

業界関連レポート



コールセンターとテレワーク

これまでさまざまな取り組みが行われてきたテレワークですが、特にここ数年、話題に上る機会が増えてきたようです。また、今回の東日本大震災の影響で、BCP^{*1}の一環としてフォーカスされています。

その一方で、当協会情報調査委員会が実施したアウトソーサー実態調査によると^{*2}、テレワーク、特に在宅テレコミュニケーションを導入している企業はそれほど多くありません。

では、テレワークの実態とはどのようなものなのでしょうか。JTA NEWS では会員企業を中心に取材を行い、テレワークに関する概要と現状をレポートしたいと思います。今号と次号の記事を皮切りに、不定期ながら連載形式でお伝えしていきたいと考えています。会員各社の皆様のご協力をよろしくお願いいたします。

◎テレワークの定義とは

テレワークとは、各企業のオフィスや施設ではなく、それ以外の場所で働く状況を指します。具体的には、在宅、モバイル、サテライトオフィスなどに分類され、さらに実施頻度によって常時テレワークや随時テレワークなどがあります [Column 1 参照]。

これらのテレワークの中で、テレマーケティング業界、特にコールセンターと関連が深いものとして在宅勤務が考えられます。そこで本稿では、在宅勤務を中心にテレワークの現状をご紹介します。

◎日本のテレワークの全体像

まず最初に、日本の企業のテレワークへの対応状況を見てみましょう。

総務省で行った調査^{*3}では、2009 年末時点でテレワークを導入している企業が 19.0%でした。過去の推移は 2006 年—7.6%、2007 年—10.8%、2008 年—15.7%となっており、着実な伸びを見せています。また、導入した効果を問うと 96.2%の企業が『効果あり』と答えています。

一方、国土交通省の調査^{*4}によると、2010 年の就労者のテレワーク率は 16.5%で、約 6,600 万人の労働力人口のうち 1,000 万人強が狭義のテレワーカーという結果が出ています [Column 2 参照]。2008 年の同じ調査では約 15.2%と、微増となってい

[Column 1]

テレワークの概念

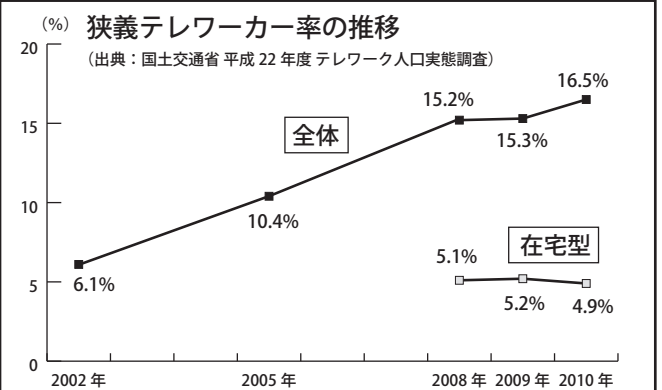
広義には、tele- (遠い、遠距離の) と -work (仕事) の組み合わせで「場所にとらわれずに働くこと」と捉えることができます。そこにはさまざまな就業形態が含まれますが、現在は「情報通信技術 (IT) を活用した場所や時間にとられない柔軟な働き方」(総務省)と定義されています。

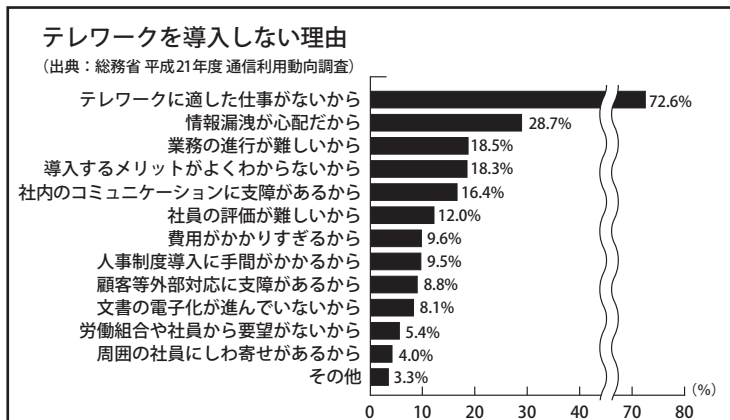
さらに総務省ではテレワークの形態を、一般企業が行う企業雇用型として (1) 自宅を就業場所とする在宅勤務、(2) 施設に依存しないモバイルワーク、(3) サテライトオフィス等を就業場所とする施設利用型勤務の 3 つに分類。さらに、個人事業者や小規模事業者が行う自営型として (4)SOHO と (5) 内職副業型勤務に分類しています。

[Column 2]

