

Contents

- ◇ CCAJ News が 200 号を迎えました
- ◇ 200 号記念プレゼントクイズ
- ◇ 第二回「会員交流会」を開催しました
- ◇ 平成 24 年度「国語に関する世論調査」の結果について、新入会員のご紹介
- ◇ コンタクトセンター Q&A
- ◇ スーパーバイザーインタビュー Vol.51

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

CCA*j* News が 200 号を迎えました

当協会の協会報である CCAJ News が、発行 200 号になりました。JTA News 時代の第 1 号から足かけ 17 年、協会や業界の変遷を、会員の皆様を中心にお伝えしてきました。そこで 100 号記念号に続いて本号でも特集を組み、これまでの歩みを振り返りたいと思います。さらに会員企業のご協力で、プレゼント企画が実現しました。ぜひ、ご参加ください。

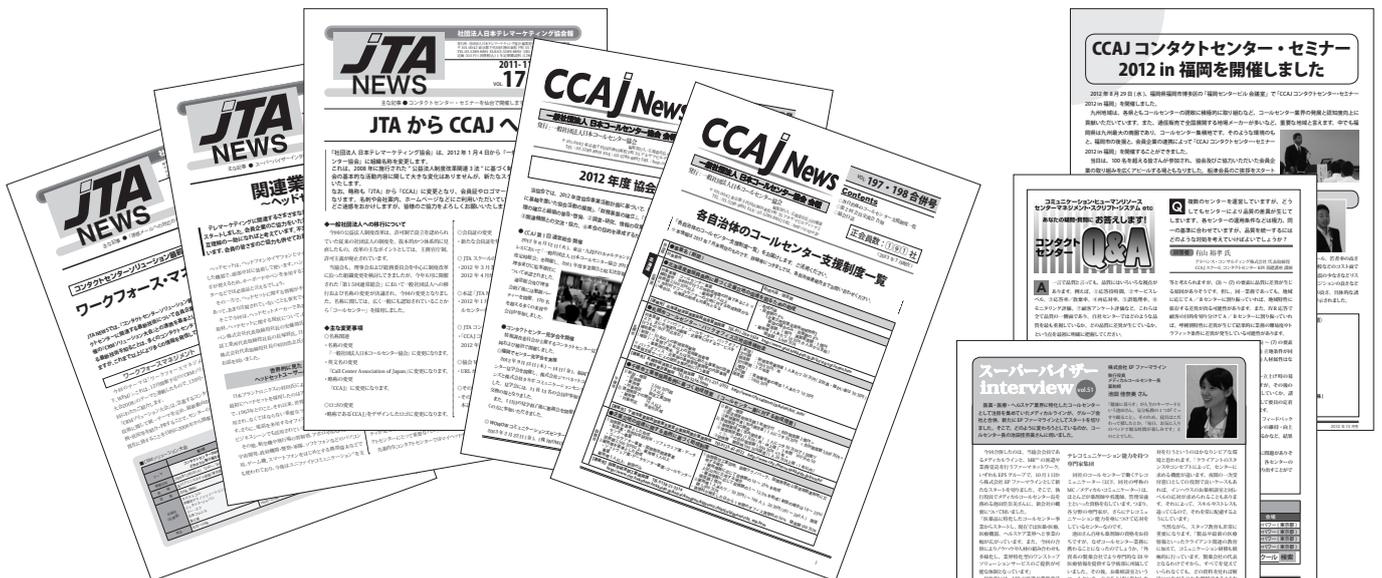
200 号記念の
プレゼントクイズがあります!!
詳細は、次ページをご覧ください。

一般社団法人日本コールセンター協会の会報である CCAJ News は、当協会の事業活動において「国内外の最新情報・関連法規・地方自治体における企業誘致施策の紹介・委員会の活動状況等を毎月提供」する独自メディアと位置付けられています。基本的には 8 ページ構成ですが、記事内容に合わせた増ページ号や合併号もお届けしています。また、CCAJ メールニュースや協会の公式サイト、各種リリースといった他のメディアとも連携しながら、最新の情報をお伝えしています。

