

一般社団法人 日本コールセンター協会 会報 (旧 社団法人 日本テレマーケティング協会)

発行：一般社団法人日本コールセンター協会

編集発行人：広報委員長 山田雅康

〒101-0042 東京都千代田区神田東松下町 35 アキヤマビルディング 2

TEL：03-5289-8891 FAX：03-5289-8892 URL：http://ccaj.or.jp

Contents

◇特集

「災害時におけるコールセンターのあり方と役割」

◇コンタクトセンター Q & A、新入会員紹介

◇東京ガスお客さまセンター見学会実施報告

新入会員紹介

◇ CCAJ スクールのご紹介

◇コールセンター／テレマーケティング用語集

◇コールセンター基礎講座、協会日誌、CCAJ メールニュース

東日本大震災復興祈念企画

災害時におけるコールセンターのあり方と役割①

東日本大震災発生から1年以上が経過した現在も、東北3県を中心とする復興状況に関する報道が続いています。今回の震災では、コールセンターにもさまざまな影響がありました。そこで、会員企業への取材を通して、震災による直接的・間接的な影響やコールセンターが果たした役割、さらには今後の対策やあり方などをレポートしたいと思います。東日本大震災復興祈念企画として、今号と次号の2回にわたって連載します。

想定外の被害も出た大震災

ファンケルでは、東日本大震災の地震によって横浜市栄区飯島町にある大船センターが被災。キャビネットやパーテーションが倒れたり、壁の一部が剥落するなど、直接的な被害を受けました。

大船センターは、JR 大船駅から約 1km。三浦半島の付け根あたりに位置しています。一般的には、それほど大きな被害が出る場所とは考えられません。大きな被害が出た理由を同社では、地盤が軟弱だったために特別大きな揺れにつながったのではないかと分析します。千葉近郊で起きた液状化現象の例を見るまでもなく、どこでどのような被害が出るのかわからない、というのが今回の震災の教訓の一つでもありました。

現地で体験した方から「固定されていなかったファックスが、凶器のように暴れまわっていた」「机の下に潜りこもうとしたら、机そのものがひっくり返ってしまっていた」という体験談を聞くだけで、その時の恐怖感が伝わってきます。ビルそのものの改修に数ヵ月を要したほどの被害でしたが、幸いにも人的被害はゼロとのこと。それは単に幸運というだけでなく、日頃からの備えも関係しています。実は偶然にも、大船センターでは、震災前日の3月10日に避難訓練を行っていました。業務の合間での訓練のため、スタッフ全員の参加はできませんでしたが、避難先が確認できていたなど好影響を与えました。多少の混乱も出たため改善点もあったとのことですが、普段からの訓練や心構えが大きな二次災害を防いだと言えるでしょう。

それまでファンケルでは、大船センター、徳島、東京の3拠

点でコールセンター業務を行なっていましたが、大船センターの機能を横浜市中区山下町にある本社に移転。昨年11月上旬から、正式に稼働を始めています。今回の移転で、一番危惧されたのが、多くのスタッフが辞めるのではないかとことでした。本社の最寄り駅は関内駅。大船センターの大船駅からはJRで約30分の距離になります。それまで職住近接だったテレコミュニケーターの皆さんが、そこまで通勤してくれるだろうというのが心配でした。ところが、実際に移転の話スタッフに相談したところ、ほぼ全員が移動に合意して、現在も本社内のコールセンターで業務を行なっているとのこと。一部の業務が今も大船センターで行われており、その対応に数名が残っているものの、ほとんどの人が大船センターから本社に移ってきたのです。辞めた人は地元でのWワークなどどうしようもなかったほんの数名。むしろ、中華街の近くという好立地も手伝って、心機一転になったと評判は上々とのこと。それも、それまで培ってきた企業とスタッフの濃密な関係があったからこそ実現できたのではないのでしょうか。

クローズさせないための取り組み

さまざまな業務を受託しているもしもしホットラインによると、震災後に特に呼量が増えたのが、ライフライン系、保険会社、物流関連とのこと。日本興亜損害保険のグループ会社である、日本興亜ホットライン24でも、今回の震災の影響を受けて、さまざまな対応を強いられました。

