

一般社団法人 日本コールセンター協会 会報

発行：一般社団法人日本コールセンター協会

編集発行人：広報委員長 山田雅康
〒101-0042 東京都千代田区神田東松下町 35 アキヤマビルディング 2
TEL：03-5289-8891 FAX：03-5289-8892 URL：http://ccaj.or.jp

Contents

- ◇ 2012 年度 定時総会を開催
- ◇ 2012 年度 事業活動計画
- ◇ スーパーバイザーによる意見・情報交換会
- ◇ コンタクトセンター Q&A
- ◇ SV インタビュー Vol.44
- ◇ コールセンター / テレマーケティング用語集
- ◇ TOPICS、協会日誌、CCAJ メールニュース

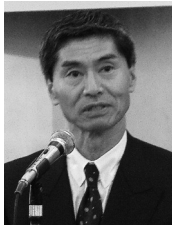
2012 年度 定時総会を開催

2012 年 6 月 12 日 (火)、東京・九段下のホテルグランドパレスにおいて「一般社団法人 日本コールセンター協会 2012 年度定時総会」を開催し、2011 年度事業報告と収支決算報告、理事ならびに監事選任について承認されました。通常総会及び理事会終了後には懇親パーティを開催。170 名を超える多くの来賓や会員が参加し、大盛況となりました。CCAJ News では、当日の会長挨拶、来賓祝辞の抄出をご紹介します。

一般社団法人 日本コールセンター協会

船津 康次 会長 挨拶

ある調査によると、コールセンター業界の 2011 年度の売上は微増ながら伸びを見せ、2015 年まで成長を続けると報告されています。東日本大震災の影響の中で、コールセンターが正確な情報を伝えていくという役割を果たした結果と言えるでしょう。昨今、注目されているキーワードとして、クラウド、スマートフォン、ビッグデータがありますが、そのいずれもがコールセンター業界にとって非常に重要です。クラウドをどのように



活用するか。スマホなどの新しいチャネルが複雑に増えていく中で、ソーシャルメディアなどの新しいサービスにどう対応して VOC を捉えていくか。さらに、コールセンターの業務には欠かせないビッグデータをどう解析、分析していくのか。そういう意味では、ますますコールセンターの機能が世の中に求められていくことになると思われます。もう一つのキーワードに、仙台でのセミナーのテーマでもあった BCP があります。センター運営の中で、どう BCP に対応していくかというのも非常に重要なテーマだと認識しています。情報が氾濫をしている状況で、われわれの役割もより重要になっていきます。本年度もスタートしましたが、引き続きなにとぞよろしくお願いします。

経済産業省 商務情報政策局 商務流通グループ
商取引・消費経済政策課 消費経済企画室長

島上 聖司 様

この業界の売り上げ高は、厳しい経済環境の中でも堅実に伸びていて、今後の見通しも明るいと分析されています。消費者目線での皆様の真摯な取り組みが、企業や消費者に受け入れられているからこそではないでしょうか。そういった点での揺るぎない自負が、熱気という形で壇上にも伝わってきています。

現代社会は、情報があふれています。消費者は氾濫する情



報をわかりやすく整理して、いろいろな質問に的確に答えてくれるような、消費者サイドに立ったサービスを求めています。コールセンターの業務というのはまさしく消費者に的確な情報を提供するとともに、消費者の生の声を分析して企業活動に反映するという重要な役割であると認識しています。

貴協会は業界の中心となる団体として、業界の健全な発展を図り、顧客と企業との関係を安全、安心、快適なものにするために、倫理綱領やガイドラインを作成し、それにもとづいていろいろな真摯な活動に取り組んできたこと承知しています。今後とも、貴協会の皆様方がこれまでも増して重要な役割を果たされることを心から切に願っております。

総務省 総合通信基盤局 電気通信事業部
消費者行政課 企画官

小川 久仁子 様

コールセンターというのは、困っているお客様に対して、直接、いろいろな手助けをするという重要な役割を担っていますが、その中でもさまざまな情報を分析したり、海外の最新の動向も踏まえて業界として発展を続けるための取り組みを続けておられるということに感銘を受けました。

電気通信のサービスにおいては、次々と新しいサービスが出



てきていて、そういう時にも、コールセンターの役割というのは非常に重要だと思います。消費者に正確な情報をどう伝えていけばいいのか。また、青少年の問題にどう対応すればいいのか。利用者のいろいろな情報をマーケティングに活用する一方で、個人情報等をどのように適正に管理していくのかという問題も出てきています。総務省で取り組んでいる消費者行政として、消費生活センターとの連携や、電気通信の関係の消費者からの相談に対応するなどの活動を続けています。そんな状況の中で、コールセンターの役割はますます必要になってくると思われます。日本コールセンター協会が引き続きこの分野で、中心的、先導的な役割を担っていくことを確信しています。