これまでの記事の内容としては、協会の歩みに沿った取り組みや各種活動をご報告するとともに、各委員会が中心に行われているイベントや催事に関する告知や報告を行っています。

具体的には、事業活動の定期的な報告をはじめ、組織改革などの取り組み、毎年開催されている海外視察のレポート、コンタクトセンターセミナーなどのイベントの告知と報告、コンタクトセンター見学会やスーパーバイザーによる意見・情報交換会に関するレポートなど、会員企業にとって有用な情報をお伝えしています。

また、本誌独自の企画としては、会員企業による「年頭所感」、100 自治体以上を紹介する「各自治体のコールセンター支援制度一覧」、連載企画の「コールセンター Q&A」や「SV インタビュー」、不定期連載の「ソリューション最前線」や「関連業界レポート」、さらに法改正や先端技術といった最新情報に合わ



せた特集やレポートなどもお届けしています。

今後とも、協会や会員企業関連の情報を中心に、業界の動向や最新ソリューションなども取り込みながら発行を行う予定です。

また、取材やアンケートなどでご協力をお願いする機会もあると思いますので、ご協力のほどをよろしくお願いいたします。

【広報委員長挨拶】

皆さまのご支援もあり、協会報は200号を迎えることができました。ありがとうございます。今後とも、広報委員会、協会事務局を中心により良い情報をお伝えすべく、活発な活動を続けていく所存です。読者の皆様には、ご意見やご要望も含めたさらなるお力添えをお願いいたします。

◎ 200号記念プレゼントクイズ◎

200号発行を記念して、読者向けのプレゼントクイズを開催します。会員、非会員を問わずどなたでも応募できます。以下の問題に答えるだけ。締め切りは11月20日です。協会のサイトから簡単に応募できますので、ふるってご参加ください。

◎問題

当協会の略称はCCAJですが、正式な名称は次のどれでしょうか。

- ①一般社団法人 日本コールセンター協会
- ②社団法人 日本テレマーケティング協会
- ③日本クロッキー協会



応募の締め切りは **11月20日** です。

	景品名	ご提供いただいた会員企業	当選者数
①	スマホ充電器	NTTコミュニケーションズ株式会社	2名
②	USBメモリ+スマホ充電器+Tシャツ	ベリントシステムズジャパン株式会社	3名
③	SKINFOOD化粧品詰め合わせ	アルファコム株式会社 提供:株式会社フードコスメ	1名
④	ゴルフボール(3個入り)	伊藤忠テクノソリューションズ株式会社	4名
⑤	ゴルフボール(3個入り)	トランスコスモス株式会社	3名
⑥	書籍「対話の達人II」	株式会社ベルシステム24	2名
⑦	書籍「コールセンター白書 2013」	株式会社リックテレコム	1名
⑧	商品券(パークハイアット東京)	東京ガステレマーケティング株式会社	3名

プレゼントにご協力いただいた会員企業の皆さん、本当にありがとうございました。

《プレゼントクイズへの応募方法》

プレゼントクイズは、会員、非会員を問わずどなたでも参加できます。

ご応募は、以下のサイトからお願いします。なお、お一人様1回とさせていただきます。

ふるってご応募ください。

<http://ccaj.or.jp/ccajnews/200present/> (協会のトップページからも入れます)

クイズの答え、ご希望賞品の番号の他に、お名前やメールアドレス等をご記入いただきますが、当選者へのご連絡にのみ使用します。ご本人の許可なく第三者に情報が提供されることはありません。当選された方には、12月上旬までに協会からメールを差し上げます。プレゼントの発送先等は、その際にご指示ください。

