

一般社団法人日本コールセンター協会 会報

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

- ◇【ソリューション最前線】SNS 対応
- ◇SV インタビュー Vol.46
- ◇『CCAJ ガイドブック Vol.22』
- ◇「アウトソーシング企業 実態調査」
- ◇福岡コンタクトセンター見学会 開催報告
- ◇コンタクトセンター Q&A
- ◇協会日誌、CCAJ メールニュース

【ソリューション最前線】

システムから考える企業の SNS 対応

スマートフォンをはじめとする高機能の携帯端末の普及と、Facebook や Twitter といった SNS の利用拡大によって、ソーシャルメディアが新たなチャンネルとして注目されています。そこで、コールセンターでの SNS 対応について、システム面を中心にレポートします。また、11月発行予定の『CCAJ ガイドブック Vol.22』でも特集『顧客対応におけるソーシャルメディアの活用』を掲載します。そちらもご参照ください。

◎ SNS について

Facebook、Twitter、LINE といった SNS* が、広く活用される時代になりました。これまで、個人間や特定のグループでのやりとりが中心だったものが、企業も参加する新たなコミュニケーションの場として成育してきています。

また、マルチチャンネルが進むコンタクトセンターでも、SNS を中心とするソーシャルメディア対応は必須になりつつあります。そこで、SNS の情報をどのように企業活動に取り込んでいけば良いのか、システム面を中心にレポートしたいと思います。

※SNS

ソーシャルメディアの一つで、ソーシャル・ネットワーク・サービスのこと。特定の話題や商品に関心を持つ人たちが会おうチャンスをつくり、情報交換ができるサービス。一般的に参加は無料。

◎ SNS と企業との関係について

SNS 活用は、多くの企業にとってさまざまな可能性を秘めている新たなフィールドと捉えられています。特に、VOC を拾い上げて活用するには、最適なメディアと言えるでしょう。

すでに、SNS の特質を生かした取り組みを行っているケースも見られます。例えばソフトバンクでは、お問い合わせ窓口として Twitter の公式アカウントを正式にアナウンスしています。

実際に覗いてみると、カスタマーサービスをはじめとする、いろいろな窓口が開設されています。『Wi-Fi スポットお問い合わせ窓口』では、近隣の Wi-Fi スポットの有無に関する質問に

対して詳しく答えているといった具合です。ユーザーは、自ら問い合わせすることもできれば、最新の FAQ として参照することもできるなど利便性のアップにもつながっているようです。

このような活用事例がある一方で、SNS 対応に多くの企業が苦慮していることも事実です。企業が SNS 対応に本気で取り組もうとすると、専門部署が必要であり、最低でも一人専任テレコミュニケーションが不可欠です。さらに、対応内容によっては、専門的なノウハウも求められます。それだけの負担を強いられながら、企業活動への実質的なメリットはあまり大きくはないのではないかと考えている企業も多いようです。