狭義テレワーカーの定義

国土交通省では狭義テレワーカーとして、“自分が所属する部署のある場所以外で、IT を利用して、1 週間あたり 8 時間以上仕事を行っている人”と定義しています。





ます。その中で在宅型テレワーカーは、2010年の調査では全体の4.9%にあたる約320万人で、ここ3年間での大きな変化は見られません。

導入企業が増え効果があり、多くの企業が興味を示しているものの、テレワーク人口はそれほど増えていないという結果です [Column 3 参照]。

では、その進展を妨げている要因は何なのでしょう。

総務省の同じ調査で『テレワークを導入しない理由』を見ると、『情報漏洩が心配だから』の28.7%をはじめ課題やデメリットが数多く挙げられています。その一方で、最も突出しているのが『テレワークに適した仕事がないから』の72.6%。また、『導入するメリットがよく分からないから』も18.3%と高い数字になっています。デメリットも考えられるものの、むしろ未だ深い理解に及んでいないことが大きな阻害要因と思われます。

具体的な現状について、テレワーク導入コンサルティング事業、テレワークシステム販売、テレワークコールセンター事業などを行い、社団法人日本テレワーク協会の会員でもある株式会社ライフネスの、代表取締役社長城戸康行氏に話を伺いましょう。

「通信販売などのインハウスのコールセンターを中心に、テレワークを導入するところが増えてきました。また、今回の震災の影響もあって、弊社にはテレワークを導入したいという企業からの問い合わせも急増しています。企業によってニーズや環境は違いますが、主にBCP対策も含めたBPRの中でのテレワークや、従業員目線でのES向上やCSRとしての導入が検討されています。

BPRという観点で見るとBCP対策以外にも、業務の効率化や組織の最適化の中で、業務量に合わせた人員の配置、フレキシブルな運営が可能となります。また、オフィススペースや交通費などのコスト削減なども実現できます。

もう一つ、大きな効果として優秀な人材の確保と多様な人材の活用が挙げられます。育児や介護などの要因で離職や休職し

[Column 3]

国土交通省の調査結果では「……テレワーク実施環境は向上していると考えられるが、一方でセキュリティの強化等により、パソコンやデータの持ち出しが厳しくなっていることや、インターネット普及率の増加が以前と比べて小さい傾向にあること等から、テレワーク率はここ数年で若干増加しているが、伸び悩みが見られる……」とのこと。テレワークのためのインフラは整ってきたものの、セキュリティなどの課題も出てきていると分析しています。

なければいけないケースがありますが、テレワークに切り替えることで高いスキルを持つ人材をそのまま雇用し続けることができます。これは、従業員側から見ても大きなメリットであり、会社へのロイヤリティにもつながるでしょう。また、障害者やひとり親家庭などの就業の機会を増やすことにもなります。さらに通勤減、オフィススペース減などによる環境負荷の軽減、地域の活性化にもテレワークは効果的です」

このようにメリットは多いテレワークですが、やはり導入に躊躇する企業も多いとのこと。デメリットや理解不足の他に、城戸氏によると「労務管理と住環境がネックになっていることが多いですね。また、目の前で一緒に仕事をするを大切にしたい、個々の仕事を標準化しにくいという日本企業ならではの文化も影響しているようです」

◎センターと同じ環境を自宅で

導入に踏み切れない大きな要因に、情報漏洩への危惧がありました。テレワークに限らず、情報管理上の問題は人的なものが大半を占めると言われています。セキュリティレベルを上げていくには、企業と労働者の間に明確な信頼関係を築き、ミスなどによる漏洩の可能性を極力減らす環境作りが重要と言えるでしょう。

一方で、セキュリティを強化した体系的なインフラ整備も不可欠です。特にコールセンターの一部としてのテレワークを考えた場合、個人情報を中心とする情報管理は非常に重要なポイントと言えるでしょう。

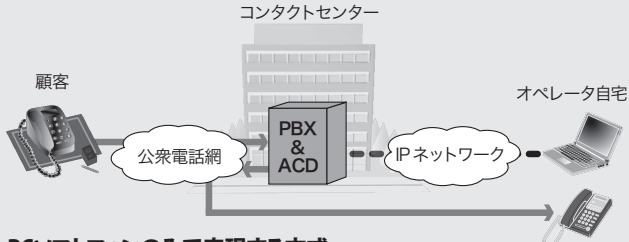
では、システムの現状はどうなっているのでしょうか。システムベンダーである日本アバイア株式会社のアバイア アジアパシフィックソリューションマーケティング部長の平野淳氏に、在宅オペレーションを実現するためのシステムの概要と、テレワーク先進国といわれるアメリカの状況についてお話を伺いました。

