

JTA NEWS

社団法人 日本テレマーケティング協会報

発行所: 社団法人日本テレマーケティング協会 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://jtasite.or.jp/>
定価: 315円(消費税込) 1年定期購読料: 3,780円(消費税込)

2007-2

VOL. 119

主な記事●コールセンター関連法規集

2007年「新春賀詞交歓会」開催

当協会では、2007年1月16日(火)に恒例の「新春賀詞交歓会」を開催しました。交歓会には多くの来賓や当協会員が参加されました。菱沼会長挨拶・来賓祝辞をはじめ、会場では参加者による懇談などが盛大に行われました。

(社)日本テレマーケティング協会
菱沼千明 会長 挨拶



あけましておめでとうございます。
昨年は景気が上向いたというお話もある一方で、暗い話題も続きましたが、当業界を取り巻く環境は比較的伸びていると実感しています。新聞等によりますと、トップ30社の売上高合計が4,000億円を超え、伸び率が20%を超えたということであり、喜ばしい状況にあります。
当協会では、昨年は新しい取り組みを開始しました。
9月には各社共通の課題を議論し、解決策を探る「研究会」を発足させました。第1回目として「離職率低減化施策」を取り上げました。現場の第一線の方々による大変熱のこもった議論が行われ、課題が浮き彫りになったと伺っております。この結果は2月20日の「JTAコンタクトセンター・セミナー」でご報告します。

「JTAエージェンシー大会」「CRMソリューション大会」という取り組みも開催しました。「JTAエージェンシー大会」では、エージェンシー各社が強みを発表する場を設定し、インハウス企業、サポート企業にお示しすることができました。「CRMソリューション大会」では、「コンタクトセンターのIP化」を統一テーマにサポート企業にプレゼンテーションをしていただきました。

グローバル化に対する取り組みとして、「The Contact Center World Awards」に協賛し、世界の舞台の場で多くのコールセンター企業と競い合う大会に参加しました。なかでも、トランスコスモス(株)がアジア大会と世界大会においてアウトバウンドキャンペーン部門で最優秀賞を受賞されたことは、当協会にとっても名誉な成果となりました。

以上のほかに、各委員会、JTAテレマーケティングスクール、海外視察など、多様な取り組みを積極的に進め、協会事業活動が一層活発になってきました。さらに、本年は当協会法人化10年という記念すべき年を迎えることとなりました。記念イベントを開催したいと考えておりますので、皆様には、ぜひご協力をお願いします。

最後に、皆様のこの1年のご活躍ご発展を祈念いたしまして、私の挨拶とさせていただきます。

経済産業省 商務情報政策局
消費経済部 消費経済政策課
課長 安井正也氏 祝辞



貴協会では、業界発展のために活発な活動をしておられ、そして、テレマーケティング業界が、毎年10%を超える伸びを示しておられるということは、非常に明るいことだと思っております。

ただし、私はこうした業界の成長は、技術や景気だけではないと思うのです。最近、「寂しい社会」といわれることがあります。教育の問題などをみましても、「人間が人間を欲しているのではないか」と感じています。そのなかで「人の声が直接人に届く」、こうした点にテレマーケティング業界の成長の大きな要因があるのではないかと考えております。技術が高度化し時代が進んでも、「人の声の温かさ、やさしさが、活力の源泉である」と思います。消費者・利用者の方々の信頼を第一にして、それから、この業界を支えておられます多くの職員の方々を大切にしながら業界全体がこれからまた1年、これまでも増して大きく成長され、繁栄されることを心から願っております。

総務省 総合通信基盤局
電気通信事業部 消費者行政課
課長 古市裕久氏 祝辞



2006年は、世界でも最もスピードのあるブロードバンドインフラのうえで、多様なネットワークのアプリケーション、サービスが実現しました。テレマーケティング産業においても、ネットワークサービスをいかした新たなサービスへの動きが現れた1年ではなかったと認識しています。

総務省といたしましても、次世代のネットワークにおける競争環境の整備、高度なアプリケーションの実現に向けた技術開発支援、2010年に向けた通信放送制度の改革をはじめ、様々な諸課題に取り組んでいるところでございます。今後も皆様方のご意見を頂戴しながら、お知恵を拝借しながら、皆様方と密接に連携を図らせていただきながら、テレマーケティング産業全体が一層飛躍していくための施策を進めていきたいと考えております。本年もよろしくお願い申し上げます。

