



# Celebrating 45 Years of ACAP

John Goodman, Vice Chairman, Customer Care Measurement & Consulting

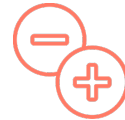
JUNE 11, 2025

# ACAPの45年間にわたる貢献



4つのセクター（産業や政府、学术界、消費者）における啓蒙活動

---



リサーチと知見の発信

---



消費者対応と顧客体験の向上

---



消費者問題とカスタマーサービス分野における専門職の地位向上

---



日本産業の競争力を強化

---

# 佐藤知恭教授との出会いに始まる日本のプロジェクト

- 1978年、1984年  
ホワイトハウス消費者局の消費者苦情処理に関する報告書の公表
- 1980年  
日本へ初来日  
– ACAPの設立と北米およびオーストラリアにおけるSOCAPとの提携
- 継続的な研究とプロジェクト  
ベルシステム24との提携および複数の日本企業との協力
- 2010年  
ラーニングイットへのボタンタッチ  
– Salesforce Japanとの協業『CX3.0®顧客体験の教科書』を出版



# グッドマンの3つの法則とその現状

## 1. 顧客対応に満足した顧客のロイヤルティ（再購入決定率等）は、申し立てなかった顧客に比べて高くなる

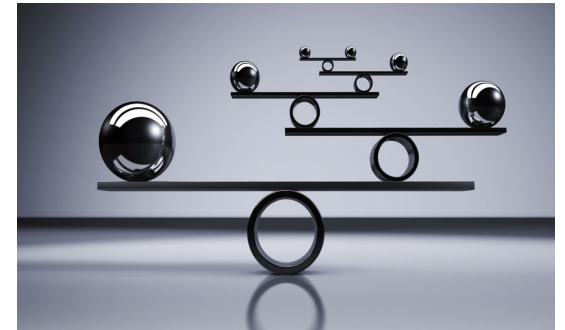
- 自動音声やAI対応で悩まされた顧客の怒りは大きく、苦情を申し立てずソーシャルメディアに流れやすくなる
- 企業は、顧客対応のエスカレーションを非効率なコストとして捉えがち、顧客を助けるという目的を忘れている
- 顧客対応では、デジタルチャネルが優勢になり、回答プロセスにおけるAI活用が進む

## 2. ネガティブなクチコミは、ポジティブなものよりも2倍拡散しやすい

- 現在はさらにクチコミの力が強まり、ネガティブなクチコミは3倍広がりやすくなっている
- 感動した顧客のクチコミは、満足した顧客の2倍の拡散力がある（B2C、B2Bの両方に当てはまる）

## 3. 顧客への適切な情報提供によって信頼関係が構築され、ポジティブなクチコミが広がり、 購買や市場拡大につながる

- 顧客教育と透明性の強化はいずれも顧客感動（ディライト）につながり、トラブル件数も減る
- ロイヤルティの醸成に効果的なオンボーディングが、ほとんど実践されていない
- オンボーディングや顧客教育にAIを活用すべきだが、着目されていない



# さらに3つの法則を追加

4. 戦略的なVOC活動として、顧客の声や従業員の声だけでなく、業務データを活用することで、トラブルの詳細とそれに伴う収益損失や無駄なコストを明らかにすることができる
5. マーケティングと営業部門は、顧客の期待に責任を持つべきであり、営業活動全体の品質を測る指標が求められる
6. 顧客対応のフロント部門に十分な権限と柔軟性が与えることで顧客の不満を抑えることができエスカレーション対応が減るだけでなく、法務、コンプライアンス、行政対応につながるトラブルも減るだろう





# CCMC・ラーニングイットによる調査プロジェクト

## 1. 第11回 National Rage Study

CCMCによる全米消費者の怒りに関する調査では、消費者のトラブル体験、問題解決の取り組み、消費者の怒り、ソーシャルメディアにおける動き、カスタマーハラスメントの実態などに関する動向を観測

## 2. 第2回 Japan Rage Study ACAPのご協力も得て実施（2025年）

日本の消費者を対象にした第2回目として、上記のNational Rage Studyに連動する調査を実施。多くの面で日米の消費者は同様の行動を示しているが、企業の消費者対応は違いが見られる

## 3. ディライト調査

富裕消費者層を対象に、顧客に対する透明性、熱意、共感など12種類のディライト体験の分析、購買意欲、クチコミなどのマーケティング効果に関する調査を実施。ディライト体験の約半数がデジタルチャネルで起きている

## 4. CPG調査

消費財利用者を対象に5つの製品カテゴリーにおけるトラブル体験と苦情行動や利用するチャネルに関する調査。チャネル利用が電話からデジタルに急速に変化

## 5. VOCインパクト調査 ACAPのご協力を得て2025年秋に国内で実施予定

企業のVOC活動実態を把握し、問題解決力や社内部門の連携など、顧客満足度の向上に与える成功要因やベストプラクティスを見つけ出す

# ACAPへの期待

## 研究活動

- 消費者行動（特に世代間の違い）
- 消費者教育におけるテクノロジー活用
- 顧客体験のベストプラクティス
- マーケティング活動と消費者への影響

## 啓蒙活動

- 積極的に啓蒙すべき業界
  - ・ 高齢者向けの医療や介護
  - ・ 行政サービス
- カスタマーサービス（お客さま対応部門）の立場や地位等の向上





John Goodman:  
[Jgoodman@customercaremc.com](mailto:Jgoodman@customercaremc.com)



制作監修：株式会社ラーニングイット  
二次利用等のお問い合わせ：info@learningit.jp

