

JTAコンタクトセンター・セミナー2010 in 沖縄

地域における新規産業の確立と雇用創出という観点からコンタクトセンターが注目され、多くの地方自治体が誘致支援・助成制度を設けています。各自治体の積極的な支援によって現在も地方展開が進展し、コンタクトセンターは全国区と言っても過言ではありません。

JTAでは、地方におけるコンタクトセンター事情に関するイベントを開催することで進出企業間の横断的活動を推進し、従業員のモチベーションを高揚させることで、地域および業界の活性化に貢献できると考えてきました。

そこで今回、コンタクトセンターの地方進出の先鞭をつけ、現在では多数のセンターが集積する沖縄県のご後援を受け、沖縄県に所在するJTA会員の多大なご協力のもと、「JTAコンタクトセンター・セミナー2010 in 沖縄」を開催することとなりました。

進出した企業の連携による、地域に根ざしたセミナーを予定しておりますので、多くの方のご参加をお待ちしております。

〈概要〉

- 日程：2010年1月14日（木）13:00～17:30
- 会場：沖縄産業支援センター ホール102
- 住所：沖縄県那覇市字小祿1831-1
- 後援：沖縄県
- 協力：JTA会員沖縄協議会（社名50音順）
（株）安心ダイヤル、（株）KDDIエボルバ沖縄、
（株）セシールコミュニケーションズ、トランスコスモス（株）、
日本アイビーエム・ビジネスサービス（株）、
（株）プロトデータセンター、（株）ベルシステム24、
（株）保険見直し本舗、（株）もしもしホットライン、
（株）WOWOWコミュニケーションズ
- 定員：80名
- 参加費：JTA会員 無料、非会員（一般）1,000円（税込）
※基調講演はJTA会員・非会員問わず無料です。
- 講演概要や申込方法などの詳細は、JTAホームページをご覧ください。
http://www.jtasite.or.jp/event/contact_2010okinawa.html

2010年
1月14日
開催

〈プログラム〉

時間	講演概要
13:00	開会のご挨拶 (社)日本テレマーケティング協会 会長 菱沼千明
13:05～13:30	基調講演 『沖縄県におけるコールセンターについて』 講演者 沖縄県観光商工部情報産業振興課 課長 米須清光氏
13:40～14:50	JTAセッション① 『人財を育てるキーマンの秘訣 ～スタッフの活力を最大限引き出すために～』 モデレーター トランスコスモスシー・アール・エム沖縄（株）品質管理・研修グループ グループマネージャー 島本雅代氏 スピーカー （株）もしもしホットライン 沖縄研修統括グループ リーダー 水澤志保氏 （株）KDDIエボルバ沖縄 採用研修グループ グループリーダー 阿部弘子氏
15:00～16:10	JTAセッション② 『テレコミュニケーターの採用 ～より効率の良い採用のあり方について～』 モデレーター （株）ベルシステム24 九州支店 第3CC局（沖縄S.A.T.）第2G グループ長 流石雄一郎氏 スピーカー （株）保険見直し本舗 取締役 塚本諭氏 トランスコスモスシー・アール・エム沖縄（株）MCMセンター沖縄コザ センター長 瀧本一哉氏
16:20～17:30	JTAセッション③ 『SVの登用と育成 ～地方戦略における組織力向上のためのSVづくり～』 モデレーター （株）プロトデータセンター 取締役 大河内敬三氏 スピーカー （株）セシールコミュニケーションズ クオリティオフィス グループ長 菅野聡美氏 （株）WOWOWコミュニケーションズ WOWCOM College マネージャー 小川範芳氏

開催報告

CRMソリューション大会2009 ～CONTACTセンターにおける“マーケティング・ソリューション”～

2009年10月21日(水)、東京・千代田区のアルカディア市ヶ谷で『CRMソリューション大会2009』を開催しました。100名を超える多くの方にご来場いただき、盛況となりました。

今回のテーマは『CONTACTセンターにおける“マーケティング・ソリューション”』。菱沼会長のご挨拶の後、当協会会員であるソリューション・ベンダー3社から最新動向の紹介および導入事例・状況等を発表していただきました。

