

海外テレマーケティング事情視察 開催決まる

実施日程: 2006年10月15日(日)～10月21日(土) <5泊7日>
訪問都市: アメリカ合衆国 オーランド・フェニックス

アメリカのオーランド・フェニックスを訪問

今回で19回目を迎える「JTAスタディツアー 海外テレマーケティング事情視察」では、事前アンケートで最もニーズの高かったアメリカ合衆国での視察を企画しました。

今回の視察では、成功を収めている企業、コンタクトセンター業務に定評のある企業が数多く集積するといわれている南部のオーランド(フロリダ州)と中部のフェニックス(アリゾナ州)を選定しました。訪問候補先には、金融系や話題性のある企業を中心に、CS経営やマネジメントに優れた様々な業種のコンタクトセンターを訪問する予定です。

実務に役立つヒントが得られることはもちろん、企業の枠を超えた参加者同士の交流もツアーの魅力となっております。皆様のご参加をお待ちしております。

企画協力: 社団法人日本テレマーケティング協会
旅行企画・実施: 株式会社JTB法人東京

海外テレマーケティング事情視察ツアーの特徴

- 話題性のあるコンタクトセンターを視察(訪問候補先 次ページ掲載)
- 添乗員が全行程同行し、皆様の旅のサポートします
- 企業訪問では視察専門の通訳が同行しますので、言葉(英語)の心配なく視察・質疑応答ができます。

第18回(2005年)海外視察ツアー参加者からの反響

- 顧客の期待以上のサービスを提供する方針に従業員一人ひとりが実践していくための具体的な指針と評価方法を紹介していただき参考になりました。
- 会社を離れ、通常ではあまり機会がない企業を訪問することができ、組織人としても個人としても貴重な体験となりました。
- 普段は交流機会の少ない他社の方々、モチベーションの高いメンバーと密度の濃い時間を過ごし、深いコミュニケーションが図れたことも視察の最大の成果の一つとなりました。

日程表(予定)

月 日(曜)	発着地/滞在地	発着	交通機関	主なスケジュール、訪問予定	食事
10月15日(日)	東京(成田) 発着 米国内都市 発着 米国内都市 発着 オーランド 発着	午前 発着 午後 発着 午後 発着	航空機 航空機 専用バス	空路、米国内乗継にてオーランドへ～日付変更線通過～ 着後、ホテルへ移動 (オーランド泊)	× 機 夕
10月16日(月)	オーランド		専用バス	午前: 視察・調査 午後: 視察・調査 (オーランド泊)	朝 × ×
10月17日(火)	オーランド		専用バス	午前: 視察・調査 午後: 資料整理 (オーランド泊)	朝 × ×
10月18日(水)	オーランド 発着 フェニックス 発着	午前 発着 午後 発着	航空機 専用バス	空路、米国内乗継にてフェニックスへ着後、市内へ 午後: 視察・調査 (フェニックス泊)	朝 × ×
10月19日(木)	フェニックス		専用バス	午前: 視察・調査 午後: 視察・調査 (フェニックス泊)	朝 × 夕
10月20日(金)	フェニックス 発着 米国内都市 発着 米国内都市 発着	朝 午前 午前 午前 午前 午前	航空機	一路、米国内都市経由にて帰国の途へ(機内泊)	朝 機 機
10月21日(土)	東京(成田) 着	午後		成田空港到着後、解散	機 機 ×

*交通機関、スケジュール及び訪問先は、先方の都合などにより、変更となる場合もございます。予めご了承下さい。

募集要項

視察期間: 2006年10月15日(日)～10月21日(土) <5泊7日>

訪問都市: オーランド、フェニックス (訪問候補先 次ページ掲載)

旅行代金: ご参加者10～14名 ①JTA会員 大人お1人様 610,000円

②一般(JTA非会員) 大人お1人様 710,000円

ご参加者15～19名 ①JTA会員 大人お1人様 498,000円

②一般(JTA非会員) 大人お1人様 598,000円

最少催行人員: 10名 (この人数に達しない場合、当視察団の催行を中止する場合がございます)

募集人員: 19名 (定員に達した場合、申込を期限前に締切らせていただく場合がございます)