「基本としては、コンタクトセンターのシステムとオペレーターの自宅をIPネットワークでつなぐことで、どこにいても同じ環境を実現しています。データのやりとりだけでなく、PCソフトフォンやWebカメラなどを使って自由にコミュニケーションが取れるようになっています。また、お客様からの電話の転送方法として、2つの選択肢があります。一つはIPネットワーク上のPCソフトフォンを利用するものです。導入が容易で、コスト的にもメリットがあります。もう一つが、お客様との会話に公衆電話網を使うものです。別に通話料金がかかりますが、現在のPCソフトフォンと比べて高音質なため、顧客満足にもつながることが多いようです」とのこと。こういった在宅コンタクトセンターは、同社のソリューションの一つであるAvaya one-X[®] Agentを活用したシステムで実現しています。そのためセキュリティも高く、それぞれのセンターのニーズに合わせた柔軟なシステム構築ができるようになっています。

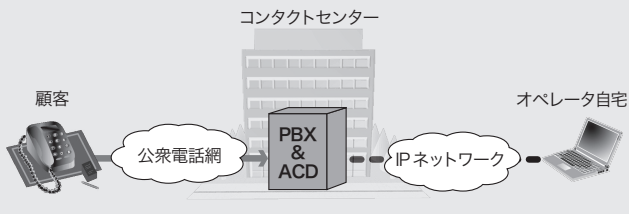
さらに平野氏に、アメリカと日本の状況を比較していただきました。「アメリカの在宅オペレーターの導入動向としては、

在宅コンタクトセンターの概念図

PCソフトフォンと一般電話回線を組み合わせる方式
(通話料がかかるものの音声品質が高いシステム)



PCソフトフォンのみで実現する方式
(シンプルで導入しやすくコストメリットも高いシステム)



2008年には推定151,000人でしたが、今年中に33万人に倍増すると予測されています。日本国内としては、当社のお客様として延べで2,000シート未満となっていて、今後に期待という状況です。具体的なアメリカの事例を伺うと、VIP対応で定評がある航空会社ではオンラインと在宅オペレーター対応だけで、予約業務の90%以上を処理しています」とのこと。企業風土や住環境などさまざまな違いはあるものの、在宅オペレーションの可能性は高いと言えるのではないのでしょうか。

◎メリットを活かした取り組み

では、エージェンシーの取り組みはどのような進展を見せているのでしょうか。

株式会社エヌ・ティ・ティ・ソルコでは、在宅オペレーションサービスの導入に向けて独自の取り組みを行ってきました。その一つを、同社第一営業本部営業推進部長の稲垣禎介氏に伺ってみましょう。

「昨年、自社オペレーターの採用受付業務に、在宅オペレーションサービスを導入しています。センターに寄せられた問い合わせはセンター内のIP-PBXで分配し、その一部をオペレーターの自宅に転送する仕組みです。センター側では、スーパーバイザーがホームオペレーターのエスカレーション対応とモニタリングを行っています」とのこと。

このプロジェクトのもう一つのポイントに、オペレーターの募集方法があります。すでに就労しているオペレーターの中から希望者を募ったのではなく、新たに“在宅オペレーター”として募集を行いました。

同社の業務・品質推進本部センターマネジメント部門企画調整部長の中野裕文氏によると「昨年7月に、求人サイトや弊社のホームページなどを使って、ネット上で募集を行いました。1週間ほどの広告掲載の間に約200名の応募があり、ニーズの高さが分かりました。志望動機を見てみると“子供の世話のため家で働

きたい”が最も多かったですね。構成比では、30代と40代の女性が7割以上を占めていますが、約1割が男性で、ダブルワーク希望や退職者からの応募もありました」とのことです。

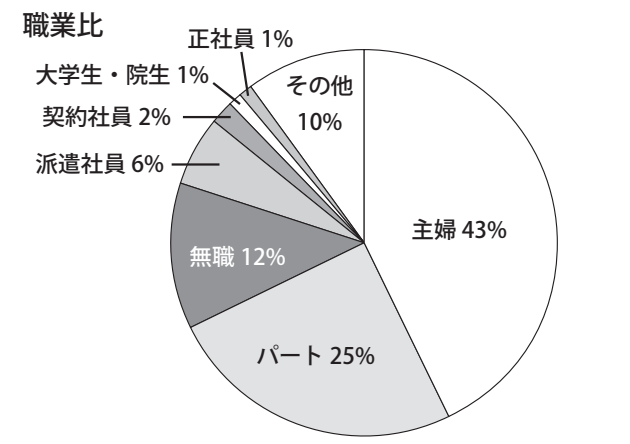
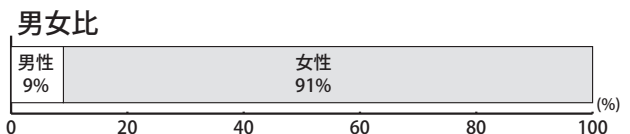
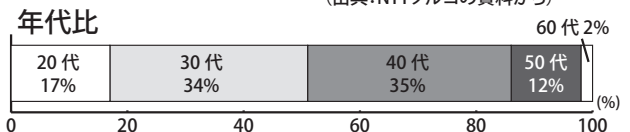
同社の場合、在宅オペレーターは自宅のパソコンをインターネット経由でセンターのシステムにつないで業務を行います。システム面でのセキュリティとしては、指紋認証・VPN接続・シンクライアント化・Webカメラなどによる情報管理、盗難防止対策などが導入されています。また、オペレーションを行う自宅の環境として(1)就業時に家族の出入りが少ない場所、(2)窓や扉から離れていて画面が覗き見られない場所を選定するなど、セキュリティを意識した在宅業務のルール化も行っています。現在、7名を採用してオペレーションを継続中。「繁閑差のある業務では特に、在宅オペレーションサービスは有効なソリューションだと実証できました。自社業務に導入したことでさまざまな検証が行えて、短期間で運用ノウハウを蓄積することができました」と稲垣部長は語ります。

