

主な記事 ● SVインタビュー、コンタクトセンターQ&A

## 「JTAコンタクトセンター・セミナー2009」を開催

2009年2月17日(火)・18日(水)の両日、東京都千代田区の中央大学駿河台記念館で、『JTAコンタクトセンター・セミナー2009』を開催しました。「コミュニケーションの最前線をいかに活性化するか」をテーマに全8講演を実施。約600名の受講者が参加し、熱気あふれるセミナーとなりました。

2009年2月17日(火) A1 特別講演

『強いチームづくりの秘訣』

●講演者 (株)ルネサス高崎 女子ソフトボール部  
シニアアドバイザー 宇津木 妙子氏



北京オリンピックで金メダルを獲得し、日本中に熱狂を巻き起こした女子ソフトボール日本代表。その基礎を築いた宇津木妙子氏が、初日の特別講演を行いました。ご自身の半生を振り返りながら、個人とチームの関係やオリンピック秘話などをお話し下さいました。ソフトボールはチームスポーツですが、個人技も重要とのこと。それぞれの持ち場ごとの役割を果たすための努力が必要です。試合に出るにはチーム内での競い合いに勝たねばなりません。試合では、相手チームはもちろん天候などの自然との戦いもあります。それらに勝つには、チームのためという自己犠牲も不可欠とのことでした。

また、「強く愛されるチーム」を作るにはルール作りが重要であり、挨拶、時間厳守、整理整頓など人としてあたりまえのことをあたりまえにできるように指導してきました。技術だけでなく夢に向かって一つになっていく心が大切とのこと。もう一つのポイントが適材適所。特に、レギュラー以外の選手をどう活かしていくかが、それぞれの選手にとってもチームにとっても大切になります。そのためには、それぞれの選手としっかりと向き合っ、常に話し合ってきました。それが北京オリンピック金メダルという強いチームにつながっていききました。さらに、北京



をはじめアトランタやシドニーで開催されたオリンピックにも言及。コーチや監督として参加してきた宇津木氏ならではの裏話を披露されました。

2月18日(水) B1 特別講演

『不祥事を出発点としたお客様満足への取り組みにおけるお客様センターの位置付け』

●講演者 雪印乳業(株) 取締役 日和佐 信子氏



二日目は、雪印乳業の日和佐信子氏が『信頼を構築するために - 雪印乳業の実践から』と題した特別講演を行いました。『大阪工場低脂肪乳等による食中毒事件』と『雪印食品(株) 牛肉偽装事件』という2つの事件を起こしてしまった雪印。特に、食中毒事件によってどのような影響を受け、どのように立ち直っていったのか。危機管理という観点からどのように取り組んでいけばいいのかというアドバイスも含め、具体的な歩みを交えた解説となりました。

食中毒事件の経緯から始まり、「初期判断の間違い」「原因究明の遅れ」「規準(ルール)遵守違反」という3つの問題点を指摘。危機管理体制の不備が引き起こす混乱やマスコミへの対応方法などを分かりやすく説明されました。

2つの事件で売り上げ・ブランドともに大ダメージを受けた雪印乳業は、最終的に6つに分社化。不祥事の要因を探り、それらに対応するための体制作りを行いました。まず、社外の視点を社内経営に取り入れるため、社外取締役の招聘・企業倫理委員会の設置・お客様センターの再構築・お客様モニター制度の導入などが行われました。さらに、社風の改革、安全確保のためのシステムの再構築、危機管理体制構築、情報の開示など、CSRを意識した活動を積極的に続けることで信頼回復につながっているとのこと。臨場感あふれる語り口で、引き込まれるような講演となりました。





2009年2月17日(火)  
A2 JTAセッション①

『モチベーション・ストレス管理～スタッフの活力を最大限引き出すために～』

- モデレーター アデコ(株)アウトソーシング人材部 池袋テレマーケティングセンター マネージャー 頭本 満加氏
- スピーカー (株)ツーウェイシステム 業務運営部 ファイナンシャルグループ 統括マネージャー 馬場 俊成氏  
(株)テレマーケティングジャパン CC統括本部 北九州統括部 長迫 あゆみ氏



