

海外テレマーケティング事情視察 開催迫る

—— 募集締め切り 2007年9月6日(木) ——

実施日程: 2007年10月14日(日)～10月20日(土) <5泊7日>
訪問都市: ソルトレークシティ・ラスベガス

アメリカのソルトレークシティ・ラスベガスを訪ね

「JTAスタディツアー 海外テレマーケティング事情視察」は、今回で節目となる20回目の開催となります。今回も事前にアンケートを実施し、皆様のご意見・ご要望に基づき検討した結果、最もニーズの高いアメリカ合衆国での視察を企画しました。

今回の訪問地は、品質が高く、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言われていた西部のソルトレークシティ(ユタ州)とラスベガス(ネバダ州)です。訪問候補先には、“在宅エージェント”や“医療サービス”、“情報セキュリティ”といった、将来、日本でも浸透すると思われるビジネスや個人情報保護対策などに優れた特長あるコンタクトセンターを訪ねる予定です。

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。

なお、お申し込みについては、旅行を主催するJTB法人東京をお願いいたします。

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
- 添乗員が全行程同行し、皆様の旅をサポートします
- 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19回海外視察ツアー参加者からの反響

- 訪問先企業の選定や数などが良く、先方の協力的な説明もあり有益であった。
- 各企業の詳細情報を聞くことができ、新しいビジネス及びサービスを検討する上での参考となった。
- 普段の業務から離れ、様々な企業の内部を知ることができ、良い刺激を受けた。
- 参加者同士の交流もあり、訪問先企業の対応も良かったので、視察ツアーとして満足した。

日程表(予定)

月日(曜)	発着地/滞在地	発着時間	交通機関	主なスケジュール、訪問予定	食事
10月14日(日)	東京(成田) 発 米国内都市 着 米国内都市 発 ソルトレーク 着	午後 午前 午後 午後	航空機 航空機 専用バス	空路、米国内乗継にてソルトレークへ～日付変更線通過～着後、ホテルへ移動(ソルトレークシティ泊)	× 機 夕
10月15日(月)	ソルトレーク		専用バス	午前: 視察・調査 午後: 視察・調査(ソルトレークシティ泊)	朝 × ×
10月16日(火)	ソルトレーク 発 ソルトレーク 着 ラスベガス 着	午後 夕刻	航空機 専用バス	午前: 視察・調査 空路、米国内乗継にてラスベガスへ着後、ホテルへ移動(ラスベガス泊)	朝 × ×
10月17日(水)	ラスベガス		専用バス	午前: 視察・調査 午後: 視察・調査(ラスベガス泊)	朝 × ×
10月18日(木)	ラスベガス		専用バス	午前: 視察・調査 午後: 自由行動(ラスベガス泊)	朝 × 夕
10月19日(金)	ラスベガス 発 米国内都市 着 米国内都市 発	朝 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20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: 2007年10月14日(日)～10月20日(土) <5泊7日>

訪問都市: ソルトレークシティ・ラスベガス

(詳細はJTAホームページ <http://jtasite.or.jp/> を参照ください)

旅行代金: ①JTA会員 大人お1人様 630,000円
②一般(JTA非会員) 大人お1人様 680,000円

募集人員: 募集人員: 19名(最少催行人員10名)

利用ホテル: ソルトレークシティ: ヒルトン ソルトレークシティ、
シェラトン ソルトレークシティのいずれか
ラスベガス: モンテカルロ リゾート&カジノ
(ツインまたはダブルルーム、1名1室利用、バス・トイレ付)

利用航空会社: ユナイテッド航空、ノースウェスト航空、
全日空、日本航空(エコノミークラス利用)

食事条件: 朝食5回、昼食0回、夕食2回(但し機内食は除く)

添乗員: 全行程同行

募集締切: 2007年9月6日(木)

お問合せ
お申込み先

株式会社JTB法人東京 TEL: 03-6302-5614

特定商取引小委員会の議論 中間とりまとめ 発表

経済産業省 産業構造審議会 消費経済部会 特定商取引小委員会では、悪質商法の現状等を踏まえ、特定商取引に関する法律（以下：特定商取引法）を中心に、適切な対応について本年3月から6回にわたって、検討を進めてきました。