業務・品質推進本部センターマネジメント部門企画調整担当の東裕子氏にオペレーターの感想を伺うと、「通勤時間がない分、家事などを行える」「子供のそばにいられる安心感がある」など非常に好評でした。また、「社会復帰の手段として最適」「今後、もっと勤務時間を延長したい」といった声のほか、「WEBカメラやチャットにより安心感を持って業務が出来る」という意見も聞かれました」とのことです。

今後の取り組みについて稲垣部長は「セキュリティ面での危惧も確かにありますが、詳しい個人情報を扱わない今回のような一次受付や簡単なヘルプデスクなど、ホームオペレーションサービスに向けた業務もたくさんあります。まずそこから取り組んで、広がっていくことが重要だと考えます」とのことです。

ホームオペレーター募集への応募者の構成

(出典:NTTソルコの資料から)



◎テレワークの本質を見てプロジェクト化

在宅を中心とするテレワークのメリットは、かなり明確に見えてきましたが、その一方でいくつかの課題が残されていることも事実です。想定されるものとして、テレワーク向けの業務の選択と、それを実現するための環境整備があります。

特に都心部での住環境は、在宅に向いているとは言えません。コールセンターと同等の機能やセキュリティを実現したとしても、外部の雑音が多すぎて顧客満足度低下につながったり、覗き見などで情報漏洩するという可能性もあります。エヌ・ティ・ティ・ソルコのプロジェクトでも在宅環境のチェックが重要なポイントになっていましたが、それらへの対応も必須と言えるでしょう。

一方で、多様化する働き方を活かしたプロジェクトを推進しているのが、トランスコスモス株式会社です。

同社では今年1月から、SaaS型CRMシステムを使ったクラウドサービスとIP電話を組み合わせた、在宅型コールセンターサービスの実証実験を行っています。対象業務は、一般消費者の生の「感性」が必要な市場調査やミステリーコールなど、個人情報を取り扱わないアウトバウンド業務に限定しています。

このプロジェクトに関して、同社常務執行役員の河野洋一氏に伺いました。「クラウド型の在宅コールセンターサービスによる市場調査やミステリーコールは、当社のMCM分析サービス部が担当しています。例えば保険会社やカード会社などの受付窓口がどのような対応を行っているのか、また他社と比較して自社の対応サービスレベルはどのくらいなのかを調査、定量化することが目的です」

MCM分析サービス部は、マーケティング・チェーン・マネジメントサービスの頭文字をとったもので、調査だけでなく戦略立案、プロセス構築、BIソリューション導入など、マーケティングのあらゆる面側からの提案、分析を行う部署です。同社サービス統括サービス企画本部企画部チーフの増田由弥子氏によると「市場調査やミステリーコールなどの場合は電話の向こうの生活感が逆に臨場感になります。それも含めて、正確な調査につながっているようです」とのこと。多様化する働き方を活かすことで、テレワークの可能性を広げたと言えるでしょう。

河野氏によると「実証実験について公表した時点から、すでに多くのお問い合わせをいただいています。より幅広い業務を在宅で行うには、日本の場合まだまだ時間がかかるかもしれませんが、引続き実証実験を続け、在宅ならではの管理手法を確立し、お客様企業のビジネスを支援するとともに、ワークライフバランスの向上、通勤緩和、地方での就業機会の促進、地方経済の発展に貢献できるテレワークの仕組みを普及させたいと考えています」。日本の企業風土や文化などに適したテレワークの「仕組み」を見出していくこと。それが、これからの取り組みの一つと言えそうです。

最後に、テレワークの可能性についてまとめてみましょう。アバイアの平野氏は「一般企業でいうと中間管理職が、自分の仕

事をこなすにはテレワークは最適」と指摘します。また、ライフネスの城戸氏は「テレワークを導入することでプラスもあればマイナスになることもあります。何を目的に導入するのかを明確にする必要があります。それぞれの企業ごとに考えていく必要があるでしょう」

エヌ・ティ・ティ・ソルコの中野氏は「データエントリーやネットでのやりとりなど、コール以外の業務の方が在宅に向いている場合もあります」。電話中心のコールセンターからマルチチャネルのコンタクトセンターへブラッシュアップしていく中で、メールやチャットといったネット対応の部分を実在化するという方向性も考えられるということです。