〈概要〉

- テーマ: CONTACTセンターにおける“マーケティング・ソリューション”
- 主催: (社)日本テレマーケティング協会
- 開催日時: 2009年10月21日(水) 13:30～16:10
- 会場: アルカディア市ヶ谷 富士・東(東京都千代田区)
- 出演企業(出演順): 伊藤忠テクノソリューションズ(株)、(株)JALインフォテック、トランスコスモス(株)

〈プログラム及び講演の要約〉

会長挨拶

マーケット囲い込みから 顧客自身が企業を発見し、発信する時代へ

参加企業各社によるプレゼンテーションに先立って、当協会の菱沼千明会長から、最近の顧客の動向に関する分析とマーケティングの重要性について解説が行われました。

従来の、テレビや新聞、雑誌などを使ったCMIによる企業側から消費者という情報の流れに対して、消費者が企業を見出して



アプローチするという消費者発信の時代へと変化しているとのこと。商品やサービスの選び方が変わること、企業も一人ひとりの好みや価値観、状況の違いを把握・認識し、それぞれのニーズに合わせた異なるアプローチが不可欠だと指摘されました。

具体的には、SNS、ブログ、口コミサイトといった消費者形成型メディア(CGM: Customer Generated Media)の成熟などによる消費者の知識の増加などが大きな役割を果たしているとのこと。特に口コミサイト、Q&AサイトなどのCIO(Community of Internet)の発展による企業活動への影響が、具体的な数字を交えて説明されました。最後に、そういった大きな変化の中で、VOCを獲得して分析・活用することの重要性を示唆し、各社のプレゼンに入りました。



企業のマーケティング戦略を進化させる『顧客中心のマーケティング基盤』

～顧客接点としてのコンタクトセンターを活かす方法とは～

同社の企業紹介に続いて、企業を取り巻くマーケティング課題に関する説明が行われました。企業と顧客の意識のギャップを指摘した上で、「情報の流れ」「顧客接点の多様化」「購買行動とマーケティング施策」といった具体的な分析が行われました。

そういった現状に対する同社のソリューションとして、顧客中心のマーケティング基盤の構築を提案。統合データウェアハウスであるCustomer Centric Warehouseを活用することで実現する、最新のマーケティング戦略強化に関する説明が行われました。顧客ターゲットやコミュニケーション計画をはじめ、各種分析や最適化など、踏み込んだ内容での機能解説が行われました。

続いて、『顧客を中心としたマーケティング施策』と題して、具体的な活用方法を含めたサンプル事例を提示。実際の企業行動に即して、戦略立案・コミュニケーション計画・コミュニケーション実施・効果測定といったそれぞれのフェーズでの重要なポイントとメリットが説明されました。

さらに、そういった企業全体での取り組みの中で、コンタクトセンターが果たすべき役割に関して触れられました。経営に貢献するコンタクトセンターへの変革として、今後は収益増加への貢献、新たな機能付加が提案されました。そのためには、クロス

メディアマーケティングの中でのコンタクトセンター活用が重要とのこと。目指すべき方向性として、「アウトバウンドコールの有効活用」

「顧客調査におけるコンタクトセンターの有効活用」「キャンペーン施策の効果把握方法」が示されるとともに、具体的な取り組みが解説されました。



《企業情報》

伊藤忠テクノソリューションズ株式会社
本社：東京都千代田区霞が関3-2-5 霞が関ビル
ホームページ：<http://www.ctc-g.co.jp/>

JALインフォテック サービス事業本部 コールセンター事業部 コールセンターグループ

Ji-Phoneによる柔軟性に富んだアウトコールマーケティング

最初に、同社の取り組みに関して解説が行われました。“航空業界の情報システムの開発・構築・運用維持で得た技術や経験、そして先進の技術を活用し、信頼性の高い情報システムサービスを提供”しているとのこと。具体的には、『運営も理解したソリューションの提供』『自社製作プロダクトの提供』『経験・実績を活かしたコンサルテーション』などの提供を行っているとの説明がありました。

次に、今回紹介されたオリジナルソリューションである「Ji-Phone」の紹介が行われました。Ji-Phoneは、コールセンターに必要な機能をオールインワンで提供するIP-PBX。ソフトウェア

