

コールセンター業務倫理ガイドライン

I 総則

1. 倫理ガイドラインの目的

本ガイドラインは、コールセンター業務を実施するすべての個人と企業が遵守すべき倫理的行動原則と基準を明らかにするものである。

一般社団法人日本コールセンター協会（以下「本法人」という。）は、当協会の会員社が本ガイドラインに従って行動することによりコールセンターに対する社会的信頼が高まり、ひいては日本におけるコールセンターの健全な発展に貢献することを目指すものである。さらに、会員社以外の事業者、非営利組織においても本ガイドラインの示すところに基づいて行動規範とすることを期待する。

2. 適用の対象

本ガイドラインは、コールセンター業務のすべてを対象とする。従って、本ガイドラインはコールセンター業務の種類や目的のいかんにかかわらず適用される。また、ファクシミリはもちろん、インターネット、携帯電話など固定電話以外のパーソナルな電気通信メディアを使ったマーケティングコミュニケーション活動にも適用されるものとする。

3. 用語の定義

本ガイドラインに使用する用語の定義は、次の通りとする。

（1）コールセンター業務

電話、ファックスおよび電子メールなどインターネットを使って顧客（消費者および利害関係者を含む）との信頼関係を築き維持する目的で顧客のニーズを探り、それを満たすために行う企業および組織の活動で、その内容としては商品等の販売、サービスの提供、それに伴う顧客サービス（情報提供、配送、アフターサービス、相談、苦情の受付、処理、解決など）を包含する業務をいう。

（2）コールセンター業務を行う者

自社内運営においてコールセンター業務を実施する場合（インハウス）、外部にコールセンター業務のすべてまたはその一部を委託する場合（クライアント）、またはそれを受託し代行する場合（テレマーケティング・エージェンシー）にかかわらず、コールセンターを活用する個人や企業のすべてを総称していう。

（3）インハウス

自社内運営においてコールセンター業務を実施する企業をいう。

（4）テレマーケティング・エージェンシー

コールセンター業務を他社より受託し代行する企業をいう。

（5）クライアント

外部にコールセンター業務のすべて、またはその一部を委託する企業をいう。

（6）テレコミュニケーター

コールセンター業務を行う者の管理下にあつて、実際に電話・電子メール等を利用して顧客等と直接対応する者をいう。

(7) 個人情報

個人に関する情報のすべてを指し、その内容、種類および情報処理の形態を問わず、当該個人を識別もしくは分類することのできる情報をいう。（「コールセンター業務における個人情報保護ガイドライン」参照）

(8) 顧客・消費者

顧客とは商品・サービスを自己の消費、または加工・再販等のために購入・利用する企業・組織・団体とそれらの商品・サービスの最終ユーザーである消費者の2つを含む概念である。消費者とは自己または家族のために（贈答・寄付行為を含む）商品・サービスを消費する個人および家族をいう。

II 遵守事項

4. 専門的な取り組み

コールセンター業務を行う者は、専門家としての誇りを持ってコールセンター業務に取り組み、その目的を効果的かつ効率的に、しかも倫理的に達成することに注力するものとする。

5. 誠実な対応

コールセンター業務を行う者は、顧客に対して敬意と誠意をもって対応し、決して人を威迫して困惑させたりしないよう、従業者に徹底しなければならない。

また、顧客から要求された場合は、その顧客の氏名等を名簿から遅滞なく削除するとともに削除の事実を申し出た者に通知する等、誠実に対応しなければならない。

6. 氏名・目的等の明示

コールセンター業務を行う者は、顧客に電話をかける際には、最初に事業者の氏名または名称、電話をかけている者の氏名を名のり、その目的が商品等の勧誘である場合にはその種類を明らかにして、通話の了解を得るよう従業者に徹底しなければならない。また、調査を装った勧誘などを行ってはならない。（特定商取引に関する法律）なお、顧客から求められた場合には、事業者の所在地、電話番号等を明示しなければならない。

7. サービス等の内容

コールセンター業務を通じて消費者や企業へ提供される商品やサービスは、合法的で、正当性があり、しかも社会通念上の客観的な価値のあるものでなくてはならない。

8. 情報の提示

コールセンター業務を行う者は、商品やサービスの販売に際しては、購買を決定するのに十分かつ明瞭で正確な情報の提示がなされなければならない。また、コールセンター業務を行う者は、あらかじめその情報の内容を裏付けられるようにしておくものとし、重要な事実を告げなかったり、不実を告げたり、誤解を招く表現、あるいは不当に競争

相手を誹謗するような情報の提示は行ってはならない。

また、顧客サービスに関しては、顧客の立場に立って可能な限りの情報を開示することが望ましい。

9. 妥当な時間

コールセンター業務を行う者が電話を用いて業務を行うときは、電話を受ける相手にとって適切ではない時間に接触を試み、困惑させてはならない。また、相手の時間的制約などに配慮し、相手側の状況に応じて電話をかけ直すようにするべきである。

10. 個人情報の保護

コールセンター業務を行う者は、個人情報の保護のために「コールセンター業務における個人情報保護ガイドライン」等を基本にして、自社独自の「個人情報保護方針」を作成し、広く一般に公表するとともに、すべての従業者に徹底しなければならない。個人情報の取り扱いに関しては、別に定める「コールセンター業務における個人情報保護ガイドライン」を遵守するものとする。

11. 企業情報の守秘義務

コールセンター業務を行う者、特にテレマーケティング・エージェンシーは、業務上知り得たクライアントの秘密に属する企業情報に関し、その秘密を守り、他に漏らしたり、他の目的には流用しないよう、従業者に徹底しなければならない。

