

2025年度 ACAP事業報告

(2025年4月～2026年3月)

概況

2025年度は、「消費者志向経営を推進し、消費者市民社会の実現をめざす消費者志向事業者団体」というビジョンのもと、「会員価値の最大化とネットワークの強化」および「社会課題への対応と持続可能な活動基盤の構築」の2点を運営基本方針として掲げ、各種事業を推進した。

消費者志向経営に関しては、消費者庁をはじめとする行政や団体との交流を図り、情報交換および意見交換を行い、消費者志向経営への理解と浸透の深化を図った。また、ISO 10002/JIS Q 10002 普及事業や事業者相談事業の推進、ホームページなどによる情報発信を通じて消費者志向経営の推進を図った。

研修事業では、新任者・中堅者・管理者などを対象とした階層別ベーシック研修および、Eメール対応、高齢者対応、難渋クレーム対応、カスタマーハラスメント対策など、会員ニーズに対応した各種研修を実施した。

消費者啓発活動では、第41回2025年ACAP消費者問題に関する「わたしの提言」の募集・表彰を実施するとともに、大学との連携講座、消費者フェアへの出展・参加などを行った。

会員向け活動では、例会・施設見学会・自主研究会・業種交流会の内容充実、新入会員研修会など入会後のフォロー活動、ACAPサロンの定期開催、会員向け情報サイト「FORUM」の配信など、タイムリーな情報発信を行い、会員価値の最大化に向けた取組を推進した。

研究・調査活動では、「CXの取り組みに関する実態調査」と「消費者対応部門におけるAI活用に関する調査」を実施。ACAP研究所による成果報告会を開催し、研究成果を発信した。

カスタマーハラスメント対策に向けた支援としてACAPホームページに特設ページを設け、例会や交流会において重点テーマとして取り上げるとともに、研修、事業者相談事業、講師派遣などを積極的に実施した。

ACAPは、2025年10月に創立45周年を迎えた。2026年1月には、CXシンポジウムや記念式典、祝賀会を開催した。

2025年度は、会員及び会員企業や関係団体のご協力のもと、活動の内容充実と新たな企画の展開を図った。会員の資質向上や会員満足度を重要視しつつ、公益社団法人としての社会的使命を踏まえ、消費者志向経営の一層の推進に取り組んだ1年であった。

事業別報告

1. 会員への提供価値の一層の推進

(1) 例会、セミナーなどの開催

- ・東京例会6回、大阪例会4回、名古屋例会2回、福岡例会1回を開催
- ・消費者対応部門の基礎知識や企業事例などを学ぶ「新入会員研修会」の開催（東京4回、大阪2回）
- ・ACAP創立45周年記念式典を開催（東京、大阪）
- ・お客様対応部門における全員活躍という視点で、会員企業への多様な価値の提供を図る「マインド・アップ講座」を開催（5回）

(2) 自主研究会・業種交流会活動の実施

- ・東京12グループ、大阪2グループ、中部・九州各1グループの自主研究会を定期開催
- ・東京1グループ、大阪4グループの業種交流会を定期開催

(3) 施設見学会

- ・イカリ消毒株式会社 (6月)
- ・株式会社JR西日本カスタマーリレーションズ コンタクトセンター (7月)
- ・独立行政法人製品評価技術基盤機構 (NITE) (11月)
- ・ふくや 味の明太子工場 ハクハク (11月)
- ・大阪簡易裁判所調停センター (3月)

2. 公益目的事業としてのセミナー・研修の実施

(1) 企業向け研修の実施

①消費者対応部門の方を対象とした階層別のベーシック研修 (東京6回、大阪1回)

- ・新任者研修、中堅者・二次対応者研修、管理者研修、新着任者不安解消研修 (会場6回、Web1回)

②消費者対応に関するスキルアップ研修 (東京11回、大阪8回)

- ・Eメール文書作成研修、電話対応スキルアップ研修、高齢者対応研修、難渋クレーム法的対応研修、コーチングスキル習得の実践研修、カスタマーハラスメント対策研修など (会場15回、Web4回)

③ISO 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に向けた研修

- ・逐条理解コース (2回)、導入準備コース (2回)、社内規程文書化コース (2回)、内部監査員養成コース (2回)、入門コース (4回) を開催 (会場・Web研修)
- ・再宣言コースおよび新任キーパーソンコースについては、動画コンテンツの提供によるオンデマンド形式で実施
- ・出前講座 (4回)

④事業者相談事業

- ・企業・団体の希望に応じカスタマイズした内容で24回研修を実施

⑤サブスク研修

- ・若手・中堅社員のための消費者対応力強化研修としてサブスク研修を実施。全5回 (10月～2月)、ハイブリッド開催、オンデマンド配信

⑥カスタマーハラスメント対策研修プロジェクト

- ・名古屋にて研修を実施

(2) 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

大東文化大学 (前期、後期)、立正大学 (後期)、目白大学において計45コマを実施
また、関西学院大学、神戸学院大学、同志社大学などで実施

(3) 行政、地方公共団体、消費者関連団体、事業者団体、企業への講師派遣

- ・厚生労働省、経済産業省、東京都、千葉県、静岡県、山梨県、兵庫県、神戸市、消費者支援機構関西、国民生活センター、日本産業協会、日本共済協会、労働大学校など、上記団体に対し、計29回の講師派遣を実施