製品ということで、必要な機能を必要な数量だけアドオンできるため、柔軟でコストパフォーマンスに優れたコールセンターシステム構築を可能にしているとのこと。今回は特に、アドオンの一つであるダイヤラーにフォーカス。コールリスト作成→スクリプト作成→アウトコール→コンタクト結果更新→コールリスト作成……という活用サイクルを確立することで、コールリスト熟成、販売拡大などを実現できるという機能解説がありました。

次に、ダイヤラーを中心とするJi-Phoneの機能を活用することでどのような効果を生むのか、想定される実践的な事例を通して、より具体的な説明が行われました。ダイヤラーを主軸に他の機能をいくつかピックアップして組み合わせ、それぞれ異なった実践事例に当てはめることでソリューションのポイントを詳しく解説。そこで実現する期待や効果についても言及し、実際的なセンター運用に近い解説が行われました。



《企業情報》

株式会社JALインフォテック
本社：東京都港区芝浦4-15-33 芝浦清水ビル
ホームページ：<http://www.jalinfotec.co.jp/>

コールセンターにおけるVOC活用の新たな可能性

同社の紹介に続いて、『VOC活用の現在とこれから』と題した解説が行われました。まず、「コールセンターに寄せられるVOCの価値」や「VOC活用についての関心のベクトル」などについて再確認することで、現在のVOC活用状況に関する整理が行われました。次に、これまでVOC活用に前向きに取り組むことで成功してきた企業を紹介。具体的な事例を通して、現在までのVOC活用の流れが解説されました。

次に、それらの企業はもう一段上のステップでのVOC活用を模索しているという問題提起がなされました。同社の見解として「顧客の生々しい生活実態や顧客が消費行動から得ている経験価値など未知の知識を導出し、活用しようとしている」と指摘。



「最先端のコールセンターでは、VOCの“自発性”を最大限に活かすことで、未知の知識を得ようとする取り組みを開始している」という説明がなされました。

ここでも、具体的な事例を通して先進的な取り組みの実態が提示されました。研修実施によるコールログ改善の過程、コールログによる4P&SWOT分析結果、顧客経験ステージ別のマーケティングプラン作成といった、実際の現場に近い内容での解説が行われました。

次に、『これからのVOC活用についてのいくつかの疑問と弊社の暫定的な回答』とする解説が行われました。VOC活用の次のフェーズで問題視されそうな複数の疑問を提示。参加者の意見を確認しながら、同社なりの解答とそれに対する解説が行われました。

最後に、同社のサービスメニューの紹介とともに、「VOCの新たな可能性を追求したい企業」への呼びかけでプレゼンが終了となりました。



《企業情報》

トランスコスモス株式会社
所在地：東京都渋谷区渋谷3-25-18
ホームページ：<http://www.trans-cosmos.co.jp/>

〈CRMソリューション大会2009 開催報告〉

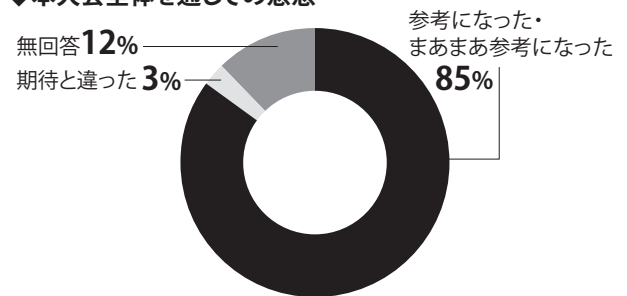
CRMソリューション大会では、毎回、来場者のみなさんにアンケートをお願いしています。アンケート結果の一部を抜粋して、ご紹介します。