主な旅行条件: 添乗員全行程同行 国際線エコノミークラス利用
ホテル1人1部屋利用、日程表明記の専用バス費用
食事(朝食5回、夕食2回 但し機内食は除く)

申込み締切り: 2006年9月15日(金)

お問合せ
お申込み先

株式会社JTB法人東京 TEL: 03-3502-5201

第19回 JTAスタディーツアー 海外テレマーケティング事情視察

訪問候補先 オーランド周辺

1) Connexions社

1996年に創立されたアウトソーシングコールセンターで、単にコールセンターというよりも顧客の立場に立ってCRMソリューションをデザインし実施することで評判が高い。この戦略的アプローチが顧客に評価され、大きく成長しており、メルセデスベンツ、フェデラルエクスプレス、オリンパス、スプリントなどの大手クライアントが多い。特にオーランドにあるマルチチャネル施設 Connexions Healthはヘルスケア業界に的を絞っていてヘルスネット、ブルークロスアンドブルーシールドオブフロリダ、シーダース・サイナイ病院など大手ヘルスケア顧客を持っている。席数は約1,200席ある。

2) Hewitt Associates社

大手人事アウトソーシング会社。アメリカ人の20人に1人はこの会社のお世話になっている。同社はフォーチュン500企業の福利厚生、人事の採用プロセスに関わっている。オーランドにある顧客サービスサービスセンターでは1,200名のコミュニケーターが人事についての質問、福利厚生、採用プロセスなどの質問に答えている。年間約390万コールを受けている。

3) Walt Disney Reservation Center

オーランドディズニー予約センターはウォルトディズニー・パークスアンドリゾートの販売及び旅行オペレーション部門の1セクションで、ウォルトディズニー中央予約センターとウォルトディズニー・トラベルカンパニーのインバウンドコンタクトセンターの業務を行っている。ディズニー予約センター全体では約1,800名の従業員を多数のロケーションで雇用しており、年間1000万コール扱っている。予約はリゾートルーム、パッケージ、飛行機、チケットメディア、レストラン、スポーツイベント、ゴルフやその他のレクリエーション予約を受けている。ウォルトディズニー予約センターの使命はゲスト、クライアント、キャストの為に、ゲストの期待を超える”お客様との関係にマジックを創造する”ことにある。オーランドにある予約センターは950名のコミュニケーターで成り立っている。扱っているシステムとしてはAvayaG3R、Aspect e-WFM6.3、とNice社のクオリティ・モニタリング等を使っている。

4) SunTrust Banks社

本社がジョージア州のアトランタにあるSunTrust Banksは米国で最も大きい銀行の一つ。ジョージア州、フロリダ州、メリーランド州ノース・カロライナとサウス・カロライナ州、テネシー州、バージニア州とワシントンDCで展開しており、預金、信用、信託と投資サービスをメインに行っている。また、子会社を通してクレジットカード、住宅融資、保険、仲買やキャピタルマーケットサービスも提供している。同行は全米で6つのコールセンターと1,100名のフルタイムの従業員を使って運営して

いる。オーランドのコールセンターは中でも大きく、300名のコミュニケーターを雇用していて、インバウンドセールス、顧客ケア、ビジネスバンキングセールス、プライベートバンキング、商業用バンキング、E-セールスと投資も扱っている。システムとしてはAVAYAコール管理システム、CTIではAVAYA インターアクション・センター、WFMではIEX Total View、Verintのクオリティ・モニタリングと独自に開発したセールスデスクトップとプラットフォームを使っている。

訪問候補先 フェニックス周辺

1) e-Telecare Global Solutions社

米国を代表するアウトソーシングコールセンターの一つ。現在、米国とフィリピンで合計7,000名の社員を要して運営している。アリゾナ州スコッツデールに本社があり、本社コールセンターだけで約2,000名以上の社員が勤めている。ベンチャー企業誌Inc.で米国で最も成長している非上場企業500社の一社として選ばれている。売り上げも2003年に3200万ドルから2005年には1億5200万ドルに成長している。

2) Southwest Airlines社

連続赤字で苦しんでいる米国航空産業の中で、毎年利益を出している数少ない1社。同社の顧客サービスにも定評がある。2005年現在、ボーイング737を445機31州、61都市に対して運行している。設立は1967年。本社はテキサス州ダラスにあるが、コールセンターは数箇所に分かれており、アリゾナ州フェニックス市のコールセンターは約800名規模。全社員数は約32,000名。年商は約76億ドル。