これまでの議論の主要点（案）がまとめられましたので概要を報告します。

検討の範囲

国民生活センターのPIO-NETに登録された特定商取引法の対象取引にかかる消費者相談件数はここ数年減少傾向にあるものの、訪問販売については高齢者被害の比率が年々高くなり、その水準も特に高く、かつ、被害額も大きいという特性を有している。なかでも個品割賦購入あっせんを用いた訪問販売は、訪問販売に対する消費者相談の過半を占めるなど、特に問題が多い。こうした認識から、割賦販売法との関係を含め、訪問販売による悪質商法対策の検討を行った。

さらに、消費者政策会議が2006年7月に決定した「消費者基本計画の検証・評価・監視について」において特定商取引法関連で指摘をされている以下の三事項について検討を行った。

- ①指定商品・指定役務制の廃止の可能性
- ②特定商取引法における消費者団体訴訟制度の導入
- ③インターネットオークションに係る消費者トラブルの増加等を踏まえ、インターネットを利用した通信販売における利用者保護のための方策について

それ以外の事項についても、時間の許す範囲で、特定商取引法の実効性を確保するなどの観点から検討を行った。

＊「消費者基本計画の検証・評価・監視について」において指摘されている事項の中には、通信販売および電話勧誘販売に関して都道府県知事が処理することができる事務の範囲等について検討することが含まれているが、2007年6月に関連の政令改正が閣議決定され、手当を終えている。

訪問販売

- 個品割賦購入あっせんの方法による訪問販売において

特段の「参入規制」はなかったが、悪質事業者が後を絶たず、訪問販売業界の自主規制も効力に限界があることから何らかの形で個品割賦購入あっせんの方法による訪問販売を実施できる事業者を実質的に限定する必要があるとの認識に達した。

このため登録制を含め具体的な方法の検討を進めることとしたが、その際

- (1)割賦販売法と特定商取引法の適切な分担を考える
- (2)個品割賦購入あっせん事業者に既払い金返還を含む民事責任を負わせる等、個品割賦購入あっせん事業者に不適切な与信に関する適正なリスク負担が生じる制度を割賦販売法において手当てする
- (3)個品割賦購入あっせんに係る個々の加盟店契約締結のための審査責任および個々の与信審査責任が個品割賦購入あっせん事業者にあることが不明確にならない仕組みとする
- (4)対象となる事業者数が過剰にならないなど、実効性のある仕組みとする
- (5)悪質事業者に悪用されないような仕組みとする

などを考慮した上で、法に導入すべき制度の必要性和妥当性を判断する必要があるとの指摘がなされ委員会の共通認識となった。

- 勧誘を拒絶する消費者に対する勧誘を規制する方向で検討を行うこととした。

インターネット通信販売を中心とした通信販売関係

- 通信販売は、訪問販売などに見られるような不意打ち性が少なく、被害額なども比較的小さいという特性を有しているため、強行的な法規制のみならず、より柔軟な措置を含めて検討する必要がある。

- 返品ルールについては、現在の通達の趣旨を踏まえ、特約がなければ返品ができることを原則とした上で、返

品条件等を十分に明らかにした特約、あるいは、返品制限を含む特約を締結することができるの考え方に沿ったルールの特約化等を行うことの必要性についてほぼ共通認識に至った。

●通信販売においては、広告は、消費者が購入を行うかどうかを判断する上で非常に重要な意味を有していることから、著しい虚偽誇大広告に基づく契約については、取消権を設けるべきではないかとの議論があった。一方、こうした措置は、一般法の性格を持つ消費者契約法に関する議論で扱う方が適切との意見や、被害額が比較的小なく取消権の主張までが活用されることは想定しにくいとの考えもあること、誇大性の要件を明確化するなどの乱用防止措置が必要などの意見もあることから、さらに検討することとなった。

●インターネットオークションや電子商店街などに対する規制の検討にあたっては、過剰規制にならないよう被害実態に基づいて規制を導入すべきとの指摘がある一方で、急速に成長している分野であるからこそ予防的に適切なルールを導入すべき、あるいは、被害額が比較的小さい取引であるため、表面化しないトラブルが多数あると考えるべきとの指摘もなされた。