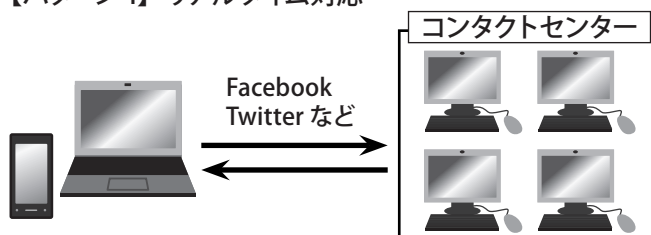
◎即時性とビッグデータ

ここで、企業の SNS 対応方法を考えてみましょう。

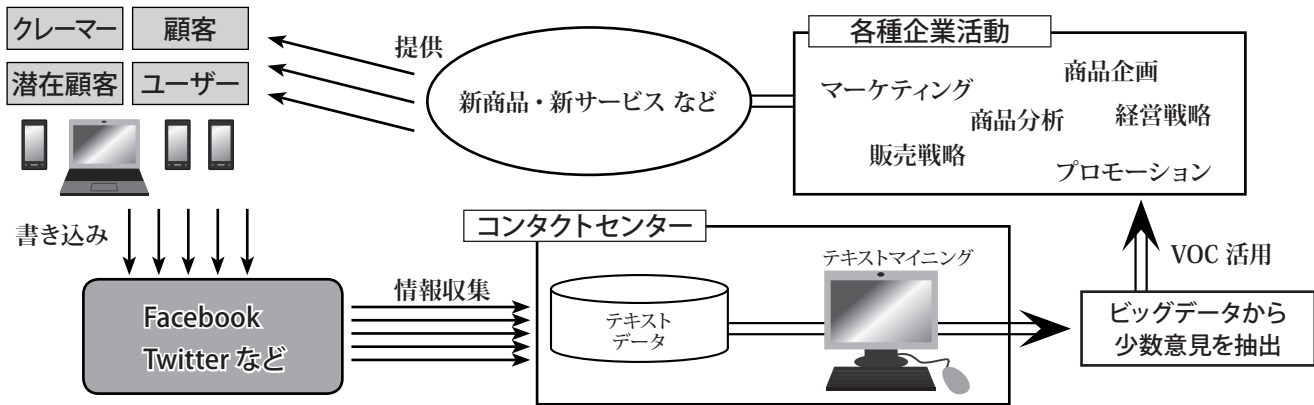
SNS 向けの IT ソリューションとしては、大きく 2 つの流れが考えられます。一つはリアルタイム対応で、もう一つがビッグデータとしての活用です。

リアルタイムとしては、ユーザーからの問い合わせや、商品やサービスに関する発言に対する即時対応などが考えられます。

【パターン 1】リアルタイム対応



【パターン2】ビッグデータとして活用



単純な質問だけでなく、クレームや苦情にできるだけ早く対処することで、企業イメージのアップにもつながります。

もう一つは、それぞれの SNS での発言などを過去のログとして取り込み、マーケティングなどのデータとして活用する取り組みです。昨今、注目を集めているビッグデータ利用の一つです。

ここで気がつくのは、これらの取り組みは、マルチチャネル化したコンタクトセンターではあたりまえの仕事であり、むしろ得意分野ではないかということです。コールセンターで蓄積してきたノウハウを、そのまま活用できるフィールドであると言えるのではないのでしょうか。

システムのにも、フォローするソリューションが揃ってきているようです。ユーザーからの問い合わせを、音声やメールと同等にルーティングしたり、特定のキーワードやルール、条件を設定することで常時監視したりすることができるようになっていきます。それらの発言は、内容に合わせてテレコミュニケーターに送られ、それぞれ個別対応を行うことになります。

今後は、ユーザーからの問い合わせ時にシステム上で顧客情報がポップアップした際に、SNS での発言のログなども表示されることになるのではないかとこの見方もあります。個人情報などの兼ね合いもありますが、システム的にはすでに可能になっているとのことです。

もう一つがビッグデータとしての利用ですが、コールセンターでは、すでに膨大な録音データ活用への取り組みが進んでいます。過去のログを音声認識してテキスト化し、それをマイニングすることでマーケティングや商品開発、企業経営に活かそうというものです。SNS は基本的にテキスト情報ですので、テキストマイニング以降の仕組みをすぐにも活用できるのではないのでしょうか。

また、SNS 上のデータを集めて、企業に渡す専門業者も増えてきているとのこと。簡単な分析まで行う業者もあるなど、マーケティングデータとしての期待も上がっているようです。

即時性とビッグデータという 2 つの側面から考えただけでも、SNS には大きな可能性を見いだすことができます。特に VOC 活用の基本として、重要視されていくことになるでしょう。

◎コンタクトセンターと SNS

SNS の特質と対応手順などを考えると、これらの役割はコンタクトセンターが担うべき業務の一つと言えるのではないのでしょうか。またセンター側も、SNS 対応の比重が増えることで、テレコミュニケーターの負荷が減ると考えられます。それらを踏まえると、エージェンシーにとって新たなビジネスチャンスでもあります。

SNS への対応はまだ未知数な部分も多く、企業にとっては負担ですが、本気で取り組めば必ず有用な結果を残すことができるはず。極論すると、先行投資できるところだけがリターンを享受できるだろうと考えられます。

その一方で、中途半端な取り組みでは、大きなキズを負うことにもなりかねません。

例えば、インフルエンサーの存在です。

SNS やブログなどでの発言によって、多くの人間に影響を与える人々のことで、ネット上でのカリスマ的存在です。インフルエンサーの発言をプラスに使えば、大きな効果が上がります。いわば、恣意的な口コミの醸成です。