コールセンター関連法規集

当協会倫理委員会では、コールセンター運営に当たって必要となる関連法規集を作成しました。今回の作成に当たっては、いわゆる業法など直接それぞれの業界に関わる法規については取り上げませんでした。それぞれの法規の条文など、詳細に関しましては、電子政府のホームページより、全法規を閲覧することができます。<http://www.e-gov.go.jp/>

センター全体に関わる法規

法規名	ポイント
個人情報保護法 (正式名：個人情報の保護に関する法律)	個人情報を保護する法律で、従業者の個人情報については厚生労働省のガイドラインを遵守する義務、自社が取得した個人情報については自社を監督する省庁のガイドラインを遵守する義務がある。又、委託先は委託元が遵守すべきガイドラインをその委託業務においてのみ遵守する義務がある。尚、通信・金融・医療は重点分野であり、厳しいガイドラインとなっている。
公益通報者保護法	公益通報者の保護を図ると共に、法令の規定の遵守を図り、もって国民生活の安全及び社会経済の健全な発展に資することを目的とする法律。通報窓口の設置、通報先となる民間企業・行政機関・マスコミ等における通報保護要件が規定されている。 対象となる法令は、刑法、食品衛生法、証券取引法、個人情報の保護に関する法律等、全413法令。
プロバイダー責任制限法 (正式名：特定電気通信役務提供者の損害賠償責任の制限及び発信者情報の開示に関する法律)	インターネットや携帯電話の掲示板などで誹謗中傷を受けたり、個人情報を掲載されて、個人の権利が侵害されるなどの事案が発生した場合、プロバイダ事業者や掲示板管理者などに対して、これを削除するよう要請するが、事業者側がこれらを削除したことについて、権利者からの損害賠償の責任を免れるという法律。また、権利を侵害する情報を発信した者の、情報の開示請求ができることも規定。
不正アクセス行為の禁止等に関する法律	ネットワークを利用したなりすまし(他人のID、パスワード等を不正に利用する)行為、セキュリティホール(プログラムの不備等)を攻撃して侵入する行為を禁止。

労務系に関わる法規

法規名	ポイント
労働基準法	労働条件の最低基準を定め、この基準の遵守を強制している法律。労働契約、賃金、労働時間、休憩、休日、有給休暇、災害補償、解雇、使用者の義務等を規定している。
障害者の雇用の促進等に関する法律 (施行令、規則)	労働者数56人以上の企業では、法定雇用率(1.8%)に相当する数以上の障害者を雇用する義務がある。法定雇用率を満たさない場合には、不足1人につき月額5万円の障害者雇用納付金が課せられる。
男女雇用機会均等法 (正式名：雇用の分野における男女の均等な機会及び待遇の確保等に関する法律)	雇用において男女の均等な機会及び待遇の確保を図るための法律。セクハラ相談窓口等の設置が必要。
最低賃金法	賃金をこれ以上支払わねばならないという法律。都道府県労働基準局長が最低賃金を決める。2006年10月1日現在、東京都は719円/時間。
ストーカー行為等の規制等に関する法律	ストーカー行為を処罰する等ストーカー行為等について必要な規制を行うと共に、その相手方に対する援助の措置等を定める法律。
育児休業、介護休業等育児又は家族介護を行う労働者の福祉に関する法律	育児又は家族の介護を行う労働者の職業生活と家庭生活との両立が図られるよう支援することによって、その福祉を増進するとともに、あわせて我が国の経済及び社会の発展に資することを目的としています。
労働安全衛生法 (施行令、規則)	職場における労働者の安全と健康を確保すると共に、快適な職場環境の形成の促進を目的とする。 ①衛生管理者の選任(例えば、50人以上200人以下の事業所では1名、労働者数により必要とする衛生管理者の数が定められている)。 ②産業医の選任(50人以上の事業所) ③労働者の定期健康診断の実施
VDT作業ガイドライン (正式名：VDT作業における労働衛生管理のためのガイドライン)	VDT(visual display terminal)作業における作業環境、作業管理、健康管理、労働衛生教育、配慮事項等を定めたもので、現在は企業の努力義務である。 (平成14年4月5日 厚生労働省労働基準局長)