- 申込者数：204名（123社）
- 来場者数：117名（75社）
- 参加者アンケート集計結果（有効回答数：97）

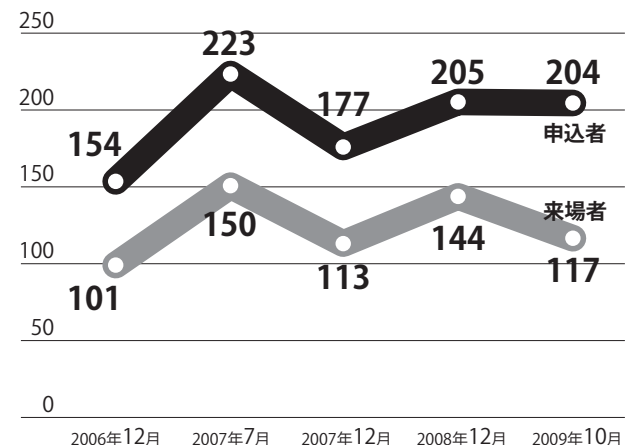
◆主な意見

- ・情報の管理面とその情報をマーケティングに生かすノウハウが分かり、そのような情報取得のための製品の必要性も認識できた。
- ・テレマーケティング業界においても様々な課題があり、それを解決することで収益アップにつなげることも可能だと感じられた。
- ・消費者の商品・サービスの選び方が変わってきたことを具体的に分かりやすくプレゼンしてもらった。
- ・現在のコールセンター事情について、運営側・顧客側両方の視点から学ぶことができた。
- ・分析手法やソリューションについて、新たな知見を得ることができた。

