

ACAP研究所のご紹介



2024年11月8日

公益社団法人消費者関連専門家会議(ACAP)

ACAP研究所長 佐藤雄一郎

公益社団法人消費者関連専門家会議(ACAP)の概要

ACAPとは

消費者関連専門家会議は、企業や団体の消費者関連部門の責任者・担当で構成する組織として、1980年の設立以来、企業の消費者志向経営の推進、消費者対応力の向上、消費者、行政、企業相互の信頼の構築に向けて、各種研修、調査、消費者啓発活動、交流活動などを行っています。

英文表記のthe Association of Consumer Affairs Professionalsの頭文字をとり、ACAP（エイキャップ）の名前で親しまれています。

組織概要

創立：1980年10月

理事長：坂田 祥治（明治安田生命保険相互会社）

特別顧問：川口 康裕（中央大学総合政策学部特任教授）

会員数：正会員624名（483社）

全会員数742名（2024年10月）

主な活動

例会、研修、自主研究会・業種交流会、施設見学会、セミナーの開催、事業者相談事業、ISO10002/JISQ10002に準拠したシステム推進事業、行政や消費者関連団体との交流 など

ACAP研究所は、消費者関連分野における各種知見を発信する研究機関として、2007年に設立されました。企業の消費者対応など各種調査のほか、消費者動向に関する研究活動を行っています。

ACAP研究所では現在、3つの研究会が活動を展開しています。具体的には、リモートやアバターによるお客様対応、高齢のお客様への対応、CX(カスタマー・エクスペリエンス)に関するテーマとなります。

これらの調査・研究を通じ、ACAPが実施する事業や活動への支援、会員の資質向上ならびに公益性の高い社会貢献活動を展開しています。

- ✓ **グローバル・メディア情報研究会(略称「GM研」)**
 - ✓ 2015年度に発足し、これまで、お客様対応部門におけるSNSの活用やAI(人工知能)の活用を主なテーマに掲げて研究してきました。2022年度からは、リモートやアバターによるお客様対応をテーマにした研究を続けています。

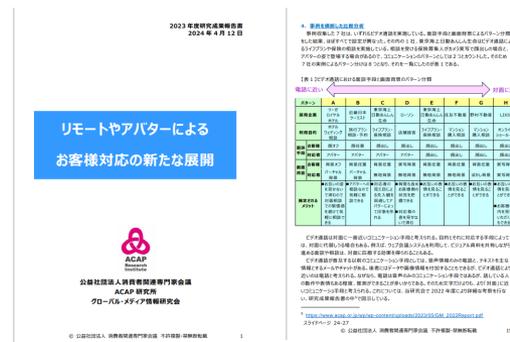
- ✓ **消費者対応部門における高齢者対応研究会(略称「高齢者研」)**
 - ✓ 2018年度に発足。消費者対応部門における高齢者対応の現状に関する調査、課題を抽出し、その対策について研究しています。「高齢者に分かりにくい用語の言い換え集」などお客様対応の現場で活用できるツールや研修資料などを作成し会員に提供しています。

- ✓ **CXイノベーション研究会(略称「CX研」)**
 - ✓ 2021年度に発足した研究会です。CX(カスタマーエクスペリエンス)に関する先進事例を研究し、CXに関する会員の理解促進を図り、さらに消費者対応部門からのCXイノベーションの展開や提案を目指すべく研究を展開しています。

リモートやアバターによるお客様対応を研究！

直近の活動

当研究会は2022年度から「リモートやアバターによるお客様対応」をテーマに取り上げています。2023年度は事例を収集して横断的に比較・分析することで、新たなコミュニケーション手段としての特性について考察を進めました。また、リモートやアバターによるお客様対応を導入するに際して考慮すべき点について、お客様視点から考察しました。



2023年度の研究成果

リモートやアバターによるお客様対応を実践している7社の事例を収集して、新たなコミュニケーション手段としてのリモートやアバターの特性ならびにリモートやアバターによるお客様対応を導入するに際して考慮すべき点について考察しました。今回の研究では、「裏に人がいるアバター」を対象として事例収集と考察を行いました。ケーススタディーとヒアリングからは、ビデオ通話あるいはメタバースでのお客様対応における各種設定を、各社それぞれの状況に応じて熟慮した上で決めていることが伺えました。その他、報告書の詳細は、下記URLからご覧いただけます。

https://www.acap.or.jp/research/ari_gm2023/

リモートやアバターによるお客様対応を研究！

2024年度の活動

2024年度は人によるビデオ通話や、「裏に人のいるアバター」に加え、「裏に人のいないアバター」対応、つまり、AIによる自動アバターまで研究対象に含めることを考えています。また、急速な進化を見せている生成AIを活用したチャットボットやボイスボットによる、会話形式でのお客様対応まで研究範囲を広げ、具体的な考察を試みたいと考えています。

高齢者のお困りごとを研究し、各社の活動に活かす！

直近の活動

日本が超高齢社会を迎えた中で、当研究会は高齢者対応の課題とその取り組みを分析し、高齢者の身体・認知状況や情報格差に合わせた対応の重要性を報告しました。日本は人口減少による人材不足が深刻化しており、行政や事業者はこれを解消するために法制度の改革や技術の導入を進めています。昨年の研究では、高齢者の「聞こえにくさ」や「忘れっぽさ」への対応事例を明らかにしました。これらの取り組みは、企業が事業として進める活動であり、AIやDXの進展により効率的に実現可能です。今年度は「高齢のお客さまを取り残さず快適な消費生活を送る」ための新たな視点で、行政や学識経験者の知見も活用し、さらなる研究を進めました。