オペレーションに関わる法規

法規名	ポイント
不正競争防止法	事業者間の公平な競争を確保するための法律。商標、標章、営業秘密、技術的制限手段、プログラム、ドメイン名、物に関する不正競争行為を規定している。特に入社時に従業員が他社の営業秘密を保持しているかどうか、退職時に自社の営業秘密を保持させないための誓約書取得等、営業秘密に関する注意が必要。
労働者派遣事業の適正な運営の確保及び派遣労働者の就業条件の整備等に関する法律	労働者派遣事業を行う場合、並びに派遣労働者を受入れる場合に遵守せねばならない法律。二重派遣の禁止、偽装請負、派遣元の義務と責任、派遣先の義務と責任等が定められている法律。
下請代金支払遅延等防止法	下請代金の支払遅延等を防止することによって、発注者の下請事業者に対する取引を公正ならしめると共に下請事業者の利益を保護する法律。この法律により保護される下請事業者と規制される発注者の定義に注意。発注者の義務と禁止行為が規定されている。
不当景品類及び不当表示防止法	商品やサービスの品質、内容、価格等を偽って表示することを厳しく規制すると共に、過大な景品類の提供を防ぐために景品類の最高額等を制限する法律。表示の定義に口頭表示(訪問・電話)が含まれていることに注意のこと。
特定商取引に関する法律	消費者トラブルを生じやすい特定の取引類型を対象にトラブル防止のルールを定め、事業者による不公正な勧誘行為等を取り締まることにより、消費者取引の公正を確保するための法律。訪問販売、通信販売、電話勧誘販売、連鎖販売取引、特定継続的役務提供、業務提供誘引販売取引の6類型毎に指定商品・指定権利・指定役務において規制をしている法律。
消費者契約法	企業と消費者が結ぶあらゆる契約について定めた法律(雇用契約は除く)であり、消費者にとってあまりにも不利な契約等は無効になったり取り消されたりする。特に事業者が、消費者に対して不適切な行為により結んだ契約は、消費者が取り消すことができる。
特定電子メールの送信の適正化等に関する法律	一時に多数の者に対してされる特定電子メールの送信等による電子メールの送受信上の支障を防止する必要性が生じていることにかんがみ、特定電子メールの送信の適正化のための措置等を定めることにより、電子メールの利用についての良好な環境の整備を図り、もって高度情報通信社会の健全な発展に寄与することを目的とする。

ファシリティに関わる法規

法規名	ポイント
消防法	火災を予防し、警戒し及び鎮圧し、国民の生命、身体及び財産を火災から保護すると共に、火災又は地震等の災害による被害を軽減し、もって安寧秩序を保持し、社会公共の福祉の増進に資する法律。 収容人員が50人以上、且つ延べ床面積が500㎡以上の事務所の場合、甲種防火責任者を選任する義務がある。尚、甲種防火責任者の資格は、防火管理者講習を2日受講することで取得できる。
消防法施行令	建物に関する消火・警報・避難設備等に関する基準を定めたもの。事務所内の間仕切りを行うときに、場合によっては新たな警報スピーカー、スプリンクラー、火災感知機の設置が必要となるので留意が必要。
労働安全衛生法 (施行令、規則)	職場における労働者の安全と健康を確保すると共に、快適な職場環境の形成の促進を目的とする。 ①衛生管理者の選任(例えば、50人以上200人以下の事業所では1名、労働者数により必要とする衛生管理者の数が定められている)。 ②産業医の選任(50人以上の事業所) ③労働者の定期健康診断の実施

営業系に関わる法規

法規名	ポイント
不正競争防止法	事業者間の公平な競争を確保するための法律。商標、標章、営業秘密、技術的制限手段、プログラム、ドメイン名、物に関する不正競争行為を規定している。特に入社時に従業員が他社の営業秘密を保持しているかどうか、退職時に自社の営業秘密を保持させないための誓約書取得等、営業秘密に関する注意が必要。
職業安定法	許可なく募集・採用活動を代行することはできない。
労働者派遣事業の適正な運営の確保及び派遣労働者の就業条件の整備等に関する法律	労働者派遣事業を行う場合、並びに派遣労働者を受入れる場合に遵守せねばならない法律。二重派遣の禁止、偽装請負、派遣元の義務と責任、派遣先の義務と責任等が定められている法律。

コールセンター関連法規集

営業系に関わる法規 (※前ページから続く)