日本興亜ホットライン24は、東京・文京区江戸川橋と札幌

のセンターで損害保険の事故受付業務を行なっています。東京のセンターは、日本興亜保険グループ内で唯一 365 日 24 時間受付に対応。もう一つの札幌は、バックアップや BCP 的な意味合いもあわせ持つセンターで、事故受付に関しては、この 2 拠点を中心に運営しています。

いずれのセンターも直接的な被害はありませんでした。しかし、東京の場合は交通機関の混乱で、テレコミュニケーターの出勤が難しいなど、スタッフの確保に苦慮したため、専門性が高いものなど最低限の体制で運営しました。札幌にも若干の影響は出たものの、基本的に運営が可能だったため、震災直後は札幌を中心に対応を行いました。さらに、震災後 1 週間で大阪に臨時のセンターを設置。日本興亜損害保険でも、全国に地震対策室を設置するなど、営業やバックオフィスなど、オペレーター経験のない社員も総動員して、お客様からのコールに対応しました。

震災後すぐのコールは、主に茨城や千葉などに居住されているお客様が中心でした。それが日が経つにつれ、東北地方からのコールが次第に増え、4 月に入った頃に急増したとのことでした。

多少なりとも落ち着きを取り戻したと思われる 6 月中旬頃から「請求勧奨」通知の送付を開始。損害発生の可能性が高い地域のすべてのお客様にお送りしたため、お問い合わせも増えていきます。また、避難所に損害保険協会がコールセンターの番号を掲示したこともあり、半年くらいは受電が増加し続けたとのことでした。

ここで特筆したいのは、日本興亜ホットライン 24 では、震災関連の綿密な資料を作成しているということ。取材時に見せて頂きましたが、非常に細かく分析した重要な資料となっていました。将来のためにも不可欠な取り組みであり、担当者の異動などがあっても脈々と受け継がれる財産になっていると感じました。記憶はいずれ薄れるもの。もし正確で細かな資料作成と情報共有が遅れているならば、できるだけ早く取りかかることをおすすめします。

それらの資料を見ると、3 月 12 日と週明けの 14 日に若干の応答率低下があったものの、それ以外は通常と変わらない応答率をキープしています。保険会社として、お客様との窓口であるコールセンターの機能を低下させられないという社会的な使命感が伝わってくるような資料でした。

物流と情報という二つのインフラの融合

今回の震災で大きなダメージを受け、その一方で大切な役割を果たしたのが物流でした。その物流システムを支えた一つの柱が、コールセンター機能でした。ヤマトグループでコールセンター部門を担うヤマトコンタクトサービスは、物流インフラを支える情報インフラとして、コールセンターの重要性と必要性



を示してくれました。

被災三県の岩手、宮城、福島が甚大な被害に見舞われたことから、ヤマト運輸の各拠点も機能を一時停止。それに伴い、各営業所やドライバーによる電話での対応もストップしました。一方で、状況確認を中心とする、個人のお客様や企業からのコールが急増します。そこで被災 3 県への問い合わせに対応するため、人員を集約・増強した上で三重県名張市と宮崎県都城市のヤマトコンタクトサービスセンターに受電を振り分けました。通常であれば、それぞれの一日の呼量が約 10,000 件、12,000 件程度。それが被災後には、名張で 15,000 件/日、都城で 22,000 件/日のコールに対応しました。東北地方から離れた地域ということで選ばれた拠点でしたが、急遽スタッフを募集したり、本社から応援を派遣するなど、呼量増に対応する体制づくりを行いました。

コールの内容としては、被災三県に荷物を送れるのかどうかということが中心。いつから？ どこまで？ どこは大丈夫？

という問いかけが全国各地から寄せられました。被災地に何かをしてあげたいという心根に加えて、親戚や知人の安否確認の一つの手段としても、宅急便に期待が寄せられました。

ヤマト運輸では、非常時に対応するための組織体制が充実しています。中越地震などの過去の経験をもとに組み上げられたもので、コールセンター機能の場合、どこのセンターにオペレーションを回すかなども含めた細かな対策とシステムが構築されています。

ヤマトグループ全体で言うと、災害地に関する情報が各営業所やサービスセンターを経由して本社に集約されます。そのデータはシステムに反映され、全国どこでも同じ最新情報が入手できるのです。

