

## ACAP 2024 年度「企業における消費者対応体制に関する実態調査」

標記のアンケート調査を実施いたします。

本調査は、ACAP が3年毎に行なう大規模調査で、企業の消費者対応体制や社会・消費者の動向を定期的に調査し、そのデータを集約・解析して会員企業や社会に発信します。これにより、消費者対応業務の改善と消費者志向経営の進化を促進することを目指します。2024 年度の調査では、特に以下の三つの点に注力します。

- ① 企業の消費者対応体制やお客様の声の受付状況に関する定期的な質問を通じて、経年変化を追跡し、現状と課題を明らかにします。
- ② 企業の消費者対応の取り組みとそれに伴う指標の改善度合いを評価し、取り組みの成果を可視化して施策と成果の関連性を分析します。
- ③ 消費者対応における高齢者対応、AI の活用、カスタマーハラスメントへの対策など、現代的なテーマに焦点を当て、最新の取り組み情報を収集します。

調査の結果はマスコミ等にも発信しており、会員企業においても広く活用いただいております。信頼度の高い調査とするため、すべての正会員企業・団体よりご回答いただくようお願いいたします。

○質問は 45 問で、回答に要する時間は 30～40 分程度です。

※システムの仕様上、一時保存の機能がありません。ご注意ください。回答内容を記録する場合は、正会員の皆様にお送りしましたメールの添付ファイルを出力し、回答を控えておかれることをお勧めいたします。

### ○情報管理について

回答いただいた個別の情報は統計的に処理を施し、個人や企業・団体等が特定できる形で公表することは一切ありません。

同意する ←または○で囲んでください

○\* は、回答必須です。ご協力ください。

Q1. 貴社（団体を含む・以下同じ）の概要についてお答えください。

会員番号（不明の場合は、00000 と記載してください。会員番号は 5 桁で、メール本文に記載）\*

貴社名 \*

回答者氏名 \*

Q2. 貴社の業種についてお答えください。\*

- 食品
- 繊維・衣料
- 化学・石油
- 電機

- 輸送機器
- 精密機器
- その他製造業
- 流通・サービス
- 金融・保険
- 電力・ガス・電話・通信
- 運輸・旅行
- 情報産業
- 団体
- その他 ( )

Q3. 貴社の上場状況についてご回答ください（複数上場の場合は、より取引額の大きい市場にてご回答ください）。\*

- 東証プライム
- 東証スタンダード
- その他上場
- 非上場

Q4. 貴社の従業員規数（常勤の従業員数）について、該当するものを一つだけ選んでお答えください。\*

- 1～299 人
- 300～999 人
- 1000～2999 人
- 3000～4999 人
- 5000～9999 人
- 10000 人以上

Q5. 貴社の本社所在地についてお答えください。都道府県をお願いします（海外の場合は、「海外」）\*

Q6. 貴社における 2023 年度の業績の対前年比をお答えください。\*

例：年度決算の場合は、2023 年度（2023 年 4～2024 年 3 月）と 2022 年度（2022 年 4～2023 年 3 月）、  
年決算の場合は、例えば、2023 年（1 月～12 月）と 2022 年（1 月～12 月）との比較）でお答えください。

**【売上高】**

- 前年比 79%以下
- 前年比 80～89%
- 前年比 90～99%
- 前年比 100%
- 前年比 101～110%
- 前年比 111～120%
- 前年比 121%以上



Q10. お客様相談室など消費者対応部門を統括する役員はどなたですか。\*

- 社長直轄
- 社長以外の取締役
- 執行役員
- なし
- その他 ( )

Q11.