消費者団体訴訟制度について

●特定商取引法の対象となる商取引における消費者トラブルに一層有効に対応するため、行政による取り締まりに加えて、消費者団体訴訟制度を導入することの重要性については基本的に合意を得た。

ただし、消費者被害の拡大防止という観点からは、既に行政処分が用意されている特定商取引法に消費者団体訴訟制度を導入する場合の法律的な整理は十分に検討する必要があるとの指摘があった。

●損害賠償の扱いなど、消費者契約法に消費者団体訴訟制度を導入する際に議論となった諸問題については、同法の付帯決議なども踏まえ適切な時期に適切な場で議論が行われることを期待する。

特定商取引法に消費者団体による差止請求権を認める制度の導入を検討するにあたり、行政処分を含む特定商取引法に導入することに付随して発生しうる事項および消費者契約法とは別の法律に制度を導入する際に必要と

なる制度間の調整に関する事項について検討することとなった。

特定商取引法の厳正な執行に向けて

●同法の円滑な執行を図る上で、同法に基づく調査・処分等の対象範囲を取引の実態にあわせて一部拡大する可能性についてその必要性を共通理解とした上で、具体的な詳細については、今後検討を行うこととなった。

●立ち入り検査時の証拠入手に関する行政権限なども、強化に向けた検討を行う。

指定商品・指定役務制について

●訪問販売、通信販売および電話勧誘販売の規制対象を限定している指定商品・指定役務制については規制の後追いの原因になっていることから、これを廃止し、原則適用方式(ネガティブリスト)化することを求める意見が多い一方、商品と役務とでは外延の明確さなどに違いがあり、議論の難易度に違いがあるとの指摘もあった。

関係省庁や関係法令との膨大な整理作業が必要となることから、事務局において調整作業を進め、その進捗状況等を踏まえて、さらに検討することとなった。

なお、今回取り扱っている問題には、法律的に困難な課題となりうるものも含まれているし、個々の論点の中には相互に関連するものや、割賦販売法、消費者契約法など他法を巡る議論とも関連するものが含まれていること等から、同小委員会としても今後の検討の状況などに対応して、本中間とりまとめに沿いつつも硬直的ではなく柔軟な審議を重ねていくこととした。

特定商取引小委員会 全6回の議事録等は以下URLよりご覧いただけます。

「中間とりまとめ(案)」全文につきましては、第6回委員会の資料にあります。

●経済産業省ホームページ

<http://www.meti.go.jp/policy/consumer/sankoshin/main.html>

T O P I C S

トランスコスモス株式会社「MCMセンター那覇」が 日経ニューオフィス推進賞を受賞

このたび、当協会のトランスコスモス株式会社(本社：東京都渋谷区)のコールセンター、マーケティングチェーンマネジメントセンター那覇(以下、MCMセンター那覇)が第20回「日経ニューオフィス賞」において「ニューオフィス推進賞」を受賞しました。

MCMセンター那覇は、2006年4月に開所した同社唯一の自社ビルです。5層のセキュリティを完備し、1階に託児所、9階には300名収容のリフレッシュルームを完備。働きやすさへの配慮と最新設備を兼ね備えたインテリジェントビルです。同社の100%子会社であるテレマーケティング企業、トランスコスモス シー・アール・エム沖縄株式会社が運用・管理しています。

マーケティングチェーンマネジメントセンター那覇

所在地：沖縄県那覇市おもろまち4-2-23

敷地面積：1,485.89㎡

延面積：10,907.51㎡

階数・棟数：地上9階1棟

付帯設備：託児所、駐車場

コールセンターシート数：1,344シート(2007年7月現在)