◆本大会全体を通しての感想



◆CRMソリューション大会 申込・来場（参加）状況



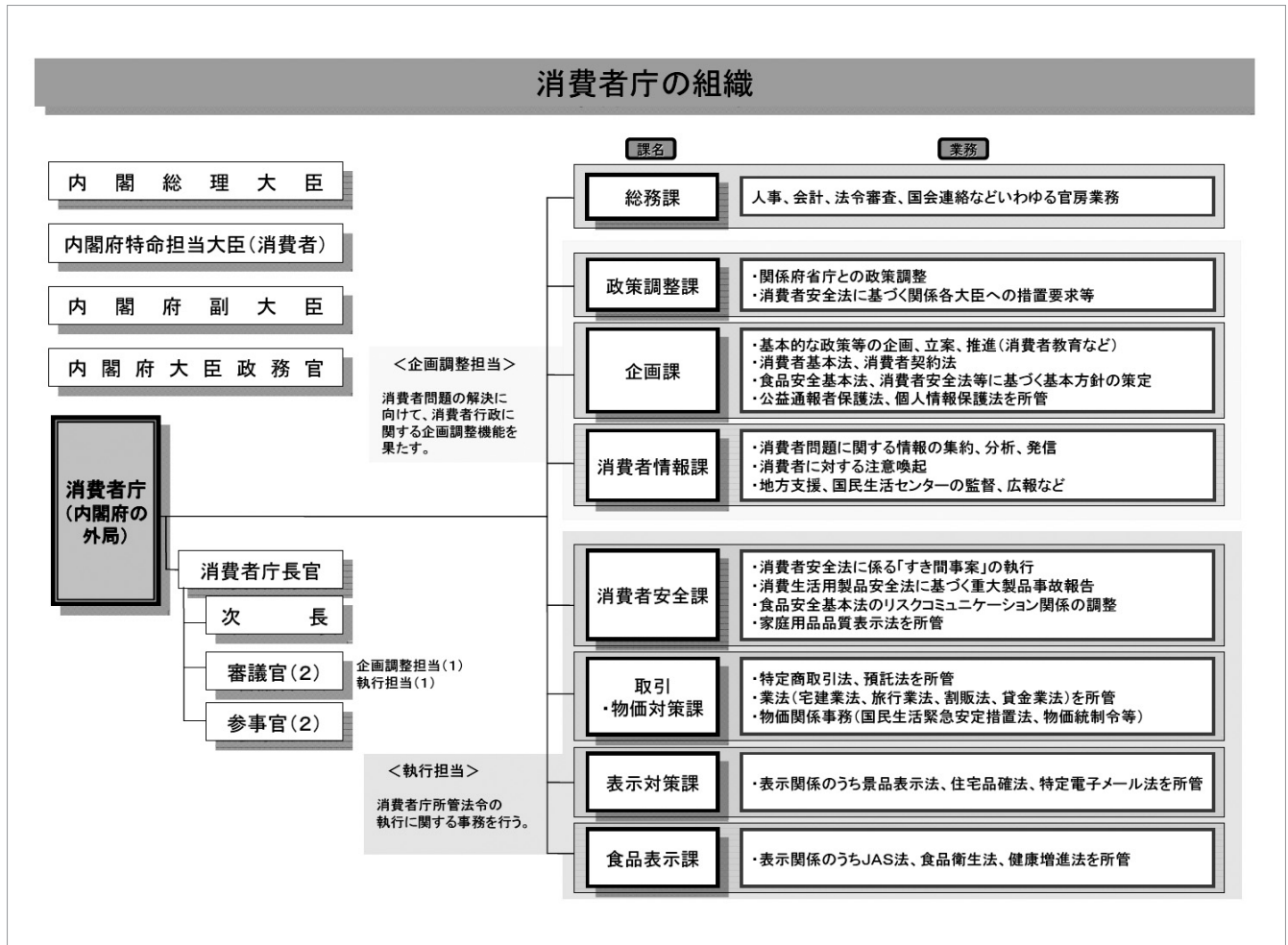
消費者庁の概要

9月1日、消費者庁が発足しました。政府広報オンライン、消費者庁のホームページよりその概要をご紹介します。

近年、食品表示の偽装事件、高齢者を狙った悪徳商法、などの問題が、国民生活の身近なところで次々に起こっています。しかし今まではこれらに関わる法律の管轄が各省庁に分散していたため、情報共有ができないまま対応が遅れることもありました。

9月1日の消費者庁の発足により、一元的な消費者窓口の設置と情報収集と発信の一元化が図られることになりました。

消費者庁は内閣府の外局に位置づけられており、次の8つの部署からなっています。



また次のような消費者からの電話相談窓口を設けています。

1 消費者情報ダイヤル(03-3507-9999、平日9:30~17:30)

消費者庁への情報提供や消費者からの一般的な問い合わせを受け付ける窓口です。

2 公益通報者保護制度相談ダイヤル(03-3507-9262、平日9:30~17:30。ただし、12:30~13:30を除く)

企業の従業員、事業者、行政機関職員等から寄せられる各種相談(公益通報者保護法に関する相談、各種ガイドラインに関する相談、通報先(処分権限を有する行政機関)に関する相談など)を受け付けます。

3 個人情報質問ダイヤル(03-3507-9160、平日10:00~17:00。ただし、12:00~13:00を除く)

民間事業者が守るルールである「個人情報保護法」に関する解釈などについての疑問にお答えします。

4 上記のほかに、消費者トラブルの解決のための助言やあっせんをおこなう消費生活センターなどの相談窓口につながる消費者ホットラインを準備中です(0570-064-370)。

あなたの疑問・質問に **お答えします!**

CONTACT センター Q&A

A コーチングとは、TCが持っている力を十分に発揮できるようにサポートすることだと思います。

(1) こちらの思い(感情)は伝染する

① 自己理解

指導する立場の人達(管理者、SV、品質管理担当、トレーナー等)は自分達のスキルアップを考えていますか。人に求めるときには自分達のことを振り返ることが重要です。スキルアップを図っている管理者を見て「〇〇さんのようになりたい」と思ってもらうことです。給与やインセンティブに反映されなくても、スキルアップの思考が持てるのではないのでしょうか。

② 他者受容

「あの人はこういう人だ」と良くも悪くもレッテルを貼っていないでしょうか。人それぞれやり方やこだわりのようなものを持っています。まずはそれを聞き出して受け入れることです。そのようなやり方(考え方)ではダメと、最初から否定してしまっただけではこちらの思いは伝わりません。

③ コミュニケーション

仕事上のコミュニケーションは良い仕事をするために、お互いに理解しあうことです。プライベートな話をする事よりも、仕事に対する取組み姿勢や日常心がけていることなどを話す機会を作って欲しいのです。ミスが発覚した時だけ会話を交わすようなコミュニケーションになっていないかを確認してください。スキルアップを図ってもらうためには、こちらの建設的かつ肯定的な姿勢が必要だと思います。こちらの思い(感情)は伝染するからです。

(2) TCの気持ちを掴む

相手を動かすには、気持ちを掴むことが重要です。人は理屈だけでは動きませんので、常にTCと係わっていくことです。

① 認められたい心理

人はいつでも自分を認めてもらいたいと思っています。日ごろの努力や良いところを認めましょう。例えばルールを守って大きなミスを起こさないことは認めるに値することだと思います。やって当たり前とされていることでも、認めてもらうと嬉しいものです。「今後もミスをしないうちに頑張ろう」と思うものなのです。また、TCの中には自分達にない強みを