貴社における経営層の消費者対応部門への関わりや消費者志向経営の取り組み状況についてお答えください。\*

「A.経営層の関与」

	当てはまる	やや当てはまる	どちらともいえない	やや当てはまらない	当てはまらない	分からない	回答を差し控える
消費者対応部門から、定期的に経営層に報告する仕組みがある。							
経営層によるお客様からの声のモニタリングが実施されている。							
お客様の声や消費者情報に関して討議する会議の場が設けられている。							
経営層は消費者志向経営推進の重要性を企業理念や経営方針の中で明文化している。							
経営層は消費者志向経営推進に関する自社の取り組み姿勢を社内外に公表している。							
経営層は消費者志向経営推進に向けたリーダーシップを発揮している。							
消費者対応部門の方針や運営等に経営層が関与している。							
消費者をはじめステークホルダーの声が迅速に経営層に届く実効性のある仕組みがある。							
取締役会や経営会議等において、消費者志向経営に関する自社の取り組みや社会の動向等の情報共有、協議が行われている。							
経営層は、消費者志向経営の実践が企業の社会的責任を果たすことにつながることを自覚・理解し、実践している							
自社内の従業員の声を活かす場(例:プロジェクトチームや〇〇会)に経営層が参加している。							
経営層は消費者志向経営を推進する活動実績や組織体制を定期的に見直し、改善している。							

Q12.

貴社における経営層の消費者対応部門への関わりや消費者志向経営の取り組み状況についてお答えください。\*

「B.資格・研修」

	当てはまる	やや当てはまる	どちらともいえない	やや当てはまらない	当てはまらない	分からない	回答を差し控える
自社では、従業員に消費者関連の専門資格の取得を推奨している。							
自社では、消費者関連の専門資格保有者を消費者志向経営の推進に有効活用している。							
自社では、消費者関連の専門資格保有者を適正に評価している。							
自社における消費者志向経営の推進のために、研修（お客様対応以外の研修も含む）を定期的実施している。							
自社における消費者志向経営の推進のために、外部団体が行っているセミナーや研修会に従業員を参加させている。							
自社における消費者志向経営の推進のために、従業員の資格取得など自己啓発の援助（例：自己啓発に関する情報提供や金銭的援助など）を行っている。							

Q13.

貴社における経営層の消費者対応部門への関わりや消費者志向経営の取り組み状況についてお答えください。\*

「C.従業員モチベーション・ケア」

	当てはまる	やや当てはまる	どちらともいえない	やや当てはまらない	当てはまらない	分からない	回答を差し控える
従業員は、消費者志向経営の実践が企業の社会的責任を果たすことにつながることを自覚・理解し、実践している。							
自社では、お客様対応に関わる従業員に対して、相談を受け入れたり、発生した問題に対して関係部署と対応して解決に当たるなど、メンタル面でのケアを行っている。							
自社の従業員に対してお客様の声を直接聴く機会が設けられている。							

	当てはまる	やや当てはまる	どちらともいえない	やや当てはまらない	当てはまらない	分からない	回答を差し控える
お客様の声を経営に活かすために、自社内に従業員の声を活かす場（例：プロジェクトチームや〇〇会）がある。							
従業員が集めたお客様の声（コールセンター以外）についても、それを吸い上げて改善する機構や機関がある。							

#### Q14.

貴社における経営層の消費者対応部門への関わりや消費者志向経営の取り組み状況についてお答えください。\*

##### 「D.消費者・取引先・外部団体への配慮」

	当てはまる	やや当てはまる	どちらともいえない	やや当てはまらない	当てはまらない	分からない	回答を差し控える
各部門の目標に、消費者志向経営推進に関する評価項目を組み入れている。							
従業員の個人目標に、消費者志向経営推進に関する評価項目を組み入れている。							
自社では、消費者志向経営推進にあたって、関連するサプライ・バリューチェーンの理解と協力を得るべく働きかけている。							
消費者や消費者関連団体等との意見交換等、双方向コミュニケーションを行っている。							
多様な消費者に配慮した情報コンテンツとコミュニケーションツールを提供している。							
消費者の生活の質的向上や安全・安心に資する商品・サービスについて消費者、社会の動向を定期的に調査している。							
消費者、社会の変化やニーズを把握し、消費者の生活の質的向上や安全・安心に資する商品・サービスを提供している							
持続可能な社会の発展や社会的課題の解決に貢献する商品・サービスを開発・提供している							
高齢者や子供、障がい者、外国人等多様な消費者が利用可能な商品・サービスを開発・提供している。							
自社における消費者志向経営の取り組みを CSR 報告書、有価証券報告書など「株主」や「機関投資家」といったステークホルダー向けの報告資料に盛り込んでいる。							

Q15.