第二回「会員交流会」を開催しました

2013年10月16日(水)、東京・九段下のホテルグランドパレスで、第2回会員交流会を開催しました。

昨年10月、かねてより会員からの要望が多かった会員交流の場として第一回会員交流会を開催し、盛会となりました。その後も、同様の取り組みを続けてほしいという会員企業の皆さんからのご要望もあり、今回、第二回の会員交流会を開催する運びとなりました。当日は、大型で強い勢力の台風26号が関東に上陸するなど開催に懸念もありましたが、54社、120名を超える方々が参加されるという大盛況となりました。

講演会では、三井情報の島崎洋一氏から有意義な最新情報をご提供いただきました。さらに、懇親会は会員相互の交流を深める場となりました。会員交流会は継続して開催していく予定ですので、今後とも多くの会員の皆様のご協力をご参加をお願いいたします。

◎講演会：17：00～17：50

交流会に先立って、三井情報株式会社次世代コミュニケーション事業本部市場開発部市場開発室コンサルタントの島崎陽一氏による「顧客の声の見える化とその活用方法」と題した講演会が開催されました。



多様化するチャネルの中で、どのように顧客との接点を見つけ、顧客の声を活用していくべきか。また、テキストマイニングによる「顧客の声活用サイクル」をどのように構築していけばいいのか。同社の独自ソリューションである「ICPアナリティクスサービス」を中心に、最新の事例や今後予想される展開などが解説されました。最後に、将来的に予想されるコールセンターにおけるテキストマイニングとその活用方法が動画で紹介され、多くの関心を集めました。



◎懇親会：18：00～19：30

講演会に引き続き、懇親会が催され120名を超える方々が参加しました。船津康次会長による、会員の皆さんの日頃からのご協力への感謝やアベノミクスによる景気回復への期待感、交流会をご活用いただきたい旨のご挨拶の後、乾杯の発声となりました。その後は、参加者同士で情報交換が行われるなど、充実した交流の機会となりました。



当日は、交流会参加企業のパンフレットやノベルティーグッズなどが会場で配布され、参加者の注目を集めていました。

『CCAJ News』に広告を掲載しませんか？

毎月、コールセンターに関する情報をお届けしている機関誌『CCAJ News』では、広告を募集しています。本誌は、会員の皆様への頒布に加えて、各種イベントやCCAJスクールでの配付、協会ホームページでのPDFファイル公開も行っています。会員企業を中心とするコールセンター業界関係者へのアピールの場として、ぜひ広告の投稿をご検討くださいますようお願い申し上げます。詳細に関しては、協会事務局までお気軽にお問い合わせください。

【お問い合わせ先】TEL：03-5289-8891 e-mail：office@ccaj.or.jp

平成 24 年度「国語に関する世論調査」の結果について

平成7年度から文化庁が毎年実施している「国語に関する世論調査」ですが、今年も調査結果が発表となりました。

この調査は、「日本人の国語に関する意識や理解の現状について調査して、国民の国語に関する興味・関心を喚起するもの」と位置づけられており、毎年、関心を集めています。“日本人の国語に対する意識や理解”という観点は、コールセンターで働くスタッフにとっても注目すべきものです。そこで、調査の結果の中からいくつかのポイントをピックアップしてご紹介します。

なお、各年度の調査結果の概要は、以下のサイトから PDF としてダウンロードできます。ご利用ください。

http://www.bunka.go.jp/kokugo_nihongo/yoronchousa/

正誤が逆で使われている言葉

夏目漱石が草枕の冒頭で、「……情に棹させば流される……」という表現で、人の世の住みにくさを看破しました。「情」に重きを置きすぎて思い入れが強くなると、それに流されてしまうよ」という人生訓でもあります。

その下敷きとなった文言が「流れに棹さす」という慣用句です。川や潮の流れに沿って棹で水底を押せば、船足は速くなります。それをイメージして「傾向に乗って、ある事柄の勢いを増すような行為をする」というのが本来の意味です。

ところが、「国語に関する世論調査」では、「傾向に逆らって、ある事柄の勢いを失わせるような行為をする」という、まったく逆の意味で使っている人が大勢を占めているという結果が出ています。多くの人が、棹を船を進めたり操るための道具としてではなく、ブレーキと捉えているようです。