法規名	ポイント
私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律	自由経済社会において、事業者が事業活動を行うに当たって守るべきルールを定め、「公正かつ自由な競争」を妨げる行為を規制する法律。 カルテル、入札談合、不当廉売、不当高価購入、不当顧客誘引、抱き合わせ販売、再販売価格の拘束、優先的地位の濫用等が禁止されている。
民事再生法	債務者自身(従来の経営陣又は個人)が引き続き事業を継続しながら、再生計画案を作成し、債権者の承認によって、その計画に従って再建を図ることができることを定めた法律。再生計画でカットできるのは無担保債務のみ。
会社更生法	株式会社のみが利用でき、無担保債務及び担保権者や株主の権利を制約し、再生計画でカットすることができる。従来の経営陣は経営権を失う。
破産法	支払不能又は債務超過にある債務者等の財産の適正かつ公平な清算を目的とする法律。
債権管理回収業に関する特別措置法	弁護士法の特例として債権回収会社が業として特定金銭債権の管理及び回収を行うことができるようにするとともに、債権回収会社について必要な規制を行うことによりその業務の適正な運営の確保を図る法律。
入札談合等関与行為防止法 (正式名:入札談合等関与行為の排除および防止に関する法律)	いわゆる「官製談合」を防止し、官公需分野の競争促進と予算執行の適正化を図ることを目的としている法律。
犯罪収益流通防止法 (案)	電話秘書代行を行う場合、1.顧客の本人確認義務および本人確認記録の保存、2.取引記録の保存、3.疑わしい取引の届出を行う義務がある。2007年の通常国会に法案提出の予定。

その他

法規名	ポイント
著作権法	著作権及び著作隣接権について定めた、著作者等の権利の保護を図ることを目的とした法律。
特許法	発明した者に特別の権利(特許権)を与える代わりに、発明を公開させることにより産業の発展を促進させることを目的とした法律。
商標法	商標を保護することにより、商標の使用をする者の業務上の信用の維持を図り、もつて産業の発達に寄与し、あわせて需要者の利益を保護することを目的とする法律。
意匠法	この法律は、意匠の保護及び利用を図ることにより、意匠の創作を奨励し、もつて産業の発達に寄与することを目的とする法律。
実用新案法	物品の形状、構造又は組合せに関して考案の保護及び利用を図ることにより、その考案を奨励し、それにより産業の発達に寄与することを目的とした法律。
暴力団員による不当な行為の防止等に関する法律	市民生活の安全と平穏の確保を図り、もつて国民の自由と権利を保護することを目的として、暴力団員の行う暴力的要求行為等について必要な規制を行う法律。 「口止め料を要求する行為」、「寄付金や賛助金等を要求する行為」等、15種類の禁止行為を定めている。
印紙税法 (施行令、規則)	印紙税の課税物件、納税義務者、課税標準、税率、納付及び申告の手続その他印紙税の納税義務の履行について必要な事項を定めた法律。 印紙を貼り付けてなかった場合には、過怠税(印紙税額の3倍)が課税される。 電話の応対処理をする過程を重視している一般的なテレマーケティングは、委任契約であるため課税文書に当たらないことにより、印紙は不要となる。

電子政府の総合窓口 <http://www.e-gov.go.jp/>

電子政府 法令データ提供システム <http://law.e-gov.go.jp/cgi-bin/idxsearch.cgi>

VOC (Voice of Customer) セミナー 開催

VOC活動の取り組み、顧客の「声」管理と活用などを解説

情報調査委員会では、2006年11月に「VOC (Voice of Customer) セミナー」を開催しました。

本セミナーでは、新たなシステムも構築し、センターに寄せられた情報を適切な部署に適切に提供していることで定評のあるサントリー株式会社と、マイニングに関するシステムを提供している日本ユニシス株式会社から講師をお招きし、各社の取り組みなどをお話いただきました。

サントリーにおけるVOC活動の取り組み

サントリー(株) お客様コミュニケーション部
マーケティングサポートセンター センター長

折井雅子氏



サントリー(株)は、1976年に消費者室を開設し、現在ではお客様コミュニケーション部がお客様対応をはじめ、お客様の声を事業活動に反映していく活動を展開している。

お客様の声の収集に関しては、お客様センターに寄せられたご指摘・問い合わせを中心に、同部が運営するWebサイトを通じても適宜収集している(モニター調査と併用)。

今回のテーマのVOCに関しては、お客様コミュニケーション部と事業部との連携を強化し、VOCを軸としたリスクマネジメントとマーケティングサジェスチョンを推進。折井氏は、①情報還流の具体的な仕組み、②お客様視点プロジェクトなどについて紹介された。