モチベーションを上げるとともにストレスを解消することで、ESを向上させること。スタッフのパワーを最大限に発揮させるためにも、重要な取り組みと言えます。コンタクトセンターを形成、運営するのは「人」であるという基本スタンスのもと、どのような取り組みを行っているのか、具体的な施策を含めた発表が行われました。

テレマーケティングジャパンで行われている取り組みとして、従業員満足度調査、ES向上と定着率向上を目的とする表彰制度、製造業で採用されているQC手法による改善活動などが紹介されました。ツーウェ

イシステムからも、社内表彰制度、人間関係構築のための業務運営体制、コミュニケーションや個人面談といったセンター内での取り組みの事例が報告されました。

さらにテレマーケティングジャパンからは北九州CRMセンターでの具体的な取り組みとして「セルフチェックシート」や「ありがとうの木」などが紹介されました。またツーウェイシステムからも、品質管理チームによるサポート体制などが紹介されました。



2009年2月17日(火)  
A3 JTAセッション②

『テレコミュニケーターの採用・育成～強いセンターづくりにつながる研修のあり方～』

- モデレーター ヒューマン・キャピタル・コンサルティング(株) 代表取締役 河口まさえ氏
- スピーカー (株)オークローンマーケティング コールセンター アドミニストレーション ディビジョンダイレクター 吉川 光秀氏  
(株)フジスタッフ CCM事業部マネージャー 入澤 誠之氏



コンサルティング会社、インハウス、人材派遣会社というそれぞれの立場から、テレコミュニケーターの採用と育成に関する解説と具体的な取り組みが紹介されました。

採用に関しては、フジスタッフではクライアント企業との事前打ち合わせをベースに募集活動を行い、電話でのスクリーニング、面接でのスクリーニングを経て採用者を決定しているとのこと。その際に使用されているチェックシートなども紹介されました。オークローンマーケティングでは、紹介・紙媒体・インターネットを通じて募集を行い、履歴書の送付、面接というフローで

採用。面接の際に、コールログを聞かせたり、ロールプレイングやセンターツアーなどを行うことで、離職率の低減を図っているとのこと。

さらに研修に関しては両社が行っているプログラムが紹介されました。フジスタッフでのサポート例として、インセンティブであるfujicapointやWebを活用したストレスマネジメント、評価制度も含めた研修プログラムを解説。オークローンマーケティングからも各種研修の紹介と解説が行われました。



2009年2月17日(火)  
A4 JTAセッション③

『スーパーバイザーの登用と育成～コンタクトセンターの要として機能できるSVを育成するには～』

- モデレーター (有)ワンズベスト 代表取締役 西澤 直子氏
- スピーカー (株)プロトデータセンター マーケティング部門 取締役 大河内 敬三氏  
(株)もしもしホットライン マーケティング第一本部長 中村 恵一氏



コンタクトセンターの要であるスーパーバイザー(以下、SV)をどのように登用し育成していけばいいのか。コンタクトセンターにとって、重要な問題です。このセッションでは、SVの役割、SVの機能不全による不具合とその原因を再確認した後、SVが機能するセンター作りのための取り組みについて解説が行われました。

SVの役割はお客様サービスの生産管理であり、品質の維持・向上、効率の適正化・安定化、テレコミュニケーターの指導・育成などが含まれます。SVが機能不全に陥ることで、お客様、テレコミュニケーター、

組織それぞれに悪影響を及ぼします。機能不全のよくある原因として、SVの職務要件、評価基準、実務実施手順などが明文化されていない、体制や環境が整備されていない、SVとしての知識・技能・適正の不足、テレコミュニケーター側の認識不足などが挙げられました。