※見学を希望される方は、同社CRM沖縄事業企画部 佐久川様(電話：098-951-0800)までお問い合わせ下さい



1Fフラッパーゲート



託児所

スーパーバイザー養成講座 沖縄会場で開催

去る2007年7月5日(木)～6日(金)に沖縄産業支援センター(沖縄県那覇市)にて、角脇さつき講師による『スーパーバイザー養成講座』を開催しました。沖縄県内のコールセンター6社19名の方々が受講され、講義や実習(グループワーク・ロールプレイング)に熱心に取り組まれました。また、受講者同士、積極的に情報交換もされ、2日間と限られた時間を有意義に過ごされていました。同講座の開催レポートは、JTAスクール専用サイトの特集に掲載しています。

http://www.jtasite.or.jp/jta_school/index.html



SV養成講座実践編「コールセンターのコーチになる」開催

去る2007年8月8日にスーパーバイザー養成講座実践編「コールセンターのコーチになる(コーチング講座)」を開催しました。

本講座では、テレコミュニケーターの「お客様に喜ばれた!」「スーパーバイザーとのセッション(ミーティング・やり取り)が楽しみ!」そんな声が聞こえるようなコーチングスキルを身につけていたようカリキュラムを実施。コーチ自身のスキルとなる「承認の言葉」探しではグループに分かれて数と質で競い合い、課題の検討ではグループでスパイラルコーチング(一人のテーマを順番でコーチングする)の実践、課題解決に向けたロールプレイングなどを実施しました。



2007年度JTA研究会 開催決まる

当協会では、2006年度に新たな試みとして、会員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、「離職率低減化施策」をテーマに第1回JTA研究会を実施しました。本研究会では、19名のメンバーで、全6回にわたり活発な討議を繰り広げ、「JTAコンタクトセンター・セミナー2007」や「JTA・NEWS」にて報告してきました。

2007年度も引き続き、会員相互の研鑽の場として「研究会」を設けることが決定しました。

テーマは「従業員の帰属意識を高めるヒューマンリソースマネジメント」です。



2007年2月に開催された研究会発表会

JTA 社団法人化10周年に際し、PR広告を掲載

当協会の社団法人化10周年に際し、専門新聞2紙・専門雑誌3誌にJTA及び会員企業のPR広告を出稿しました。

●掲載紙・掲載誌(掲載日順)

「日本流通産業新聞」 「通販新聞」

「月刊IMプレス」 「月刊コンピューターテレフォニー」

「CCM(コンタクトセンター・マネジメント)誌」



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

マネジメントする側、SVやトレーナーなど品質管理や指導する側の方たちが、センター内で「問題解決」をするためには、次の4つのステップが必要です。

- ①現状把握（顧客意識が薄いのは全体の何%か？ そのことでどのような不都合が表面化しているのか？）
- ②要因分析（なぜなのか？ 組織の問題？ 個人の問題？ 扱っている商品やサービスの問題？ 顧客層？）
- ③目標の設定（いつまでに、何%減らしたい、結果はどのように判断できるのか？）
- ④対応策や解決策の作成とスケジュールリング（誰が、どこで、いつ、どのような方法で実施するのか）

「現状把握」で70%に顧客意識の低さが感じられるのであれば、早急な対策が必要です。残りの優秀な30%がその文化に嫌気がさしてすぐにでもやめてしまう危険性があります。退職率が高くなる要因とも考えられます。30%に顧客意識が低いと判断しても、早めの改善が必要でしょう。なぜならば、「低いレベル」に全体が流されていくことが想定されるからです。%が高い場合は、恐らく組織の問題が大きいと思われます。この場合は、組織のトップを巻き込む必要があります。本当に「意識改革が必要か」を確認したいからです。%が少ないのであれば、それは個人の問題になりますので、個別に指導していくことで改善できるはずです。

Q

「オペレーターに、電話相手＝お客様であるという意識が薄い。昔からそのような文化であり、すぐに変えるのが難しい。全体的にだらだらした雰囲気になっており、この状況を打破したい。（BtoBコールセンター）」