逆に、クレームや苦情への対応が悪かった場合など、いわゆる悪評がインフルエンサーによって広がった場合、それを取り戻すことはかなり困難と言えるでしょう。企業にとって、地下に潜って広まっていく悪評が最も怖い存在であり、ちょっとした対応のミスでそこに行き着いてしまう可能性を大いにはらんでいます。

SNS にはきちんと対応しておかないと、企業として後れをとるだけでなく、大きなデメリットにつながる事が考えられるのです。

企業と SNS の関係は、新たなフェーズを迎えようとしています。そこでコンタクトセンターが果たす役割は大きいと言えるでしょう。アメリカなどの先進事例も踏まえながら、きちんとした対応を行う環境作りが不可欠な時代になったと言えるのではないのでしょうか。

【取材協力】伊藤忠テクノソリューションズ株式会社

スーパーバイザー interview vol.46

今回取材した株式会社グッドクロスは、エージェンシー業務に加えて、いくつかのユニークな独自サービスを展開。自社のコンタクトセンターを核とした、トータルソリューションの提供を行っています。

株式会社 グッドクロス
コンタクトセンター スーパーバイザー
小林 佑李 さん

学生時代から好きだというダンス。仲間とスタジオを借りて練習したり、イベントで発表することもあるとのこと。「体を動かした後の達成感が好きです」。また、仕事以外の人とのコミュニケーションも大切にしているというアクティブな女性です。



グッドクロスの事業内容をご紹介しますと、第一にコンビニ決済や電子マネー、クレジット決済などの代行を行う決済事業があります。また、それらに関連するオンラインショップ構築などのサイト制作や集客といったWeb事業。さらに、ビジネス名刺や封筒など多品種小ロット印刷や、パンフレット制作といった印刷関連事業などが大きな柱となっています。

そしてもう一つが、BeeCallという名称のコンタクトセンターの運営です。サポートデスクやテクニカルサービス、スモールレンジ向けの秘書サービスなど、広範なビジネスを展開。東京と大阪の2拠点で、365日、24時間対応を行っています。BeeCallを中核とした他事業との有機的な連携によって、独自の企業バックアップ体制を構築しています。

営業部部長でセンター長でもある石井通明さんによると、「例えば通販を始めたいがノウハウがないというクライアントには、トータルでソリューションをご提供しています。センターとしては、定期契約の獲得率の高さが特長の一つで、プロジェクトによっては90%以上、平均でも60~70%の獲得率を実現しています」

これらの総合的なサポート体制は、通販事業だけに有用なわけではありません。ミッドレンジからスモールレンジの企業にとって、便利で頼れる存在といえるでしょう。石井センター長は同社のスタンスを「黒子的な立場」と表します。クライアントと同じ視点に立ちながら表立たない存在。企業の一部として、煩雑な業務をスムーズに代替する存在。それがグッドクロスが目指す企業姿勢です。

"愛"のある関係づくり

東京のBeeCallのスーパーバイザー(以下、SV)である小林佑李さんは、自らの役割を「人と人の間に立つ仕事」と定義します。お客様、クライアント、スタッフなど、センターに関係するすべての人たちの橋渡しの存在ということです。

そのためにも、周囲とのコミュニケーションを大切にしている小林さん。日頃から心がけていることを聞くと、「そこに"愛"があるのかをいつも考えています」という答えが返ってきました。女性ならではの表現ですが、お互いの信頼関係と思いやりを重要視していることが伝わってきます。

その姿勢は、センター運営にも現れています。同社では、テレコミュニケーションをキャストと呼んでいて、それぞれの立場で、それぞれの役割をきちんと演じることを求めています。「キャストはすべてマルチ対応なので、さまざまな役割を果たさなければなりません。どのコールも大切であり、お客様にとってはキャストこそがクライアントの顔であるということをしっかり教育しています」

前職は美容師だったという小林さん。パソコンのスキルを上げたいという希望もあって、同社の管理部に応募します。その面接の時に、SVとしての可能性を見いだしたのが石井センター長でした。その目に狂いはなく、2008年の入社以来、順調に成長を続けます。

「センター長から学んだことはたくさんありますが、一番大きかったのは、すべての人と一緒にセンターを作り上げていこうという姿勢です。キャストはもちろんですが、クライアントもお客様も