2012 年度 事業活動計画

2012 年度事業活動方針

■2012 年 1 月 4 日に一般社団法人「日本コールセンター協会」として新たに発足いたしました。一般社団法人としての実質的な初年度となります。2012 年度の事業活動方針につきましては、昨年度の社団法人「日本テレマーケティング協会」の決算により確定いたしました公益目的財産の適切な処理を実施することはもちろんのこと、昨年の大震災及び円高等による我が国の経済状況が混迷するなかにおいて、協会の主力事業である CCAJ スクールにおける受講者の減少等の影響が出てきており、今後の協会活動においては、財務基盤の確立に向けた活動の推進が急務と考えております。また、一般社団法人化に伴いこれまで以上に協会会員に対するサービスに基軸を置いた協会活動の展開に努めてまいりたいと考えております。

■「財務基盤の確立」におきましては、今年度の一般社団法人化に伴い、協会として初めて 2012 年 1 月より 6 月までの期間限定による「入会金無料キャンペーン」の実施、協会名称変更に伴う雑誌広告と連動した入会金無料キャンペーンの展開、さらに、会員企業のご協力による会員企業のホームページへの入会金無料キャンペーンバナー広告の貼付等を行っており、キャンペーン実施後は着実に入会企業が増えています。しかしながら、景気動向等の影響により退会される企業も多く、会員数については、若干減少してきている状況となっております。そのため、入会のメリット等を訴求ポイントとした入会勧奨の案内書を CCAJ スクール参加企業等に対し送付し、前記実施項目と合わせ会員拡大に向けた施策を展開してまいりたいと考えております。また、当協会の主力事業であります CCAJ スクールにおきましても、新たな講師による新たな講座を開設するなど、より事業に直結する内容に変更するとともに、従来の講座に関しましても見直しを図り、受講者の増加に努めてまいりたいと考えております。

■会員へのサービスに基軸をおいた協会活動におきましては、当協会の会報であります「CCAJ ニュース」及び CCAJ メールニュースについては、よりタイムリーな記事の掲載、2008 年度より開始いたしました「SV 意見交換会」に関しましても、今年度新たに協会責任者及び担当者を対象としたアンケート調査を行い、どのようにすれば「SV 意見交換会」の結果を事業に生かせるか等について検討してまいります。さらに、2009 年度より開始いたしました「コンタクトセンター・セミナー」の地域での開催につきましては、通信販売に係わる会社が多く集積しております福岡において開催することを決めており、更なる、地域におけるコールセンターに係わる事業の普及に努めてまいります。

最後になりますが、協会としての大きな使命の一つであります消費者からの電話勧誘に関する相談に関しましては、従来同様真摯な対応に努めてまいります。

具体的な事業活動計画

□倫理の確立と綱領の普及・啓発

①「CCAJ ガイドブック Annual Report Vol.22」の発行
コールセンターに関するトレンド、アウトソーシング企業実態調査、1 年間の協会活動状況等を掲載し、会員や協会主催のセミナー、関連イベント等で幅広く頒布する。