これらを改善することでSVが機能するセンター作りが実現します。そこでSVの職務要件の明確化、SVの登用手順、候補者選定方法、SVのマネジメント体制作り、教育、評価などが解説されました。





2009年2月18日(水)  
B2 JTAセッション④

### 『顧客の声の全社的共有と活用～VOCを「宝の山」にするために～』

- 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 関西ビジネスインフォメーション(株) コールセンター事業部部長 大西 紳次氏  
情報工房(株) 代表取締役 宮脇 一氏



企業にとってVOCは非常に重要なが、まだまだ活用され切れていないというのが現状です。コンタクトセンターにおけるVOCの活用の目的を①ブランディング、②商品開発・改良、③販売促進、④リスクマネジメントと捉え、その問題点と課題を解説しました。

大阪ガスのコールセンターを運営する関西ビジネスインフォメーションでは、関西地区のお客様が入居して転居するまで、ガスに関するトータルサポートを行っています。平成13年には6拠点あった「お客さまセンター」を2カ所に集約するとともに、VOCの活用とCSの向上のため

に“C-VOICE”というシステムを導入しました。苦情、要望、意見などのお客様の声をデータベースとして登録。それらをベースにさまざまな取り組みや改善を行っています。

情報工房では、マーケティング手法の一つであるペルソナデザインの、コンタクトセンターへの導入を提案。お客様との対話経験を具体的な形に組み上げていくペルソナデザインは、コンタクトセンターだからこそメリットが大きいという観点から、具体的な取り組みや導入を含めた解説が行われました。



2009年2月18日(水)  
B3 JTAセッション⑤

### 『クレーム対応～今求められている的確・迅速な対応のあり方～』

- モデレーター 三井情報(株) 総合研究所 CRMコンサルティングチーム シニアコンサルタント 村田 啓多郎氏
- スピーカー ジョンソン・エンド・ジョンソン(株) カスタマーサービスマネージャー 伊東 順也氏  
ファーストコンタクト(株) カスタマーサービス第二本部 本部長 橋本 敦氏



本セッションでは、クレームを一般的な“苦情”と本来の“要求・請求・権利”も含めた語句として捉え、その定義、事例、防止策、事後対応に関する解説が行われました。まず、クレームを4つに分類。不条理なクレームだけでなく、不満があると何も言わずに離れて行くサイレントクレームが怖いというスタンスから、クレームが言いやすいセンター作りも重要と説きます。またクレームは、いきなり起こるのではなく目に見えないところで何らかの予兆を示しているものであり、初期対応が重要とのこと。

ジョンソン・エンド・ジョンソンでは「対応が100%でなくても、良い

印象が残すこと」を重要視しているとのこと。ファーストコンタクトでは、Imagination & Innovationをキーワードに顧客対応を行っています。クレーム対応には、チームでの対応、基本に忠実で速やかな対応、両者にとって価値あるものに実らせていくこと、スマイルが重要とのこと。また、クレームは発生点がすべてではなく、立体的な考察が不可欠とのメッセージがありました。



2009年2月18日(水)  
B4 JTAセッション⑥

### 『品質の向上・維持～高品質センター実現につながる評価と取り組みのあり方～』

- モデレーター (株)WOWOWコミュニケーションズ WOWCOM College サブゼネラルマネージャー 佐々木 真美氏
- スピーカー 東京海上日動あんしん生命保険(株) 総合カスタマーセンター室長 田村 太一氏  
(株)KDDIエボルバ採用教育部 部長 三浦 義晴氏



コンタクトセンター運営の最重要課題の一つである品質の向上・維持に関して、それぞれの立場から解説が行われました。

WOWOWコミュニケーションズでは、顧客から見たコールセンターの品質を「対応能力」「対応姿勢」と捉えます。東京海上日動あんしん生命保険は、お客様の「期待」が品質であり会社にとっては「信頼(安心)」を提供すること。またKDDIエボルバでは、管理者の品質である「人間力」とテレコミュニケーターの品質である「心構え」が重要と考えます。