大切な"仲間"なのです」

より多くのコミュニケーションを

これからのコンタクトセンターは、SNSなども含めたマルチチャンネル化と既存のコールセンター機能の深化という二極化が進むだろうと予測する石井センター長。それを受けて小林さんも、「センターでは、FacebookやTwitter、LINEなど、いろいろな新サービスを取り入れています。センター長からも"好き嫌いせずに何でも味見してみろ"と言われていますが、新しいことにトライして自然と詳しくなっていくと楽しいですよ」とのこと。さらに「どんな形であっても、人と人のつながりという基本は変わりません。キャストを信じて、お客様の想像を超える提案を続けていきたいと思っています」

個人的な夢としては、これまで培ってきたノウハウを伝える側になりたいとのこと。「コンサルティングや講師などの仕事もしてみたいですね」。より多くの人とのコミュニケーションを大切にしていきたいという姿勢が伝わってきました。

企業情報

株式会社グッドクロス

代表取締役：原田大輔

本社：東京都品川区西五反田2-28-5 第二
オークラビル2F

ホームページ：<http://www.goodcross.com/>

プロフィール：私たちの仕事は「黒子の仕事」に似ています。「表舞台にいるお客様の成功」が「私たち黒子の成功」であり、「お客様の喜び」が「私たちの喜び」につながります。私たちは「お客様の喜びづくり」に一貫して取り組むため、「同じ志を持つ」ということを大切にしています。

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。

『CCAJ ガイドブック Annual Report Vol.22』を発行します

これまで、当協会が年1回発行していた『テレマーケティング・ガイドブック』を、『CCAJ ガイドブック』と誌名を改め、本年も発行することになりました。今号は、特集「顧客対応におけるソーシャルメディアの活用」をはじめ、さまざまな最新情報を掲載しています。

11月中旬に完成予定で、ご希望の方に無料でご提供します。下記の必要事項をご確認の上、メールでお申し込み下さい。



【本誌ご希望の方】

本誌をご希望の方は、件名または本文に「CCAJ ガイドブック Vol.22 送付希望」と記載し、下記の必要事項を明記の上、CCAJ 事務局 (eメール: office@ccaj.or.jp) までお申し込みください。

<必要事項> ① 貴社名、② 部署・役職、③ お名前、④ 本誌必要部数、⑤ 送付先郵便番号および住所、⑥ E-mail アドレス

■本誌2部までは送料無料ですが、3部以上の場合は送料を負担いただきます。

■必要事項の記載漏れ・不明・誤りなどがある場合は、送付いたしかねますのでおまちがいのないようご注意ください。

■記載された個人情報、本誌発送のために利用するほかに、今後、当協会からDM・メールマガジンをお送りする場合があります。

■在庫がなくなり次第終了させていただきますので、お早めにお申し込みください。

CCAJ ガイドブック Annual Report Vol.22 CONTENTS (予定)

特集	『顧客対応におけるソーシャルメディアの活用』
	スマートフォン急速な普及と、Twitter や Facebook に代表されるソーシャルメディアの台頭によって、企業のコールセンターによるソーシャルメディア対応が注目を集めています。そこで、顧客の不満・不安を取り除き、信頼感を醸成する対応手法を、先進企業に取材します。 ●第1部/先進企業のケーススタディ 【取材先】(株)NTT ソルコ/(株)ファンケル/(株)WOWOW ●第2部/CCAJ 会員企業のソーシャルメディア活用の現状
座談会	CCAJ 委員長座談会 『希少な情報交換や交流の場、教育プログラムなどの提供を通して協会・業界のポジショニング強化に貢献』
	CCAJ 各委員会の委員長にお集まりいただき、活動内容や今後の課題について語り合っていました。 【出席者】事業委員長:岩城久剛氏/情報調査委員長:西島和彦氏/人材育成委員長:三橋朋江氏/広報委員長:山田雅康氏 【司会】総務委員長:富田政広
インタビュー	CCAJ スクール受講企業に聞く 『コールセンターにおける人材活性化のポイント』
	【取材先】あいおいニッセイ同和損害保険(株)/東京ガステレマーケティング(株)/(株)メディカルライン
寄稿	『コールセンターにおけるクラウド・コンピューティング導入のメリットと留意点』
	短期間・低コストで導入が可能なことなどから、多くのコールセンターの注目を集めているクラウド・コンピューティング。コールセンター・システムの専門家に、導入メリットと導入にあたって検討しておくべき点について解説していただきました。 三井情報(株)プラットフォームソリューション事業本部 事業推進部 山本浩司氏
調査報告	CCAJ 調査 『2012 年度テレマーケティング・アウトソーシング企業実態調査 報告』
	会員のテレマーケティング・エージェンシーを対象に、売上高、従業員数から1日の平均コール数、クライアントの業種など、最新の基礎データを報告します。 [本報告の一部を右ページでもご紹介しています。ご覧ください]
協会情報	CCAJ の活動状況 (2011 年 10 月～2012 年 9 月)、CCAJ 会員一覧 など