②会員拡大に向けた諸施策の展開

入会無料キャンペーンの実施及び入会メリットを訴求ポイントとしたパンフレット等の送付。

□調査・研究、情報の収集・提供

①「CCAJ News」の発行

国内外の最新情報・関連法規・地方自治体における企業誘致施策の紹介・委員会の活動状況等を毎月提供。

②「CCAJ メールニュース」の配信

コールセンターに関わる情報のタイムリーな配信、及び官公庁のコールセンター関連入札情報等の提供。

③「CCAJ コンタクトセンター・セミナー 2013」の開催

受講者のニーズに則したセミナーの企画。

④「CCAJ コンタクトセンター・セミナー 2012 in 福岡」の開催

福岡県に所在する会員企業による、その地域に従事する方々を対象とするセミナーの企画。

⑤「CCAJ コンファレンス」(仮称)の開催

関心の高いテーマについての、今後の動向及び取り組み状況等に関し、最新の情報を提供。

⑥ CCAJ スタディーツアー(海外視察)の実施

会員企業が希望する業種・業態や最新トレンドを中心とした視察の企画。

⑦コンタクトセンター見学会の実施

参加者を会員限定にすることによる会員メリットの創出と、見学受入先と参加者の交流。

⑧テレマーケティング・アウトソーシング企業実態調査の実施

会員企業のうちテレマーケティング・エージェンシーとして登録されている会員を対象に、コンタクトセンター関連の年間売り上げ等の業界基礎データの調査を実施。

⑨各種イベントへの参加

イベント等を通じての協会活動の積極的な普及。

⑩「コールセンター/テレマーケティング用語集」の公開
用語集のメンテナンス、認知度や活用性向上のための施策検討。

□人材の育成

①「CCAJ スクール」の開催

東京(37 回)・大阪(7 回)・沖縄(1 回)・北海道(1 回) 全 46 回

＜ベーシックコース＞

「センターマネージャー講座」「スーパーバイザー養成講座」「テレコミュニケーション養成講座」「トレーナー養成講座」

＜専門コース＞

「スクリプト作成講座」「クレーム対応講座」「コンタクトセンター KPI 基礎講座」「ストレスマネジメント基礎講座」「お客様志向のセールスコミュニケーション」「QA マネジメント」「モニタリング実施手法セミナー」「テレコミュニケーションをやる気にさせるコーチング」

②「コールセンター基礎講座」の開催

③「スーパーバイザーによる意見・情報交換会」の開催

(開催予定地：東京、大阪)

④「センターマネージャーによる意見・情報交換会」の開催

(開催予定地：東京)

□苦情の解決についての相談・調査

①日本コールセンター協会電話相談室

②消費者関連会議出席等による情報収集

経済産業省、総務省、内閣府、愛知県、日本司法支援センター等

□関連機関との情報交流・協力

関連機関との情報交換・交流

＜国内＞

①経済産業省、総務省、内閣府、消費者庁、②地方自治体、③公益法人、④新聞社、出版社等のマスコミ

＜国外＞

「Contact Center World.com」とのパートナーシップの締結

地区大会：2012 年 7 月 シンガポール

世界大会：開催日未定 アメリカ合衆国 ラスベガス(2012 年 4 月現在)

□本会の目的を達成するために必要な活動

①各種イベント協賛・後援

②プレスリリース等協会活動の認知を目的とした広報活動

スーパーバイザーによる意見・情報交換会

普段、接する機会の少ない他社のコールセンターで働くSVの方々と、日頃の業務における取り組み状況や課題、悩みなどを共有・意見交換することで、解決策や新たな視点・考えを取り入れるとともに、良い刺激を受けて自らのモチベーションアップにつなげることを目指して、「スーパーバイザーによる意見・情報交換会」を開催しています。

毎回、業務に関わる身近なテーマを設定し、5～7名の座談会形式で行われます。研修とは違った雰囲気です。リラックスしてご参加いただけますので、興味のある方のお問い合わせ、ご参加をお待ちしています。

なお、スーパーバイザーによる意見・情報交換会の開催報告は協会 Web サイトの会員専用ページでご覧いただけます。

	日程	場所	テーマ	対象	備考
1	6月6日(水) 14:00～16:30	大阪	子育て中の女性SVがコールセンターで活躍できるためのポイント	子育て中の女性SV	センター見学会併催
2	6月20日(水) 15:00～17:00	東京	新人・若手SVができること、新人・若手SVだからできること ベテランテレコミュニケーターへの接し方、先輩SVからの学び方	スーパーバイザー(SV) 経験3年以内で、年齢が20～30代の方	
3	7月25日(水) 15:00～17:00	東京	アウトバウンド業務でのテレコミュニケーターのモチベーション管理	アウトバウンド業務のSV	◎2回セット 1回目
4	8月8日(水) 14:00～16:30	大阪	メール対応の品質向上	メール担当のSV	センター見学会併催
5	8月23日(木) 16:00～18:00	東京	応対品質向上	SVまたはQA担当	
6	9月26日(水) 15:00～17:00	東京	トレーニングで困っている課題研究		
7	10月	大阪	ベテランSVの役割と悩み	ベテランSV	☆2回セット 1回目
8	10月17日(水) 15:00～17:00	東京	アウトバウンド業務でのテレコミュニケーターのモチベーション管理	アウトバウンド業務のSV	◎2回セット 2回目
9	11月	東京	ワールドカフェ形式の意見交換会	以前にSV意見交換会に参加された方 ※開催時期、場所、テーマは問いません	
10	12月	大阪	新人スーパーバイザーの課題	新人SV	◇2回セット 1回目
11	12月18日(火) 15:00～17:00	東京	未定	未定	
12	2013年1月	東京	未定	未定	
13	2013年2月	大阪	新人・ベテランの交流意見交換会		☆◇2回セット 2回目