3) American Express社

金融クレジットサービスの大手。従業員数65,800人、年商約220億ドル。本社はニューヨークにあるが、カスタマーケアセンターは米国内とグローバルに点在している。アリゾナ州フェニックス市にあるコールセンターも大きく、約5,000名以上が勤務している。

4) DHL Worldwide社

DHLはエアエクスプレス、陸上輸送、航空貨物のグローバルリーダーであり、海上貨物とコンタクトロジスティクスにおいても業界ナンバー1を誇っている。また、書類のエクスプレス輸送からサプライチェーンマネジメントまで、あらゆる輸送ニーズに合わせたソリューションを提供している。世界本部はベルギーだが、米国を含む220カ国、15万人強の従業員で運営している。コールセンターはグローバルに点在しており、米国にも数箇所あるが、1箇所がアリゾナ州テンピ市にある。従業員数約650名。

注：上記各訪問先は先方の都合により変更となる場合もございますので、予めご了承下さい

個人情報保護法施行後1年間の相談概要について

平成18年6月7日 独立行政法人 国民生活センター発表資料より抜粋

2006年6月7日、国民生活センターでは、「個人情報保護法施行後1年間の相談概要について」を発表した。

同法の全面施行以降、全国の消費生活センターには、個人情報の相談窓口には、いわゆる「過剰反応」といわれる問題や事業者の個人情報保護法に対する無理解や認識不足からトラブルとなっている相談、個人情報保護法やガイドラインを形式的に守っているからよいとする事業者の対応についての相談、販売促進活動への個人情報の利用停止や個人情報の流通経路の開示に関する相談等14,000件を超える相談が寄せられた。

国民生活センターでは、今後の個人情報保護を考える上での参考として、個人情報保護法全面施行から1年を経た個人情報相談窓口における相談動向・相談事例等を取りまとめている。同報告の一部を抜粋して紹介する。

相談件数等について

◆総件数等

全国の個人情報相談窓口に寄せられた平成17年度の個人情報に関する相談は14,154件である（平成18年5月31日登録分）。四半期別相談件数をみると第3四半期までは、多少の増減はあるものの概ね3,500～4,000件で推移している。平成18年に入って、1～3月については、3,000件に満たなくなっている。

表1 四半期別相談件数

	2005年 4～6月	2005年 7～9月	2005年 10～12月	2006年 1～3月	合 計
国民生活センター登録件数（*1）	3,568	3,230	3,731	2,327	12,856
内閣府登録件数（*2）	602	277	215	204	1,298
合 計	4,170	3,507	3,946	2,531	14,154

（*1）全国の消費生活センターから国民生活センターに伝送されて登録されたものである。個人情報相談窓口を開設している消費生活センター等が受付けた苦情相談データのみを収集している。以下、このデータをもとに分析した。

（*2）全国の個人情報保護条例の相談担当部局等から内閣府に伝送されて登録されたものである。個人情報相談窓口を開設している個人情報保護条例の相談担当部局等が受付けた苦情相談データのみを収集している。

◆相談者の属性

国民生活センター登録件数12,856件のうち、男性からの相談は5,840件（45.4%）で、女性からの相談は6,859件（53.4%）であり、団体・不明は157件（1.2%）であった。

また、職業別にみると給与生活者が5,911件（46.0%）、家事従事者が3,203件（24.9%）、無職が1,981件（15.4%）、自営・自由業が862件（6.7%）、学生が254件（2.0%）、その他が645件（5.0%）であった。

◆事業分野別相談件数

事業分野別に相談件数をみると、「医療・福祉」分野

が248件（1.9%）、「金融・信用」分野が1,562件（12.1%）、「情報通信」分野が1,901件（14.8%）、「その他の事業分野」「不明」が9,298件（72.3%）であった。

◆苦情分類別相談件数

苦情分類別に相談をみると、「不適正な取得」に関する相談が6,433件、「漏えい・紛失」に関する相談は3,293件、「同意のない提供」に関する相談が1,928件と続いている。