3. 消費者啓発活動・交流活動の進化・深化

(1) 消費者啓発に関する資料展示

- ・全国41カ所の消費生活センター・教育機関などにACAP消費者啓発資料常設展示コーナーを設置・運営

(2) 消費生活展や消費者フェアへの出展・参加、啓発資料の配布

- ・東京都、大阪府、名古屋市、高槻市、行政や地方公共団体が主催する消費生活展や消費者フェアなどに参加
- ・「消費者の声を活かした製品パネル展示」はホームページ内でデジタルパネル化し、東京都消費生活総合センターで常設展示した他、東京都交流フェスタや大阪府消費者フェアなどにて活用

(3) 第41回2025年ACAP消費者問題に関する「わたしの提言」の募集・表彰

- ・67作品の応募のうち、内閣府特命担当大臣賞1作品、ACAP理事長賞1作品、入選3作品を選出

(4) 交流活動の推進

① 行政、消費者関連団体との交流、ネットワークを構築

- ・消費者庁との情報交換会（6月、9月、12月、3月）
- ・国民生活センター相談情報部との交流会（6月）
- ・東海お客さま相談研修会との合同セミナー（7月）
- ・経済産業省相談室との交流会（9月）
- ・消費者委員会との交流会（3月）
- ・消費者庁幹部とACAP会員企業役員との懇談会（10月）

② 行政、地方自治体、消費者関連団体、事業者団体への委員派遣

- ・消費者庁、経済産業省、厚生労働省、国民生活センター、東京都、神奈川県、愛知県、大阪府、徳島県、横浜市、名古屋市、神戸市、千葉市、大阪市、日本規格協会、消費者教育支援センターなどが主催する委員会や検討会に委員を派遣

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

- ・規格適合性審査と第三者意見書及び適合性評価報告書の発行に向けた審査（3社）
- ・自己適合宣言済企業情報交換会 11月（12社18名）
- ・個別構築支援活動（6社）

(2) 例会の未加入企業への公開

- ・東京2回（7月、2月）、大阪2回（6月、9月）名古屋1回（3月）、福岡1回（11月）

5. 消費者問題に関する調査・研究

(1) ACAP研究所における研究活動

① 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さま対応に加え、生成AIや自律型AIエージェントなど「裏に人のいない」お客さま対応を含めた実務の変化を研究
- ・先進企業へのヒアリング（2社）を実施し、AIと人の協働のあり方や、熟練者ノウハウの可視化、AI活用による業務高度化の可能性を分析

② 消費者対応部門における高齢者対応研究会

- ・消費者対応部門における高齢者対応の現状と課題を、当事者および応対者双方の視点から研究
- ・昨年度調査で一部高齢者が「怒りっぽくなった」と自覚していたことを踏まえ、本年度は高齢者に加え、高齢者対応に苦慮する企業の顧客対応担当者、大学生を対象にアンケート調査を実施。双方のコミュニケーションギャップの所在と要因を分析し提言を実施

③ CXイノベーション研究会

- ・消費者対応部門からのCXイノベーションの展開を研究

- ・2024年度に整理した「CXイノベーション」の要素と分類を基に、2024年度報告書で具体的な事例として取り上げていなかった要素に関する企業事例の収集・ヒアリングを実施し、先進企業の事例として整理した。また、CXに関する先進事例の勉強会を開催し、その知見を整理

(2) ACAP会員企業向け調査

- ・「CXの取り組みに関する実態調査」を実施（8月～9月）し、企業の消費者対応部門における最新動向の調査結果を公表（12月）
- ・「消費者対応部門におけるAI活用に関する調査」を実施（2月～3月）し、調査結果を公表（2026年4月）

(3) ACAP研究所成果報告

- ・3つの研究会の研究成果および「CXの取り組みに関する実態調査」の結果について報告会を開催（12月）

6. 広報活動の推進と内外への情報発信

(1) 社会に対する情報発信強化

- ・SNSプロジェクトとしてInstagram&Facebookに28回投稿
- ・カスタマーハラスメント特設ページをホームページに開設し、研修案内やコラムを掲載
- ・優れた消費者志向経営を行う企業トップへのインタビュー記事「消費者志向トップインタビュー」を年2回ホームページ一般ページに掲載
- ・調査・研究成果をホームページの掲載などを通して对外発表
- ・ニュースリリースの配信 9回
- ・企業や一般の方に向けた広報活動の強化としてプレスリリースの配信サービスを活用

(2) 会員向け情報発信・情報提供

- ・会員向け情報サイト「FORUM」での情報発信 月1回
- ・専務理事のメールニュース 行政・消費者関連団体情報の提供 月1回配信

(3) ホームページ改修に向けて

- ・広報委員会での検討に加え、組織横断のプロジェクトを開催
- ・2027年度に実施するホームページの改修費用として、2024年度より積立を実施

7. 持続可能な活動基盤への変革

(1) ガバナンス体制の一層の整備

- ・個人情報保護に関する規程やガイドライン、外部委員派遣に関する規程の導入など、ガバナンスの一層の向上に向けて整備

(2) 運営体制の充実を図るための取り組み

- ・2025年度から外部理事・外部監事を導入
- ・運営を担う理事・執行委員を対象に研修会を開催（4月）。定款・規程類の確認、役割や各種ハラスメントの禁止、内部通報窓口などを周知・啓発

以上