貴社における経営層の消費者対応部門への関わりや消費者志向経営の取り組み状況についてお答えください。\*

「E.リスク管理・コンプライアンス・安全」

	当てはまる	やや当てはまる	どちらともいえない	やや当てはまらない	当てはまらない	分からない	回答を差し控える
経営に重大な影響を及ぼす案件が発生した場合に、遅滞なく経営層に届く仕組みがある。							
本業に関わる法令の遵守は無論のこと、消費者関連法規の遵守を徹底している。							
公益通報窓口が設置され、機能している。							
消費者からのリスクに関わる声を品質保証・消費者対応等の関連部門と事業関連部門で共有し、開発・改善に活かしている。							
緊急事態（例：リコール）発生時、速やかに関連部門が連携し、被害の拡大防止や被害者救済を行っている。							
個人情報保護に関するしくみやルールが整備され、自社での対応方針がお客様に分かりやすく公開されている。							
商品・サービスの内容や取引方法、安全や環境等に関する情報を、わかりやすく提供している。							

Q16. 貴社におけるお客様相談室など消費者対応部門に期待されていることお答えください。\*

	当てはまる	やや当てはまる	どちらともいえない	やや当てはまらない	当てはまらない	分からない	回答を差し控える
お客様満足度の向上や再購入の促進							
他部門と連携したお客様の声にもとづく商品・サービスの改善や質の向上							
事業展開に関するリスクマネジメント							
事業活動へのフィードバック、経営への貢献							

	当てはまる	やや当てはまる	どちらともいえない	やや当てはまらない	当てはまらない	分からない	回答を差し控える
企業の考えや取組み・姿勢の情報発信							
ファン作り・ロイヤルカスタマー作り							

Q17. お客様相談室など消費者対応部門で直接お客様対応を行っている人数は前年に比べて変化しましたか。\*

- 増加した
- 変わらない
- 減少した

Q18. Q17 で「増加した」とお答えの方は、増加理由の該当するものをすべてチェックしてください。\*（複数選択）

- 受付件数の増加
- 対象商品・対象事業の増加
- 組織再編成・統合
- 対応時間の増加（平日の時間外対応や土日祝日対応など）
- コミュニケーションチャネルの増加
- 1件当たりの対応時間が増加
- その他（具体的に）

Q19. Q17 で「減少した」とお答えの方は、減少理由の該当するものをすべてチェックしてください。\*（複数選択）

- 受付件数の減少
- 対象商品・対象事業の減少
- 組織再編成・統合
- 対応時間の減少
- コミュニケーションチャネルの減少
- 1件当たりの対応時間が減少
- 経費節減
- 製品・サービスの改善
- FAQの充実
- チャットや自動応答による対応が進んだ
- その他（具体的に）



**Q23. 2023 年度受付件数の対前年比をお答えください。\***

例：年度決算の場合は、2023 年度（2023 年 4～2024 年 3 月）と 2022 年度（2022 年 4～2023 年 3 月）、年決算の場合は、例えば、2023 年（1 月～12 月）と 2022 年（1 月～12 月）との比較）でお答えください。

- 79%以下
- 80～89%
- 90～99%
- 100%
- 101～110%
- 111～120%
- 121%以上
- 分からない
- 当該設問の回答を差し控える