表2 苦情分類別相談件数（複数回答）

内容	件数	内容	件数
不適正な取得	6,433	漏えい・紛失	3,293
同意のない提供	1,928	目的外利用	1,582
開示等	740	苦情等の窓口対応	663
情報内容の誤り	248	委託先等の監督	188
オプトアウト違反	88	その他	1,769

個人情報の取扱いに関する相談

◆個人情報の取得元や流通経路に関する相談 （「不適正な取得」・「同意のない提供」）

個人情報相談窓口にはさまざまな相談が寄せられている。中でも、「不正な手段によって個人情報を取得しているのではないか」といった「不適正な取得」に関する相談が50.0%と最も多く、「同意のない提供」についても相談が寄せられている（15.0%）。事業者の個人情報の取得方法について不安や疑問を抱いていることが分かる。

<事例>

オプトアウトのために取得元を聞いても 答えない名簿業者

未公開株の電話勧誘があったので、個人情報の取得元を聞き、個人情報を削除するために取得元の名簿業者に連絡した。当該名簿業者に個人情報の削除と取得元の開示を求めたところ、当該名簿業者の保有する個人情報の削除には応じるが、取得元については機密事項であり教えられないと拒否された。オプトアウトを申し出るためには、どの事業者が個人情報を保有しているのかを知らなければならないのに、取得元を教えないのは、個人情報保護法違反ではないのか。

(30歳代・男性・給与生活者)

氏名・電話番号のような基本的な個人情報のみを利用した販売促進活動についても、自己の情報の流通過程に疑念や不安を抱く声も多いが、より多くの個人情報を活用した販売促進活動に利用されたケースでは、その不安感が増しているように思われる。

また、昨秋当センターが実施した『第36回国民生活動向調査』（以下、「動向調査」という。末尾の参考資料参照）の個人情報関連の設問への回答結果をみても、「自分の情報をどこから取得したのか、聞いたが教えてもらえなかった」ということを、個人情報の取り扱いに関した嫌な思いとして15.3%の人があげている。

個人情報保護法では、保有個人データに限り開示請求に応じる義務を個人情報取扱事業者に課している。したがって、個人情報の取得元や流通経路が、保有個人データとして取り扱われている場合には開示の対象となるが、そうでない場合には個人情報保護法上、開示義務があるとまではいえない。どのような情報が保有個人データとなっているか、消費者からは把握することも困難なため、消費者が自己の情報の流通経路を知ることは容易ではない。

また、個人情報保護法では、第三者提供を目的とする場合には、その旨を利用目的に記載しなければならない、あらかじめ本人の同意なく第三者提供をする場合で、法律の例外事由に該当しないときには、オプトアウトを設けておかななくてはならない。

オプトアウトの申し出を受けた個人情報取扱事業者はその後の第三者提供を停止しなければならないので、利用目的をよく読んで第三者提供について確認し、第三者提供を希望しない場合には、その旨を当該事業者へ直接

伝え、オプトアウトを申し出ることも有効である。しかし、相談にもあるように、流通経路を知り得ないことから、どの名簿を元に個人情報を取得したのか分からず、結果的にオプトアウトが利用できないケースも目立っている。

◆利用目的に関する相談（「目的外利用」）

苦情分類別の相談件数をみると「利用目的以外に個人情報を利用しているのではないか」、「利用目的を教えてください」といった「目的外利用」に関する相談も目立っている（12.3%）。

個人情報取扱事業者は、個人情報の利用の目的をできる限り特定し、その利用目的の達成に必要な範囲を超えて個人情報を取り扱ってはならないとされており、利用目的を通知・公表等することになっている。個人情報保護法施行後、多くの事業者がホームページ等で利用目的を公表するようになってきている。契約に際し利用目的を確認した上で契約をするかどうかを判断することができる環境になりつつあるが、この利用目的をめぐる相談も寄せられている。

利用目的に関する相談の内容はさまざまであるが、個人情報保護法上では個人情報の利用目的は個人情報取扱事業者が定めることができるため、その利用目的の内容が取引上の地位の優位性を利用している場合や、住宅など代替が利きにくい契約の場合には、消費者側に不利な利用目的が設定されるなどで特にトラブルになりやすい。契約の締結など本来の目的を達成するために不本意ながら同意をする場合まで、安易に全ての項目にわたって問題なく「同意」があったとすることは、消費者の理解を得にくいと考えられる。このようなケースでは、事業者が消費者に対して合理的な説明をし得るのか疑問が残る。