さらにトランスコスモスの河野氏は「アウトソーサーとしては、在宅に関してクライアントの理解がまだまだ得にくいというのが実情です。社会全体にテレワーク自体がもっと浸透していくことが不可欠だと考えますが、可能性は大きいと思っています」と語ります。

今後の日本全体のニーズの高まり、それによる認識・認知の進展が待たれるといったところででしょう。

なお次号では引き続き、これまでの官民での取り組みやテレワーク導入が進む他業界の情報、在宅コールセンターの具体的な構成などについてお伝えしたいと思います。

※1
BCP / Business Continuity Planning : 事業継続計画
災害やパンデミックといったリスクに対して、事業継続を確保するための計画や取り組みなど。

※2
当協会情報調査委員会が実施している『テレマーケティング・アウトソーシング企業実態調査』によると、「在宅テレコミュニケーターの有無」という質問に対して「いる」と答えたアウトソーサーは、2007年から2009年までは2社でしたが、2010年には5社と微増しています。

※3
平成21年度 通信利用動向調査
総務省 情報通信国際戦略局 情報通信経済室
<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/statistics/statistics05.html>

※4
平成22年度 テレワーク人口実態調査
国土交通省 都市・地域整備局 都市・地域政策課
http://www.mlit.go.jp/crd/daisei/telework/22telework_jinko_jittai_gaiyo.pdf

今回、ご協力いただいた会員各社（取材順）

●株式会社ライフネス

〒151-0053 東京都渋谷区代々木 1-59-1 オーハシビル 6F
<http://www.lifeness.co.jp/>

●日本アバイア株式会社

〒107-0052 東京都港区赤坂 2-17-7 赤坂溜池タワー
<http://www.avaya.com/jp/>

●株式会社エヌ・ティ・ティ・ソルコ

〒105-0003 東京都港区西新橋 2-8-6
<http://www.solco.co.jp/>

●トランスコスモス株式会社

〒150-8530 東京都渋谷区渋谷 3-25-18
<http://www.trans-cosmos.co.jp/>

ありがとうございました。

スーパーバイザー interview

vol.38

富士ソフトグループの一員である富士ソフトサービスビューロ株式会社。自社コールセンターサービスを中心に、BPO サービス、人材オフィスサービス、Web コンテンツサービスの提供など、クライアントと顧客をつなぐサービスをトータルで提供しています。

富士ソフトサービスビューロ株式会社

カスタマーサービス部 リーダー

高藤 英代 さん

カスタマーサービス部

倉田 剛也 さん

サッカーや野球などスポーツ観戦が趣味という倉田さん。一方、買い物でスッキリするのがストレス解消という高藤さん。共通しているのは、酒宴も含めてみんなで話すことが大好きということのようです。



業種・業務を問わず、幅広いサポートを行っている富士ソフトサービスビューロですが、プロジェクトの一つにアプリケーション操作方法ヘルプデスクがあります。今回取材させていただいたのは、この業務の中核を担っているスーパーバイザー（以下、同社の呼称のチーフ）の、高藤英代さんと倉田剛也さんです。

1年を通したスケジュールで運営

二人が参画しているプロジェクトは、お客様のアプリケーションを利用した方からの問合せに対して、操作方法をアドバイスする部門です。同社の東京と千葉にあるコールセンター2拠点で対応しています。

年間を通して問い合わせはあるもののその差は大きく、特定の時期にコールが集中します。最も多かった問い合わせ数は1日8,000件とのこと。繁忙期の激しさが特徴のプロジェクトと言えるでしょう。

センターの取り組みを、1年のスケジュールの中でご紹介しましょう。

年間を通して約20名のオペレーターが常駐し、高藤さん・倉田さんを含めた4人のチーフが管轄。それをベースに、秋頃から段階的に新規オペレータを募集します。「去年は5回に分けて、約100名のオペレータを採用しました」と高藤さん。新規オペレーターの構成を伺うと、年代は20代から50代まで幅広く、男女の構成比はほぼ同率とのこと。彼らを新たな仲間として迎えて、繁忙期に備えます。

「採用後は10日間ほどの研修を経て、先輩オペレーターやチーフと組んだOJTを行います」。オペレーター研修もチーフの仕事。二人も約3週間の研修を受けて現職に就いていますが、その経験を活かしながら、独自の取り組みを加味しつつ教育を行って

ます。

そして、スキルを身につけたところに繁忙期が訪れます。倉田さんによると「普段は9時・5時ですが、一番忙しい期間は、9時から夜8時までの対応になります。他のプロジェクトからもチーフレベルの人たちが応援に来てくれて、全社を挙げた対応になっています」とのこと。入社6年目の高藤さんと3年目という倉田さん。その若い力が中心となって、粛々と業務を遂行していきます。