Q ある程度までスキルを身につけたテレコミュニケーター(以下、TC)が、それ以上のスキルアップを望まないのですがどうすればいいですか

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・フィードバック講座 講師

持っている人がたくさんいます。スキルアップしたくない人の中にも該当する人はいるはず。「〇〇さんのここは見習いたい」「とても素晴らしいので、ひそかに真似ている」など、言ってみてはいかがでしょうか。「天狗になるので言えない」という声がありますが、この心理を使ってスキルアップにつなげていった例はたくさんありますよ。

② 上昇したい心理

スキルアップを望まないTCであっても、上昇したい気持ちは持っています。

TCになぜスキルアップが必要なのでしょう。スキルアップするとどんなメリットがあるのでしょうか。わかりやすく説明したうえで、「〇〇さんにはこうなって欲しい(期待)」との思いをもって接してみてください。TCの心が動きます。

③ 達成感を味わいたい心理

目標を立てさせて、達成に導くのがコーチングです。SVが目標設定をしたり、誘導して決めさせたりしているケースをたくさん目にします。ゴールを示すことは重要ですが、ゴールに向かってどう進むのかはTC自らが考えて、決めることです。決めた目標を達成するためにSVがすることは、フォローです。モニタリングで注意深く確認し、できているときこそ飛んで行って褒めましょう。褒められることで認められたと感じ、達成感に繋がります。

スキルアップしたくない人の中には、係わってもらえない時期があった可能性がありますので、今からでも遅くないので積極的に係わって、本来もっている心理を動かしてみてください。

『スーパーバイザー養成講座(黒田講師)』のスケジュール

日程	場所
2010年	
1/26(火)~1/27(水)	日本マンパワー(東京都)
2/25(木)~2/26(金)	新大阪丸ビル新館

『EQ発揮のフィードバック』のスケジュール

日程	場所
2010年	
3/10(水)	日本マンパワー(東京都)

スーパーバイザー interview vol.26

ベネッセコーポレーションを母体とする株式会社テレマーケティングジャパン。多くの実績を誇る同社で、順調にステップアップを続けているスーパーバイザーの一人。それが、今回ご登場いただいた丹木聡美さんです。

株式会社
テレマーケティング ジャパン

CC統括本部 第一CCBU
第2センター1G QA担当SV

丹木 聡美さん

気分転換はドラクエIXという丹木さん。この大ヒットした携帯ゲームを通勤時や休み時間、時には睡眠時間を削ってまで楽しんでいます。また、旅行が大好きで「今度、家族で行くスペイン旅行がとても楽しみです」。ゲームや旅行がストレス解消になっているようです。



2004年4月、同社に入社した丹木聡美さん。テレコミュニケーター(以下、同社の呼称のTSR)として、放送関連のカスタマーセンターに配属されます。放送内容からシステム障害まで幅広い問い合わせに対応することになりますが、わずか1カ月でアシスタントスーパーバイザー(以下、ASV)に昇格。現場での対応だけでなく、TSRをサポートする立場へと変わります。

その4か月後には、情報通信関連のテクニカルサポートセンターへ異動。同時にスーパーバイザー(以下、SV)に昇格し、TSRを取りまとめる役割に回ることになります。約半年後の2005年1月からは生命保険関連の問い合わせ窓口に配属され、1年ほどSVとして業務を行います。

2006年4月、応対品質を管理するQA(Quality Assurance)担当のSVとして最初の配属先である放送関連のカスタマーセンターに異動。そこでの実績をもとに、2007年1月からは、クレジットカード関連の受付窓口センターへ。QA担当として、現在も活躍を続けています。

加速度的にキャリアアップ

かなり駆け足で経歴をご紹介しましたが、丹木さんが入社から2年でTSRからASV、SV、そしてQA担当のSVへと職域を広げ、順調にキャリアアップを重ねてきたことがお分かりいただけたでしょうか。

その片鱗は前職時代から示されていました。当時、金融業界の窓口業務を担当していた丹木さんは、日頃の電話応対に関する社内コンクールで見事受賞。当時から、電話でのコミュニケーション能力にキラリと光る才能を見せていたのです。

