

## 2026 年度 ACAP 運営基本方針

ACAP は、消費者に最も近い消費者志向事業者団体として、企業の消費者対応の質向上を通じて社会に貢献するとともに、消費者市民社会の実現に向けて会員企業と価値共創を推進し、消費者の期待と信頼に応え、社会的責任を果たします。

### 1. 会員および会員企業への提供価値のさらなる高度化

#### (1) 会員への価値提供の強化

会員ニーズや環境変化を的確に把握し、会員の期待と信頼に応えるべく  
会員資質のさらなる向上を図る

#### (2) 会員企業への価値提供と価値共創の推進

会員企業の消費者対応力のいっそうの向上を通じて価値共創を進め、広く  
社会へ貢献する

### 2. ACAP の強みを活かした新たな価値創造への挑戦

#### (1) デジタル活用による会員サービスの向上

デジタル技術を活用し、ACAP の専門性・ネットワークをさらに強化した  
会員サービスを構築する

#### (2) 多様なステークホルダーとの連携強化と新規活動領域への挑戦

産官学や他団体との連携を拡大し、社会的課題解決や新たな事業機会の  
創出に取り組む

### 3. 社会・制度変化への対応と経営基盤の安定化

#### (1) 社会・法制度の変化への迅速な対応とガバナンス強化

消費者関連法制や社会的要請の変化を的確に捉え、柔軟かつ迅速に対応  
する体制を整備するとともに、透明性と信頼性の高いガバナンス体制を  
構築する

#### (2) 経営 基盤の安定化

構造改革を通じて財政基盤の安定化を図る

# 2026 年度 ACAP 事業計画

## I. 会員および会員企業への提供価値のさらなる高度化

### 1. 会員への価値提供の強化

#### (1) 例会、自主研究会、施設見学会、新入会員研修会の活動の充実

- ・例会と特別例会合わせて東京 6 回、大阪 4 回、福岡 1 回、名古屋 1 回実施する。
- ・正会員以外の参加が可能な特別例会を東京・大阪各 2 回、福岡・名古屋各 1 回実施する。
- ・施設見学会は東京・大阪各 2 回実施する。
- ・新入会員研修会は東京 3 回・大阪各 2 回実施する。

入会確定後に参加可能日を確認し、対象者全員の参加を図る。

4 月 5 月に参加が集中することを考慮に入れて、開催時期、開催方法を検討する。

#### (2) 企業向け研修

- ・オンライン研修を 6 回実施する。
- ・集合型研修は東京 14 回、大阪 5 回実施する。
- ・内容が分かりやすく、インパクトのある研修タイトルに見直しを行う。

#### (3) ISO 10002/JIS Q 10002 の普及定着させる活動の展開

- ・第三者意見書発行事業と構築支援のための講座の周知を強化する。
- ・審査員の増員体制の整備を行う。

#### (4) 社内研修などへ講師を派遣する。

- ・カスタマーハラスメント対策として通年パッケージの研修を新たに企画する。

#### (5) 全員活躍推進事業（お客様相談部門の女性を支援するプログラムを含む）

- ・マインドアップ講座、大学連携講座など 7 回実施する。

### 2. 会員企業への価値提供と価値創造の推進

#### (1) 消費者志向経営の推進に向けた交流事業

- ・「国民生活センター相談情報部との交流会」、「消費者庁幹部と ACAP 会員企業役員との懇談会」を重点交流活動と位置付ける。
- ・交流会や ACAP サロンを通じて消費者志向経営の本質を考える機会を提供する。

#### (2) 経営層との交流事業

- ・「新春講演会&賀詞交歓会」、「消費者庁幹部と ACAP 会員企業役員との懇談会」を ACAP 会員企業経営層に ACAP の価値を伝える場とする。

#### (3) 消費者啓発活動

- ・第 42 回 ACAP 消費者問題に関する「わたしの提言」論文募集、表彰を実施する。  
ACAP の賞としてふさわしい作品を募るべく、訴求内容やチラシの工夫を検討する。  
過去の受賞内容の有効活用を図る。

- ・大学との連携講座を通じた消費者教育への参画を拡大する。

大東文化大学、立正大学との連携を継続、甲南女子大学との新規出前講座を開始する。

#### (4) CX を主軸においた消費者志向経営の推進

## (5) 広報活動の推進と内外への発信力強化

### a 会員向け情報提供の充実

- ・ ACAP ライブラリーとして、ACAP サロン、例会などの動画掲載を検討する。
- ・ 専務理事メールニュースにて行政・消費者関連団体などの情報を継続提供する。

### b 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を発信する。
- ・ ACAP として発信する価値を意識し、的確な意見を提出する。

### c 社会に対する有益な情報発信の強化

- ・ マスメディア、講演会、研修、各種外部の委員会などを通じて ACAP の存在価値を周知する。
- ・ 2027 年のホームページリプレイスに向けた目玉コンテンツを検討する。