品質向上・維持の手法についてKDDIエボルバからは、自覚熟成、心

構えの定着化、TCS(Total Customer Satisfaction)の階層別教育の実施といったマインドと、モニタリング・フィードバック活動・研修、品質担当者制度、QCサークル活動などのアビリティからのアプローチが紹介されました。

東京海上日動あんしん生命保険からは、カルチャー・ビジョン・ミッションの共有に加えて、品質評価のマニア化・形式化の防止、顧客目線での振り返りなど具体的な取り組みが紹介されました。



**A** 「声が大きすぎる」「声が小さい」「早口」「語尾が伸びる」「語尾が消える」など、「声の出し方」の課題はテレコミュニケーターによってそれぞれです。共通していることは、トレーナーが指導してもなかなか改善が見られない場合が多いということです。

まず、トレーナーに必要な「するべからず」からアドバイスしましょう。

1. 簡単に改善できると思わない
2. 「こんなことぐらい」と思わない
3. 同じトレーニング方法を繰り返さない

「声の出し方」の問題点は、本人たちが「わかっているけど改善できない」ということにあります。したがって「気づき」だけのトレーニング方法(録音を聞かせる、良いテレコミュニケーターの対応を聞かせるなど)だけでは改善には至りません。ステップを作ることをしてください。

#### ステップ1

課題点を明確に伝える。「後藤さんの声は大き過ぎます」。このときに「ちょっと気になったただけけど」など曖昧な表現は禁物です。

#### ステップ2

「気づき」のために対応を聞かせる。この時にテレコミュニケーターが話している内容を、相手が理解できているかどうかを考えるように事前に伝えておく。

#### ステップ3

「なぜ改善しなくてはならないのか」を3つの視点から伝える。①顧客側「肝心なところがお客様に聞き取りにくい」「他のテレコミュニケーターが対応しているお客様に内容が聞

**Q** 声が大き過ぎるテレコミュニケーターに、もう少し声を小さくしてほしい(他のお客様にもその声が聞こえてしまう)。

回答者 後藤 啓子氏

(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  
モニタリング実施手法セミナー 講師

こえてしまう」②企業側「聞き取りにくいということで情報が正確に伝わらない」「対応時間が長くなってしまう」③テレコミュニケーター側「お客様からもう一度と言われて、同じことを何度も説明することになる」など。

#### ステップ4

目的と目標を作る。声の出し方を全て改善するのではなく、部分的な目標を定めさせる。大きくても良い部分は固有名詞(商品名、サービス名など)、数字(電話番号、日付、金額など)、カタカナ語の3種類です。これ以外の部分の改善を目標にします。スクリプトを使い、上記3点にマーカーをつけさせ、それ以外の言葉を小さく発音させる練習をします。スクリプトがない場合は、実際の対応を文字におこして、その会話例で練習させます。目的「大きすぎる声を改善する」、目標「1週間でクッション言葉の部分进行调整する」など。目標を何段階か作り、それをクリアするたびに褒めてください。恐らく、最初の目標をクリアしたところで改善が顕著に見られるはずですが。

誌面上、ここまでのステップにしますが、ステップをたくさん作ることで必ず改善します。同じトレーニングでも目標を変えることで変化がでます。ステップを踏むことで本人に「改善している」という意識が生まれます。「継続は力」です。

#### 番外アドバイス

トレーナーやSVがプロのボイストレーナーに1~2時間トレーニングを受ける。自分たちが学ぶだけではなく、指導手法も習得することができるでしょう。また、外部から呼ばなくても、テレコミュニケーターの中にプロのトレーニングを受けた人が必ず数名いるはずですが。その人に指導してもらうのはいかがでしょう。センターは人材の宝庫です。