後藤 啓子氏

回答者

(有)キャリア・ネットワーク 代表取締役社長
JTAテレマーケティングスクール トレーナー養成講座 講師

今回の質問は、「BtoB」で、特に自社の代理店が電話の相手ということですが、どちらかというところの場合に「馴れ合いの雰囲気」が出ることが多いようです。「今まではそれで良かった、でも変えなくてはならない」というメッセージを伝え続ける必要があります。それも、担当者レベルではなく、組織の上の方たちに伝えていただくことが効果的です。顧客意識をもった品質の高い電話対応は、センターの品質そのものであり、それを実行できるオペレーターを育てることは、センターのかけがえのない財産の確立であることは間違いありません。

「親しみがある」ということと「馴れ馴れしい」ということは大きな違いがあります。ご質問にある「だらだらとした雰囲気」というのは、「馴れ馴れしさの言い訳」のように感じられます。改善策としては、「意識改革」と平行して、現場レベルで、「小さなこと」から始めてみてください。例えば、主語を必ず入れる、「〇〇様の～は」「〇〇様が～のときに」など。語尾の「～があ、～でえ、～するとお、～なんですけれども」を徹底してなくし、「です、ます、ございます」の短い文章に変える。返事は「はい」にする、「はい、あああ、ええええ、うん」などの撲滅。会話を变えることで業務の効率化も図れるはずです。

当コーナーでは、皆様からのコンタクトセンターに関する疑問・質問に専門家がお答えします。日頃から疑問に感じていること、現在困っていることなどを、「コンタクトセンターQ&Aへの質問」と明記のうえ、下記メールアドレスまでお送りください。

なお、掲載に当たっては匿名とさせていただきますが、質問の内容について協会事務局よりご連絡させていただくことがありますので、会社名・部署名・氏名・電話番号・メールアドレスを明記ください。

(社) 日本テレマーケティング協会 事務局 e-mailアドレス office@jtasite.or.jp

テレマーケティング・ガイドブック VOL.17 広告ご出稿 お待ちしております

内容(予定)

- ①テレマーケティングに関するトレンド・調査・取材
- ②JTAの活動報告:セミナーや海外視察、研究会など
- ③JTAのガイドライン
- ④JTA会員企業一覧
- ⑤テレマーケティング用語集 他

配布先

■JTAが後援/協賛するイベント
コールセンター/CRMデモ&コンファレンス

ダイレクトマーケティングフォーラム
ダイレクト・マーケティング・フェア
など。

■JTA会員、関係団体 他
■JTAスクール(年間40回開催)
JTAコンタクトセンター・セミナー
CRMソリューション大会など
JTA主催のセミナー

配布期間:2007年11月より1年間

申込締切:2007年9月10日(月)

広告料

全てモノクロ、消費税込

	1ページ	2ページ
JTA会員	157,500円	294,000円
一般	210,000円	399,000円

サイズ:1ページ=190mm(横)×267mm(縦)
2ページ=390mm(横)×267mm(縦)

※広告の掲載順は原則、企業名の50音順になります。
※広告作成・修正をご依頼の場合は実費がかかります。

お申し込み先

(社)日本テレマーケティング協会
TEL:03-5289-8891

スーパーバイザー interview vol.5

株式会社ベルシステム 24
首都圏CRM事業部 第5CRM局 第3グループ
スーパーバイザー
星野 快さん



中学・高校時代にバレー部に所属していた星野さん。部活での経験から、チームで協力し合い、喜びを共有したいという思いが育まれていったそうです。「250名のスタッフと一緒に力を合わせて結果を出すことに達成感を感じています。私1人ではできないことですし、1人より大勢で共有したほうが感動も大きいと思います」と星野さんは言います。

1人1人のお客様に対して何ができるのか。
言葉に表れないお客様の思いに応えられるよう、
当社ならではのサービスを提供していきたい。

株式会社ベルシステム24の星野快さんは、約250名のスタッフを率いる統括スーパーバイザー（以下：SV）として活躍されています。星野さんは情熱をもって仕事に取り組み、多くのスタッフに良い影響を与えています。星野さんの仕事に対する思い、スタッフの成長に対する思いなどを伺いました。

星野さんはアルバイトでサービス業に関わるなかで、接客業の奥深さと「人を動かす」マネジメントの難しさ・面白さを強く感じ、企業や店舗などで経験を積んだ後、同社に入社されました。

