

# 消費者志向経営の推進における ACAPの役割と期待

ACAPが取り組んでいる消費者志向経営の推進が、3月に閣議決定された「消費者基本計画」に掲げられた。消費者志向経営が安全・安心な消費社会の実現に向け、重要な位置付けとなるなか、消費者情報誌「消費と生活」の前田編集長と5月に就任した坂倉理事長が、ACAPの新たな活動方針や消費者志向経営の推進などについて語り合った。

**小原副委員長** 5月の理事会で新理事長に選任されましたが、まずその時のお気持ちを教えてくださいませんか。

**坂倉理事長** 今年ACAPは創立35周年を迎える記念すべき年であり、公益社団法人としても4年目を迎えます。節目の年に理事長という大役を仰せつかり、重責を痛感するとともに身の引き締まる思いです。創立時からこれまでACAPを築き、そして発展させてこられた諸先輩方の意思を受け継ぐとともに、現状でよしとするのではなく、さらに発展させ、社会における存在価値を一層高めていきたいと考えています。

**前田編集長** ご就任おめでとうございます。長年消費者情報誌の記者そして編集者として、ACAPに注目してきました。発展する様子を目の当たりにしてきた一人と思います。創立当時の会員は何名でしたか。



前田ちえ子 (まえだ ちえこ)

1958年鹿児島市生まれ。出版社を経て、88年(株)消費と生活社に入社。「消費と生活」(66年創刊、今年48周年)で取材、執筆(現在も現役)。98年編集部次長、2002年編集長、06年4月より代表取締役兼編集長。各地の消費生活センター、PTA、市民団体、消費者関連団体、大学、企業、業界団体などで講演。著作は「いざという時にどう対応する? 生活を取り巻くさまざまな危険に日ごろから備えよう」ほか。

**坂倉** ACAPは1980年に任意団体として発足いたしました(1985年に社団法人化)。当時の正会員数は152名、125社でした。現在は正会員734名、569社です。2014年10月には会員制度を改定し、一般の方でもACAPの活動に賛同してくださる方を一般会員として迎えることとしました。現在、全会員数は854名です。今後創立40年、50年を見据えてACAPのさらなる発展を描いています。

**前田** 正会員が5倍近くに増えたということですね。で



消費者志向経営、消費者教育などについて語る前田編集長(右)と坂倉理事長(左)

も、国内には企業は2万社あると言われているので、私はまだまだ発展の余地は大いにあると思います。

## 「組織基盤の整備」、「共益活動」、「公益活動」、「コミュニケーション」～新理事長の運営方針

**小原** 理事長はACAPの発展にどのような方針で臨まれるのでしょうか。

**坂倉** 理事長就任に当たって、運営方針を定めました(図参照)。まず土台となるのは「組織基盤の整備」です。今後さらなる成長・発展をするために、組織・人材・財務を整備・充実させ、安定した持続可能な基盤づくりを行うことが必要です。しっかりとした基盤があるからこそ、さまざまな活動ができるのです。

次が「共益活動」です。ACAPは会員からの会費によって活動費を得ているわけですから、会員自身の資質の向上、会員が所属している消費者対応部門の品質向上に寄与するだけの会員満足が必要となります。ACAPに入会し、ACAPでの学びや研さんが日々の業務に活かされ、会員企業の発展につながり、消費者志向経営の推進に結び付いていくことが重要と考えています。それが、健全で安全・安心な消費社会の構築にも大きな役割を果たすと思っています。現在行っている会員向けの活動のさらなる充実と進化・深化を図っていきます。

そして公益社団法人としての「公益活動」があります。ACAPでは消費者教育推進法が施行される以前から消費者教育活動に尽力してきました。1985年に消費者問



題に関する「わたしの提言」を実施し、1999年には消費生活センターにACAP消費者啓発資料常設展示コーナーを初開設しました。大学での単位認定講座も開講から10年以上が経過しています。さらに、消費者教育推進法の施行を受け、ACAPでは消費者教育支援のための基本方針と運営方針を策定し、消費者啓発委員会、西日本支部啓発・交流部会が中心となって具体的な活動に着手しています。今後も、これまで積み重ねてきた経験を礎とし、より一層消費者教育を推し進めていきます。

ACAP会員企業以外に対して消費者志向経営を根付かせていくことも重要な公益活動です。消費者の生活にかかわる企業は会員企業だけではありません。消費者志向経営の社会全体の波及と定着のために、地方の企業を含め会員以外の企業に対しても、各主体と連携しながら消費者志向経営の輪を拡大していきたいと考えています。