「動向調査」でも、「申込書やアンケートに記入する際、書きたくない情報を書くよう強制された」（4.7%）、「契約しようとしたら、個人情報の利用の同意書に署名を求められた」（4.1%）など、利用目的に関して嫌な思いをしたと感じる人がいることが分かる。

消費者の理解を十分に得ないままに同意を求めたり、広範な利用目的すべてに同意しなければ契約しないといった事業者の姿勢が消費者の不安を増幅させていると考えられる。

消費者としては、契約の申し込みやアンケートの記入など、個人情報を記載し事業者へ提供する前に、当該事業者がどのようにその個人情報を利用するのかを確認し、納得できる内容かどうかを確かめた上で個人情報を

提供するようにすることが大切であろう。特に、「解約後や契約不成立の際に個人情報がどのように扱われるのか」、「どのような場合に個人情報の利用停止や削除等に応じているのか」といった点や、第三者提供の有無などについても確認しておく、トラブルになりにくいと思われる。

◆販売促進活動に利用される個人情報の取扱いに関する相談（「開示等」・「同意のない提供」・「目的外利用」）

相談窓口には、電話勧誘やダイレクトメールなどの販売促進活動に利用されている個人情報に関する相談も目立っている。「なぜ自分の個人情報を知っているのか」「どのように個人情報が利用されているのかわからない」といった相談のほか、「勧誘そのものを止めさせたい」といった相談が目立つ。

「動向調査」で個人的な情報の取り扱いで嫌な思いをしたこととして最も多くの方があげたのが、「知らない業者から電話での勧誘があった」で8割以上に上った。次いで、「知らない業者からのダイレクトメールが来た」が7割以上であり、相談窓口にも同様の相談が寄せられている。

<事例>

投資用マンションのしつこい電話勧誘

知らない不動産会社からの投資用マンションに関する電話勧誘がしつこい。複数の担当者から勤務先や自宅にかかってくる。購入する意思がないことをそのつど伝えているが、しつこく電話がかかってくる。迷惑している。個人情報を削除してほしい。また、勧誘電話を止める方法を知りたい。

（40歳代・男性・給与生活者）

電話勧誘やダイレクトメール等、勧誘そのものの自体を迷惑だと感じている消費者も多く、勧誘等の販売促進活動に個人情報を利用されることに不安を感じる消費者も目立つようになっている。個人情報保護法では、当該個人情報取扱事業者が定めた利用目的の範囲を超えて個人情報を取り扱っている場合や、偽り等の不正な手段により個人情報を取得した場合に限り、事業者は利用停止等に応じなければならないとなっている。

したがって、このような事情がない場合には、個人情報保護法上、利用停止等に応じる義務までは生じない。したがって、電話勧誘については従来通り再勧誘を禁止している特定商取引法や、迷惑な方法等による勧誘を禁

止している宅地建物取引業法、商品取引所法等の電話勧誘販売に関する規制を活用することになる。契約の意思がない場合には、契約はしない旨をはっきりと伝え、手短かに電話を切ることも大切である。

個人情報の取扱いについて求められること

◆消費者は限定的な利用を希望

相談事例をみると、消費者は知らない事業者が自分の個人情報を把握し、自分の知らないところで利用されていることに強い不安感を抱いていることが分かる。個人情報保護法では、個人情報取扱事業者に対し、利用目的を特定することを求めたり、第三者提供を制限してはいるが、個人情報保護法施行後もなお多くの消費者が個人情報の取扱いについて事業者任せにすることを危惧していると考えられる。

「動向調査」では、個人情報の利用について「個人情報は一切利用してほしくない」と答えた人は26.2%いるが、42.1%の人は「個人情報をまったく提供しないで生活することはできないので、慎重に扱ってくれればよい」と答えている。また、「個人情報の扱いについては特に気にしないので、いろいろな情報がほしい」という人は、わずか1.1%で、多くの人が自分の個人情報がどのように取り扱われるかに関心を持っていることがわかる。「自分が同意をした事業者だけ利用しても構わない（40.0%）」、「限られた情報なら、利用しても構わない（14.5%）」と、個人情報の取扱いについては限定的な利用が必要であると考えている人が多数派といえる。