これまでの参加者の属性と声

●男女別

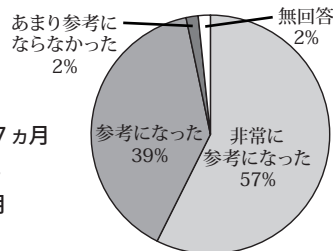
女性 56%	男性 44%
--------	--------

●種別

Inhouse 23%	Agency 66%	Support 11%
-------------	------------	-------------

●SV経験

平均：3年7ヵ月
最長：10年
最短：3ヵ月



・他社のフィードバックの取組み方等、参考になる意見が多くあり、今後の業務に活かしていきたいと感じました。自身のモチベーションも上がる様な内容でした。同じSVの立場として、悩みを共有し、新しい解決策を模索するというSV業務の精神的な面でのフォローにもなる良い機会と感じました。

新入会員のご紹介

株式会社セントメディア

Agency

代表取締役 大原 茂

東京都新宿区新宿三丁目 1-24

<http://www.saintmedia.co.jp/cc/>

当社はカテゴリー特化型の人材派遣事業者として活動をして参りましたが、昨年の11月より、高知県高知市に自社コールセンターを構築しコールセンターのアウトソーシング事業を開始しております。

独自の「おもてなし研修」に基づく高付加価値型運営を実施すると共に大学機関等と連携し、シニアマーケティングに強いコールセンター運営を実現しております。

今回、業界の皆様と接点を持たせて頂きより高いレベルでの企業貢献を実現すべく入会させて頂きました。

コミュニケーション・ヒューマンリソース
センターマネジメント・スクリプト・システム etc

あなたの疑問・質問に **お答えします!**

コンタクト センター **Q&A**

A ここでの解決すべき問題点は、1つ目「上司に代われ」と言われるTCの対応の善し悪し、2つ目「正しいエスカレーションかを見極める」があると考えられます。

まず、「上司に代われ!」というお客様の心理を考えてみましょう。お客様からすると“対応者が頼りない”“自分が求めている問い合わせに対しての回答がない”もしくは、“回答があったとしてもモノの言い方がわかりにくい”という苛立ちから「上司に代われ」と言っていると考えられます。

ですので、「上司に代われ」と言われるTCの音源をモニタリングして、①知識がないのか?②応対スキル(お客様の言っている事を正しく聴いて正しく答える力)がないのか?③モノの言い方が不明瞭でお客様にわかりづらいのか?の3点のどこが問題になっているのかをきちんと見極めた上で、それぞれのTCにあった教育を行うことが必要です。

また、2つ目の問題である正しいエスカレーションかを見極めるということですが、TCがエスカレーションしなければいけないものは、“TCの範囲外の金銭に関わること”“TCに権限委譲されていないこと”と言えます。(これ以外でももちろん各会社によりルールはあるでしょう。)しかし、何でもすぐにエスカレーションするTCは「怒られるのはいやだ!」「嫌な思いをしたくない」という気持ちから、頑張らずにエスカレーションします。そして、なんでも上司に代わ

Q テレコミュニケーター(以下TC)が「上の者に代われ!」と言われエスカレーションしたことがあり、それ以降「上の者に代われ!」と言われると、すぐエスカレーションしてくるようになりました。どのようにすればよいのでしょうか?

回答者 玉本 美砂子 氏

株式会社 JBM コンサルタント 代表取締役社長
CCAJ スクール クレーム対応講座 講師

ることがいつしか癖になり、自身のスキルや知識が向上しないという要因になります。

ですのでSVは、TCがどこまでできて、どこまでできないのかの線引きをしないといけません。

問題解決に向けてモニタリングが重要になってきますが、モニタリングのポイントとしては①お客様の話を正しく聴いているか②相づち・復唱確認をしているか③必要情報を質問で聞いているか④簡潔に正確に返答ができているか(回答できているか)⑤お客様の合意を得ているかの「会話のプロセス」に合わせてモニタリングをしていき、このプロセスのどこに問題があるのかを明確にしていくことです。

また会話のプロセス以外の問題として、“知識がない”“話が下手(言い方がわかりにくい・文章が長い・言葉が不明瞭・横柄・慇懃無礼なモノの言い方)”もありますので、この部分も会話のプロセスの中から読み取っていくことが必要になります。

