコミュニケーション支援の場とする
 - ・会員同士で情報交換のできる機会や場を支援
- (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 の見直し
 - ・CX イノベーションのプラットフォーム化を図る CX 関連部門の会員数を拡大
- (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効果的配信を検討
 - ・マスコミからの取材を受ける体制の構築
- (4) 会員の定着促進
 - ・例会・自主研究会等への参加促進 例会や自主研、委員会、部会活動等に参加されていない会員へのアプローチを検討

- ・新入会員フォロー 例会、研修会等にて会員交流の場を設ける
- (5) 新規会員の獲得
 - ・公開特別例会の開催頻度を増やすことを検討
公開特別例会の参加者に対し例会後も継続して情報を提供することを検討
 - ・研修、講座等の参加者に対し ACAP の活動を紹介
 - ・業種、地域、団体、行政を通じた紹介の実施
 - ・ACAP に関心ある企業へ面談による説明会を実施
- (6) 新規プロジェクトの検討
 - ・若手プロジェクト：次世代を担う会員に向けた企画を検討
- (7) 45 周年記念事業の検討
 - ・2025 年度に実施する 45 周年事業の内容を検討

3. 組織の強化

- (1) 東西連携の促進
 - ・委員会と部会の連携、情報の共有 例会等の講師選定時等の連携
- (2) ホームページのセキュリティ強化とウェブアクセシビリティ確保
 - ・保守体制の整備、見直し
 - ・障害者差別解消法の改正等をふまえたホームページの抜本的見直しの検討
- (3) ガバナンスの強化
 - ・個人情報管理の徹底、強化
 - ・各種ハラスメント対策の徹底

以上