入社当初はコミュニケーターとしてインバウンドコールを担当。そのなかで、「お客様に喜んでいただくためには、どのようなサービスを提供すればよいのか。自分なりのプラスアルファのサービスを提供したい」と考えるようになり、常に工夫しながら実践してきました。こうした「お客様の視点に立ったサービスの提供」が星野さんのなかで大切な思いとなって育まれていきます。リーダー、サブSVになってからは、自分の思いをスタッフに伝えるよう心がけ、こうした星野さんの仕事に対する熱意・行動力が評価され、入社1年程でSVに登用され、現在は統括SVとして活躍されています。

伝えたいという熱意があれば 思いは伝わる

現在、星野さんが統括SVを務めるコールセンターは、サブマネージャー2名・SV4名・SSV（サブSV）8名・コミュニケーター200名を含む、総勢約250名の体制で、クライアント企業の製品のサポートサービスを提供しています。センターの方向性を示すことが統括SVの重要な役割ですが、星野さんは自分の思いを自分の言

葉で表現し、スタッフと共有できるよう努めています。

「自分の思いを伝えることは難しく、思うようにできなくて悩んだこともあります。しかし、本当に伝えたいという気持ちがあれば、伝わったかどうか感じることができるはずですよ。やはり、上司自身が仕事を楽しみ、熱意をもって伝えることが重要なのです。」

先日、SVに応答率の目標が達成できそうか感触を聞いたときに、『いけますよ。大丈夫ですよ』というのです。なぜ、そんなに自信があるのか聞いてみたところ、朝礼時のコミュニケーターの目の輝きからSV自身が手ごたえを感じていたというのです。お互いが真剣に向き合っていれば、思いは伝わるといいます。

困難は成長の種・ピンチはチャンス あと少し頑張れば、感動を味わえる

同センターでは、テクニカルサポートを行っているため、スタッフには常に新たな知識を習得し自己研鑽していくことが求められます。そのようななか、壁にあたり、悩んでしまうスタッフもいるそうです。そんなとき、星野さんは自分の成功体験の話をしています。

「私は学生の頃、雑誌の数学コンクールの問題を解くことが好きだったのですが、この問題がとても難しいのです。しかし、なんとかして解きたいと思い、1か月の間、寝ても覚めても数式と向き合いました。すると、ある晩、頭のなかに光が差し込んできて、突然答えが閃いたのです。『解けた、解けたよ!』と喜んだことを今でも鮮明に覚えています。こんな経験をしてしまうと、難しそうなことでも簡単に諦めることができなくなりました。それから、困難は成長の種と、何事にも挑戦していこうと考えるように

なったのです。

スタッフには、あなたならできると思っただけで仕事を任せている。困難に思えることでも、結果はすぐそこにあると捉え、あと一歩踏み出してほしいと伝えていきます。小さなことでもいい。成功体験を積み重ねていけるよう支援していきたいと星野さんは言います。こうした経験をしていくことで、スタッフのなかにも踏ん張りが見られるようになり、定着率も向上しているそうです。

お客様満足とは何か？ いま一度考えていきたい

今後の展望については「クライアント様に当社ならではの提案をしていき、ビジネスパートナーとして共に成長していけるよう努力していきたい」と星野さんは言います。

「そのためには、1人1人のお客様に対して何ができるのか、スタッフ全員が考え、サービスを提供していくことが重要です。『お客様満足』が大切であることは浸透しています。しかし、実際に1人1人のお客様にどうやって提供するのか、いま一度掘り起こして考えてみる必要があるのです。次のステップとして、言葉に表れないお客様の思いに応えられるようなサービスの提供に努めていきたいと考えています。スタッフ全員が真のお客様満足を理解し、喜びと誇りをもってサービス提供することができれば、お客様にもご満足いただけると確信しています」

明るい性格と頼もしさを併せ持つ星野さんの魅力、仕事に正面から向き合う姿にスタッフが共感し、センターに一体感がうまれていっていると感じました。

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。

JTA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、より多くの情報を提供することを目的に「JTAメールニュース」の配信を行っています(配信日：不定期)。2007年8月に配信したVol.75-76では、以下の記事をはじめ多様な情報を紹介しました。