1. 情報還流の具体的な仕組み

●社内へのフィードバックとサジェスチョン

同社では、目的・対象・タイミングに合わせて、以下のように、各種の情報発信を用意し、標準化も進めている。

●定期情報

- ①週次:VOC週報(メールによる速報)
- ②月次:VOCレポート(イントラ掲載)
- ③年次:VOC年報(イントラ掲載)

●タイムリーな情報

- ①NEWS速報[新製品](メール)
- ②宣伝反響(メール)

●詳細分析情報

- ①VOC分析レポート(イントラ掲載)

これらVOCの分析と発信に際しては、ブランドカルテや情報ランキング等、常に工夫を加えている。同時に、情報発信のみだけでなく、以下のように、情報共有・課題解決・進捗管理を行う場も設け、事業活動への反映も図っている。

●定期会議

- ①VOC会議:事業部ごとに実施し、情報共有と課題解決のPDCAを推進する場

●タイムリーなMTG

- ①新製品への反響の共有(スピード)
- ②懸案・課題発生に応じて召集

2. お客様視点プロジェクト

お客様視点プロジェクトは、社員1人ひとりがお客様の目線を理解

し、お客様視点で行動する意識基盤を醸成する目的で、2005年から開始した新プロジェクトであり、現在、「お客様視点気づき講座」と「お客様視点体感プログラム」の2つのプログラムを軸に展開している。

●お客様視点気づき講座

社員を対象に「企業に対するお客様の期待の変化」「お客様の意識と企業の思い込みのズレ」などを、お客様の具体的な声をもとに紹介し、お客様の意識や視点のありかたを理解し、共有していく研修プログラム。

●お客様視点体感プログラム

事業部門の担当者を中心に、お客様センターでの電話対応を実際に体験するプログラム。

お客様の声を直接お聞きし、自らお応えすることで、文字通り、お客様を体感することを目的として展開。

例えば、商品の表示などについても、作り手側は伝えているつもりで

「VOC (Voice of Customer) セミナー」開催

も、お客様の立場でみると、説明が充分でないこともありうる。お客様の安全や健康、商品の使いやすさなどに対する要求レベルは高まっており、要求内容も幅広くなってきてい

る。こうしたニーズに応えるため、最新の具体事例を基に共有化し、社員1人ひとりの『お客様視点』を磨き感度を高めることが重要」と説明された。



顧客の「声」管理と活用の実際

日本ユニシス(株)

製造流通企画部 ソリューション企画推進室長

島口泰之氏

島口氏は、①文書マイニングの利用例、②ユーザー事例(2社)、③DM学会研究事例を発表された。

1. 文書マイニングの利用例

文書マイニングの利用例については、同社製品のMiningPro21の事例を基に、お客様から寄せられた「声」や文書の分類・判別をするための仕組みや事例について以下のように解説された。

●お客様の声の分類

お客様の声の分類の事例として、予め決められたカテゴリの数に「声」を仕分けする仕組みを紹介(10,20といった管理可能なカテゴリ数を設定。事前の判定基準がなくても「声」の傾向がわかる)。

●導入効果

- ・ 人による判定のゆれがなくなり、精度向上する
- ・ 分類の工数の削減を図ることができるなどの成果が得られる

●文書の判別

文書の判別については、文書に出現する単語を利用して文書の内容把握する仕組みを紹介。

●コンピュータは文書を理解できる?
・ 文書中の苦情・要望・質問・感謝などを特徴づける表現の出現回数等を利用して文書を判別する
(文書判別・同社特許取得)

●活用メリット

- ・ 事前判定済みの「声」を元に新たな声を判別できる
- ・ 苦情・要望・質問・感謝の4つの判別基準がある場合、苦情・要望・質問・感謝の程度を判定することができる。苦情度が突出して高ければ「ほぼ間違いなく苦情」と判定し、要望度・苦情度の順で高ければ「苦情の要素を含んだ要望」などと判定する。すべてのカテゴリが拮抗する場合は、判定が難しいという判別になる
- ・ 判別効率(精度)が事前にわかるため、「人手により確認しなければならない文書・確認しなくてもよい文書」を事前にわけることができる