その後、「電話での仕事をしたい」と同社に転職しますが、彼女の才能を見抜いて責任ある立場へと導いていった丹木さんの先輩方と、それをバックアップした同社のスタンスもお手本としたところでした。

これまでの経験をご自身はどう感じているのでしょうか。「TSR時代は、お客様に聞かれたことに応えるということしか考えていませんでしたが、ASV、そしてSVへと立場が変わるうちにセンターの全体像を見ることができるようになり、仕事をもっとおもしろくなりました」

周りから素直に学べる才能

現在はQAを担当している丹木さんですが、担当するようになる前から、積極的にQAに取り組んできました。生命保険関連の問い合わせ窓口のSV時代に、社内で開催されているSV交流会に参加。当時、丹木さんのセンターではまだ導入されていなかった全社的な品質管理の仕組みや、他のコールセンターでQAを担当しているSVに出会います。その人から刺激を受けて、自らのセンターでもQAに取り組むことになります。

「経験者であるSVさんの協力や周り人の後押しもあって、トライすることができました。TSRさんからもいい反応があって、とても良い経験でした」とのこと。

現在のセンターでは、すでに2年以上QAを担当している丹木さんですが、これまでのQAの内容をブラッシュアップすべく、見直しを行っているとのこと。「これまで、170名のTSR全員に対して月1回のモニタリングを行い、その分析結果をもとに1対1のコーチングを行っていました。今後は、評価別・

傾向別にグルーピングして、グループ研修も実施する予定です。TSRの苦手なポイントを集中的にフォローすることで、これまで以上の改善を見込めるのではないかと期待しています」

これまでの業務内容を見ると、いずれも非常に広範にわたる専門性の高い知識が不可欠な担当ばかり。そこで最後に独自の勉強法がないのか伺ってみました。「特に秘訣というのはないのですが、できるだけ他のTSRさんやSVさんの実際の応対を聞き、良い所は真似るようにしています。机に向かう勉強ももちろん必要ですが、実際に耳で聞いた方が理解が早いと思います」。前向きな努力だけでなく、周囲からもさまざまな知識や経験を吸収できる姿勢こそが、一番の才能なのかもしれません。

企業情報

株式会社 テレマーケティング ジャパン (TMJ)

代表取締役社長: 林 純一

本社: 東京都新宿区西新宿7-20-1

住友不動産西新宿ビル

ホームページ: <http://www.tmj.jp>

設立: 1992年

従業員数: 930名 (2009年4月1日現在)

TSR数: 約5,700名 (2009年3月末現在)

プロフィール: TMJは、「コンタクトを科学する」というコンセプトのもと、コンタクトセンターのオペレーション効率化の提案、生産性や応対品質を高めるための研究と開発、現場主導の業務プロセス改善活動、高度な分析技術などの力を、再現性の高い科学的アプローチで展開し、コンタクトセンターで日々積み重ねられる顧客とのコンタクトに、社員一人ひとりが科学する眼で向き合っています。また、前身であるベネッセコーポレーション「進研ゼミ」のインハウスコールセンター運営を通じて培ってきた「クライアントの事業や顧客を、自社の事業や顧客と想って、真摯に顧客満足を目指す」姿勢は、TMJのDNAとして引き継がれ、クライアント企業の経営課題に応え、事業成長に貢献するコンタクトセンター運営を実践しています。

JTA NEWS TOPICS

JTA NEWS Vol.153 Contents

JTAコンタクトセンター・セミナー 2010 in 沖縄	1
CRMソリューション大会2009 開催報告	2
消費者庁の概要	5
コンタクトセンターQ&A	6
SVインタビュー VOL.26	7
協会日誌 他	8

次号予告

「JTA NEWS」Vol.154では、「会長新年ご挨拶」「会員社年頭所感」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.113(2009年10月30日配信)