《調査結果》-----
流れに棹さす例文：その発言は流れに棹さすものだ

(ア) 傾向に逆らって、
ある事柄の勢いを失わせるような行為をする …59.4%

(イ) 傾向に乗って、
ある事柄の勢いを増すような行為をする ……23.4%

(ア)と(イ)の両方 ……………1.6%

(ア)、(イ)とは全く別の意味 ……………1.4%

分からない ……………14.2%

さらに調査結果では他の事例として「役不足」「気が置けない」「潮時」「噴飯もの」なども挙げられていて、いずれも本来の意味と正反対の用例が世間では認められているという結果になっています。用例の中で「役不足」「気が置けない」「噴飯もの」が、誤用を正解と考えている人が割合が、本来の意味で使っている人を上回っています。つまり、誤用が正しいと思っている人が、大多数を占めているというのです。

1つの表現で正反対の意味を持たせてしまっている言葉。そ

のような用例は、まだまだたくさん考えられます。

コールセンタースタッフにとって正誤を知っていることも大切ですが、顧客がどちらの意味で使っているのかを瞬時に類推することがさらに重要なポイントになります。そのためには、本来の意味はもちろんのこと、通用している誤用についても知っておかねばならないのではないのでしょうか。その上で、単に正誤を質すのではなく、前後の会話や声のトーンなどから、相手の真意を推し量ることが求められます。

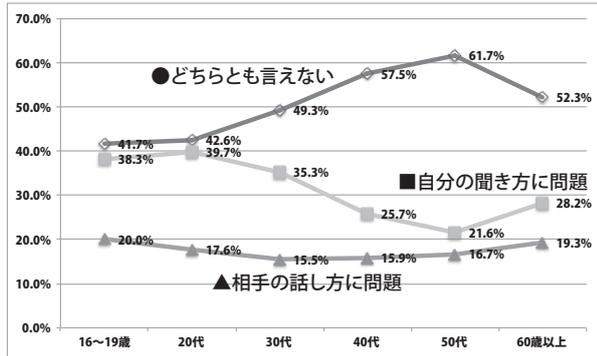
高まる正しい日本語に対する意識

実は、前出の設問は過去の調査でも出されていて、その結果が比較されています。「流れに棹さす」の誤用の率としては、平成14年/63.6% → 平成18年/62.2% → 平成24年/59.4%と変化してきています。本来の意味を理解していた人は、平成14年/12.4% → 平成18年/17.5% → 平成24年/23.4%という結果になっています。まちがいに気付いて修正した人が、明らかに増えているのです。また、「役不足」の本来の意味である「本人の力量に対して役目が軽すぎること」を理解している率も、平成14年/27.6% → 平成18年/40.3% → 平成24年/41.6%と確実に上がってきています。また、慣用句の言い方に関する設問では、「取り付く島がない」「押しも押されぬ」「的を射る」「伝家の宝刀」などが挙げられていますが、いずれも前回の調査よりも正解者が増加しています。多くの人が、正しい日本語を知っておきたいと考えているのではないのでしょうか。

さらに別の設問では、「誰かの話を聞いていて、その人の言いたかったことと、自分の受け取ったことが食い違っていたという経験があるか、ないか」に対して「ある(計) / 66.5%」に対して「ない(計) / 33.3%」という結果が出ています。「食い違った理由」を問うと、「自分の聞き方に問題」が29.3%、「相手の話し方に問題」が17.7%、「どちらとも言えない」が52.8%となっています。これらの結果を見ると、多くの人が他

者とのコミュニケーションの難しさを感じているからこそ、日本語に対する意識も高まっているといえるでしょう。

◎相手の話を理解できなかった理由(年齢別)



紹介した他にも敬語に対する受け止め方や手紙の作法など、参考になる調査結果が出ていますので、一度ご覧になることをおすすめします。

話し言葉としての表現にも注意

言葉の本来の意味を把握するだけでなく、もう一つ大切にしたいポイントに、話し手としての表現があります。たとえば、発音した時に相手が誤解しそうな単語はなるべく使わず、別の表現をするなどの気遣いも重要でしょう。