「コールセンター/CRM デモ & コンファレンス 2012 in 東京」でも配布します

当協会が後援する“コールセンター/CRM デモ&コンファレンス”でも、『CCAJ ガイドブック Vol.22』を配布します。このイベントは、国内最大のコールセンター CRM 分野のイベントで、東京・池袋のサンシャインシティ・コンベンションセンターで開催されます。当協会も出展し、協会活動や業界の PR 活動を行う予定です。多くのお客さまのご来場をお待ちしています。

【開催概要】コールセンター/CRM デモ & コンファレンス 2012 in 東京 (第13回)

●会期:2012 年 11 月 15 日(木)・16 日(金) ※ 展示会 ●会場:池袋サンシャインシティ・コンベンションセンター

今年も「テレマーケティング・アウトソーシング企業実態調査」を実施しました

今回発行の【CCAJガイドブック Vol.22】に掲載予定のコンテンツの中から、『2012年度テレマーケティング・アウトソーシング企業実態調査報告』の質問項目および回答結果の一部をご紹介します。

より詳しい情報は、前ページでご案内している【CCAJガイドブック Vol.22】をご覧ください。

CCAJでは、会員企業のうちテレマーケティング・エージェンシーとして登録されている会員を対象に、「テレマーケティング・アウトソーシング企業実態調査」を実施しています。今年度の対象企業は85社でした(2011年度は81社)。なお、2011年度、2012年度と2年連続でご協力いただいた企業は42社でした。

【調査の概要】

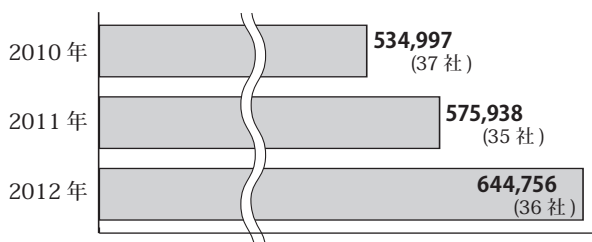
- 実施期間：2012年7月18日～8月5日(19日間)
- 実施方法：調査票をメールにて配信。メールまたはFAXで回収
- 対象：85社／CCAJエージェンシー会員
- 回収：47社(回収率／55.3%)

【質問項目】

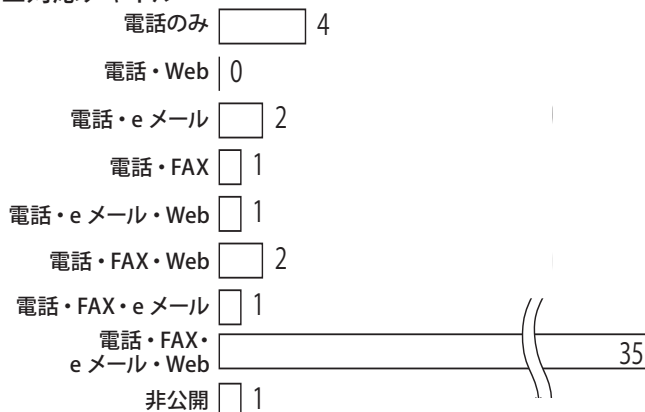
- ◎コールセンター／コンタクトセンター関連の年間売上高
 - ・売上高合計
 - ・2011年と比較可能な26社の売上高合計
 - ・売上高分布
- ◎CCに常時従事している従業員数
 - ・正社員数
 - ・全体に占める正社員の割合
 - ・契約社員数
 - ・全体に占める契約社員の割合
 - ・パート／アルバイト数
 - ・全体に占めるパート／アルバイトの割合
 - ・契約社員・パート／アルバイトの雇用状況
- ◎在宅テレコミュニケーターの有無
 - ・在宅テレコミュニケーターの採用予定
 - ・採用予定がない理由
- ◎スーパーバイザー(SV)の平均的な配置
 - ・一人のSVに対するテレコミュニケーター数
 - ・一人のSVに対するテレコミュニケーター数平均