12. 社会的弱者への配慮

コールセンター業務を行う者は、未成年者、知的障害者、高齢者など判断能力が一定レベルに達していないと思われる社会的弱者を対象とする商行為に関しては、特に、消費者としての利益を損なうことのないよう十分配慮するべきである。未成年者との契約、個人情報の取得には親権者の同意を得なければならない。

13. 法規及び関連業界の倫理ガイドラインの遵守

コールセンター業務を行う者は、国または地方公共団体の定める関連法規を遵守するものとし、関連する業界団体の自主規制や倫理ガイドラインを尊重しなければならない。当協会の会員社は、「個人情報の保護に関する法律」や「特定商取引に関する法律」等の関連法規ならびに本ガイドラインや「コールセンター業務における個人情報保護ガイドライン」に反する行為の防止および排除につき、共同してこれに当たるものとする。

Ⅲ 実施細目

14. 具体的な取組

(1) テレコミュニケーターの訓練

コールセンター業務を行う者は、テレコミュニケーターが高い企業倫理と礼節のレベルを維持するように指導し、テレコミュニケーターがいつもの確かなオペレーション、効率的な会話の進行をし、業務に応じた能力・レベルを確保できるよう努め、顧客の理解と

満足を得られるよう、テレコミュニケーターの教育・訓練を継続的に行わなければならない。

(2) 情報管理

コールセンター業務を行う者は、自社の「個人情報保護方針」に基づいて、個人情報等の漏洩、盗難、紛失、改ざん等が発生しないよう、十分な安全管理を行わなければならない。

(3) 通話録音情報の保護

個人情報である音声を収集するに当たっては、収集する情報の利用目的をできる限り具体的に特定するとともに、できる限り広く公表するか、または本人に通知しなければならない。

(4) 品質管理

コールセンター業務を行う者は、テレコミュニケーターによる業務が誠実にしかも専門的に行われ、また、顧客が電話等で要求または照会した事項が、正確かつ効率的に処理され、迅速な回答が提供できるよう品質の管理に努めなければならない。

(5) アウトバウンド業務（電話をかける業務）

①営業日、営業時間

- (i) 企業向け（ビジネスツービジネス）の電話は、相手の営業日、営業時間にかけよう心がけるべきである。
- (ii) 一般の消費者向けの電話は個人の静謐な生活を妨げないことを心がけ、原則として、午前9時から午後9時までの間とする。
- (iii) 上記の時間以外に電話をかける場合は、原則として事前に受け手の同意を得るように努力するべきである。

②通話先

- (i) アウトバウンド業務の対象は、原則として顧客リストに基づくものとするべきである。商品やサービス等の販売を行う場合は無差別に電話をかけることは避けるべきである。
- (ii) 市場調査などにおいて無作為抽出法を用いてコールセンター業務を行う場合は、目的を明らかにして、通話の了解を事前に得るべきである。

③自動化ダイヤル装置などの使用

サービスの内容によって、自動化ダイヤル装置などを使用する場合は、顧客に迷惑をかけないような措置を講じてから実施するべきである。

(6) インバウンド業務（電話を受ける業務）

①営業日、受付時間

電話による申し込み、問い合わせや苦情・相談を受け付ける場合は、顧客に必ず、営業日、受付時間等をホームページ、広告、カタログ、ダイレクトメール、取扱

説明書、その他の手段により明示するべきである。また、休日、営業時間後など受付時間以外に顧客が電話をかけてくることを想定して、留守番電話などを用いて受付時間の告知をするべきである。

②回線数の確保

回線数を決定する際には、十分な通話数の予測に努め必要な回線数を確保し、かけ直しや待ち時間を減らすように努めなければならない。なお、待ち時間についての情報などを顧客に告げて顧客の焦燥感を軽減することに努めるべきである。

(7) 顧客の苦情・相談に対する対応

顧客からの問い合わせや苦情・相談はマーケティングの機会であり、顧客の獲得と維持のチャンスであるという認識に立って、礼儀をもって誠実に対応しなければならない。回答時間のリミット（例：48時間以内）を定めるなど「JIS Q10002 品質マネジメント—顧客満足—組織における苦情対応のための指針」（財団法人日本規格協会）を参考にして「苦情処理システム（マニュアルを含む）」を整備する一方、この問題の重要性について研修等を通じて窓口担当者に徹底するべきである。

(8) 電子メールによる広告行為

電子メールにより商品やサービスの案内を行う場合には、一定の場合を除き、あらかじめ送信に同意した者以外に送信してはならない。その他電子メールにより商品やサービスの案内を行う場合には、「特定電子メールの送信の適正化等に関する法律」を遵守しなければならない。

(9) コールセンター業務の委託・受託

- ①クライアントは、テレマーケティング・エージェンシーが、「個人情報の保護に関する法律」や「特定商取引に関する法律」をはじめとする業務に関連する法規および本ガイドラインならびに「コールセンター業務における個人情報保護ガイドライン」を遵守するよう監督しなければならない。
- ②テレマーケティング・エージェンシーは、クライアントから依頼された業務の内容が、「個人情報の保護に関する法律」や「特定商取引に関する法律」をはじめとする業務に関連する法規および本ガイドラインならびに「コールセンター業務における個人情報保護ガイドライン」に沿っていることを確認しなければならない。
- ③関連する法規および本ガイドラインならびに「コールセンター業務における個人情報保護ガイドライン」を遵守したコールセンター業務を行うために、クライアントとテレマーケティング・エージェンシーにおいて当該条項を記載した委託契約（覚書等）を交わすべきである。

15. 附則

1992年5月26日に制定した「テレマーケティング倫理ガイドラインおよび実施基準」「テレマーケティング倫理ガイドライン」ならびに「テレマーケティング実施基準」

は本ガイドライン制定の日をもって廃止する。

2005年5月10日制定