業務が一段落したところで、休む間もなく分析作業を行います。そして、その結果を受けて次年度への対応が始まります。

スタッフ間で話すことが最も重要

センター運営の中で、特に注力しているポイントを伺うと、「オペレーターだけでなく、すべてのスタッフの間でのコミュニケーションを大切にしています。それにはまず話し合うことだと思います」と二人は口を揃えます。

「勤務中はもちろん、休憩時間や退社後などもチャンスがあればできるだけ話をしています。話し合うことで、自然と同じ方向を向いていくものだと感じています」と高藤さん。「退社後に飲みに行ったときなど、つい熱くなってしまうこともあります。でも、同じ意識があるからこそ議論ができるのだと思います」と、倉田さんも同意見です。

話し合うことで生まれる強いつながりや仲間意識。それをベースに、一致団結してプロジェクトを遂行していく姿勢が伝わってきます。

「いつも楽しく仕事をしたい」という高藤さん。1年というタームの中で、共に作り上げて成功に導いていくには、さまざまな苦労があるでしょうが、大きな喜びも生まれているようです。

さらなる目標について伺うと、「人と関わりながら、みんなと一緒にやって作り上げていくことが好きで、これからもその中核として活躍できたらと思っています。いずれは、ゼロからコンタクトセンターを立ち上げてみたいですね」。そのためには分析力が欲しいという高藤さん。「人を知る力や数字を読む力など、理解するための力を磨いていきたいと思っています」

倉田さんは、「人を育てる難しさを感じています。まずは目の前に座っているオペレーターを、優れたリーダー役に育てていきたい。皆さんやる気はあるし意識は高いので、それぞれに適した方法を見出しながら、スキルアップの手助けをしたいと思います」

最後に今回の震災の影響と、取り組みを伺ってみました。高藤さんによると「通勤が困難になったり、家庭の事情で続けられなかったりと、辞められたオペレーターさんもありました。補充などを行うことで、お客様にご迷惑をおかけすることはありませんでしたが、何が起るのか分からないということが身に染みしています。今は、危機管理意識の強化や自家発電などの導入も含めて、“電話が止まらない環境作り”に全社で取り組んでいるところです」とのこと。今回の災害で通信インフラとしてのコンタクトセンターの重要性を再認識したということではないでしょうか。

企業情報

富士ソフトサービスビューロ株式会社

代表取締役社長：貝塚 隆

ホームページ：http://www.fsish.co.jp/

設立：1984年

従業員数：1,959名

プロフィール：新時代のビジネススタイルを確立。コールセンター中心のBPO専門特化サービスをご提供いたします。

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ください。エントリーをお待ちしています。

CONTACT センター Q&A

A 「モンスター化していると感じている」とのことですが、現象として表れているテレコミュニケーターの行動（「よく休む」「しょっちゅう遅刻する」「注意を聞かない」「自分の主張をとおそうとする」等）は、多くのセンターで起こっていることではないでしょうか。

まず、入社当初からそういった行動はありましたか。特に導入研修のときに既に傾向があったのであれば、研修担当者が黙認してしまったところに問題があります。チームに配属されてからということでしたら、スーパーバイザーが原因となっているケースが多いと思います。また、センターの体制なども要因となる可能性があります。原因や要因として大きなものは、次の3点です。

①信頼関係が築けていない。

基本は、テレコミュニケーターの話を、理解しながら聞いているかということです。相手の話を聞くことは相手の言いなりになるということではありません。相手が言っていることを注意深く聞くことで、何が言いたいのか真意をつかむことができます。併せて相手の価値観なども理解することができます。また、労いや感謝を適切に表すことも重要です。「仕事だからやって当たり前、なんでテレコミュニケーターにありがたうを言わなければいけないのか」とおっしゃった管理者がいました。センターにそういった考えがあると、テレコミュニケーターも自分の言い分をとおそうとします。人間は感情を持った動物です。信頼関係の構築には、自分の感情と相手の感情をマネジメントすることが必須であることを理解し



「よく休む」「しょっちゅう遅刻する」「注意を聞かない」「自分の言い分をとおそうとする」等、テレコミュニケーターがモンスター化しているように感じています。何とかできないもののでしょうか。

回答者 黒田 真紀子 氏

(株)コミュニケーション・アカデミー 代表取締役社長
JTA テレマーケティングスクール
スーパーバイザー養成講座
EQ 発揮のフィードバック(フィードバック講座) 講師

てください。

②正当な評価ができていない。

不公平感を感じると問題の行動が起きます。出勤している人の前で「休み(遅刻)が多くなっているのでは……」など言っていないですか。出勤している人にとってはなぜ自分達は出てきているのにそんなことを言われるのかと納得がいきません。また、自分のことを正しく理解していないと感じたときには「注意を聞かない」という行動を取りやすいものです。できる限りテレコミュニケーター一人ひとりを理解するように努めましょう。同時に評価基準を明確にすることで、注意を受け入れやすい環境を整えることをお勧めします。