**Q24. Q23 で受付件数が増加したと回答された方について、増加理由の該当するものをすべてチェックしてください。\*（複数選択）**

- （自社の）コロナ対策の問い合わせ
- コロナ禍での（お客様の）在宅の増加
- 受付窓口拡張を推進したため
- コロナの影響
- 通販ニーズ・宅配の増加
- 新商品・新サービスの投入
- 売上の増加
- お客様サービスの充実
- メール活用の増加
- 問い合わせ内容の多様化
- 事故・トラブルの発生
- その他（具体的に）

**Q25. Q23 で受付件数が減少したと回答された方について、減少理由の該当するものをすべてチェックしてください。\*（複数選択）**

- 電話受付の休止もしくは縮小
- 売上・利用者の減少
- コロナの影響
- 苦情・問い合わせの減少
- 自己解決ツールの拡充
- FAQ による解決
- お客様との接触機会の減少
- 窓口がネットに移行した
- 電話離れ
- その他（具体的に）

Q26. 電話受付や外部の SNS(X やインスタグラム)などについて、お客様対応の実施状況をお答えください。\*

	実施中	実施を検討中	実施していない	分からない	回答を差し控える
電話受付において、「非通知発信」を受電している。					
外部の SNS や Q&A サイトなどについて、自社で専用ソフトを使って収集している。					
外部の SNS や Q&A サイトなどについて、外部に委託して収集している。					
外部の SNS や Q&A サイトなどに情報を発信している。					
外部の SNS や Q&A サイトなどに掲示された、賞賛にあたるお客様の声にお礼を返している。					
外部の SNS や Q&A サイトなどに掲示された、質問にあたるお客様の声にお礼を返している。					
外部の SNS や Q&A サイトなどに掲示された、クレームにあたるお客様の声に対応している。					

Q27. Q26 で対応している取り組みについて、実施部署はどこですか。該当するものをすべてチェックしてください。\* (複数選択)

- 消費者対応部門
- 広報部門
- マーケティング部門
- 営業部門
- 品質管理部門
- 管理部門 (人事・総務など)
- 外部委託
- その他 (具体的に)

Q28. 高齢者や障がいのある方への対応についてお尋ねします。特別な施策やツールを設けていますか。該当するものをすべてチェックしてください。\*

	実施中	実施を検討中	実施していない	分からない	回答を差し控える
専用の電話番号を用意している。					
専用の相談スタッフを決めている。					
高齢のお客様や障がいのあるお客様の対応マニュアルを作成している。					
高齢者用語集（高齢者が理解しやすい言葉）を作成している。					
地域包括支援センターや行政、警察などと連携している。					
高齢者・障がいのある方の対応研修を実施している。					
認知症サポーター養成講座を開催している。					
社員に高齢者対応研修を受講させている。					
電話リレーサービスを導入している。					
対応の注意点を社員同士で共有している。					

Q29. Q28 高齢者や障がいのある方への対応について、その他（上記記載の対応以外）で取り組んでいることがあればご記入ください（具体的に）。

Q30. お客様相談室など消費者対応部門で、不当要求や著しい迷惑行為を受けた件数は、昨年に比べて、変化はありましたか。\*

- 増えた
- 変わらない
- 減った
- 受けていない
- 分からない
- 当該設問の回答を差し控える

Q31. お客様相談室など、消費者対応部門で、どのような種類の著しい迷惑行為を受けたか、「経験があるもの」をすべてチェックしてください。\*（複数選択）

- 金品・人・サービスに関する不当な要求
- 長時間の拘束
- 電話や来店を繰り返す行為
- 暴言
- 暴力行為
- 威嚇・脅迫行為
- 権威的態度
- 事業所外での長時間の拘束
- SNS/インターネット上での誹謗中傷
- セクシュアルハラスメント行為
- その他（具体的に）