そして最後にコミュニケーションです。ACAP内外への広報活動や行政・消費者関連団体などとの交流促進により、ACAPの活動内容の周知と認知度向上を進めていきます。

### 「会員満足」、「サステナビリティ」、「連携・共創」を活動のキーワードとして

また、活動キーワードとして、「会員満足」、「サステナビリティ」、「連携・共創」を掲げています。「会員満足」はACAPの活動の基本です。「サステナビリティ」とは、ACAPの組織、会員企業、そして社会全体が持続可能であることを目指していくというものです。そのために、持続可能な基盤づくりと消費者志向経営の推進は不可欠です。また、「連携・共創」とは、会員同士、そして行政や消費者関連団体などとの連携はもちろんのこと、もう一歩踏み込んで新しい価値を共に創り出そうということです。

**前田** 地方の企業だけでなく、大手企業もACAPに入会していない、あるいは存在を知らないというところは数多くあると思います。ACAPの会員構成をみても業種に偏りがあります。私も消費者志向経営の推進は企業の存亡にもかかわるキーワードと思っています。取材や講演などを行った際、消費者対応をどのように進めていけばよいかという質問を受けることがあります。そのような時にはACAPを紹介し、どのような理念で活動されているかを説明しています。私の紹介でACAPに入会された企業もあります。これらの企業はACAPでの活動から得た情報を企業活動に積極的に活かすことができた、入会したことを満足されていますし、消費者から一定の評価を受けるようになってきています。

### 消費者志向経営の推進に向けて

**小原** 消費者志向経営を推進していくために必要なことはどのようなことでしょうか。

**前田** 2000年には企業不祥事が相次ぎました。近年もホテル等での偽装表示問題や食品への異物混入問題がありました。これらにより消費者の意識は確実に変化してきています。企業に対して過剰な要求をしたり、高圧的

な態度を取ったりし、企業の負担は大きくなるばかりです。その抑止のためにも、消費者志向経営の推進がカギになると思います。消費者志向経営により企業活動が行われているかどうかは、「企業の品格」が問われているのです。消費者基本計画に初めて消費者志向経営が盛り込まれました。今こそACAPが率先して、消費者志向経営の推進にこれまで以上に取り組むべきです。私が消費者行政や消費者団体に取材に行くと、消費社会が抱えるさまざまな問題で、事業者側からの課題解決に向けて、「ACAPに期待している」という声は本当に多いのです。

**坂倉** 消費者志向経営の基本はお客様の声を伺うことが原点です。お客様からの声を社内いかに有効に伝え、商品やサービスの改善に活かすか、経営に活かすかが大切です。

消費者志向経営を推進するため、ACAPとして主に三つの活動があると考えています。まずは会員の資質向上を通じての会員企業における消費者対応部門の品質向上。二番目が会員企業



**坂倉忠夫** (さかくら ただお)

1959年東京都出身。82年キリンビール(株)入社。96年キリン香港有限公司社長、99年キリンビール上海駐在所主席代表兼中国室長、2007年キリンヤクルトネクストステージ(株)取締役通信販売部長を経て、09年キリンビール(株)お客様センター所長、13年キリン(株)お客様相談室長(現在)。11年ACAP理事(企画委員長)、15年5月ACAP理事長就任。

の経営層への訴求や働き掛けによる経営全体への波及。三番目が会員企業以外への輪の拡大と消費者教育です。

**前田** 消費者志向経営の推進を図る上で、日本経済団体連合会(経団連)と共に開催した「消費者志向経営トップセミナー」は非常に意義深いと思います。消費者対応部門の方の組織であるACAPと、経営者で組織される経団連、そして消費者行政の司令塔である消費者庁の三者が顔を揃え、さらに消費者団体も加わり、消費者志向経営の在り方を直接語り合う機会は貴重であり、もっと社会が注目すべきことです。まさに坂倉理事長が活動のキーワードとして挙げた連携と共創を体現したものと言えるでしょう。各主体が健全で安全・安心な消費社会の構築に向けて、ベクトルを合わせるために行っているのですから。今年度も開催の予定はございますか。

**坂倉** 来年2月の開催に向けて現在準備を進めています。これまで2回開催いたしました。今回は消費者基本計画に消費者志向経営が記された後の最初の開催となります。より注目度は高くなるものと信じています。

私は消費者庁が設けた「消費者志向経営の取組促進に関する検討会」の委員に任じられました。1回目の検討会は8月に開催されます。委員はACAP特別顧問の高巖氏(麗澤大学大学院経済研究科教授)や私を含め9名です。このうち4名はこれまで消費者志向経営トップセミナーにご登壇いただいた方です。主な検討テーマは、



①消費者志向経営の意義、②消費者志向経営の推進方策、③消費者志向経営の評価の視点、です。各委員と活発な議論を行い、消費者志向経営の推進につながるよう、ACAPの社会的役割を果たしてまいります。