ヤマト運輸の場合、各ドライバーはそれぞれの地域に密着して集配業務を行なっています。普段から狭い地域を担当していることで、お客様の顔が見えるのです。当然、被災後の状況も把握しやすく、場合によっては避難所や仮設住宅への移転先もわかります。

コールセンターには、最新の動向を知りたいという全国からのコールが集中しました。

被災直後、名張と都城のコールセンターで注力したのは、できるだけ多くのコールを取り、できるだけ正確な情報を伝達すること。お客様は、電話を通して受け取った情報をもとに行動します。ヤマト運輸の活動と、全国各地のお客様を情報を通してつなぐというコールセンターの役割を全うするには、確実なオペレーションが求められたのです。電話がつながることでの安心。不可欠なインフラとしての物流と、それを支える情報インフラとしてのコールセンターの融合で成し得た活動だったといえるでしょう。

ポイントはディザスタリカバリ

ヤマトグループのように、独自の災害対策の組織化を実現している企業は多数あります。一方で、今回の震災のような大きなダメージが今後も来ることを想定して、新たな対策に取り組んでいるところも増えています。今回の震災で、東日本から名古屋や関西など西日本に一部機能を移転した企業もあるようです。しかし、災害に関するリスクは、日本全国どこにもあります。どこが安全なのか、どうすれば安心なのか、その答えは明確ではありません。地震に限らず、台風や火山の噴火などの天災、原発事故に見られるような事故や事件。国内だけではなく、タイの洪水やテロなど、本当に安全な場所はどこにもないのかもしれない。

そんな状況の中、安心を確保するための基本となるのは「ディザスタリカバリ」。災害などからくる被害を最小限の抑えるための予防措置や回復措置をどうするのか、それが一番重要であるとシステムベンダーの三井情報は指摘します。具体的な施策としてまず挙げられるのが分散化です。これまでは効率化を含めた一極集中が求められたが、これからは分散化が基本になるだろうと分析します。複数拠点での運用やデータセンターの分散化、システムやネットワークの冗長化、プライベートクラウドも含めたクラウドの活用など、ある程度、余裕を持った仕組みづくりが、いざという時のバックアップになるのです。

もう一つが、マルチ化です。テレコミュニケーターを中心とするスタッフのマルチスキル化も重要なポイントですが、コンタクト手段の複数化も必須とのこと。震災時、携帯電話や固定電話がつながりにくい状況でも、ツイッターをはじめとするSNSやPHSが比較的つながりやすかったと聞きます。実際、震災後のスタッフの安否や出勤確認などにSMS（ショートメッセージサービス）を使った企業もあったようです。

今後は、これらのメディアも含めたシステムづくりが重要になってくると、三井情報でも指摘します。コールセンターからコンタクトセンターにブラッシュアップしていく中で、あらゆるコンタクト方法に対応できる体制が重要とのこと。電話、メール、ファックスはもちろんですが、フェイスブックやツイッターなども必須になっていくでしょう。それらへの対応も含めたマルチ

化はコールセンター機能の向上だけでなく、防災対策の一環にもなるのです。

他地域での代替で業務継続を実現

全国各地に拠点を持つもしもしホットラインは、東北エリア5拠点のうち仙台市内の2カ所のビルが震災で破損し、移転を行いました。被害が大きかった1センターでは、天井パネルが落ちるなどの状態だったとのこと。スタッフは無事に近くの公園に避難できて人的被害はなかったものの、2センターについてはスタッフの不安感を払拭するために入居ビルの移転を行うことが必要と判断したとのこと。

もしもしホットラインの場合、東北以外でビルなどへの被害は出なかったそうですが、千葉の液状化や交通マヒなどでスタッフの通勤などに影響があったとのこと。

今回、東日本被災に伴い発生した緊急対応業務を、鹿児島など西日本地域センターで代替しました。それを実現したのがIP-PBXです。もしもしホットラインでは、震災以前から全国9拠点、1,800席をIP-PBXでネットワーク化し、同一業務を複数拠点で運営できるシステムを構築していました。同システム活用により電力供給、交通機関の混乱がない西日本の複数センターをネットワーク化し、数百席の緊急センターをわずか3日で立ち上げることができました。