さらに、システムを活用すれば、対応時にお客様の声を素早く判別し、模範的な回答文を用意することで、類似の内容にはすみやかに対応できるというメリットもあると説明された。

2. ユーザー事例

ユーザー事例については、導入目的(導入前の課題対応)、導入効果について紹介。

●導入効果

1) 顧客対応

- ・ 顧客への回答が早くなった
- ・ 顧客への回答漏れがなくなった
- ・ 質の高い回答ができた(わかりやすさ)
- ・ きめ細やかなフォロー

2) 社員

- ・ モチベーション向上(感謝のメッセージ公開)
- ・ 顧客対応ノウハウの共有化による顧客対応力アップ
- ・ 文書力、考える力等のスキルアップ
- ・ 複数の仕事をできるスタッフが増えた

3) 会社

- ・ 顧客の悩みの共有化で客観的な判断ができるようになった
- ・ 顧客対応を含む業務スピードアップ
- ・ 会社の問題点がよくわかった
- ・ お客様からの「お礼の声」増加、ファン増

その他にも、声の内容と実際の購買の関係を分析モジュールにかけ、「離脱顧客が離脱前にどのような声をあげていたか」「ある苦情・意見・感想が離脱と関係あったか」「購買経験(回数・年数・購入商品・返品有無)の違いによって離脱理由が異なっていないか」など、顧客離脱分析を行っている事例も紹介された。

最後に、DM学会研究事例を紹介し、お客様の声から離脱の原因を探る、顧客の声の「見える化」などについて解説された。

「JTAゴルフコンペ」を開催のお知らせ

2007年4月1日(日)に、「JTAゴルフコンペ」を開催します(会場：栃木県小山市・ひととのやカントリー倶楽部)。参加ご希望の方は当協会事務局(電話：03-5289-8891)までお問い合わせください。新入会員のご参加もお待ちしています。

協会日誌

1/10 広報委員会

- ①JTA・NEWSの発行について
- ・1月号：会員からの年頭所感の特集号として発行したことを報告した。
 - ・2月号：倫理委員会で作成したコールセンター法規集および情報調査委員会主催のVOCセミナーの開催報告を掲載することとなった。
 - ・3月号：コンタクトセンター・セミナーの開催報告を掲載することとなった。

1/11 倫理委員会

- ①コールセンター関連法規集について
- JTA・NEWS2月号にて掲載することとなった。また、掲載に当たっては、法規は改定があることなどを踏まえ、電子政府のURLを掲載することとなった。
- ②犯罪収益流通防止法案について
- 法案の対象業務となる電話秘書代行業の定義について、委員と経済産業省で意見交換を行ったことを報告した。

1/17 事業委員会

- ①JTAコンタクトセンター・セミナー開催内容について、ホームページへの掲載および、パンフレットの送付を行ったことを報告した。
- ②JTAテレマーケティングスクール
- ・既存講座のスケジュールについて報告した。
 - ・新規講座について、各講師より提出された案について討議し、開催を前提に検討していくこととなった。

新入会員のご紹介 (2006年11月入会)

2007年1月現在・正会員数 193社

株式会社ラインドリーム Inhouse

代表者：代表取締役社長 久野 修司

本社所在地：東京都中央区日本橋堀留町2-9-8 日本橋MSビル6F ホームページURL：<http://www.linedream.co.jp/>

<プロフィール、提供している商品・サービス紹介>

弊社では2001年設立以来、自社運営のインハウスコンタクトセンターを活用し、企業様の様々な商品をアウトバウンドコールにより営業促進・営業代行業務を行い、販路拡大・売上利益拡大に対応しております。

現在は、主として同種業態の企業様向けに、大幅な通信費コスト削減を可能とする自社開発の画期的な課金代行サービスのご提供に力を入れて業界全体の活性化にも力をいれております。また、コンタクトセンターノウハウのある人材の派遣・及びコストセンター化するコンタクトセンターのプロフィット化の企画提案等、弊社運営のノウハウを活かしたお客様の売上拡大・経費削減にさらなるソリューションのご提案をさせていただきます。