2007年7月31日、「都市・地域レポート 2007」公表(国土交通省)

国土交通省都市・地域整備局では、2005年度から、都市と地域の現状を様々な観点から把握し、都市・地域整備と地域活性化に携わる幅広い主体に向けて情報発信するため、「都市・地域レポート」を公表しています。2007年度は、「地方」に注目し、都市圏外の地域、条件不利地域における雇用の場と産業をテーマに「都市・地域レポート2007」を取りまとめています。

http://www.mlit.go.jp/kisha/kisha07/04/040731_.html (報道資料)

2007年8月1日、「ハンドブック消費者2007」公開(内閣府)

内閣府のホームページに「ハンドブック消費者2007」が公開されています。大きく「我が国の消費者政策」「消費者政策の具体的施策」からなっていますが、「消費者政策の具体的施策」では、「選択の機会の確保」の項目があり、アウトバウンドコール時における留意点としてご参考になると思われます。http://www.consumer.go.jp/handbook2007/index_html.html (HTML版)

2007年7月5日、「eConsumer.gov(イー・コンシューマー・ガバメント)日本語サイトの運用開始について」発表(内閣府)

20カ国の政府機関が参加して、国境を越えたオンライン関連取引に関して、消費者側に役立つ情報を直接提供し、また、消費者側から苦情を直接集めるためのeConsumer.govサイトが運営されています。

このサイトは、これまで、英語の他に、仏独西韓等の言語で閲覧することができましたが、今般、日本語による閲覧が可能になりました。これによって、主として日本語を使う消費者にとっても、このサイトから、オンライン取引を行うに際して知っておくべき知識を得ることが楽になるとともに、越境オンライン関連取引のトラブルにあった場合に、取締りを行う参加行政機関に対する情報として苦情を登録することが容易になりました。

<http://www.consumer.go.jp/seisaku/cao/kokusai/file/gaiyo.pdf> (eConsumer.govの概要)

配信ご希望の方は、「JTA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@jtasite.or.jp)までお申込みください。

当協会ホームページ(<http://jtasite.or.jp>)からもお申込みいただけます。

新入会員のご紹介(2007年8月入会)

2007年8月現在・正会員数 202社

株式会社インタラクティブ パートナース

Agency

InteractivePartners
one to one marketing solution

代表者：代表取締役 池田 秀明

本社所在地：東京都品川区西五反田6-24-15 S&Kビル4F

ホームページURL：<http://www.interactive-partners.com>

プロフィール 提供している商品・サービス紹介

私たちインタラクティブパートナーズは、企業とエンドユーザーに対し、最適な情報を、的確に提供する事でコミュニケーションを円滑にし、ロイヤリティの高い関係づくりをお手伝いする『ワントゥワンマーケティングエージェンシー』です。

マーケティング戦略の立案からマーケティング実施、次期戦略に役立つデータベースの構築までクライアント様のパートナーとしてお手伝いさせていただきます。

協 会 日 誌

7/3 広報委員会

- ①JTA・NEWSの発行について
・9月号：経済産業省特定商取引小委員会の中間とりまとめ概要を掲載することとなった。
- ②今後の記事について
・JTAメールニュースで配信してい

る情報を選択し、レポートとして掲載することとなった。

7/18 事業委員会

- ①テレマーケティング・ガイドブックVOL.17について
・特集記事、調査記事等内容につい

て検討した。

- ②JTAコンタクトセンター・セミナー2007の開催について
・2007年度も開催することを決定した。講演内容や出演企業等については、次回以降の委員会で検討することとなった。

JTA NEWS TOPICS

JTA・NEWS Vol.126

Contents

海外テレマーケティング事情視察 開催のお知らせ	1
特定商取引小委員会の議論の 中間とりまとめ	2-3
TOPICS	4
コンタクトセンターQ&A	5
SVインタビュー	6
メールニュース 協会日誌・新入会員紹介	7
TOPICS	8

次号予告

「JTA・NEWS」Vol.127では、エージェンシー大会告知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)