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

# スーパーバイザー interview vol.18

今年8月で設立30年という長い歴史を誇る第一アドシステム。同社からは、異分野でさまざまな経験を積んでからテレマーケティング業界に飛び込んできた高橋ひとみさんが、スーパーバイザー代表としてご登場下さいました。

第一アドシステム株式会社

コールセンター  
スーパーバイザー  
高橋 ひとみさん

読書が趣味という高橋さんは、本当に本がお好きのようです。「枕元に常に本が3冊以上ありますし、本屋さんならいくらでもいられます」。また、美術や歴史にも造詣が深く、美術館や絵画展などにもよく足を運んでいるとのこと。



## 異色ともいえる 幅広い経歴

取材前、ご本人からプロフィールをお送りいただきました。その中から一部をご紹介します。

【氏名】高橋ひとみ

【略歴】大学卒業後

◎建築事務所（店舗企画・設計）の企画・営業

◎イタリア留学

◎（財）イタリア貿易振興会でアシスタントトレードアナリスト

◎飲食店紹介サイト運営企業で営業部所属新規開発部

【趣味】散歩（街を歩くこと）、読書

資料を拝見した時、経験の幅広さに驚きました。そこでまず、略歴に沿って職務経験をご紹介します。

大学時代は史学科で美術史を専攻したという高橋さん。特にイタリアを中心とする宗教画に魅せられたとのこと。イタリア語の習得も含めて、次第にイタリア文化へ傾倒していきます。

卒業後は設計事務所での飲食店などの店舗の企画・開発を担当します。「イタリアのカフェをバールと言うのですが、そのイメージを取り入れたりと、これまで勉強してきたことを活かせる仕事でした」とのこと。非常に多忙な職場だったそうですが、瞬間に3年が経ちます。その間もイタリアへの想い強く、ついに退社して留学することになります。

「語学の勉強を中心に、幅広くイタリア文化に触れることができました。翻訳や通訳もやっていたから、仕事と勉強が半分ずつという感じで、いつもバタバタと忙しかった1年半でしたね」

帰国後、縁あって（財）イタリア貿易振興会に就職。「イタリア貿易省管轄の第三機関で、ファッションなどのイタリア製品を紹介する仕事をしていました。イベントなどの協賛なども多くて、ここでもすごくバタバタしていました」

あまりの多忙さに体調を崩したこともあって、若干のお休みを取った後、再就職。飲食店紹介サイトに掲載する企業や店舗を、新規開拓する業務に就きます。「アウトバウンドで契約をお願いするチームで営業をしていました。営業と言っても、まず電話でお願いしてから資料を送り、OKが出たらデータなどのやりとりをしてページを立ち上げるまで、すべて担当していました」とのこと。いわば一人フルフィル状態と言えるでしょうか。

クローキングまでの間に何度も電話で話す必要もあり、電話が持つ可能性に触れたことが大きな転機になります。「コールの威力というか奥深さを肌で感じられました。知らない方と受話器を通して心を通じ合える、そんな体験ができました」

## 想いを分かってもらえる 企業で働きたい

テレマーケティングの可能性をより追求したい、コールを中心とする業務に就きたいという想いから、いよいよ現職に至ります。現在は、イタリアが本社の外資系出版業受注センターでスーパーバイザー（以下、SV）を担当しているとのこと。このプロジェクトでは、受注だけでなく、問い合わせ、在庫管理、出荷、経理まで関連業務すべてをワンストップで行っています。そのため対応の幅も広く、高橋さんの業務も多岐にわたります。「今もやっぱり、毎日バタバタしています。それ

が幸せです。それと時々、ちょっぴりイタリアを思い出します」と笑顔を見せます。

これまでの職歴を拝見して感じるのは、どのお仕事も何かと何かをつなぐ架け橋的な役割だということ。それが高橋さんらしさであるのですが、テレマーケティングにも通じる気がします。