こういうことに注意してロールプレイングをしていき、TCに気づきを与え、知識を付与し、プロセスに問題のあるところを一つ一つ解決していくべきです。

そして最終的にTCができた時には、SVがしっかりと褒めることが大切です。

直近の『CCAJ スクール』のスケジュール

開催日	講座名	講師	会場
7/19(木)～7/20(金)	クレーム対応講座	玉本 美砂子 氏	新大阪丸ビル新館
8/3(金)	お客様志向のセールスコミュニケーション	瀬崎 節子 氏	日本マンパワー(東京都)
8/7(火)～8/8(水)	スーパーバイザー養成講座～人材育成編～	黒田 真紀子 氏	日本マンパワー(東京都)
8/9(木)～8/10(金)	トレーナー養成講座	後藤 啓子 氏	新大阪丸ビル新館
8/22(水)	QA マネジメント	窪田 尚子 氏	日本マンパワー(東京都)
8/23(木)～8/24(金)	スーパーバイザー養成講座～チームマネジメント編～	角脇 さつき 氏	沖縄産業支援センター
9/6(木)～9/7(金)	スーパーバイザー養成講座～チームマネジメント編～	角脇 さつき 氏	日本マンパワー(東京都)

各講座の概要・プログラムなどの詳細は、CCAJ スクールホームページまで **CCAJ スクール 検索**

http://ccaj.or.jp/ccaj_school/index.html

スーパーバイザー interview

vol.44

日本マルチメディアサービス株式会社
飯田橋オペレーションセンター
専任運営グループ
蟻末 信 さん



今回のインタビュー先は、日本マルチメディアサービス株式会社。東京・秋葉原や千葉県浦安など、各地に事業所を持つ同社ですが、今年3月に開設したばかりという新拠点の飯田橋事業所をお訪ねしました。

趣味は海釣りで、毎週末には油壺まで出かけて手こぎボートで海上に出るのが楽しみという蟻末さん。釣った魚はご自身で捌くとのこと。「ちょっと前までカワハギを狙っていましたが、これからはキスがおいしい時期です」

日本マルチメディアサービス株式会社に入社して4年目という蟻末信さん。前職は、旅行関連業界とのこと。海外便の航空券販売会社に勤務して、発券カウンターや仕入れを担当していました。

「発券カウンターというのは、あらゆる業務を理解していないといけない部署でした。予約や発券だけでなく、お客様への提案、航空会社との折衝、同業他社との連携や調整などの業務がありました。また、それらに関する教育や研修も担当していました」。業界は違うものの、コールセンターのスーパーバイザー（以下、SV）に近い職能が求められていたことがうかがえます。

11年の勤務を経て、それまで培ってきたことを別の分野で活かしてみたいと一念発起。コールセンター業界を目指します。それに対して、ハート&サイエンスをサービス指針として品質向上による顧客満足度アップを目指している日本マルチメディアサービスでも、新たな視点を持つ人材を求めています。両者のニーズが合致して、同社に入社することになります。「旅行会社というのは提案型のビジネスですから、サービスマインドがとても重要です。“かゆいところに手が届く”だけでなく、“気付いていないことにも気付く”心配りも必要となります。旅行業界で培った考え方や取り組みを、コールセンターにも活かしていきたいと考えています」

入社後は、マルチクライアント対応の部署であるシェアリンググループに所属。ミステリーコールのためのセンター立ち上げと運営を皮切りに、化粧品メーカーやPOS機器ヘルプデスク、健康食品関連企業のコールセンターなど、

さまざまなセンターの業務設計・構築・運営などを行います。同時に、スタッフ向けのマニュアルや研修資料の改良、それに伴う教育などを担当するなど、幅広い分野で能力を発揮していきます。「最初は専門用語もよく分からない状態で、まわりのみんなに助けられてやっていました。確かに大変でしたが、いつもワクワクしながら仕事をしていました」

その後、昨年5月に最新家電に関するセンターを立ち上げ、全体を統括するSVに就任します。業務内容としては、商品と機能の説明や購入者のサポートを中心に、一部の購入受付などのインバウンドを行っています。このセンターは、クライアントのインハウスセンターに加えてスタートしたもの。蟻末さんに加えて2名のテレコミュニケーター（以下、同社の呼称のエージェント）からスタートして、今は、他のSV2名と10名ほどのエージェントが勤務しています。クライアントからするとコールセンターの機能強化のための取り組みであり、日本マルチメディアサービスならではのサービスが求められているプロジェクトと言えるでしょう。