日本新聞協会から発行されている「放送で気になる言葉2011」では、「読み方に気をつけたい言葉」の1つとして「定温輸送」が挙げられています。

「テイオン輸送」を「定温」と理解できるのはその道のプロだけかもしれない。「低温」と解釈されるのは避けられないから、これを使うのは不注意だ。……とあります。

また、相手が違和感を感じる表現についても言及しています。「頑張ってください」に対して「そもそも目上の人からの激励の言葉であり、目下の人が目上の人に対して言う言葉ではなかった」として、従来は使い分けるべき言葉が無神経に使っていると抵抗を感じる人もいと指摘しています。応援のつもりで行った言葉が、不快感を与えてしまうケースもあるということです。いずれも放送という立場に合わせた専門的な例ではありますが、私たちが参考にしたい視点でと言えるでしょう。

正しい敬語の使い方を身につける重要性は良く指摘されますが、その他にも、誤用を避け相手の意図をくみ取る、誤解しそうな発音の単語は避ける、ふさわしくない表現は使わない、といったスキルも求められているようです。コールセンタースタッフの立場から、正しい日本語のあり方をもう一度見つめてみる良いきっかけとして、これらの資料を活用してみたいかがでしょうか。

新入会員のご紹介

ジュピターショップチャンネル株式会社

代表取締役社長 篠原 淳史
東京都中央区新川 1-14-1 国冠ビル

<http://www.shopch.jp/>

Inhouse



24時間365日、生放送でお楽しみいただけるショッピング専門チャンネル。「ユニーク」「バリュー」「サプライズ」をモットーに、ジュエリー、ファッションアイテム、コスメ、家庭用品、健康グッズ、グルメなど、世界中から厳選した商品を毎週約700アイテムご紹介。ご注文は24時間いつでもOK。生放送ならではの臨場感をいかした番組作りで、これからのテレビショッピングをエンターテインメントへと変えていきます。

新入会員のご紹介

ピットクルー株式会社

代表取締役社長 小西 直人
東京都千代田区岩本町 2-4-1 神田岩本町プラザビル

<http://www.pit-crew.co.jp/>

Agency



近年、インターネット企業に限らず、様々な企業が電子書籍やネット通販等のEコマースに参入しており、ソーシャルゲームをはじめ、これらインターネットを活用したリアルタイムなサービスに関連するユーザーサポート業務が急増しております。

弊社においても、ユーザーサポート業務の受注が増加しておりますが、この度、一般社団法人日本コールセンター協会入会により、これまで以上に顧客満足度を高めるようサポート業務を推進してまいります。

ほか、掲示板監視、広告審査、ネット調査、ソーシャルメディア運用代行などWEBコンテンツに関わる人的リソースと長年の経験で得たノウハウを活かし、サービスを提供いたします。

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 一言で品質と言っても、品質にはいろいろな視点があります。例えば、①応答待時間、②サービスレベル、③応答率/放棄率、④再応対率、⑤誤処理率、⑥モニタリング評価、⑦顧客アンケート評価など、これらは全て品質の一側面であり、自社センターではどのような品質を最も重視しているか、どの品質に差異が生じているか、という点を最初に明確に把握してください。

ここで、①～③はACDなどから機械的に同等条件で取得できますが、④～⑤は応対履歴の内容を分析しないと明確には把握できない品質であり、分析方法にも依存する要素があります。⑥は評価シートが共通化されていても、評価を実施するスーパーバイザーなどの評価基準にも差異が出やすく、カリブレーションが重要です。

一方、品質を左右する要素としては、一般的には主に以下のような項目が挙げられます。

- (1) 業務の内容や難易度
- (2) 呼種別の特性やトラフィック条件
- (3) センターの規模
- (4) センターの立地条件
- (5) 人材属性(年代、職業、地域性、定着率など)
- (6) 要員(テレコミュニケーター、スーパーバイザー、マネージャーなど)のスキル分布や経験
- (7) センター内の人間関係