### 消費者教育の推進

**小原** 消費者志向経営の推進は消費者にとってどのような意義があるのでしょうか。

**坂倉** 消費者志向経営は消費者と企業の信頼を構築するもの、あるいは信頼の上に成り立つものです。消費者志向経営が根付くことは、消費者市民社会の実現にも



司会を務めた小原副委員長

つながります。消費者市民社会では、社会、経済、環境などに消費が与える影響を考慮して商品・サービスを選ぶなど、公正で持続可能な発展に貢献するような消費行動を取ることが求められています。すなわち消費者も健全な消費社会構築の担い手となることと言えるでしょう。企業と消費者が両輪となり、機能することが求められます。

**前田** そのためにも消費者教育の一層の充実が求められます。消費者教育に限らず、教育とは与えられるものではなく、自ら課題を見つけ、考え、解決に向けて学び、自分なりの答えを導き出すものです。その意味で、ACAPが実施している消費者問題に関する「わたしの提言」は、消費者教育の機会提供として、高く評価しています。自ら身近な消費者問題を見つめ、そのために何が必要か、何を講じるべきか、論文としてまとめる。これまで30年実施してきた意味は実に大きい。選ばれた作品は必ず読んでいます。著者が取り上げたテーマは、その時代の消費者問題を的確にとらえています。最近は大学生からの応募が増えていますね。若年層への消費者教育の必要性は以前から求められていましたが、若い方が消費者問題と向き合うことは、被害の未然防止にもつながりますし、消費者市民社会の実現にもつながるものと期待しています。今後もACAPの最重要活動として位置付けてください。

**坂倉** 消費者問題の課題は実にさまざまです。ゆえに消費者教育として行うべき内容、分野も幅広い。また、事業者単独で進めていくというのはなかなか難しい場合が多いのです。そのため、消費者教育にかかわる各主体による連携が欠かせません。ACAPは会員企業のプラットフォームとして、機能を発揮していきたいと考えますし、同時に行政による全体的なプラットフォーム機能とコーディネート機能のさらなる強化を期待したいと思います。「わたしの提言」はACAPの活動で最も長く継続されている消費者教育事業です。今後も続けてまいりますので、ぜひ引き続き「消費と生活」におかれましても応募の告知記事掲載をお願いいたします。

### 社会に、そして消費者への情報発信に期待

**小原** 前田編集長はマスコミの立場から消費者問題、そ

してACAPを見つめています。今のACAPにご意見はございますか。

**前田** ACAPにはもっと社会に対して情報を発信していただきたいと思います。特に企業が不祥事を起こした時にこそ、マスコミを通じて消費者に向けて意見を出していただきたい。例えば、食品に異物混入があった場合には商品を捨てずに手元に置いて電話を掛けることなど、お客様相談室に電話を掛ける前の注意点を呼び掛けてほしい。事件などがあると消費者は不安になるもの。業種が同じということで、当該の企業以外においても相談件数が増えると聞きます。対象の商品か、対象の商品ならいつ、どこで購入したものかなど、事前にメモや写真を残すなど、消費者に呼び掛けることも重要です。また、ACAPがこれまでに消費者対応のためにどのような活動をしてきたかも伝えてください。ACAPの知名度の向上、社会からの信頼につながるものと思います。

私はACAPが創立20周年の時に編集した単行本「お客様相談室」が、各企業に大きな影響力を与えたと思っています。また、ACAPが発行に深くかかわったISO 10002/JIS Q 10002 苦情対応マネジメントシステムも企業の消費者対応の大きな指針になったと思います。次は消費者へのメッセージが重要でしょう。それも消費者志向経営の推進に結び付くのではないのでしょうか。

**小原** 「消費と生活」は健全な消費社会の構築を目指して発行していると伺いました。まさに前田編集長ならではのご意見と受け止めました。坂倉理事長、最後に会員に向けてのメッセージをお願いいたします。

### 積極的なACAP活動への参加を期待

**坂倉** ACAPは会員によって成り立つ組織です。会員の満足があつて初めてさまざまな活動ができるのです。何に満足されるかは人それぞれかもしれません。私は、ACAPでの活動を経験し、その良さは大きく三点あると感じています。一つは例会や研修などを通じての知識習得、情報共有、会員同士のネットワーク拡大などにより、会員の資質向上と会員企業の発展につながる。二つ目は行政、消費者関連団体等との交流や消費者教育など、一事業者ではできない活動に参加できること。三つ目は消費者志向経営の推進や消費者教育活動などにより、社会貢献や消費者市民社会実現への貢献ができることです。

ACAPの良さを享受するためには、ACAPの活動に自ら意欲を持って、自らの意志で参加していただきたい。同じ目的や悩みを持った方々が共に学び合い、双方向、多面的な情報交換ができるのは、企業において消費者対応部門のみです。会員の皆さまの積極的な活動への参加が、企業の発展、安全・安心な消費社会の構築、そして消費者志向経営の推進に結び付いていくものと考えています。会員の皆さまの積極的な参加を期待しております。

**小原** 今日は消費者志向経営をテーマに有意義な対談となりました。ありがとうございました。

(2015年8月6日収録)