「スタート当初は、放棄呼をなくすことを主眼に運営していましたが、今は品質を重視しています。お客様からの問い合わせだけでなく、こちらから先んじて必要な説明を行う、コールセンターだからできるご提案ですね。そのためにコールの時間が延びてもかまわないと考えています。なぜなら、お客様の潜在ニーズを察し事前対応することで同じお客様からの2コール目、3コール目を事前に防ぐ役割も兼ねているからです」

エージェントをはじめとするスタッフのスキルが上がってきたことも重要なポイントという蟻末さん。マニュアルにあることだけでなく、お客様に求められることはすべてできるようになること。知識に加えて、サービスマインドが重要だと指摘します。「蟻末チームと呼べるようなスタッフが育ってきて、私の考え方を理解し実践してくれている人が増えてきています。私自身が手掛けたチームをもっと増やしていきたいと思っています。また、同様のマインドを持った能動的SVを育てていきたいと思っています」

すべての業務に100%の力を注ぐのではなく、全体を把握しながらバランス良く業務を行うこともSVの役割の一つという蟻末さん。「社内で一番、楽しそうに仕事をしている」と言われるという明るさと、珍しい名字でさえ営業ツールと言い切る前向きさが、センター内にも浸透してきているようです。

企業情報

日本マルチメディアサービス株式会社

代表取締役社長：秋庭 孝俊

東京本社：東京都台東区秋葉原1-1 秋葉原ビジネスセンター

ホームページ：http://www.jmscom.co.jp/

プロフィール：サービス・品質指針は「Heart and Science」。

(1) お客様と接する中で、迅速性、正確性、ホスピタリティ等、何が最適なものかを考え、「心のこもった」サービスを提供する。(2)「仕事を科学する」ことにより、今までの経験、慣習などの属人的な仕事の仕方から、「誰がやっても同じ結果を出せる」仕事の仕方に転換し、品質の安定と向上を目指す。(3) 同業のなかでも高水準な教育、訓練、専門人材の育成を目指す。

本コーナーでは、業界のキーパーソンであるリーダー・スーパーバイザーの魅力や重要性をご紹介します。皆様のセンターで活躍しているリーダー・スーパーバイザーをご紹介します。エントリーをお待ちしています。

RFM 分析

顧客行動分析手法のひとつ。顧客が最近購入したのはいつか (Recency)、どの程度の頻度で購入しているか (Frequency)、どの程度の金額の買い物をしているか (Monetary) という基準で顧客の購買行動を分析する。

RFP (Request For Proposal)

提案依頼書。クライアントが依頼する業務の概要、必要事項、保証用件、契約事項などを記述するのが一般的。テレマーケティング・エージェンシー、システムベンダーなどはこれをもとに提案書を作成する。

S - W**SL (Service Level)**

着信呼数に対し、設定した時間内で応答されたインバウンドコールの割合のこと。

SLA (Service Level Agreement)

クライアントとテレマーケティング・エージェンシーまたはシステムベンダーなどとの間で交わされる同意書。一般的にはパフォーマンスレベルや目標値を定めたもの。

TSR (Tele Service/Sales Representative)

コールセンターにおいて、「企業の代表」として、お問い合わせや相談、受注、クレーム、案内などを、

電話や E メールなどの通信メディアを通じて、顧客と対応する者。

UnPBX

音声処理ボードを搭載し、簡易 PBX として動作するサーバー。PBX や ACD などの機能はサーバー上のソフトで実現する。

VOC (Voice of Customer) / 顧客の声

顧客の意見や感想、要望・クレームなどのこと。これを蓄積し、分析することで、商品やサービスの開発・改良、マーケティング活動、商品・サービス案内、FAQ の改善などに活かすことができる。

VoIP (Voice over Internet Protocol)

インターネットプロトコルを使って音声データを送受信する技術のこと。社内 LAN を使った内線電話やインターネット電話などに応用される。

WFM (Workforce Management)

コール量やコールリーズン、テレコミュニケーターの稼働状況等を分析し、スタッフを適正配置する管理手法。

【2012 年 2 月以降に追加された用語】**カナ****インスタントメッセージ**

専用ソフトを使って特定の人同士でチャット、ファイル転送などを行うアプリケーション。MS オンライン、Windows メッセンジャーなど。

イントラサイト

企業や組織などの社内向け LAN のサーバ上に構築された、業務向けの Web サイトのこと。

イントラネット

インターネットの仕組みを利用し、特定のエリアと組織内メンバーなどの限定されたユーザーのみを対象としたネットワークのこと。

エクストラネット

イントラネットを他の複数のイントラネットと相互に結んだネットワークのこと。または、異なる企業間での情報通信を行うネットワークシステムのこと。

エリアマーケティング

商圏の地域特性を把握するために、地図情報や各種統計情報をベースにして市場を地域別に細分化し、商圏分析、顧客管理、販売促進計画、既存店評価、新規出店計画などに役立てる手法。