例えば、AセンターとBセンターとで同一業務をACDなどで均等分配して対応している場合、(1)、(2)の要素は同

Q 複数のセンターを運営していますが、どうしてもセンターにより品質の差異が生じてしまいます。各センターの運用条件などは極力、同一の基準に合わせていますが、品質を統一するにはどのような対処を考えていけばよいのでしょうか？

回答者 有山 裕孝氏

アドバンス・コンサルティング株式会社 代表取締役
CCAJ スクール コンタクトセンター KPI 基礎講座 講師

等と考えられますが、(3)～(7)の要素に品質に差異が生じる原因がありそうです。但し、同一業務であっても、地域に応じてA/Bセンターに割り振っていれば、地域特性に依存する差異が出る可能性があります。また、IVR 応答で顧客の目的を切り分けてA/Bセンターに割り振っていれば、呼種別特性に差異が生じて結果的に業務の難易度やトラフィック条件に差異が発生している可能性があります。

(3)A/Bセンターの規模が異なれば、(5)～(7)の要素を同等に実現することは難しい面もあり、(4)立地条件が同等と考えられてもその場所で集められる(5)人材属性はなかなかこちらが思う通りにはいきません。

(6)要員のスキル分布や経験は、センター立上げ時の募集に依存して初期状態は決まっていますが、その後の研修とフィードバックで如何にスキルを向上していくか、諸施策の実施でモチベーションを維持・向上して要員の定着を図っていくかで経験者の比率を増加できます。

(7)センター内の人間関係の良し悪しは、フィードバックの効果的な実施ができるか、モチベーションの維持・向上を継続的に図れるか、定着率の向上に繋がるかなど、結果的に(6)の要因に大きな影響を与えます。

このように、品質を左右する要素のどこに問題がありそうかを順を追って分析し絞り込んでいけば、各センターの品質を統一していくためのヒントや方法を探り出すことができるはずです。

年内の『CCAJ スクール』のスケジュール

開催日	講座名	講師	会場
12/11(水)	テレコミュニケーターをやる気にさせるコーチング	瀬崎 節子氏	日本マンパワー(東京都)
12/12(木)～12/13(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)
12/17(火) ※ 追加開催	テレコミュニケーターをやる気にさせるコーチング	瀬崎 節子氏	日本マンパワー(東京都)
12/18(水)～12/19(木)	スーパーバイザー養成講座～人材育成編～	黒田 真紀子氏	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、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

スーパーバイザー interview vol.51

医薬・医療・ヘルスケア業界に特化したコールセンターとして注目を集めていたメディカルラインが、グループ会社と合併。新たに EP ファーマラインとしてスタートを切りました。そこで、どのように変わろうとしているのか、コールセンター長の池田佳奈美さんに伺いました。

株式会社 EP ファーマライン

執行役員
メディカルコールセンター長
薬剤師

池田 佳奈美 さん

「健康に暮らす」が人生のキーワードという池田さん。気分転換の1つが「ぐっすり眠ること」。そのため、寝具はこだわって探したとか。「毎日、お気に入りのベッドで眠る時間が楽しみです」とのことでした。



今回合併したのは、当協会会員であるメディカルラインと、MR^{*1}の派遣や業務受託を行うファーマネットワーク。いずれも EPS グループで、10月1日から株式会社 EP ファーマラインとして新たなスタートを切りました。そこで、執行役員でメディカルコールセンター長を務める池田佳奈美さんに、新会社の概要について伺いました。

「医薬品に特化したコールセンター事業からスタートし、現在では医薬・医療、医療機器、ヘルスケア業界へと事業の幅が広がっています。また、今回の合併によりノウハウや人材の組み合わせも多様化し、業界特化型のワンストップソリューションサービスのご提供が可能な体制となっています」