テレマーケティング会社の中から、特に同社を選んだポイントがとても印象的でしたのでご紹介します。

「コールの可能性を本気で信じている企業で働きたいと思っていました。求人先を探している中で第一アドシステムを見つけ、ホームページを見た時、企業理念に『笑顔・感謝・機知・機転』を見つけました。これは私の考えと同じだから、私の想いもわかってもらえる会社ではないか、そう思って応募しました」

今もその選択はまちがっていないかと目を輝かせる高橋さん。ご自身の生き方と企業スタンスが合致することは、企業人として大きな幸せだと言えるでしょう。一方で、他の分野での経験や蓄積を携えてテレマーケティングの世界へ、それは業界全体にとって大きな力となっています。今日もまた“バタバタ”と忙しいに仕事を続ける高橋さんに、大きな期待が集まります。

## 企業情報

### 第一アドシステム株式会社

代表取締役社長：岩城久剛（当協会常任理事）

本社：東京都渋谷区代々木4-36-19

リゾートトラスト東京ビル7F

ホームページ：<http://www.ad-sys.jp/>

設立：1979年8月

従業員数：90名

プロフィール：カスタマーに近いこと、コミュニケーションに近いこと……。第一アドシステムは「笑顔・感謝・機知・機転」をモットーに、クライアント企業様のテレマーケティング業務を支援します。

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。

人材不足

には

前給

が

大好評!

前給は、東京都民銀行が  
ビジネスモデル  
特許登録済!

初期導入費用  
無料



登録商標 (R) 4913045号

従業員数に応じて、情報管理  
手数料が別途必要になります。  
詳しくは下記問合せ先まで。

「前給」は、東京都民銀行の登録商標です。

## 前給とは？

前給とは、御社の従業員様が、給料日前に働いた範囲内でお金を受け取れるサービス。従業員様が携帯やパソコンで申し込むと、早ければ翌日に自分の口座に振込まれます。



## 前給5つの効果

採用面

- 福利厚生制度として活用できます
- 募集時のインパクト
- 定着率向上
- 労働意欲向上

事務処理面

- 申込受付から振込までシステム化
- 支払事務効率化
- 支払事務堅確化

## 前給導入企業様の声

### <会員企業> 株式会社NTTデータ3C様

当社では、スタッフの定着率改善を目的として、業界で先駆けて前給制度を導入しました。安定した質の高いサービスの提供には定着率改善が不可欠と考えたからです。前給の事務的負担を軽減するツール提供等、東京都民銀行様のサポートが充実している為、当初想定した程の事務負担はありませんでした。また、利用するスタッフも日々増加しています。今後は前給制度を広め定着率を改善し、より良いサービスの提供を継続していきます。

お問合せ

東京都民銀行 前給事業部

TEL 03-3505-1540

〒106-8525 東京都港区六本木2-3-11

詳しくは

東京都民銀行 前給

検索

資料請求およびサービスについての詳細は弊行HPへアクセス!

<http://www.tominbank.co.jp/>



東京都民銀行  
TOKYO TOMIN BANK

(平成21年2月現在)

## 情報工房株式会社

Support

代表者名: 代表取締役 宮脇 一

本社所在地: 大阪市淀川区西中島7-4-17 新大阪上野東洋ビル3階

ホームページ: <http://www.jhkb.com/>



### プロフィール 提供している商品・サービス紹介

- 伝え手がにこにこしていないと、お客さまはにこにこなんか出来ない -

情報工房は、CRMに挑戦する会社です。私たちのドメインは、【CRMの市場において、※7つのソリューションで、「もっとお客さまに近づきたい企業」と、お客さまとの対話による、最上の関係づくりを目指す】ことです。

7つとは、コンサルティング・リサーチ・コンタクトセンター・システム構築・WEB制作・WEBプロモーション・トレーニングです。スピードと組合せにより、企業とアライアンスを組み合わせながら、「環境変化に対応したダイレクトな売れるしくみ」をつくりだします。クライアントとその先のお客さまを「にこにこ」させたい。それが、私たちの望みです。