IP-PBXの活用はリスク分散だけでなく、テレコミュニケーターのスキルの平準化にも寄与します。データのライブラリ化や遠隔教育などの活用で、研修などの社員教育も容易になるというのも大きなメリットとのこと。センターの品質の担保にもつながっています。

BCPは設備に関心が行きがちですが、働く人のことを考えておく必要があります。住居被害、交通マヒなどの影響でスタッフが確保できないケースが考えられます。そんな時には、「無事な人たちがいる所で業務を行う」ということが、コールセンター機能を止めない対策の一つであると指摘します。地域を離れたセンターの分散化と、それをつなぐネットワークの充実。それが、防災やBCPの大きなポイントなのではないでしょうか。

次号では、システムも含めた新たな対策、非常時も見据えたスタッフ教育への取り組み、企業に求められるスタンス、復興のためのコールセンター業界取り組みなどをレポートします。

【本文中、敬称略】

《今回、取材にご協力いただいた会員企業（取材順）》

株式会社ファンケル

株式会社もしもしホットライン

三井情報株式会社

日本興亜ホットライン 24 株式会社

ヤマトコンタクトサービス株式会社

ありがとうございました。

コミュニケーション・ヒューマンリソース
センターマネジメント・スクリプト・システム etc

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 人材育成に当たっては指導する立場 (SV やトレーナー) はとても重要な役割を担っています。しかし、「人」が「人」を「育てる」ということがいかに難しいことかは、実際に担当している側にしかわからないかもしれません。優秀なテレコミュニケーターだからといって、優秀なSV やトレーナーになれるとは限りません。なぜならば役割が違うからです。指導するには、「指導スキル」や「指導マニュアル」が必要です。そのためのトレーニングは必須条件といっ

てよいでしょう。
まず、「モニタリング評価シートの理解」を徹底することから始めてください。評価シートを作成するところから携わっているメンバーであれば、理解は充分にできていると考えられますが、与えられたシートを使って評価している場合には、「理解していなかった」ということがバラツキの原因であることが多いのです。例えば、「相手の真の要望の把握」という項目があるとします。この項目がどのようなことを含んでいるのかを時間をかけてディスカッションしてください。「真の要望を把握するために」必要なことを 50 項目くらい出してみることで

話し合うという時間が長ければ長いほど、理解は深まります。また携わる人全員が参加することで、同じ理解を共有することができるようになるでしょう。

Q モニタリングフィードバックを複数のトレーナーやSV が担当していますが、評価や指導にバラツキがあり困っています。

回答者 後藤 啓子 氏

有限会社 キャリア・ネットワーク 代表取締役
CCAJ 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

次に、理解するだけでは上手いきません。理解したことを実際に表現できる能力が必要になります。つまり、テレコミュニケーターにわかりやすく、説得力をもって、しっかりと相手に理解させることができる指導スキルが求められるのです。そのために「ノウハウ」の「マニュアル化」をします。例えば、指導スキルの高い人のフィードバックを録音にとり、それを文字におこします。その指導会話をもとに、指摘点や、指摘の表現方法などを分析していきます。分析したものをまとめて、マニュアル化し、その中には実際の指導会話例なども盛り込んでおくといでしょう。

仕上げは、指導に携わる人たち (SV やトレーナー) の指導ロールプレイングです。自分たちが指導側なので、お互いに練習する程度で充分です。フィードバックされる側の立場にもなるので、「どのように言われたら理解がしやすいか」など納得感や「この言い方はわかりにくい」などの違和感を体験することもできます。

多くのセンターでは業務に追われ、テレコミュニケーターへの指導時間も充分に取ることができないのが実情だと思います。そのような中で指導側のトレーニングやマニュアル化に時間を割くことは大変だと思います。しかし、SV やトレーナーの個人の能力に頼ってしまうのは危険です。フィードバックのバラツキは、今後起こりうる応対トラブルの危険信号ととらえていただきたいのです。

新入会員のご紹介



日東燃料工業株式会社

Inhouse

代表取締役 赤津 正弥

東京都足立区六木 1-19-13

<http://www.nittoh-e.co.jp>

当社は 1942 年に創業し、現在は関東一円で約 18 万世帯のお客様に LP ガスを提供している総合エネルギー企業です。「地域のお客様の安全を守り、快適な住空間を提供する」という経営理念の下、太陽光エネルギー関連商品の販売やスーパーマーケット事業やリフォーム事業も展開しております。