◆事業者等には消費者の信頼を得るための努力を期待

これまで取り上げた事例のように、事業者の個人情報の悪用や団体等が個人情報の取扱いについてずさんなケースの相談も寄せられており、個人情報保護法に対する認識も十分でない現状もうかがえる。また逆に、個人情報保護法を理由に従来行っていた消費者へのサービスを取り止めるなどで苦情につながるケース等も見受けられる。

法律やガイドラインを遵守するのは当然であるが、ただ、形式的・機械的に対応するのではなく、「個人情報の有用性に配慮しつつ、個人の権利利益を保護する」との法の目的を達成していくには、消費者の信頼を獲得（回復）するための事業者自らによる積極的な取組みが一層求められる。

個人情報保護法施行後1年間の相談概要について

<参考>

第36回国民生活動向調査(個人情報関連)について

◆調査について

国民生活センターが平成17年10月14日～11月16日に、政令指定都市および東京23区に居住する世帯人員2以上世帯の20歳以上69歳以下の既婚女性3,000人を対象(層化二段無作為抽出法)に行った。有効回収1,624(有効回収率54.1%)。

◆個人情報保護法の周知度について

「法律の内容をよく知っている」「法律の内容をある程度知っている」を合わせた周知度は34.7%と、他の消費者関連法規と比較しても高く、昨年度と比較しても20ポイント上昇しており、消費者の関心の高さがうかがえる。「(マスコミなどで)見聞きたことがある」と答えた人を含めると93.8%に上っている。

◆個人的な情報の取扱いで嫌だったこと

個人的な情報の取扱いに関して、嫌な思いをしたことがあると答えた人(全体の56.8%)にどのようなことがあったかをたずねた(右表3、4)。

表3 個人的な情報の取扱いで嫌だったこと (n=923) (複数回答)

知らない業者から電話での勧誘があった	81.5%
知らない業者からダイレクトメールが来た	74.3%
子どもの学年や自分の年齢を特定しての勧誘があった	37.1%
架空請求のハガキが来た	16.4%
自分の情報をどこから入手したのか聞いたのに、教えてもらえなかった	15.3%
名簿やインターネット、メールから自分の個人情報が漏えいしたようだ	15.0%
申込書やアンケート等に記入する際、書きたくない情報を書くよう強制された	4.7%
銀行等から、満期だからと他の金融商品を勧める電話があった	4.3%
契約をしようとしたら、個人情報利用の同意書に署名を求められた	4.1%
電話でアンケートに答えたが、個人情報を何に利用するのか教えてくれなかった	2.2%
携帯電話で知らない人から名前や住所を聞き出されそうになった	1.5%
その他	4.7%
無回答	0.1%

表4 個人情報の取扱いについて望むこと (n=1624) (複数回答)

情報漏えいや悪用について罰則を強化してほしい	49.8%
個人情報をまったく提供しないで生活することはできないので、慎重に扱ってくれればよい	42.1%
自分が同意した事業者だけ、利用しても構わない	40.0%
個人情報は一切利用してほしくない	26.2%
限られた情報なら、利用しても構わない	14.5%
個人情報の扱いについては特に気にしないので、いろいろな情報がほしい	1.1%
その他	1.5%
特に望むことはない	1.5%
無回答	2.1%

お問い合わせ先

国民生活センター相談調査部

電話：03-5475-3711

「消費者契約法の一部を改正する法律案」2006年6月7日交付 2007年6月7日施行

第164回通常国会において「消費者契約法の一部を改正する法律案」が可決成立し、2006年6月7日に公布されました。改正法は2007年6月7日から施行されます。

今回の改正により、一定の消費者団体が、消費者全体の利益を擁護するため、事業者の不当な行為に対して訴訟を提起できるようになりました(消費者団体訴訟制度)。

詳細は右記ホームページを参照ください <http://www.consumer.go.jp/seisaku/cao/sokei/file/seidogaiyo.pdf>

(社)日本テレマーケティング協会 研究会 参加募集のご案内

当協会(JTA)では、今年度より会員相互研鑽の場として「研究会」を設けることといたしました。

研究会では、コールセンター／コンタクトセンター関連業界で活躍する第一線の方が一同に会し、互いの情報提供や意見交換・課題提起を行い、共通の重要課題の解決をめざします。