## 株式会社かんでんCSフォーラム

Agency

代表者名: 取締役社長 彌園 豊一

本社所在地: 大阪市中央区南船場3丁目2番4号 南船場ユーズビル9F

ホームページ: <http://www.kcsf.co.jp/>

### プロフィール 提供している商品・サービス紹介

当社の社名にある「CS」という文字には、『Customer Satisfaction 常にお客さまにとっての最善を考える』、『Creative Service 常に誠心誠意、全力で臨み、仕事を楽しむ』、『Challenging Spirit 常にとどまらず、挑戦を続ける』という3つの意味があります。当社は、このCSスタイルを実践する「場」として、コンタクトセンター、マーケティング、ポータルサイトの3つの事業を行っています。「ひとと企業のよき関係を創造するヒューマンサービスカンパニー」として、皆さまのよりよき出会いの場を創造することを使命として活動してまいります。よろしくお願ひ申し上げます。

KCSFがお届けする生活ポータルサイト <http://www.fururu.net>

## 4~6月の「JTAスクール」ご紹介

新年度のJTAスクールがスタートします。センターの年間人材育成計画として、ぜひご活用ください。詳しい情報は、ホームページにアップしています。併せてご確認ください。

JTAスクール専用サイト ([http://www.jtasite.or.jp/jta\\_school/index.html](http://www.jtasite.or.jp/jta_school/index.html))

開催日	講座名	講師	会場	定員
4/23 (木)~4/24 (金)	スーパーバイザー養成講座	黒田 真紀子氏	日本マンパワー (東京都)	25名
5/14 (木)~5/15 (金)	スーパーバイザー養成講座	濱 富美子氏	日本マンパワー (東京都)	25名
5/21 (木)~5/22 (金)	トレーナー養成講座	後藤 啓子氏	日本マンパワー (東京都)	20名
5/28 (木)~5/29 (金)	センターマネージャー講座	三上 綾子氏	日本マンパワー (東京都)	20名
6/4 (木)~6/5 (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	25名
6/11 (木)~6/12 (金)	クレーム対応講座	玉本 美砂子氏	日本マンパワー (東京都)	25名
6/18 (木)~6/19 (金)	テレコミュニケーター養成講座	角脇 さつき氏	日本マンパワー (東京都)	25名
6/25 (木)~6/26 (金)	スーパーバイザー養成講座	黒田 真紀子氏	日本マンパワー (東京都)	25名

# JTA NEWS TOPICS

JTA・NEWS Vol.144

## Contents

「JTAコンタクトセンター・セミナー2009」を開催	1
コンタクトセンターQ&A	4
SVインタビュー VOL.18	5
新入会員のご紹介、JTAスクールのご案内	7
協会日誌	8

### 次号予告

「JTANEWS」Vol.145では、「2009年度 JTAスクール フォロワーシップ講座のご紹介」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

### 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、「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。

VOL.100およびVOL.101の配信内容を抜粋してご紹介します。

#### 【業界動向・情報】

1. 労働者派遣事業の平成19年度事業報告の集計結果 (厚生労働省)
2. 2008年上半年 情報漏えいインシデント報告書 (日本ネットワークセキュリティ協会)
3. 求人・求職のマッチング促進のための調査分析 (雇用情報センター)
4. 企業ポイント (ポイントカードやマイレージクラブなど) の法的性質と消費者保護のあり方に関する研究会の報告書およびガイドライン (経済産業省)
5. 平成20年版 国民生活白書 (内閣府)
6. 個人情報インターネットを通じて流出した場合の事業者の責任 (国民生活センター)
7. 2008年労働者派遣事業統計調査 第4四半期 (日本人材派遣協会)
8. 広告表示等に関する苦情・相談Q&A (日本広告審査機構)
9. 今冬のインフルエンザ総合対策について (厚生労働省)
10. 学校における携帯電話等の取扱い等に関する調査結果 (文部科学省)