2007 年にインハウスのインバウンドコールセンターを設立。お客様の声を施策に活かすことはもちろんのこと、顧客満足度 (CS) の向上をはかるために、コールセンター内の品質の向上や生産性の向上や新たな展開の確立を日々模索しており、今回研修や情報交換を通じて勉強させていただきたいと思い、入会いたしました。何卒よろしくお願いいたします。

東京ガスお客さまセンター 見学会を実施

2012年1月20日(金)、東京ガス株式会社と東京ガステレマーケティング株式会社のご厚意により、東京ガスお客さまセンターの見学会を実施しました。

東京ガスは、主に首都圏に都市ガスを供給する国内最大規模の都市ガス会社で、天然ガスの環境優位性・供給安定性を活かし、首都圏のお客さま約1000万件にガスを供給しています。

同社の総合受付を担当する「東京ガスお客さまセンター」は、365日24時間稼働し、受け付けている内容は、引越しによるガス利用の開始・中止、ガス料金、ガス機器の修理、ガス設備点検、ガス工事など多岐にわたり、東京ガスの緊急部門や首都圏供給エリアに63店舗ある、地域のサービス窓口「東京ガスライフバル」を中心とした作業側との業務連携を図る役割としても非常に重要なセンターです。

東京ガスお客さまセンターでは、お客さま起点のサービスレベルでの対応、お客さまの抱える問題が解決できるセンターを

目指して日々運営されています。

このため、システムをフル活用した最適オペレーションの実現に力を入れており、「受付システム」に加えて、FAQやセンター内の情報共有化を行う「情報ステーション」と「掲示板」というシステムを、2画面へ展開して、受付を行っています。

当日は氷雨の降るあいにくの天候でしたが、12社12名の会員が参加され、センターの説明、センター見学、質疑応答と有意義な見学会になりました。

また、見学会終了後の意見交換会でもリラックスした雰囲気の中、様々な取り組みなどについて尽きることなく情報交換ができました。



【参加された方の感想】

- ・掲示板の掲載の仕方等、参考になる部分が多くありました。
- ・センターの構成や取り組みについての説明が分かりやすかったです。また、丁寧にセンター内を案内して頂き、明るく透明感のあるセンターの雰囲気も感じ取ることが出来ました。
- ・現場の雰囲気を実体験でき、運営について具体的なお話しも聞けて大変有意義でした。
- ・他業種でありながら緊急性のある部署であることが共通していたため参考になりました。



新入会員のご紹介



株式会社メディカルライン

代表取締役社長 西塚 淳一

東京都豊島区西池袋三丁目27番12号 池袋ウェストパークビル

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

Agency

当社は、医薬・医療、ヘルスケア業界に特化した専門性の高い24時間、365日のコールセンターを運営しています。薬剤師、看護師、管理栄養士などの有資格者、約250名を中心とした専門家集団が、医師等の医療従事者からの専門的な問合せに的確に対応するほか、健康相談やダイエットなどにもきめ細かく対応しています。

「くすり相談」DIセンター、患者サポートセンター、DTC(疾患啓発)センター、MRサポートセンターなど業務は多岐に亘ります。

2009年10月に、治験のリーディングカンパニーのイーピーエスのグループ入りし、ますます業務の幅を広げ、お客様のニーズにお応えしています。

“good solution, good support, good specialty.” ~みなさまと共に、未来へ…。

CCAJ スクールのご紹介

CCAJ スクールの方針

CCAJ は研修を通して、「受講者がコールセンターで“自信”を持って働き、ステップアップしていくこと」。そして、「その人材が核となり、コールセンター全体が高品質で効率的に運営され、企業価値の創出・維持に貢献し続けること」を目指しています。

CCAJ スクールの特徴

■コールセンターに求められるスキル・知識の習得

「ベーシックコース」では、コールセンターの職位毎に役割を明確にし、業務遂行に必要なスキル・知識を網羅的に学んでいただきます。「専門コース」では、テーマ・課題にフォーカスした専門・高度なスキル・知識を習得し、自社センターの改善にお役立ていただけます。

■実習を取り入れ、スキル習得に繋がる“実践的内容”