Q32. カスタマーハラスメントに関する対策の実施状況をお答えください。\*

	実施中	実施を検討中	実施していない	分からない	回答を差し控える
カスタマーハラスメント対応方針を作成している。					
カスタマーハラスメント対応方針を社外に発信している。					
社内からの相談に対する部署または担当者を設置している。					
カスタマーハラスメント対応マニュアルが作成できている。					
カスタマーハラスメント対策研修を行っている。					
エスカレーション対応など発生時の対応の準備ができている。					
長時間対応の限度となる目安時間を設定している。					
連携する警察署の電話番号が共有できている。					
カスタマーハラスメントの発生事例を集約し活用できている。					
心理の専門家による従業員へのメンタルサポート体制がある。					

**Q33. 貴社における 2023 年度の各種指標等の対前年比をお答えください。\***

例：年度決算の場合は、2023 年度（2023 年 4～2024 年 3 月）と 2022 年度（2022 年 4～2023 年 3 月）、年決算の場合は、例えば、2023 年（1 月～12 月）と 2022 年（1 月～12 月）との比較でお答えください。

	増加した	横ばい	減少した	いない (測っていない)	指標として設定して いない	分からない	回答を差し控える
応答率							
お客様満足度							
お客様からの苦情件数（総数）							
お客様からの苦情で二次対応以降を行った件数							
お客様が自社の商品・サービスをお勧めする人の数（例：Net Promoter Score（ネットプロモータースコア））							
消費者対応関係の資格保有者数（例：消費生活アドバイザー、消費生活相談員、消費生活コンサルタント、サービス接遇検定、もしもし検定など）							
お客様の声を受けた商品やサービスの改善件数							
お礼・お褒めの件数							
苦情解決日数							
受付時、20 歳代以下の構成比							
受付時、60 歳以上の構成比							

**Q34. 消費者対応に関する情報交換をしている業界・行政機関・消費者関連団体について、該当するものをすべてチェックしてください。\*（複数選択）**

- 業界内
- 行政機関（所管行政・消費者庁・国民生活センター等）
- 地方消費者行政（消費生活センター等）
- 消費者関連団体（ACAP を除く）
- いずれも実施していない

Q35. 次の業務に AI を活用していますか。 \*

	実施中	実施を検討中	実施していない	分からない	回答を差し控える
お客様の質問に直接回答する。					
消費者対応担当者が回答する支援を行う。					
1年ごとの対応履歴要約を自動的に作成する。					
対応履歴の蓄積データから分析レポートを自動的に作成する。					

Q36. お客様相談室など消費者対応部門で生成 AI を活用して実施できる業務があればお答えください。

【すでに導入している業務】

【導入を検討している業務】

Q37. 業務に AI を導入することの目的、あるいは、期待される効果はどのようなことですか。選択肢は下記のカテゴリごとに並べられています。該当するものをすべてチェックしてください。（該当する項目がない場合は、そのままチェックせず次の設問に進んでください。）（複数選択）

- 【A】 利便性向上 【B】 対応の精度とスピード向上 【C】 対応担当者の判断力向上  
 【D】 業務の効率化 【E】 コスト削減 【F】 人材活用 【G】 データ活用と競争力向上

- 【A】 AI による 24 時間 365 日対応
- 【A】 AI を使った WEB 上のキャラクターによる親しみやすい対応
- 【A】 より使いやすく迅速な情報の検索
- 【A】 他人には話したくないような用件への AI による対応
- 【B】 担当者の疲れや気分によ左右されない、AI による安定した対応
- 【B】 AI による、より精度の高い正確な回答
- 【B】 AI が消費者対応担当者をアシストすることによる正確性とスピードの向上
- 【C】 お客様の感情起伏の可視化による対応中のリスク回避
- 【C】 AI を消費者対応担当者の教育へ活用することによる担当者の知識・判断力の向上
- 【D】 消費者対応業務の効率化
- 【D】 お客様からのコメントデータの分析やレポート作成業務の効率化
- 【D】 機械学習によるプログラムの自動的な進化

- 【E】 消費者対応部門のコスト削減
- 【F】 人材活用の条件との合致や適性を見極め
- 【F】 AI では対応できない業務への人材のシフト
- 【G】 最新の大量データの利用による情報の収集・分析と体系化
- 【G】 社会・業界や競合他社の動きに追随
- その他（具体的に）

