

「お客さまの声白書 2020」に対する第三者意見



公益社団法人
全国消費生活相談員協会
理事長
増田 悦子 氏

「お客さまの声白書2020」は、2007年から発刊してきた白書から発展させて、「お客さま本位の業務運営」全般の取組みについて公表しています。

消費者としては、自分と企業との契約関係が第一であり、自分にとっての商品の適切さ、自分の契約の迅速な履行、自分に対する応対品質などが重要です。しかし、そうした消費者と直

接関わる事項を、消費者の期待するレベルで提供するには、会社全体が期待に沿う努力をしていなければなりません。「お客さま本位の業務運営」全般の取組みについて、消費者に向けて公表することは、企業が社会の中でどのような役割を果たしているかを知ることになり、その企業を選択した消費者は満足感を得るだろうと思います。そして、最終的に消費者をSDGsへと繋げることになると思います。

例えば、保険商品の開発において、お客さまのニーズを把握することに留まらず、食品ロス、高齢社会などの社会課題、新型コロナウイルス感染拡大などの社会変化に対応する商品をいち早く開発して提案されています。

そしてまた、「徹底してお客さまの立場で考える」意識や行動の浸透・定着に向けた社員への研修が行われています。社員一人ひとりの「お客さま視点に立った行動を自ら考える」意識を醸成する取組みを消費者が知ることは、その企業の信頼に繋がります。

消費者は、自分にとって最適な商品を提案してほしいという要望がありますが、中には、企業にとって最適な商品を提案されるケースもあり、その提案が本当に自分にとって最適な提案であると信用してよいか判断が難しいこともあります。そうした場合、その社員や企業が、消費者視点、

お客さま視点で事業を行っているということを理解していれば、信頼し満足するのだと思います。

お客さまの声を経営に活かす取組みにおいては、今年度も多数の改善事例の紹介がありました。電話受付において、お客さまが用件ごとの番号選択から、用件を伝えるとAIによる音声認識により最適なアドバイザーに繋がるシステムになりました。高齢者は番号選択が苦手です。デジタル技術の進展に伴って、お客さまの不便を把握し解消したことは、デジタル化の大きなメリットです。消費者はAIそのものについて理解が不足しており、AIについては過度な期待やネガティブなイメージを持つ人もいますが、コロナ問題でデジタル、AIの活用は社会インフラとして必須であると実感しています。デジタル技術についても、お客さま視点での活用を期待しています。

最後に、「お客さまの声白書」は、お客さまへの情報発信に留まらず、社員、代理店にも伝えられるものだと思います。自分が勤務する会社、関連会社の社会的役割、社会になくてはならない存在であることを知り、そしてお客さまの声を身近に感じることで、日々の研鑽の目的がしっかり理解されると思います。

社会課題にも取り組む企業として、今後の皆さまのますますのご活躍に期待します。

〈公益社団法人 全国消費生活相談員協会〉

1977年に全国で初めての消費者問題の専門家集団「国民生活センター消費生活相談員養成講座修了者の会」として発足。その後1987年に経済企画庁（現在は消費者庁）所管の「社団法人 全国消費生活相談員協会」として許可を受け、2012年に「公益社団法人 全国消費生活相談員協会」となっています。また、2007年11月には、内閣総理大臣から「適格消費者団体」として認定を受けています。