③指導力やリーダーシップが十分発揮されていない。

指導力では、適切な注意ができないことが挙げられます。例えば「言いにくい人には言わない」「言いにくいことは言わないで済ませようとする」「ミスを本人に伝えず直してしまう」「注意するときに感情的になる」等です。言いにくいで片付けることなく、事実は事実として伝える習慣をつけます。良い結果を出すためには何が必要かを一緒に考え、改善を促します。

リーダーシップでは「方向性が明確に示せない」「約束が守られない」「周知、告知が相手の理解に繋がらない(こちらからは発信しているつもりでも、相手が理解できない、受け取れていない)」などが挙げられます。

モンスター化していると感じたら、まずは自ら①～③について確認してください。

7月のJTAテレマーケティング・スクール開催スケジュール

開催日	講座名	講師	会場
7/5(火)～7/6(水)	センターマネージャー養成講座	鈴木 誠 氏	日本マンパワー(東京都)
7/7(木)～7/8(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)
7/14(木)～7/15(金)	スクリプト作成講座	鈴木 誠 氏	日本マンパワー(東京都)
7/26(火)～7/27(水)	クレーム対応講座	玉本 美砂子 氏	新大阪丸ビル新館
7/28(木)～7/29(金)	スーパーバイザー養成講座	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、JTA スクールホームページ [JTA スクール](#) [▶ 検索](#) まで。

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

カスタマーサービスセンター

顧客に対するサービスを提供する組織またはサービスの受付窓口のこと。コールセンターと同義で使用させることもある。

カスタマーセンター

「カスタマーサービスセンター」と同義・参照。

架電

テレコミュニケーターが販売やアフターフォロー等を目的に顧客に電話をかけること。

架電効率

アウトバウンドにおいて、ターゲット本人へ到達できること。

稼働率

テレコミュニケーターのログイン時間(稼働時間)のうち、本来業務(電話・Eメール対応など)を行っている時間の割合。

カリブレーション

モニタリングを実施した担当者ごとの評価結果を照合し、評価基準のブレを解消するために行う作業。「モニタリング基準合わせ」とも言う。

キュー

コールセンターの交換機に着信したが、応答可能なテレコミュニケーターがいないため、応答を待っている呼。

クイックレスポンス

素早く応答(反応)すること。コールセンターにおいては、顧客を待たせることなくテレコミュニケーターや目的の案内につながること。

クライアント

顧客・依頼人。テレマーケティング・エージェンシーにおいては、コールセンター業務の委託元企業のことを言う。

クレーム

企業・組織に対して、顧客から寄せられた主張、不満、苦情のこと。

クロージング

1 インバウンド、アウトバウンドにおける会話の締めくくりのこと。不明点の確認やテレコミュニケーターの名乗り、お礼、挨拶などを行う。2 案件を完了させること。

クロスセル

商品やサービスを販売するにあたり、その商品に関連する別の商品やサービスあるいは組み合わせ商品と同時に案内し、販売すること。

欠勤率

所定の就業日数に対して、欠勤した日数の割合。

算出式=欠勤日数÷所定就業日数×100

コーチング

相手に自発的な行動を促すコミュニケーション手法で、部下のモチベーションを引き出し、組織に高い生産性をもたらすための解決法として人材育成に使われる。相手に質問や提案を投げかけることで気づきを促す方法。

コールエージェント/CA(Call Agent)

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。

コール数

対応した通話呼数のこと。

コールセンター

企業において、顧客や消費者からの電話対応を専門に行う拠点・窓口のこと。商品やサービスへの問い合わせやクレームなどに対応する。

コールトラッキングシステム

顧客情報・クレーム・要望等の様々な情報をDB化し、データの共有・分析を可能にするシステム。CTIとの連携においてナンバーディスプレイ機能により着信時の顧客検索を自動化することが可能。

コールバック

コールセンターに着信した電話に対して、回線が

込み合っている、回答に時間を要すなどの理由で、一度回線を切断し、改めて顧客に電話すること。または、発信した電話に対して、電話がかかってくること。

コールブレンディング

インバウンド業務とアウトバウンド業務を、同一のテレコミュニケーターまたはオペレーション席で並行して行うこと。インバウンドの着信呼数がある程度少ない場合、テレコミュニケーターの空き時間を利用してアウトバウンド業務を行う形態のこと。

コールフロー

顧客からの電話をテレコミュニケーターのスキル分けやIVR等を用いて効率的に振り分けるための流れのこと。

コールマネジメント

コールセンターの品質や生産性を最大限に引き上げるために、各設備やネットワークサービス、労働力の選定および各要因の組み合わせの最適条件を導き出すための一連の過程のこと。