- ◎オペレーションブース数
- ◎拠点数
- ◎電話業務におけるコールの対象
- ◎電話業務におけるイン・アウトの比率
- ◎一日の平均コール数
 - ・インバウンド
 - ・アウトバウンド
- ◎対応チャンネル
- ◎ソーシャルメディア対応について
- ◎ソーシャルメディアの対応業務
- ◎一日の平均メール数
 - ・受信メール
 - ・送信メール
- ◎外国語対応について
 - ・外国語対応の有無
 - ・対応している外国語
- ◎クライアントの業種
- ◎クライアントからの受託業務
- ◎センター業務の受託内容

■売上高合計(百万円)



■対応チャンネル



■一人のスーパーバイザーに対するテレコミュニケーター数平均

2010年	:10.60人
2011年	:10.18人
2012年	:10.64人

■外国語対応の有無

行っている	行っていない	非公開
23社	20社	4社

■ソーシャルメディア対応について(回答46社)

行っている	行っていない
12社	26社

行いう予定がある
8社

■ソーシャルメディアの対応業務

(行っていると回答の12社から複数回答)

応対回答業務	5社
情報収集・分析業務	9社
その他	5社

福岡コンタクトセンター見学会 開催報告

去る9月13日(木)～14日(金)、情報調査委員会では、福岡コンタクトセンター見学会を開催しました。今回の見学会は、株式会社ジャパネットコミュニケーションズと株式会社タカギ コミュニケーションセンターを見学させていただきました。

○株式会社ジャパネットコミュニケーションズ

同社は、株式会社ジャパネットたかたの関連会社として約1年半前に設立されました。

テレビ・ラジオ・チラシ・カタログ・Webをご覧になったお客様からのご注文受付および商品へのお問合せへの回答、その他各種問合せに対応しているセンターです。

同社の目指すべき姿として「お客様へ日本一のレベルで対応できるセンター」「いろいろな働き方・生き方・考え方の人が各自の責任を果たすことで楽しく成長を感じ、お客様・従業員・会社にとって良い形(Happy)をつくりあげる」を掲げていらっしゃいます。

「自前主義」「メディアミックス」の事業方針の下、様々な創意工夫が感じられるセンターでした。

※参加者の感想

- ・TOOL 類の整備や VOC 収集等が体系的に実施されており大変刺激になりました。
- ・各部門の業務分担内容と役割を、ご説明と詳細な見学を通じて具体的にお聞かせいただき、たいへん参考になった。
- ・これぞコールセンターの管理という印象を受けました。取り入れたい事もたくさんありましたので、参考にさせていただければと思っています。
- ・徹底したコミュニケーター支援と働きやすい職場環境作りを強化していることが強く印象に残った。



○株式会社タカギ

株式会社タカギは、「くらしに、みらいに、活かす水」のコーポレートスローガンの下、浄水器の「みず工房」、散水用品の製造販売をおこなっている企業です。

エンドユーザー窓口であるコミュニケーションセンターは、

2012年4月に本社のある北九州市小倉南区から小倉駅前に移転しました。同センターでは、カスタマーサポート及びアフターメンテナンスサポートを電話やメールで対応しています。

見学会では、同社に VOC 活動が定着していくまでの苦労や工夫、モチベーションアップのための ES への取組など、様々な施策をお伺いいたしました。

※参加者の感想

- ・質疑応答で相互メリットのあるディスカッションの場が持てた。
- ・評価基準書等も具体的にお見せいただき、かなりオープンな話をお聞かせいただき、たいへん参考になった。
- ・お客様の声を反映させることがコールセンターにとって重要な役割のひとつであることをあらためて勉強させていただき良い機会をいただきましたことに感謝申し上げます。
- ・ファミリーデーの実施等、CM を大切にすることを考える良い機会となりました。



今回の見学会には、11社13名の会員が参加しました。見学の間では、株式会社ジャパネットコミュニケーションズ、株式会社タカギ両社からも見学会参加者に対して質問が出されるなど、相互の意見交換の場として有意義な時間を過ごすことができました。

1日目の見学終了後に開催した懇親会にも多くの方にご参加いただき、活発な意見交換の場となりました。

※見学会に対する感想

- ・アウトソーサー企業はなかなかクライアント情報を開示出来ない事情はあるにせよ、情報収集のみは相互発展の本質から外れると思いますので、参加条件に加えてもよいと思いました。
- ・本当に有意義でした。是非とも今後も続けて頂きたいと感じました。