具体的には、MRの派遣や業務受託などを行う CSO^{*2} 事業サービス、コールセンターを中心とする DI^{*3} サービス、学術資料作成や医薬品の流通管理などを行う BPO サービス、医療機器に特化したサービスを提供する MDS^{*4} サービスの4つが基軸になります。人員も、薬剤師が280名、MRが400名、看護師・管理栄養士・臨床検査技師・その他が120名という充実したものになっています。

「例えば、MRが病院や調剤薬局へ訪問して医薬品や医療機器のプロモーション活動（ディテリング）を行うだけでなく、電話やメール等のマルチチャネルを用いた定期的なディテリングやアポイント取得、あるいは、患者様へのアウトバウンドコールによる服薬指導等、2社の人的リソースとコールセンター機能を戦略的に融合させたサービスの創出により、クライアントである製薬・医療機器を中心とした企業様からも、これまで以上に多面的かつ複合的な対応ができるものと期待されています」

テレコミュニケーション能力を持つ 専門家集団

同社のコールセンターで働くテレコミュニケーション（以下、同社の呼称の MC / メディカル・コミュニケーション）は、ほとんどが薬剤師や看護師、管理栄養士といった資格を有しています。つまり、各分野の専門家が、さらにテレコミュニケーション能力を身につけて対応をしているセンターなのです。

池田さん自身も薬剤師の資格をお持ちですが、なぜコールセンター業務に携わることになったのでしょうか。「外資系の製薬会社でより専門的な DI や医療情報を提供する学術部に所属していました。その後、お薬相談室というコールセンターの立ち上げに参加したので、コールセンター業務には当時から馴染んでいたと思います」

そして、ある思いを持って退職。インストラクターの資格もあるヨガとダンス中心という、まったく違う世界に身を投じます。「元気なうちにとまってやってみました。ある程度納得したところで、今の職場に MC として入社しました」と明るい笑顔を見せます。

入社後は、順調にキャリアアップを続け、スーパーバイザー（以下、SV）、チーフ SV、副センター長を経て、5年で現職に就きます。「MCには、スペシャリストであり続けたい、現場で DI の知識をもっと身に付けたいという希望を持っている方が多く、管理職を目指す人は比較的少ない印象があります」。より深い DI 知識だけでなく、人間的な成長を求めている人も多いとのこと。専門家集団ならではの就業スタンスと言えます。

専門スタッフとは言え、最新の医療情報を知り、なおかつきちんとした応

対を行うというのはかなりシビアな環境と思われそうです。「クライアントのスタンスやコンセプトによって、センターに求める機能が違います。夜間の一次受付窓口としての役割で良いケースもあれば、インハウスのお薬相談室と同レベルの応対が求められることもあります。それによって、スキルやストレスも違ってくるので、それを常に配慮するようにしています」

当然ながら、スタッフ教育も非常に重要になります。「製品や最新の医療情報といったクライアント関連の教育に加えて、コミュニケーション研修も積極的に行っています。製薬会社の代表となるわけですから、すべてを覚えていられなくても、どの資料を見れば解決につながるのかを理解できるような教育を行っています」

センター運営の基本方針を「我慢して業務をこなすのではなく、業務を通じて自己表現できる場、自己成長できる場にして欲しい」という池田さん。そのために「安心できる場所を作るのが私の仕事だと思っています」

※1: MRとは
製薬会社の医薬情報担当者のこと (Medical Representative)。

※2: CSOとは
製薬会社における営業・マーケティング業務のアウトソーシングを指す (Contract Sales Organization: 医薬品販売業務受託機関)。

※3: DIとは
医薬品情報のこと、またはその管理や紹介を行う業務のこと (Drug Information)。

※4: MDSとは
輸液ポンプや自己注射などの医療機器のサポート業務のこと (Medical Device Support)

企業情報

株式会社 EP ファーマライン

代表取締役社長: 西塚 淳一

本社: 東京都豊島区西池袋 3-27-12

池袋ウェストパークビル

ホームページ: <http://www.eppharmaline.co.jp/>

設立: 1997年11月 (新会社発足: 2013年10月)