企業誘致の仲人さんへの成功報酬制度を創設！！

ユニークな企業誘致施策

企業誘致の成功報酬として 最高 1,500 万円の報奨金を支給

企業進出に関する情報を提供し、北見市への誘致交渉を主体的に行った結果本市への企業誘致が成功した場合に成功報酬として「報奨金」を支払います。

*対象業種：コールセンター・情報サービス業関連施設・試験研究施設・工場

詳細は、<http://www.city.kitami.lg.jp/sanshin/yuchi02/housyo.htm>

【お問い合わせ】 北海道 北見市 農林水産商工部 産業振興課（企業誘致担当）
E-mail sangyo@city.kitami.lg.jp / 電話 (0157) 25-1210

JTA コンタクトセンター・セミナー2007 開催迫る

来る2007年2月20日(火)・21日(水)の日程で「JTAコンタクトセンター・セミナー～「顧客の声」の収集拠点として注目を集めるコンタクトセンター最新事情～」を開催します(全8セッション)。ぜひこの機会に奮ってご参加ください。

2007年2月20日(火)		2007年2月21日(水)	
	A1 基調講演 定員100名 コーチングで何が変わるのか		B1 特別講演 定員100名 KDDIカスタマーサービスセンターにおける業務改善の取組み～CS向上と業務効率向上の両立を目指して～
10:30	●講演者 (有)ドリームコーチ・ドットコム 代表取締役 吉田典生氏	●講演者 KDDI(株) カスタマーサービス本部 カスタマーサービス統括部 プロジェクト管理グループ 霜田剛平氏	
12:00	人材育成の手法として注目を集める「コーチング」。人材を貴重なリソースとするコンタクトセンターにおいても有効活用が望まれますが、その詳細については意外と知られていません。ICF(国際コーチ連盟)マスター認定コーチでもある(有)ドリームコーチ・ドットコム代表取締役 吉田典生氏に、企業におけるコーチングの位置付けや活用法、コンタクトセンターにおけるコーチングを活用した現場力強化の方法などについて語っていただきます。	携帯電話の「au」、インターネットの「DION」など多様なサービスをお客様に提供するKDDIのカスタマーサービスセンターでは、非常に激しい環境変化の中で、日々お客様サポート業務におけるCS向上と業務効率向上の両立に取り組んでいます。今回は、同社カスタマーサービス本部 カスタマーサービス統括部プロジェクト管理グループの霜田剛平氏に、同社がこれまでに取り組んできた、業務改善などの一端をご紹介します。	
	A2 JTAセッション① 定員100名 モチベーション・マネジメント ～スタッフのやる気を引き出すには～		B2 JTAセッション④ 定員100名 クレーム対応 ～マイナスからプラスへの転換をどのように図るか～
13:00	●モデレーター (株)NTTソルコ ヒューマンキャピタル部トレーニングマネージャー 後藤敦子氏 ●スピーカー (株)JIMOS コンタクトセンター局 局長 野元寿代氏 (株)テレフォニー コンサルティング事業部 コンサルタント 鐘ヶ江将光氏	●モデレーター (株)ジェイ・ビー・エムコンサルタント 代表取締役社長 玉本美砂子氏 ●スピーカー (有)サン・コムネット 代表取締役社長 濱富美子氏 (株)テレコメディア 東京センター センター長 黒川幸詞氏	
14:30	「人」を原動力とするコンタクトセンターにとって永遠の課題であるモチベーション・マネジメント。特に価値観の多様化が進む昨今では、モチベーションの源泉も人それぞれであり、その難易度はますます高まっていると言えるでしょう。スタッフのやる気を引き出し、活気のあるコンタクトセンターを実現するためには、どのような施策が有効なのか。基本的な考え方から成功のためのポイントまで、実際の取り組み事例を盛り込みながらディスカッションしていきます。	インターネットの普及などにより消費者による情報発信が増加する中、クレームへの対応は企業の命運を左右する重要な課題となりつつありますが、コンタクトセンターにおけるクレーム対応には、非対面でのコミュニケーションならではの難しさがあります。顔が見えない相手の感情や真意をどのように把握し、どのように対応するか。クレーム対応の品質を上げるためのポイントや留意点について、経験の中で培われたノウハウや事例を交えて検証していただきます。	