**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)

## 協会日誌

### 1/21、2/9 事業委員会

#### ① 2009年度事業活動計画について

- ・コールセンター入門講座: 2009年度においては、上半期 (6月) と下半期 (10月) に1回ずつ開催することとなった。
- ・海外視察ツアー: 訪問国等について、アンケートを実施し、その結果に基づいて決定することとなった。
- ・JTAスクール: 2009年度開催スケジュールのとおり実施するとともに、スクールの付加価値を提供する施策について検討した。

### 1/22 情報調査委員会

#### ① コンタクトセンター見学会について

- ・25社47名の申込があり、見学会受け入れ先であるディー・エイチ・エル・ジャパン(株)の意向を最優先し、15名の参加者を決定したことを報告した。
- ・今後のコンタクトセンター見学会について、2005年度以降の申込状況および申込企業の「自社の見学受入の可否」の状況等を説明した。次回以降の見学会の案内文に「受け入れ先を含め参加者同士の情報交換が目的であること」「相互主義が原則であること」を明記するとともに、「どのような条件が整えば見学受入が可能か」を尋ねることとなった。

#### ② 2008年度活動報告および

##### 2009年度活動計画について

- ・センター見学会: 東京近郊およびその他の地域で1回ずつ開催することとなった。
- ・JTAメールニュース: 最低月に1回のペースで配

信することとなった。

- ・会員実態調査: 会員のアウトソーシング企業に対する調査を実施することとなった。質問項目など、内容については次回以降の委員会で検討する。

#### ③ JTAメールニュースについて

- ・VOL.100の内容を承認した。

### 2/4 広報委員会

#### ① JTA NEWSの発行について

- ・2月号: 新春賀詞交歓会における来賓のあいさつ、2008年12月9日に開催したCRMソリューション大会の開催概要を掲載し発行したことを報告した。
  - ・3月号: 2月17日～18日開催のJTAコンタクトセンター・セミナー2009の開催報告を掲載することとなった。
  - ・4月号: JTAスクールのフォローアップ講座の担当講師にインタビューを行い、内容の紹介記事を掲載することとなった。
- また、2月3日に開催したコンタクトセンター見学会の概要、2月10日に開催したスーパーバイザー意見交換会の概要を掲載することとなった。

#### ② 2008年度活動報告および

##### 2009年度活動計画について

- ・JTA NEWS: 8ページ立てを基本とし、特集などの分量によっては増ページとすることとなった。また、海外ツアーの報告を掲載する号はカラーとすることとなった。
- ・プレスリリース: プレスリリースを配信すべきものについて、随時委員会で討議し、充実を図ることとなった。

### 「コールセンター入門講座」を開催します

コールセンター/テレマーケティングの機能・役割、基本用語などの概論に加え、取材・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わる法律」について、体系的に分かりやすく解説する「コールセンター入門講座」を開催します。コールセンターのマネジメントにおいて必須の基礎知識ですので、是非ご参加ください。



#### ●開催概要

日 時: 2009年6月16日 (火) 13:00～17:20

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

受講料: JTA会員: 1名4,200円 (税込) / 一般: 1名 7,350円 (税込)

定 員: 100名 (定員になり次第締め切らせていただきます)

\* 詳細・申込方法等は近日中にホームページに掲載いたします。

#### ●カリキュラム

【テーマ】テレマーケティング&コールセンター基礎知識

【講 師】(株)フジスタッフ CCM事業部 シニアコンサルタント 鈴木 誠氏

【テーマ】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】(株)アイ・エム・プレス 月刊『アイ・エム・プレス』発行人 西村 道子氏

【テーマ】知っておきたい テレマーケティング関連ルール

【講 師】(社)日本テレマーケティング協会 事務局 課長 森田 豊