見学を受け入れてくださった株式会社ジャパネットコミュニケーションズ様、株式会社タカギ様に心よりお礼申し上げます。

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 コールセンターのシステムから弾き出される KPI は SL (サービスレベル)、応答率、放棄呼率、稼働率、平均処理時間 (AHT)、平均通話時間 (ATT)、平均後処理時間 (ACW) などさまざまなものがあります。システムによっては 200 種以上の KPI が抽出できます。

しかしながら、それらをフルに活用しているセンターは少ないのが実情です。もったいないという気もしますが、重要なのは数ある KPI の中で何を重要視するかということです。センターのミッションや業種・業態によって注視すべき KPI は異なるので、まず自社センターにおいて何を重要視するのかを見極める必要があります。

また、コールセンターでよく見聞きすることですが、KPI の集計をして月次報告書を作成すること自体が目的になってしまうケースがあまりにも多いことに驚かされます。月次報告書をまとめることはもちろん大事なことです。KPI の集計は決してゴールではなく、今後の業務改善のためのスタートなのだ、ということをご認識してください。業務改善のためのヒントは集計数値の中に必ず潜んでいるからです。

適正な目標値ということですが、センターの運営ポリシーによって異なりますので一概には言えません。例えば SL で言えば 20 秒 / 80% が初期設定値のケースが多いのですが、とにかくお客様を待たせない、ということをご重視するセン

Q センターの KPI の集計に毎月かなりの手間がかかります。しかし、応答率や放棄呼率、稼働率、平均処理時間や平均後処理時間など、果たして妥当なのかどうかよくわかりません。適正な目標値のようなものはあるのでしょうか。

回答者 鈴木 誠 氏

第一アドシステム株式会社 顧問アドバイザー
CCAJ スクール センターマネージャー講座
スクリプト作成講座 講師

ターでは 15 秒 / 90% とシビアに設定するケースもあります。

その他の主な KPI については絶対値というのはありませんが、例えば応答率は 90% 以上、つまり放棄呼率は 10% 未満が目安と言えます。放棄呼が 10% を超えるようであれば何らかの対策を講じなければ CS はどんどん低下します。稼働率の目安は 85% ~ 90% というところでしょう。稼働率が 90% を超えるセンターは、恒常的に顧客対応に追われて精神的に余裕がなくテレコミュニケーターが疲弊する傾向にあり、離職を誘発する原因にもなります。AHT は ATT と ACW の合計ですが、AHT が長いと生産性に影響します。とは言い ATT は「お客様ありき」なのでむやみに短縮することはできません。ただスキルが付いてくればすばやいニーズ察知と的確で納得感のある手短かな説明スキルで短縮することは可能です。ACW に至っては完璧なブライントタッチと正確なりアルタイム入力スキルさえ身につければ、限りなくゼロ秒に近づけることは可能です。

他にも注視すべき KPI は多々あります。保留回数や保留時間、エスカレーション率が高ければ、知識に自信がない低スキルの新人が多い状態、あるいは FAQ の未整備状態です。シフト遵守率が低ければ、無理なシフト組み、本人の遵守意識が低い、マネジメントの不徹底などいくつかの原因は考えられます。

新入会員のご紹介

株式会社リンク

代表者：BIZTEL 事業部 事業部長 坂元 剛
東京港区赤坂 7-3-37 カナダ大使館ビル1F

BIZTEL

Support

<http://biztel.st/>

弊社はクラウド型コールセンターシステム「BIZTEL」の運営・サービス提供をしております。

ACD や通話録音・モニタリング・各種 CRM との CTI 連携などの多彩な機能を備えたコールセンターをリーズナブルな費用と短い納期で構築できる点が支持され、中小規模から数百席まで幅広い導入実績がございます。

また、クラウド型でありながら柔軟性も兼ね備えており、既存ビジネスフォン環境との内線通話などのカスタマイズの要望には、お客さま毎に個別に対応することが可能です。在宅型コールセンターや BCP の一環としての導入実績もございます。コールセンターの新規開設やシステムのリプレースをご検討の折にはぜひご相談ください。