従業員数: 約 800 名

協会日誌

9/20 情報調査委員会

- ① CCAJ メールニュース
 - ・VOL.186 の情報収集状況を報告した。
- ② センター見学会
 - ・10月17日(木)～18日(金)開催の大阪のコンタクトセンター見学会の申込状況等を報告した。
- ③ テレマーケティング・アウトソーシング企業実態調査
 - ・集計結果を報告し、公開するデータ・非公開とするデータおよび、コメント等について討議した。

10/9 広報委員会

- ① 会員ニュースの Web での公開状況
 - ・9月に会員より送られてきたニュースの公開状況を報告した。
- ② CCAJ メールニュース
 - ・VOL.187 の情報収集状況を報告し、管轄委員会に諮った上で配信することを承認した。
- ③ CCAJ News
 - ・協会 Web サイトの CCAJ News9月の閲覧件数を報告した。

- ・11月号：200号記念のプレゼント企画について討議した。
- ・12月号：10月20日(日)～26日(土)に実施する海外視察ツアーのレポートを掲載することを承認した。

10/10 事業委員会

- ① CCAJ ガイドブック
 - ・予定通り、11月11日(月)に完成・納品することを報告した。
- ② CCAJ コンタクトセンター・セミナー
 - ・セッションのテーマを「応対品質の向上に向けた取り組み」「センターマネジメントの肝」「SVの登用・育成」「スタッフが気持ちよく働ける環境づくり」「ソーシャル時代のVOC分析」「キャリアマネジメント」「海外視察報告」に絞り込み、出演候補者の状況により、最終的に6つを選定することを承認した。
- ③ CCAJ スクール
 - ・受講企業に対して行ったアンケート結果を報告し、本アンケートから読み取れる課題や活用できる点等を今後検討することとなった。

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」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.187 (2013年10月16日配信)
配信数 :5,071名

【協会からのご案内】

1. CCAJ スクール 11月・12月開催のご案内 (11月は札幌・福岡でも開催します)
※ テレコミュニケーターをやる気にさせるコーチング 追加開催決定!
 2. コールセンター基礎講座 下期の開催が2013年11月29日(金)に決定!
 3. CCAJ ガイドブック VOL.23 11月中旬発行! 申込み受付開始!
 4. 協会 Web サイト「会員ニュース」への情報提供のご案内【会員限定】
- #### 【関連動向・情報】
5. 平成25年上半年期のサイバー犯罪の検挙状況等(警察庁)
 6. 職場のパワーハラスメント対策ハンドブック(厚生労働省)
 7. 脆弱性を悪用する攻撃への効果的な対策についてのレポート(情報処理推進機構)
 8. インターネットにおける健康食品等の虚偽・誇大表示に対する要請について(消費者庁)
 9. 電話勧誘販売業者に対する業務停止命令(消費者庁)
 10. 求人広告掲載件数等集計結果(2013年8月分)(全国求人情報協会)
 11. 電子商取引に関する市場調査の結果(経済産業省)
 12. インターネットサービス利用時の情報公開範囲の設定に注意!!(情報処理推進機構)
 13. 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)

まもなく開催、コールセンター基礎講座

2013年度下期のコールセンター基礎講座が、11月29日(金)に開催されます。コールセンタースタッフにとって必須の基礎知識ですので、多くの皆様のご参加をお待ちしています。

- 概要 日時：2013年11月29日(金) 13:30～17:20
会場：エッサム神田ホール 3階 大会議室
住所：東京都千代田区神田鍛冶町 3-2-2
定員：100名(定員になり次第締め切らせていただきます)
- 受講料(税込)：□ CCAJ 会員：1名 4,200円 □ 一般：1名 7,350円
- ◎詳細は <http://ccaj.or.jp/event/callcenter.html> でご確認ください。

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.201では、「第25回 CCAJ スタディーツアー視察報告」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