トレーナー養成講座実践編 モニタリング実施手法セミナー開催決定

当協会では、2007年10月2日(火)にトレーナー養成講座実践編「モニタリング実施手法セミナー」を開催します。

本講座では、モニタリングの本来の役割や目的を確認し、基本的なモニタリング手法を習得することにより、各コールセンターで独自に実施されているモニタリングやフィードバックを見直すことを目的としています。なお、本講座はトレーナー養成講座(後藤講師・2日間コース)を受講した方を対象としたフォローアップ・実践講座となります。多くの方のご参加をお待ちしております。JTAスクールwebサイト(下記)からお申し込みができます。

開催日時: 10月2日(火) 10:00~17:00

講師: 後藤 啓子氏

会場: (株)日本マンパワー セミナールーム3 (東京都千代田区神田東松下町47-1)

スーパーバイザー養成講座 札幌 開催迫る

来る2007年10月25日(木)~26日(金)、札幌において「スーパーバイザー養成講座」を開催します。

本講座では、スーパーバイザーが、センターの状況を把握し、あるべき姿を追求し、成果をあげるためにどう方策をとるか、「現場のマネジメント」の基本を整理します。そして、お客様接点を持つテレコミュニケーターと向き合う「人材マネジメント」について、討議や演習を取り入れながら実践的に学んでいただきます。皆様のご参加をお待ちしております。

開催日時: 2007年10月25日(木)~26日(金)・2日間コース 10:00~17:00

講師: 角脇 さつき氏

会場: かでる2・7 (札幌市中央区北2条西7丁目)

	1日目	2日目
10:00	(1) オリエンテーション (2) スーパーバイザーの仕事 現場をマネジメントするという仕事 SVの責任 SVの権限 SVの期待 (3) 成果を出すために求められる能力・スキル 現状を正しく認識し、判断する力 センター業務を遂行する力 人を動かせる力	(7) 人材マネジメントの実践② 事例研究に基づくロールプレイング 全体発表と講師フィードバック 再修正とグループ内ロールプレイング
12:00	昼食	
13:00	(4) 成果を上げるマネジメント 環境と組織風土 人材の確保・育成・管理・監督 (5) 人材マネジメントの手法 対象者の状況の把握 対象者に合わせた指導方法の選択 基本を教え込む 応用力をつけさせる モチベーションを管理する まかせることで活用する	(8) 人材マネジメントの実践③ 情報シートに基づくロールプレイング 全体発表と講師フィードバック 改善ポイントの確認と検討
15:00	コーヒーブレイク	
15:20	(6) 人材マネジメントの実践① 事例研究 課題の抽出 人材マネジメントの計画	(9) 人材マネジメントの実践④ 現場の課題に基づく人材マネジメント計画 人材マネジメントに関わる上司との折衝 (10) まとめと質疑応答

●JTAスクール 2007年10~12月 開催スケジュール

開催日	講座名	講師	会場
10/18(木)~10/19(金)	スーパーバイザー養成講座	黒田 眞紀子氏	東京 NTT麻布セミナーハウス
10/25(木)~10/26(金)	スーパーバイザー養成講座	角脇 さつき氏	かでる2・7(北海道札幌市)
10/25(木)~10/26(金)	クレーム対応講座	玉本 美砂子氏	東京 NTT麻布セミナーハウス
11/ 1(木)~ 11/ 2(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
11/ 8(木)~ 11/ 9(金)	テレコミュニケーター養成講座	角脇 さつき氏	東京 NTT麻布セミナーハウス
11/21(水)~ 11/22(木)	クレーム対応講座	玉本 美砂子氏	沖縄産業支援センター
12/ 6(木)~ 12/ 7(金)	スーパーバイザー養成講座	濱 富美子氏	新大阪丸ビル新館
12/13(木)~ 12/14(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
12/20(木)~ 12/21(金)	スーパーバイザー養成講座	黒田 眞紀子氏	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

JTAスクール専用サイトにて
受講お申し込みができます

http://www.jtasite.or.jp/jta_school/index.html

「JTAゴルフコンペ」開催のお知らせ: 2007年11月18日(日)に、第27回「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。新入会員の皆様のご参加もお待ちしております。