講義だけでなく、センターで起こりうる事象を題材に、ロールプレイングやグループワークといった実習を取り入れた、実践に即した講座です。学び、体験することで、分かりやすく、早期にスキルを身につけていただけます。

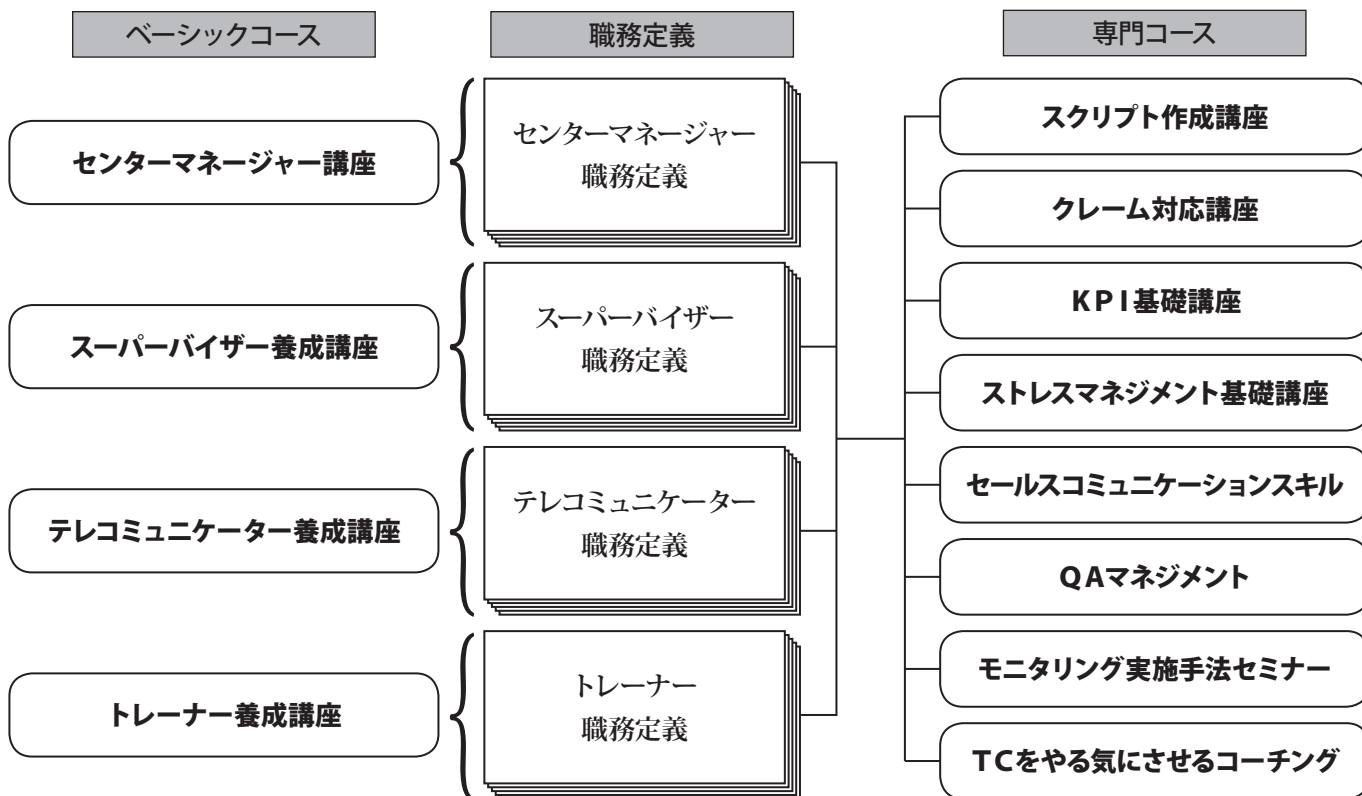
■他社との交流で視野が広がり、モチベーションアップに直結

実習を通じた他業種・他社との交流が、新たな発見を得て、視野を広げるチャンスです。さらに、その交流で、自身のレベルを把握し、同じ課題や悩みを共有することで、モチベーションアップに繋げていただけます。