配信数:3,755名

【協会からのご案内】

1. JTA NEWS VOL.152(2009年11月号)のホームページへのアップ
2. コールセンター入門講座 開催迫る!
3. CRMソリューション大会2009 ご来場ありがとうございました

【業界動向・情報】

4. 個人情報の保護に関する法律についての経済産業分野を対象とするガイドラインの改正(経済産業省)
5. 我が国のIT利活用に関する調査研究(経済産業省)
6. 新型インフルエンザに関連して労働者を休業させる場合の労働基準法上の問題に関するQ&A(厚生労働省)
7. 新規卒就職者の在職期間別離職率の推移(厚生労働省)
8. トラセックから見た我が国の通信利用状況(総務省)
9. 「個人情報相談」に関する相談の概要(国民生活センター)
10. 「派遣労働者の心の健康づくり～労働者の心の健康の保持増進のための指針」「Selfcare 派遣労働者のための心の健康 気づきのヒント集」(安全衛生情報センター)

【監督官庁等からのお知らせ】

11. 下請代金法に関する地域巡回セミナーの開催について(中小企業庁委託事業)

【セミナー・イベント情報】

12. コールセンター/CRM デモ&コンファレンス2009 開催迫る!



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

10/20 事業委員会

① テレマーケティング・ガイドブック

VOL.19の発行について

・掲載記事等の確認作業の進捗状況について報告した。

② JTAコンタクトセンター・セミナー2010について

・基調講演および特別講演の講師への出演交渉状況について報告した。

・JTAセッションの出演立候補状況について報告するとともに、今後の出演交渉の基準について討議した。

11/6 広報委員会

① JTA NEWSの発行について

・12月号:1月に開催する「JTAコンタクトセンター・セミナー in 沖縄」の開催告知、10月に開催した「CRMソリューション大会2009」の開催報告等を掲載することとなった。

・2010年1月号:会員からの年頭所感を掲載することを確認、会員宛に寄稿依頼をしたことを報告した。

② 広告の掲載について

・広告を掲載した日本流通産業新聞を委員

に配付し、内容等を確認した。

③ JTAメールニュースの配信について

・VOL.113を10月30日に配信したことを報告した。

④ 情報調査委員会が実施した「テレマーケティング・アウトソーシング企業実態調査」の集計結果をニュースリリースとして関連メディアに配信することを承認した。

11/10 理事会

① 協会活動の改革について

・改革を推進するために、理事社の実務者および協会委員会の委員長による委員会を発足することとなった。

② 2009年度収支予算進捗状況(中間決算)について

・2009年度収支予算進捗状況(中間決算)について報告した。

③ 「JTAコンタクトセンター・セミナー in 沖縄」の開催について

・現在の進捗状況を報告し承認された。

④ 入退会について

・前回7月17日の理事会以降の入退会社について承認した。



「個人情報相談」に関する相談の概要

～法制度の定着等を背景に相談件数は減少傾向に～

10月21日、国民生活センターから「個人情報相談」に関する相談の概要が公表されています。

個人情報の保護に関する法律(個人情報保護法)は、2003年5月30日に公布され、2005年4月1日に全面施行されました。国民生活センターでは、「個人情報相談窓口」を設置し個人情報に関する相談を受け付けるなど、幅広い活動を行っています。全国の消費生活センター等に寄せられる個人情報に関する相談に関して、その件数と主な相談事例等を取りまとめたものです。

相談件数は、4年間で合計47,670件。年度別推移を見ると、年々減少傾向にあり、2008年度は9,587件でした。相談件数の減少は、「個人情報の保護に関する基本方針」や各種ガイドラインが整備される中で周知等が進み、次第に社会に定着してきたことが背景にあるとのことです。

その他、

1. 全国の相談件数

- (1) 総件数
- (2) 相談者の属性
- (3) 事業分野別の相談件数
- (4) 内容別の相談件数

2. 主な相談事例と対応

- (1) [不適正な取得に関する相談]
- (2) [漏えい・紛失に関する相談]
- (3) [目的外利用に関する相談]
- (4) [同意のない提供に関する相談]

3. 相談窓口からみた最近の個人情報相談の特徴

といった内容が公表されています。
詳細に関しては以下のURLをご覧ください(PDFファイル:10ページ)。

http://www.kokusen.go.jp/pdf/n-20091021_2.pdf

【2010年新春賀詞交歓会のお知らせ】

恒例の新春賀詞交歓会を下記の要領で開催します。多くのお参加をお待ちしております。

- 日時:2010年1月7日(木)16:00～18:00
- 場所:ホテルグランドパレス ゴールデンルーム

※会員の皆様には別途詳細をご案内いたします。