	A3 JTAセッション② 定員100名 eメール対応 ～効率的対応実現のためのポイント～		B3 JTAセッション⑤ 定員100名 コンタクトセンター要員の教育 ～研修中離脱者削減、定着率向上のために～
14:45	●モデレーター アルファコム(株) 代表取締役社長 中尾修氏 ●スピーカー NTTアドバンステクノロジー(株) システムソリューション事業本部 CRM事業ユニット長 松島英之氏 ファーストコンタクト(株) 取締役 執行役員 石村和晶氏	●モデレーター (株)Cプロデュース 代表取締役 大木伸之氏 ●スピーカー 富士通コミュニケーションサービス(株) 小倉サポートセンター 教育・品質担当 胡眞子氏 第一アドシステム(株) スーパーバイザー 山川久美子氏	
16:15	インターネット接続機能付き携帯電話の普及などにより、企業と消費者のeメールによるコミュニケーションはますます増加しつつあります。電話とは異なるeメールの特性を十分に理解し、適切な対応を行うことが、顧客満足の実現に欠かせない要素と言えるでしょう。適切なeメール対応のために必要な準備や体制、効率的な対応を行うための留意点などについて、経験の中で培われたノウハウや数々の事例を交えて検証していただきます。	人材確保の昨今、要員の大量採用、そして教育・研修を日常とするコンタクトセンターにおいて、研修期間中の離脱者削減は重要課題です。また、定着率にも関心を払い、フォローアップ研修のカリキュラムへ反映させていく必要もあるでしょう。「必要な知識や技術を教えるだけでなく、教育・研修を通じ、いかに要員のモチベーションを上げられるか」という視点も含め、「教育・研修の本身、またその期間の設定や終了時の見極めなど」をディスカッションしていきます。	
	A4 JTAセッション③ 定員100名 コンタクトセンター管理スタッフ(SV、MG)の育成 ～センターの中核を担う人材をどのように育てていくか～		B4 JTAセッション⑥ 定員100名 アウトバウンド・テレマーケティング ～高い成果を上げるには～
16:30	●モデレーター (株)テレマーケティングジャパン 変革推進部 TMJユニバーシティ シニアコンサルタント 河合晴代氏 ●スピーカー (株)もしもしホットライン 執行役員 クオリティーマネジメントオフィサー 浅井美生氏 (株)経営管理センター コールセンター長 西津博紀氏	●モデレーター トランスコスモス(株) サービス企画部 本部長代理 生沢雄一氏 ●スピーカー リコーリース(株) 東西コンタクトセンター センター長 渡辺美弥氏 (株)三愛 代表取締役 石川房江氏	
18:00	コンタクトセンターにおいてスーパーバイザーやマネージャーといった管理スタッフは、品質を左右する重要な位置付けにあります。しかし、その育成は容易なことではなく、優秀な管理スタッフの確保は、多くのコンタクトセンターに共通する課題となっています。コンタクトセンターの中核を担う人材をどのように育成していくか。基本的な考え方から具体的な育成手法、失敗を防ぐポイントなど、実際の取り組み事例を交えてディスカッションしていただきます。	アウトバウンド・テレマーケティングは、企業から消費者への積極的なアプローチ手法として、適切な運用ができれば高い成果を上げることも可能ですが、個人情報に関する消費者意識の高まりや電話を使った詐欺行為の横行などにより、成功へのハードルはますます高くなる傾向にあると言えます。業務構築、オペレーター育成、品質管理、分析など、アウトバウンド・テレマーケティングの成否を左右するさまざまな要素について、ディスカッションしていきます。	

会場 (株)日本マンパワー 302教室 (東京都千代田区神田東松下町47-1)

受講料金 JTA会員(事前申込) 1日券(4セッションセット) : 15,000円 1セッション : 5,000円 ※事前申込期限2007年2月14日(水)
一般(事前申込) 1日券(4セッションセット) : 20,000円 1セッション : 6,000円 ※事前申込期限2007年2月14日(水)
当日券 1セッション : 7,000円 ※後援団体加盟企業は一般料金から10%引きとなります。*定員になり次第、締め切らせて頂きます。

お申込先 (社)日本テレマーケティング協会 TEL:03-5289-8891 <http://jtasite.or.jp>

*2007年2月20日の「JTAセッション③」終了後、18:10より「JTA研究会(テーマ:離職率低下に効果的な施策)報告」を実施します(聴講無料・申込不要)