Q38. AI の活用により消費者対応部門のスタッフの働き方は、どのように変化すると思いますか。該当するものをすべてチェックしてください。（該当する項目がない場合は、そのままチェックせず次の設問に進んでください。）（複数選択）

- 一次対応など定型的・反復的な対応は AI に任せ、人ならではの対応に注力できる。
- 会話の自動テキスト化により、スーパーバイザーのサポートや二次対応への引継ぎがスムーズになる。
- 対応者の初期研修の一部を AI に任せることで、研修の重点をより高度な内容にシフトできる。
- 対応品質評価を AI で実施することで対応者のモニタリング評価は不要か補助的なものになる。
- 会話の自動テキスト化により、お客様の声の分析の信頼性や精度が上がる。
- 有人対応に関し AI のアシストを受けることで消費者対応業務は大幅に省力化、効率化される。
- その他（具体的に）

Q39. 消費者対応業務の現在の在宅勤務の状況について、該当するものをすべてチェックしてください。「出社勤務」にはサテライトオフィスへの出社を含みます。\*

	在宅勤務	出社勤務
電話対応		
メール対応		
その他		

Q40. CX とは、Customer Experience 「顧客体験価値」のことで、顧客が商品等を購入までの過程、利用、アフターサービス等の一連の体験から得られる「感情的な価値」の訴求を重視するものです。「顧客体験価値」によりロイヤルカスタマー化を図ることを目的とします。

貴社では、CX に関心がありますか。\*

- 関心がある
- やや関心がある
- どちらともいえない
- あまり関心がない
- 関心がない
- 分からない
- 当該設問の回答を差し控える

Q41. Q40 で、CX にあまり関心がない、関心がないと答えた方にお聞きします。CX に関心がない理由を具体的に教えてください。

Q42. CX の取組状況についてお尋ねします。該当するものをすべてチェックしてください。  
(該当する項目がない場合は、そのままチェックせず次の設問に進んでください。)(複数選択)

- CX を戦略に位置づけている。
- CX を担当する部署を定めている。
- CX を部門横断的に推進している。
- CX を計測するアンケートを実施している。

Q43. Q42 CX の取組状況について、「CX を担当する部署を定めている」、「CX を部門横断的に推進している」、「CX を計測するアンケートを実施している」にチェックをされた方について、具体的な内容について記載してください。

- ・CX を担当する部署を定めている →具体的な部署 (例) お客様相談室
  
- ・CX を部門横断的に推進している →具体的な運営 (例) CX 委員会
  
- ・CX を計測するアンケートを実施している (例) NPS

Q44-1. CX の取組状況について具体的にお尋ねします。CX における具体的な取り組みがあれば記入ください。

Q44-2. 必ずしも CX でなくても、CS (Customer Satisfaction : 顧客満足度) など類似の取り組みがあれば記入ください。

Q45. 貴社での ISO 10002/JIS Q 10002 規格への取組状況について、該当するものを1つお選びください。\*

なお、ISO 10002/JIS Q 10002 規格については、<https://www.acap.or.jp/activity/iso10002/#q&a> を参照してください。

- 第3版 (ISO 10002:2018/JIS Q 10002:2019) に対応した自己適合宣言済み
- 自己適合宣言済みだが、第3版 (ISO 10002:2018/JIS Q 10002:2019) に対応していない。
- 外部認証機関から認証取得済み
- 規格に基づいたお客様対応体制を構築済みだが、自己適合宣言はしない。

- 規格に基づいたお客様対応体制を構築中（自己適合宣言の予定）
- 規格に基づいたお客様対応体制を構築中（認証取得の予定）
- 規格に基づいたお客様対応体制を構築したいが、手が着いていない。
- 規格に基づいたお客様対応体制を構築する必要性がない。
- 規格の内容を知らないので答えられない。

ご協力ありがとうございました。

以 上