社内研修にはない、公開講座ならではのメリットです。

CCAJ スクール講座体系

職務定義を作成し、それに基づいてカリキュラムを作成しています。



各講座の概要・プログラムなどの詳細は、CCAJ スクールホームページまで **CCAJ スクール** 検索

http://ccaj.or.jp/ccaj_school/index.html

メンタルヘルスケア

「心・精神面」について積極的にその健康度を高め、常に「より良い心の状態をつくり、豊かでいきいきとした生活や仕事を送る」という考え方。

モチベーション

一般的には「動機づけ」「意欲」と訳され、いかに「やる気」を出させて、仕事や業務への前向きな姿勢を持たせるかということ。

モニタリング

他の内線で通話内容を聞くこと。テレコミュニケーターの研修・指導・トレーニングに活かしたり、緊急時の対応のために実施する。録音・ログを聞くことも、モニタリングに含む場合もある。

モニタリングスキル

モニタリングを実施するために必要な能力のことを指す。また、実施するSVやトレーナーに求められる能力。

モニタリングチェックシート

テレコミュニケーターの対応品質を評価する数十項目の要素を記載したシート。

モニタリングフィードバック

コールセンターで作成されたモニタリングシートを用いて、品質管理担当者やSVやトレーナーなどが、対応を評価し、その内容を本人にフィードバックすること。

や行**予測呼**

「予測コール数」と同義・参照。

予測コール数

「コール予測」によって出された数。

ら行**リアルタイムモニタリング**

実際にお客様と対応をしているその生の声をモニタリング用回線で聞くこと。

離職率

企業・産業における雇用労働者の離職の割合を示す指標。ある一定期間内の離職による減少労働者数を、在籍労働者数で割って算出する。

リスクマネジメント

発生しうるリスクを特定すると共に、そのリスクの発生確率と被害の大きさを分析、回避策を検討すること。

リストクリーニング

休眠している顧客や入手してから相当の時間を経過した既存の顧客リストの情報を見直し、住所・名前・電話番号などの個々のデータを最新の情報に更新すること。

リストスクリーニング

既存の顧客リストをふるいにかけて（スクリーニング）、目的に合った優良見込客のみを抽出すること。

離席

テレコミュニケーターが席を外した状態のこと。研修やフィードバック等を受けている状態も含む。

リダイヤル

過去にかけた電話番号に、再び電話をかけること。また、それを自動的に行う機能。再ダイヤル。

レスポンス率

あるプロモーションを実施した場合の反応率のこと。テレマーケティングでは、DM、テレコールなどの総発信数に対する受注数、リード数の比率を言う。また、フリーダイヤルを告知した場合、告知した数に対する受信数の割合がレスポンス率となる。

ロールプレイング

テレコミュニケーターの教育・研修・トレーニング等の手法。テレコミュニケーター役とお客役がスクリプトに沿って、実際に近い形式で会話をすること。「ロール(役割)」を「プレイング(演じる)」こと。ロープレと略されて使われる。

ログアウト

ユーザー認証されたコールセンター内のシステムへの接続を終了する操作のこと。

ログイン

ユーザーの身元を特定するパスワード等を入力することにより、コールセンター内のシステムにアクセスする権限を取得する操作のこと。

A**ACD(Automatic Call Distribution)**

着信したコールを自動的に管理、コントロールする装置。次々に入る着信コールを、その時点で空いている、あるいは次の応答を最も長時間待っている適切なスキルを持ったテレコミュニケーターから順次均等に配分できる機能を備える。

ACW (After Call Work)

対応履歴の投入や帳票起票など、対応したコールを完結させる為に必要となるコール終了直後に実施する作業に要する時間のこと。

AHT (Average Handling Time)

1 コールあたりに要する後処理時間のこと。
算出式(例) 合計後処理時間 ÷ ACD呼数 (or 外線発信呼数)

ANI (Automatic Number Identification)

発信電話番号通知。発信者の電話番号を受信者に通知するサービス。日本国内では1998年からNTTがサービス提供しているナンバー・ディスプレイ等が相当する。

コールセンター基礎講座を開催します

コールセンタースタッフ、特に新入社員、コールセンターに異動・配属された方にとって必須の基礎知識。また、基礎知識の習得・再確認をしたい方、社内研修の参考にしたい方にも好評を博しているセミナーです。皆様の受講をお待ちしております。