## II. ACAP の強みを活かした新たな価値創造への挑戦

### 1. デジタル活用による会員サービスの向上

#### (1) 企画委員会の重点課題として AI 活用の検討

- ・ 消費者関連部門として AI をどのように活用できるか、活用事例などを提供する。
- ・ 構造改革、未来予測など ACAP 運営の高度化に向けた AI の活用を図る。
- ・ ACAP 事務局の業務効率化に向けて AI の活用を検討する。

#### (2) AI 活用をテーマとした企業向け研修の新規導入を検討

- ・ ACAP 会員企業の知見と事例を活用した新規サブスク研修を企画、実施する。

### 2. 多様なステークホルダーとの連携強化と新規活動領域への挑戦

#### (1) 行政や団体、企業からの受託調査の実施

- ・ 行政と連携して消費者志向経営調査を実施する。
- ・ 団体、企業と連携した VOC 活用調査の企画を検討する。

#### (2) 行政や団体との新たな連携

- ・ 行政や団体、協会からの協力を得て中小企業にアプローチし、ACAP の価値を伝える。
- ・ 適格消費者団体と連携し、消費者と事業者の双方向コミュニケーションの推進を図る。

#### (3) 調査研究の強化

##### a ACAP 研究所による 3 つの研究会の開催

- ・ グローバル・メディア情報研究会：リモートやアバターを含む「裏に人のいない」AI 活用型のお客様対応を対象に、AI エージェント普及後の対応実務の変化を研究する。
- ・ 消費者対応部門における高齢者対応研究会：高齢者の自助を支えつつ、事業者が収益を保ちながら支援する「商助」を深めて研究する。
- ・ CX イノベーション研究会：ACAP が定義する CX の要素と分類について、先行企業の事例を通じてその実効性を検証し、企業が自社の顧客体験向上に活用できる価値創造の実践モデルとして体系化するとともに、2030 年度に向けた CX イノベーションのロードマップを検討する。
- ・ ACAP 研究所成果報告会を 7 月に実施する。

##### b 会員向けアンケート調査の実施と活用

- ・調査は年2回実施を基本とする。
  - ・自主調査として、定点調査は3年に1回、会員満足度調査は5年に1回実施する。
  - ・2026年度は「消費者志向経営実態調査」と「カスタマーハラスメント実態調査」を実施する。
- c 2027年度ACAP研究所20周年に向けた企画を検討

### Ⅲ. 社会・制度変化への対応と経営基盤の安定化

#### 1. 社会・法制度の変化への迅速な対応とガバナンス強化

##### (1) 認定法改正に対応したガバナンス向上の取り組み

- ・既存の規程、規則、手順の見直しおよび必要に応じて新たな規程を制定する。

##### (2) 個人情報の取り扱いおよび情報セキュリティ対策を総合的に強化

- ・プライバシーポリシー、情報管理規程の更新と周知する。
- ・会員個人情報保護規程、会員個人情報手順書の新規制定と周知する。
- ・事務局のメールセキュリティの向上を検討する。

##### (3) ACAP役員など研修会における法令、規程、コンプライアンス遵守の研修の実施

- ・データ管理、情報セキュリティ対策の見直しおよび中期導入を計画する。

#### 2. 経営基盤の安定化

##### (1) 組織・体制・事業の見直し

- ・2026年度より会員活動委員会と交流活動委員会を1本化する。
- ・2026年度限定、組織や事業の見直しと定着を目的とした構造改革担当理事を設ける。
- ・2026年度は、東京都交流フェスタの出展を休止する。
- ・特別例会を除く大阪例会は、大阪事務所もしくは会員企業の会議室にて開催する。
- ・2030年度、ACAP創立50周年記念事業に向けた組織体制を整える。

##### (2) 会員拡大

- ・ターゲットを明確にした新規入会に向けたアプローチを実施する。
- ・中小企業向けオープンセミナーを交流会形式にて6月と7月に開催する。
- ・退会3年以内の企業への再入会アプローチを実施する。(入会金不要 PR)
- ・未加入企業の新規入会を目的とした特別例会を企画する。
- ・研修などに参加した未加入企業へ入会の働きかけを実施する。
- ・個人会員と連携した会員拡大策の試行。

##### (3) 収益事業の強化

- ・2030年に向けて、事業収入を800万円高め、3,800万円にすべく検討を開始。
- ・新規コンテンツの開発を検討する。
- ・AI活用をテーマにした新規収益事業を企画する。
- ・企業、団体・協会、行政に対して、労働施策総合推進法改正によるカスタマーハラスメント対策情報を提供する。

以上