第1回目の研究会は下記を予定しております。詳しくはJTA事務局までお問い合わせください。

テーマ：「コールセンターにおける離職率低下・防止策について」

お問合せ先 (社)日本テレマーケティング協会事務局 電話：03-5289-8891 mail: office@jtasite.or.jp

協会日誌

6/19 事業委員会

①海外視察ツアー

「ATA Convention and EXPO 2006」への参加、視察先企業等について討議・検討した。

②テレマーケティング・ガイドブック

企画コンペを実施し、(株)アイ・エム・プレスの企画案を採用することとなった。

6/22 人材育成委員会

①スーパーバイザーの職務定義

「スーパーバイザーの職務定義」に関する協会の標準を策定するに当たり、センターのスーパーバイザーがどのような業務を行っているかにつ

いてのアンケートを実施し、その結果を参考に次回の委員会で討議することとなった。

7/4 広報委員会

①JTA・NEWSの発行について

・8月号：「個人情報保護関連の統計報告」を掲載することとなった。

・9月号：9月号以降「雇用」についての連載を開始することとなった。

②JTAメールニュースの発行について

VOL.55を発行することを報告した。

7/13 事業委員会

①海外視察ツアー

オーランド(フロリダ州)、フェニ

ックス(アリゾナ州)を訪問地とすること、旅行代金等を決定した(詳細は当協会報1-2ページ参照)。

②テレマーケティング・ガイドブック

発行までのスケジュール、特集(案)についての確認を行った。

③コールセンター入門講座

6月27日に開催したコールセンター入門講座のアンケート集計結果を報告した。

7/14 情報調査委員会

①センター見学会

6月30日に開催した(株)再春館製菓所の見学会の開催報告を行った。

②情報セミナー

VOC(Voice of Customer)に関するセミナーを11月に開催する方向で検討した。

③JTAメールニュース

Vol.56の内容について報告した。

テレマーケティング・ガイドブック VOL.16』広告ご出稿のご案内

当協会では、「テレマーケティング・ガイドブック」毎年1回発行し、「当協会および協会のPR・認知度向上」の役割を果たすとともに、コールセンターにおける各企業の取り組み事例や最新事情を紹介することで、「テレマーケティング/コールセンターの情報誌」としての役割も果たして参りました。

2006年度も引き続き、「テレマーケティング・ガイドブック VOL.16」を発行し、関連イベントや当協会が主催する各種セミナーなどで積極的に配布いたします。是非、広告のご出稿をご検討くださいますようお願い申し上げます。

発行日：2006年11月予定

体裁：A4版 約80頁

発行部数：10,000部

配布先：当協会が後援/協賛する各種イベント・フェアなど

・第7回コールセンター/CRMデモ&コンファレンス

・ポータルフォーラム2007

・ダイレクト・マーケティング・フェア 等

当協会 会員、関係団体 他

JTAスクール(年間40回開催)など協会主催のセミナー受講者、等

配布期間：2006年11月より1年間

特集・内容(予定)

①CRMの中核へと変貌するコールセンター

②営業活動を支援するテレマーケティング最前線

③働きやすいセンターを目指してCSの源となるES向上を考える

④コールセンターにおけるコンプライアンスに関する調査結果

⑤テレコミュニケーター教育：お客様との“対話”による信頼の醸成(座談会)

広告料(消費税込)

	1ページ	1ページ	記事広告 1ページ
JTA会員	157,500円	294,000円	367,500円
一般	210,000円	399,000円	472,500円

全てモノクロ、サイズ：1ページ=180mm(横)×267mm(縦)