新入会員のご紹介

au 損害保険株式会社

au 損保

Inhouse

代表取締役社長 島田 信之

東京都港区虎ノ門四丁目3番1号 城山トラストタワー 26F

<http://www.au-sonpo.co.jp>

平成 22 年 2 月あいおい損害保険株式会社（現あいおいニッセイ同和損害保険株式会社）と KDDI 株式会社の共同出資によりモバイル損保設立準備株式会社として設立。平成 23 年 3 月現社名に社名変更、同年 5 月営業開始。携帯・スマホによる「いつでも、どこでも、手軽に保険加入」をコンセプトに事業を展開。当初 au 携帯電話・スマートフォンユーザーに自転車保険を始めとする傷害保険を販売。その後、各方面からの要望により、キャリアを問わない全スマートフォンおよび PC からの保険手続きも可能とした。手続きの利便性、手軽な保険料、お客様の生活に密着した新しい保険サービスの提供等を通じて、お客様のライフスタイルを支援し、お客様にとってより身近な保険会社となることを目指している。

CCAJ News TOPICS

正会員数：196 社

(2012 年 10 月現在)

協会日誌

9/12 理事会

- ① 2012 年度第 1 四半期業務執行状況報告
 - ・ 2012 年度第 1 四半期の業務執行状況を承認した。
- ② 2012 年度上半期収支決算見込
 - ・ 2012 年度上半期の収支決算見込を承認した。
- ③ 予算編成時における管理費用の事業費用への振替比率の再見直し
 - ・ 予算編成時における管理費用の事業費用への振替比率の再見直しを承認するとともに、中間決算から適用することを承認した。
- ④ 今後の事業展開
 - ・ 会員メリットの創出を目的に、会員交流など新たな事業を展開することを承認した。
- ⑤ 入退会
 - ・ 6 月の理事会以降の入退会を承認した。

9/20 事業委員会

- ① CCAJ ガイドブック
 - ・ 記事作成の進捗状況を報告した。
 - ・ 広告の掲載に当たって、記事の見やすさに考慮することを決定した。
- ② CCAJ スクール

- ・ スーパーバイザーの認定制度に関して、企業向けと個人向けのアンケートを分けて実施することを決定した。
- ③ CCAJ コンタクトセンター・セミナー
 - ・ 2013 年 2 月に開催し、CCAJ セッション・講演および交流会を実施することが決定した。
 - ・ 講演については「CCAJ スタディーツアー開催報告」などを候補に、次回の委員会で検討することとなった。
- ④ CCAJ スタディーツアー
 - ・ 視察先や参加申込状況を報告した。

10/3 広報委員会

- ① 会員ニュースの Web での公開状況
 - ・ 会員から寄せられたニュースリリースの Web での掲載状況について報告した。
- ② CCAJ メールニュース
 - ・ 情報の収集状況を報告した。
- ③ CCAJ News の発行
 - ・ 11 月号：CCAJ ガイドブックの発行案内、テレマーケティング・アウトソーシング企業実態調査の概要、コンタクトセンター見学会の開催報告等を掲載することとなった。
 - ・ 12 月号：CCAJ スタディーツアーのレポート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.166 (2011 年 10 月 5 日配信)
配信数 : 4,878 名
【協会からのご案内】

1. CCAJ ガイドブック VOL.22 予約受付中
2. CCAJ News VOL.187(2012 年 10 月号) を協会 Web サイトにアップ
3. 協会 Web サイト「会員ニュース」の掲載状況
4. CCAJ スクール 11 月開催のご案内

【関連動向・情報】

5. 情報セキュリティインシデントに関する調査報告書～個人情報漏えい編～(日本ネットワークセキュリティ協会)
6. 労働者派遣法の改正について(改正に関する Q&A)(厚生労働省)
7. 平成 23 年 社会生活基本調査 生活時間に関する結果(統計局)
8. クラウドの浸透実態と緊急時対応における課題に関する調査(情報処理推進機構)
9. 電気通信サービスの契約数及びシェアに関する四半期データ(総務省)
10. 平成 23 年度 個人情報の保護に関する法律 施行状況の概要(消費者庁)
11. 求人広告掲載件数等集計結果(全国求人情報協会)

【イベントのご案内】

12. コールセンター/CRM デモ&コンファレンス 2012 in 東京 開催のご案内
13. ネット通販 EXPO ～ダイレクト・マーケティング・フェア 2012 開催!
14. DM 協会主催 "成功事例分析セミナー"のご案内