ガントチャート

スケジュールや作業工程などの進捗を管理する表のこと。

顧客ロイヤリティ

特定の企業自身や商品・サービスに愛着、信頼、満足感を持ったり、繰り返し買うことに何らかのメリットを感じたりすること。

社内ポータル

企業内の情報を社員の業務内容に合わせてカスタマイズして表示する、社内システム専用のポータルサイト。

シングルサインオン

別々の ID とパスワードで管理されていたサービスを、統一した ID とパスワードによる一度の認証処理によって、複数のコンピューター上のリソースが利用可能になる認証機能のこと。

セキュリティパッチ

プログラムに保安上の弱点(脆弱性やセキュリティホールなど)が発見された際に、それらの問題を修正するためのプログラムのこと。

セキュリティベンダー

主にウィルス対策ソフトウェアをはじめとするセキュリティ対策ソフトウェアや関連サービスを開発・提供している事業者のこと。

セキュリティポリシー

企業や組織における情報資産の情報セキュリティ

等に関する方針や行動指針のこと。

ソーシャルネットワーキングサービス／SNS (Social Networking Service)

人と人とのつながりを促進・サポートする、コミュニティ型の Web サイト。「Facebook」、「mixi」、「GREE」、「モバゲー」、「Myspace」、「youtube」などをいう。

ソーシャルメディア

ユーザーが情報を発信し、形成していくメディアのこと。ブログや SNS、ソーシャルニュースサイト、オンライン百科事典、クチコミサイト、FAQ サイト、ビデオ投稿共有サイト、掲示板などがある。

データベースマーケティング

データベースを用いて顧客の属性を把握し、それを分析・加工することで適切なマーケティングを行う手法。

トラブルシューティング

発生した異常状態を解決し、正常な状態にするための方法のこと。

パーミッションマーケティング

「あなたからのメッセージを受け取ってもよい」というパーミッション（許容）に基づき、顧客とコミュニケーションを図るマーケティング手法。

ビジネスインテリジェンス

企業内外の事実に基づいた膨大なデータを体系的

に蓄積、分類、分析、加工を行い、ビジネス上の各種の意思決定を迅速に行うようにするといった概念。また、その活動を支えるシステムやテクノロジーをさす場合もある。

ブランディング

企業が顧客にとって価値のあるブランドを構築するための活動。

マスターデータ

情報システムにおいて、顧客や製品、会計など多くのデータベースで共通となる、基本的な情報のこと。

メッセージキューイング

異なるアプリケーションプログラム間で動作を連携させてデータを交換させる際の方式のひとつで、送るデータをキューと呼ばれるデータ領域に保持し、データを受ける側の処理が完了するのを待たずに次の処理へ移る方式のこと。

ユニバーサルキュー

電話や IVR、ファクス、Web、e メールなどのチャネルからのコンタクト方法を 1 つの“キュー”（待ち行列）に統合し、コンタクト処理を標準化させるプロセスおよび技術。

リテールサポート

メーカーや卸売業者が、小売店などの販売を活性化するために支援すること。

レスポンスタイム

即時対応が要求されないコンタクト（メール、ファックス、郵便物など）に対して、何分／何時間／何日以内に 100% の回答を行うかのサービス管理指標。

ロイヤルカスタマー

ある企業や商品・サービスに対して、愛着、信頼、満足感を持ったり、繰り返し買うことに何らかのメリットを感じたりする顧客のこと。

ワンツーワンマーケティング

顧客 1 人 1 人の好みや価値観、状況の違いを把握・認識し、それぞれのニーズに合わせて異なったアプローチを行おうというマーケティング手法。

A - T

ASP (Application Service Provider)

各種システム機能やソフトウェアなどをネットワーク経由で提供する事業者、またはサービスのこと。SaaS、クラウドサービスもほぼ同様の概念。

BBS (Bulletin Board System)

電子掲示板。参加者が文章などを投稿し、書き込みを連ねていくことでコミュニケーションできる Web ページ。

BCP (Business Continuity Plan)

事業継続計画。災害や事故などの予期せぬ出来事

の発生による損失を認識し、限られた経営資源で最低限の事業活動を継続、ないし目標時間内に再開するために、事前に策定する行動計画。

BPR (Business Process Reengineering)