日時：6月20日(水) 12:40～17:00
会場：(株)日本マンパワー 302 教室
(東京都千代田区神田東松下町 47-1)
定員：100 名
※ 詳細は協会のサイトでご確認ください

時間	テーマ・講師／概要
12:40 ～ 14:00	「コールセンター基礎知識」第一アドシステム(株) 顧問アドバイザー 鈴木誠氏 コールセンター業界のビジネス構図と活用形態、コールセンター業界独特の専門用語・略語、センターの運用管理体制、システム構成、主要管理指標 (KPI)、センター地方展開のトレンドなど最低限知っておきたい業界基礎知識やセンターの構成要素や運営のあらましを分かりやすく解説します。
14:10 ～ 15:30	「コールセンターの最新トレンドと成功事例」(株)アイ・エム・プレス 西村道子氏 コールセンター業界の現状は？ 抱える課題にはどのようなことがあるのか？ コールセンターは今後どのような方向に進化していくのか？ コールセンターの最新トレンド、そしてそれを象徴する各分野の注目事例(成功事例)を、最新の取材・調査結果を交えてご紹介いたします。
15:40 ～ 17:00	「知っておきたい コールセンター業務関連ルール」 CCAJ 事務局 課長 森田豊 商品などの勧誘・販売の際に守らなくてはならないルールは？ お客様の情報(個人情報)を取り扱うときには、どのような点に注意しなければならないのか。コールセンタースタッフとして知っておきたい基本的なルールを解説するとともに、協会に寄せられた消費者からの相談事例を交え分かりやすく解説します。

協会日誌

2/24 人材育成委員会

1. コールセンター／テレマーケティング用語集
・既存の用語集のうち、3 語について説明を変更し、33 語を新たに追加することを決定した。
2. 2012 年度活動計画
・SVによる意見・情報交換会、センター・マネージャーによる意見情報交換会を企画し実施していくこと、コールセンター用語集の知名度向上を図る活動をすることを決定した。

3/7 広報委員会

1. Facebook のデモ

- ・協会の Facebook ページ立ち上げに関し、理解を深めるため、デモを行った。
- 2. 会員ニュースの公開状況
・2012年2月に会員より寄せられたニュースの Web への公開状況を報告した。
- 3. CCAJ メールニュース
・ CCAJ メールニュースの情報の収集状況を報告した。
- 4. CCAJ News
・ 4 月号: 2012 年度開催のコールセンター基礎講座の開催案内、震災関連の特集、東京ガスお客さまセンター見学会の開催報告等を掲載することを承認した。
- ・ 5 月号: 2011 年度の協会の事業活動報告、震災関連の特集の 2 回目等を掲載することを承認した。

CCAJ 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「CCAJ メールニュース(旧 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、「CCAJ 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@ccaj.or.jp) までお申込みください。

VOL.154 (2011 年 3 月 5 日配信)
配信数: 4,634 名

【協会からのご案内】

1. 「CCAJ スクール(旧: JTA スクール)」全講座の詳細を公開!
- 【業界動向・情報】
2. 2011 年 12 月度の通販売上高(日本通信販売協会)
3. 平成 23 年中の犯罪収益移転防止法の施行状況等について(警察庁)
4. 電気通信サービスの加入契約数等の状況(総務省)
5. 第 7 回非正規雇用のビジョンに関する懇談会 配付資料(厚生労働省)
6. 2010 年度 国内における情報セキュリティ事象 被害状況調査 報告書(情報処理推進機構)
7. 求人広告掲載件数等集計結果(平成 24 年 1 月分)(全国求人情報協会)
8. 平成 22 年国勢調査 産業等基本集計(青森県など 19 県分)(統計局)

CCAJ 発足記念 ご入会キャンペーン

現在、一般社団法人日本コールセンター協会発足記念として、「入会キャンペーン」を開催しています。6 月末までにご入会いただくと、入会金の 5 万円が無料となります。ぜひ、皆様のご協力をお願いいたします。

電話勧誘販売などに関する、
消費者からの苦情・相談に対応しています。

日本コールセンター協会電話相談室

03-5289-0404

受付時間 10:00～16:00
(土曜・日曜・祝日を除く)

次号予告

「CCAJ News」Vol.182 では、「2011 年度協会事業活動報告」、「東日本大震災復興祈念企画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