※広告の掲載順は原則、企業名の50音順になります。

※記事広告は編集担当(アイ・エム・プレス)より日程等のご連絡をいたします。

※入稿方法：完全版下またはデータによる入稿。広告作成・修正をご依頼の場合は実費がかかります。

申込締切

2006年9月 8日(金) 《1ページまたは2ページ 広告の場合》

2006年8月22日(火) 《記事広告(2ページ)の場合》

お問合せ先

(社)日本テレマーケティング協会 事務局

TEL：03-5289-8891 mail：office@jtasite.or.jp

JTAゴルフコンペ 開催

2006年7月9日(日)に、「JTAゴルフコンペ」を開催しました。コンペには多くのメンバーが参加し、親睦を深めました。

JTA NEWS TOPICS

JTA・NEWS Vol.113

Contents

海外テレマーケティング事情視察
開催決まる

オランダ・フェニックス訪問 1-2

個人情報保護法施行後

1年間の相談概要

国民生活センター統計 3-6

研究会 参加募集のご案内 6

協会日誌

広告出稿のご案内 7

TOPICS 8

次号予告

「JTA・NEWS」Vol.114では、連載企画
「雇用の現況」（仮題）などを掲載する予
定です。

※掲載内容は変更する可能性があります

協会ロゴマークを ご活用ください

当協会の正会員は「協会ロゴマーク」を
名刺、パンフレット、広告等にご自由
にお使いいただけます。
是非ご活用ください。
清刷やデータをご希望の方は協会事務局
までご連絡ください。



お答えします。
テレマーケティングの
あらゆる「？」

テレマーケティング電話相談室

03-5289-0404

受付時間 10:00~16:00 (土曜・日曜・祝日を除く)

コールセンター入門講座 開催

当協会では、2006年6月27日に「コールセンター
入門講座～新人のためのテレマーケティング講座
～」開催しました(会場：東京・石山記念ホール)。

本講座では、コールセンター／テレマーケティングの機能・役割、基本用語、CS(顧客満足)、コミュニケーションなどの概論に加え、調査に基づく“コールセンターの実態・トレンド・成功事例”、個人情報保護法など“コールセンターに関連する法律”について、わかりやすく解説しました。



講座内容

テレマーケティング＆コールセンター基礎知識 講師：鈴木誠氏

テレマーケティング＆コールセンターの最新トレンドと成功事例 講師：西村道子氏

知っておきたい テレマーケティング関連ルール 講師：当協会課長 森田豊

本講座には定員を超える応募があり、多くの熱心な受講者が参加しました。

センター見学会 開催

情報調査委員会では、2006年6月30日に、株式会社
再春館製菓所のセンター見学会を開催しました。

同社は、コンタクトセンターにおけるお客様対応
のみならず、製造部門から一貫してお客様満足を追
求していることで知られています。

当日は、18名が参加し、工場(再春館ヒルトップ)
の見学から、本社コールセンターの見学、質疑応答
と、およそ4時間にわたり、同社の取り組み等につ
いて視察をしました。

情報調査委員会では、今後もセンター見学会を企画してまいります。



JTAスクール大阪・沖縄 開催

事業委員会では、コンタクトセンタースタッフ
のための養成講座「JTAテレマーケティングスク
ール」を開催しています。

2006年6・7月には、東京での開催に加え、大阪
で「スーパーバイザー養成講座」(濱講師)、「トレ
ーナー養成講座」(後藤講師)、「クレーム対応講座」
(玉本講師)、沖縄で「スーパーバイザー養成講座」
(黒田講師)を開催しました。

今年度は、8月以降、大阪にて「スーパーバイザー養成講座」(3回)、「トレーナー養成講座」(1回)、沖縄にて「スーパーバイザー養成講座」(1回)、「トレーナー養成講座」(1回)、「クレーム対応講座」(1回)を予定しています。日程等につきましては協会ホームページ(<http://jtasite.or.jp/event/school.html>)をご覧ください。



2006年9月・10月スケジュール

開催日	講座名	講師	会場
9/ 7(木)～ 9/ 8(金)	スーパーバイザー養成講座	黒田真紀子氏	大阪YMCA国際文化センター
9/21(木)～ 9/22(金)	スーパーバイザー養成講座	濱富美子氏	東京 NTT麻布セミナーハウス
9/21(木)～ 9/22(金)	クレーム対応講座	玉本美砂子氏	沖縄産業支援センター
9/28(木)～ 9/29(金)	トレーナー養成講座	後藤啓子氏	東京 NTT麻布セミナーハウス
10/12(木)～ 10/13(金)	スーパーバイザー養成講座	黒田真紀子氏	東京 NTT麻布セミナーハウス
10/19(木)～ 10/20(金)	トレーナー養成講座	後藤啓子氏	東京 NTT麻布セミナーハウス

お問合せ先

(社)日本テレマーケティング協会 TEL:03-5289-8891
当協会ホームページからお申し込みができます <http://jtasite.or.jp>