2023年度の研究成果

「高齢者が困っていること」への対応という視点から、事業者事例や学識経験者等のヒアリングを展開し、2023年度報告書『高齢のお客さまが「もたもたする」のを許容できる社会に』を2024年5月にリリースしました。報告書の詳細は、下記URLからご覧いただけます。

https://www.acap.or.jp/research/ari_korei2023/



高齢者のお困りごとを研究し、各社の活動に活かす！

2024年度の活動

高齢者研では、高齢者の特徴を理解し、会員企業の業務に役立つ資料をまとめています。これまでは事業者側の取り組み事例を収集していましたが、高齢者自身の課題については、2021年度に企画したもののコロナ禍でヒアリングができませんでした。しかし、コロナの5類移行により制限がなくなったため、今年度は高齢者の日常の消費生活での困りごとを確認し、その生の声を分析する計画です。ヒアリングでは情報格差や身体状況にも着目し、アクティブシニアとそうでない方の比較も考慮します。

CXイノベーションに関する事例を分析し、概念を構築！

直近の活動

「CXイノベーション」の意義とその展開の仕組みに関し研究し、例会で会員に情報発信をしています。現在は、研究会企業の事例をもとに、CXイノベーションに関する共通要素を踏まえ事例を分析し、CXの要素の抽出と内容の分類を行っています。2024年度末を目途に研究成果を発表します。

2024年度上期の研究成果

「ACAPが考えるCXイノベーション」のコンセプトを公表しました。
<https://www.acap.or.jp/about/acap2030/cxinnovation/>

ACAPが目指すCXの定義

ACAPが考えるCX

私たちの目指すCXは、あらゆる視点での双方向のコミュニケーションにより、消費者と事業者が“感動”と“信頼”でつながる継続的な良き関係を構築し、心豊かな生活と持続可能な社会の実現に寄与することである。



実現への姿勢と行動

◆接する機会とコミュニケーション

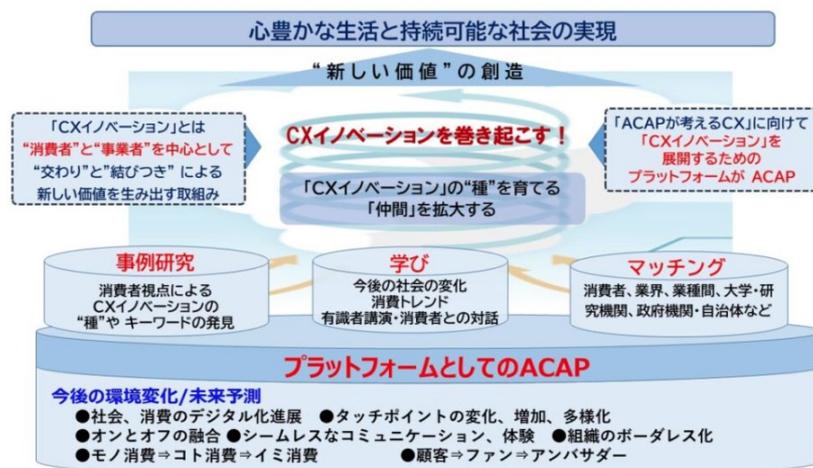
- 事業者は、広く社会の要請や消費者の声を聴き、「真の期待と要望」を理解し、消費者と接するすべての機会に、自ら一貫した姿勢や活動内容など信頼できる情報を発信する
- 消費者には、事業者の姿勢や活動内容、商品・サービスを受け止め、積極的に意見、要望を伝えていただく

◆価値の創造と革新

- 事業者は、高い志を持ち、社会や消費者の期待を超える感動価値と信頼関係を創造し、これを高め、革新して行く

◆継続と発展

- 事業者は、消費者の支持を拠りどころに、働きがいある組織風土を構築し、事業の継続的發展と社会貢献につながるビジネスモデルを強化する
- 消費者には、共感し信頼する事業者の商品・サービスを積極的に利用し、支持、応援していただく



ACAPの知見の発信や会員満足に関する調査を実施！

✓ 企業における消費者対応体制の実態調査(2024)の実施

3年ごとの定点調査(今回は2021年度)を実施して、企業における消費者対応の経年比較や新たなテーマへの取り組みなどについて調査します。

調査実施時期:2024年7月頃→2024年11月下旬～12月上旬公開予定

✓ ACAP会員満足度調査(2024)の実施

ACAP会員の現状認識や各活動への満足度に関して、2014年度以来10年ぶりに調査を実施して、今後の会員への価値提供の向上に繋がります。

調査実施時期:2024年9月頃→2024年11月下旬～12月上旬公開予定

✓ その他、ACAPとしての先端の情報発信に関する調査の実施

随時、各研究会等の活動と連動した調査を企画します。

2024年12月16日（月）

13:00～17:30

ACAP研究所成果報告会

<https://www.acap.or.jp/activity/event/archives/20241216event/>

NEXT
10 YEARS

次の10年に向けて