コール予測

コールセンターにおける過去のコールの履歴データや、メディアの種類や投入量、天候、日柄などといった変動要因を元に、時間・日・月ごとの着信件数を予測すること。

JTA NEWS TOPICS

JTA NEWS Vol.171 Contents

業界関連レポート	
コールセンターとテレワーク-11
SV インタビュー Vol.385
コンタクトセンター Q&A6
コールセンター/ テレマーケティング用語集7
協会日誌 他8

次号予告

「JTA NEWS」Vol.172 では、「業界関連レポート コールセンターとテレワーク-2」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

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.139(2011年5月9日配信)

配信数 : 4,402 名

【協会からのご案内】

1. JTA NEWS VOL.170(2011年5月号)を協会ホームページにアップ
2. JTA スクール 札幌、沖縄での開催が決定！【業界動向・情報】
3. 世界の統計 2011(統計局)
4. スマートフォン活用セキュリティガイドラインβ版(日本ネットワークセキュリティ協会)
5. 犯罪収益移転防止法違反の特定事業者に対する行政処分(経済産業省)
6. 2010年度 JCSI(日本版顧客満足度指数)(サービス産業生産性協議会)
7. 2011年2月度通信販売売上高(日本通信販売協会)
8. 平成23年春のスギ・ヒノキ花粉の飛散状況および終息時期(環境省)
9. 今後のパートタイム労働対策に関する研究会 議事録(厚生労働省)
10. 中小企業におけるクラウドサービスの安全利用に向けた文書(情報処理推進機構)

【監督官庁等からのお知らせ】

11. 東日本大震災で被災した既卒学生・生徒のために緊急的な募集・採用をお願いします！



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

03-5289-0404

受付時間 10:00～16:00(土曜・日曜・祝日を除く)

協会日誌

4/18 人材育成委員会

- ① スーパーバイザー意見交換会について
 - ・年度を通じて、東京・大阪で開催すること、その他の地域では、JTA スクールの開催と合わせて検討することを決定した。
- ② コールセンター/テレマーケティング用語集について
 - ・既存用語の修正・削除、新用語の追加等の用語集のメンテナンスおよび、定着に向けた周知活動を行うことが決定した。
- ③ マネージャー・センター長による意見交換会
 - ・試行的に開催することを決定した。

4/21 事業委員会

- ① 2011年度 JTA スタディーツアーについて
 - ・旅行会社からの提案に基づき、書類選考を行った。

② JTA スクールについて

- ・2010年度の開催報告を行った。
- ・JTA スクールの目的(あり方)を、企業視点も加えて再度検討することとなった。
- ・北海道・沖縄県において、スーパーバイザー養成講座とクレーム対応講座を開催することを報告した。

5/11 広報委員会

① 会員ニュースの公開状況について

- ・4月に会員より寄せられた会員ニュースのHP上への掲載状況について報告した。

② JTA メールニュースについて

- ・VOL.140の情報収集状況を報告した。

③ JTA NEWS の発行について

- ・6月号:テレワーク(在宅勤務)の記事について、4社に取材し、現在内容の確認中であることを報告した。

北海道と沖縄で JTA スクールを開催します

北海道・沖縄県両地域のコール/コンタクトセンター関連企業からのご要望にお応えし、今年度は「クレーム対応講座」と「スーパーバイザー養成講座」を北海道・沖縄県で各1回ずつ開催します。スタッフのスキルアップはもちろん、研修を通じて他社の方と交流することにより新たな気づきがあります。多くの皆様の参加をお待ちしています。

開催日	講座名	講師
北海道札幌市での JTA テレマーケティング・スクール開催スケジュール		
9/1(木)～9/2(金)	クレーム対応講座	玉本 美砂子 氏
11/10(木)～11/11(金)	スーパーバイザー養成講座	角脇 さつき 氏
沖縄県那覇市での JTA テレマーケティング・スクール開催スケジュール		
8/25(木)～8/26(金)	スーパーバイザー養成講座	黒田 真紀子 氏
2012年 1/19(木)～1/20(金)	クレーム対応講座	玉本 美砂子 氏

【監督官庁等からのお知らせ】

from
Mail News

被災した既卒学生・生徒のために緊急的な募集・採用のお願い(厚生労働省)

東日本大震災で被災した既卒者を積極的に募集・採用しようとする企業が出てきています。厚生労働省では、この動きをさらに後押しするため、卒業後3年以内の既卒者で被災した人を採用する事業主に対して、次の奨励金の支給額の拡充と要件緩和を行います。

- ・3年以内既卒者(新卒扱い)採用拡大奨励金

- ・3年以内既卒者トライアル雇用奨励金

詳しくは、下記のサイトでご確認ください。

【既卒者を採用する企業への奨励金拡充の概要】

<https://krs.bz/roumu/c?c=3034&m=1810&v=af4f7a72>

【特別相談窓口一覧】

<https://krs.bz/roumu/c?c=3035&m=1810&v=2e6a1f55>