企業活動に関するある目標（売上高、収益率など）を設定し、それを達成するために、既存の職務、組織構造、業務フロー、システムなどを分析し、再設計（リエンジニアリング）し、最適化すること。

CGM (Consumer Generated Media)

消費者発信型メディア。インターネットなどを活用して消費者が内容を生成していくメディア。SNS、口コミサイト、ナレッジコミュニティ、ブログなどがこれに該当する。また、これらに制作・生成されたコンテンツを「UGC (User-Generated Contents)」と言う。

SFA (Sales Force Automation)

企業の営業部門を効率化すること、またそのための営業支援システム。コンタクト管理、行動管理、実績管理などを行う。

TAPI (Telephony Application Program Interface)

パソコンに内蔵された電話機能の利用を可能にするプログラム群。同様のものとして TSAPI (Telephony Services Application Programming Interface) がある。

CCAJ スタディーツアーの訪問地・日程が決定！

2012 年度の CCAJ スタディーツアーは、アメリカ合衆国のラスベガス、サンフランシスコを訪問し、ソーシャルメディアを有効に活用している企業や新しいビジネスモデルを展開している企業等の訪問を予定しています。

また、参加者同士の交流が図れることも参加された方に満足いただいています。

日程：2012 年 10 月 14 日（日）～ 20 日（土）（5 泊 7 日）

訪問地：アメリカ合衆国 ラスベガス、サンフランシスコ

主催：株式会社 JTB 法人東京

企画協力：一般社団法人日本コールセンター協会

視察候補企業等の詳細は、近日、Web サイトで公開します。

※ 写真は昨年海外視察ツアーの様式です

海外視察ツアー



コンタクトセンター・セミナー 2012 in 福岡 開催決定！

2012 年度のコンタクトセンター・セミナーの地域開催は、福岡において 2012 年 8 月 29 日（水）に開催することが決定しました。

パネルディスカッション形式で、コンタクトセンター運営に関わるテーマについての事例等を紹介する本セミナーは、毎回好評を博しています。

詳細は次号でご紹介いたします。



写真は JTA コンタクトセンター・セミナー 2011 in 宮城

CCAJ メールニュース好評配信中

情報調査委員会・広報委員会では「CCAJ メールニュース（旧 JTA メールニュース）」の配信を行っています。配信ご希望の方は、「CCAJ メールニュース配信希望」と明記のうえ、配信先メールアドレス・会社名・部署名・氏名・連絡先電話番号を記入し、当協会事務局 e-mail アドレス (office@ccaj.or.jp) までお申込みください。

VOL.159 (2011 年 6 月 1 日配信)

配信数 : 4,643 名

1. コールセンター基礎講座 好評受付中！
2. CCAJ News VOL.183(2012 年 6 月号) を協会 Web サイトにアップ
3. CCAJ スクール 7 月開催のご案内【関連動向・情報】
4. インターネット消費者取引に係る広告表示に関する景品表示法上の問題点および留意事項（消費者庁）
5. 通販月次売上高調査（3 月度）（日本通信販売協会）
6. 電気通信サービスの加入契約数等の状況（総務省）
7. 平成 23 年度の消費者相談件数の速報（経済産業省）
8. 働く女性のためのヘルスサポートガイド（別冊）（労働者健康福祉機構）
9. 求人広告掲載件数等集計結果（平成 24 年 4 月分）（全国求人情報協会）
10. コールセンター/CRM デモ&コンファレンス 2012 in 大阪 開催迫る！

協会日誌

5/18 情報調査委員会

- ① センター見学会
 - ・福岡で開催予定の見学会の視察先への打診状況等進捗について報告した。
- ② テレマーケティング・アウトソーシング企業実態調査
 - ・質問項目にソーシャルメディアへの対応状況に関する項目を加えることとなった。

5/23 事業委員会

- ① ガイドブック
 - ・「コールセンターにおけるソーシャルメディア対応」を特集とすることに決定した。
- ② CCAJ スタディーツアー
 - ・旅行会社によるプレゼンテーションを行った。
- ③ CCAJ スクール
 - ・CCAJ スクール認定制について、目的等を再度整理し直すこととなった。

電話勧誘販売などに関する、消費者からの苦情・相談に対応しています。

日本コールセンター協会電話相談室

03-5289-0404

受付時間 10:00～16:00
（土曜・日曜・祝日を除く）

次号予告

「CCAJ News」Vol.185 では、「自治体の支援制度一覧 - ①」、「CCAJ スタディーツアー概要」などを掲載する予定です。

※ 掲載内容は変更になる可能性があります