

CCAJ News

2022年7月号

Vol.304

Contents

- ◇ 2022 年度 定時総会を開催
2021 年度 事業活動報告
新役員の紹介

- ◇ 新入会員紹介
- ◇ コンタクトセンターQ & A
- ◇ カスタマーハラスメント対策企業
マニュアル
- ◇ 改正 特定商取引法

2022 年度 定時総会を開催しました

2022 年 6 月 14 日（火）、東京都千代田区のベルサール神田において「一般社団法人 日本コールセンター協会 2022 年度定時総会」を開催し、2021 年度事業活動報告と収支決算ならびに役員選任について承認・可決されました。

2022 年度の定時総会は、会場をベルサール神田に変え、新型コロナウイルス感染症対策を十分に講じた上での開催となりました。出席者については1社1名をお願いし、ご参加できなかった会員に対しては、当日の様子をライブでWeb配信いたしました。

会場では、参加者の座席の間隔を空けるとともに、マスク



定款に則り議長を務めた長谷部会長

の着用をお願いしました。経済活動は徐々に正常化しつつあるものの、感染症対策の徹底を続けている会員各社の状況を踏まえて、今年も懇親会は中止にしました。

会員各社のご協力によって定時総会を無事に開催でき、すべての議案が承認・可決されました。

2022 年度定時総会

- 第 1 号議案 2021 年度事業活動報告・収支決算について
- 第 2 号議案 役員選任について



議案を報告した石飛前事務局長



2021 年度 事業活動報告

協会運営の基軸である「社会貢献」「交流」「相互研鑽」に照らし、“つながり”と“信頼”をキーワードに定めた 2021 年度の事業活動方針に基づき、事業活動を振り返ります。

Ⅰ 生活インフラとして社会・生活者との「つながり」と「信頼」を構築する

コロナ禍での事業継続のため、2021 年 10 月 28 日付で「コールセンターにおける新型コロナウイルス感染症対策に関する指針」を改訂しました。併せて、感染対策チェックリストも作成・公開することで、現場における適切かつ着実な感染対策を支援してきました。加えて、関係省庁からのコロナ対策や各種助成に関する情報発信は 1 年間で 62 件に上り、会員各社に早期対応や活用を促してきました。

また、2021 年 8 月 30 日付で「コールセンター業務倫理綱領」と「コールセンター業務倫理ガイドライン」を改定し、社会・世の中の動向やコールセンター業務の変化に対応した内容にしました。各種媒体を通じて周知・徹底を続け、社会・生活者からの信頼を得るよう努めています。

「2021 年度 コールセンター企業実態調査」では、有人チャット業務への対応が前年度比 11.0 ポイント、チャットボット業務への対応が同 14.1 ポイント上昇しており、新たなチャネルの活用が加速し、多様な方法で社会・生活者とのつながりを強化していることが伺えました。

ガイドラインは遵守されることでその目的を果たすことから、更なる普及・啓発活動が必要となります。2022 年 4 月に改正個人情報保護法が施行され、社会・生活者との信頼関係構築のためには、コンプライアンスの徹底が一層求められます。

Ⅱ 知の共有を進め、人材確保と人材を大切にすることで「つながり」と「信頼」を醸成する

協会報「CCAJ News」の特集『シリーズ Beyond CORONA ⑤ コミュニケーションの変化に対応するためのデジタル活用』では、有人チャットやボイスボット、ビジュアル IVR といった新たなチャネルの先行事例、「CCAJ コンタクトセンター・セミナー 2022 春期」では『デジタルシフト』をテーマにパネルディスカッションを実施し、センター運営におけるデジタル化のベストプラクティスを共有しました。

教育研修事業においては 2020 年度より導入したオンライン形式が着実に実を結んでおります。主力事業の「CCAJ スクール」は年間受講者数が 643 名を数え、コロナ禍前の 2019 年度 年間受講者数の 610 名を上回りました。「新人マネージャー勉強会」や「SV 意見交換会」も工夫を重ねたことで参加者の評価が上がっており、ウィズコロナ、新しい生活様式における人材育成の在り方を見出しています。

在宅勤務については、「CCAJ ガイドブック Vol.31」での『日本に在宅勤務型コールセンターは定着できるか』と題した会長による対談をはじめ、「CCAJ コンタクトセンター・セミナー 2021 秋期」「同 2022 春期」開催でパネルディスカッションを行いました。そして、2022 年 1 月には「在宅コールセンター導入・運用・定着のための勉強会」を始動し、新たな働き方・従業員が能力を発揮できる環境等について企業横断的に知見の共有を推進しています。

コロナ禍がパラダイムシフトとなり、コールセンター運営が変化するとともに、人材に求められる知識・スキルも変わってきます。ダイバーシティなど社会の要請も相まって、選ばれる業界となる上で人材育成や働く環境整備はますます重要となっています。

3 協会・業界内の交流を促進し、会員相互の「つながり」と「信頼」を育む土壌となる

会員同士のつながりの最たるものとして委員会活動がございます。「CCAJ News」では通巻 300 号を記念し、協会活動を支えている 5 つの委員会と委員を紹介することで感謝の意を表し、より一層活発に委員会活動を推進していただけることを期待しています。さらに、300 号を機にサステナブルな社会の実現や SDGs の達成に貢献すべく、主要フォントをユニバーサルデザインフォントに変更し、環境にも配慮した印刷物としました。

委員会のアイデアに端を発し、新たな交流の形も生まれています。「コンタクトセンター見学会」では運営のレクチャー及び参加者間の情報交換を行うことができました。さらに「CCAJ スタディーツアー」もマレーシアコンタクトセンター協会の企画協力によりオンライン視察が実現し、国際交流のひとつの形態として今後の可能性が広がりました。

コロナ禍においても委員会の創意工夫により活動を継続してきたこと、そして、コールセンターに対する社会の生活インフラとしての認識が高まったことにより、正会員数は 229 社となり、一般社団法人日本コールセンター協会として再スタートを切っただけでなく、最大となりました。

一方で、コロナ感染対策のため会員各社からご理解をいただいているものの、懇親会の実施を見合わせてオンラインで開催した「CCAJ 会員交流会」「新春賀詞交歓会」は前年度から参加人数が減少し、愛知で予定していた「CCAJ コンタクトセンター・セミナー」は 2 年連続で中止としました。

交流活動については、活動の特性を見極めて、適切な形式で実施することや新たな形式を企画することで、会員からの要望・期待に応えていくことが課題となりました。

■ 事業の実施概要

① 倫理の確立と綱領の普及・推進

- (1) 日本コールセンター協会電話相談室
- (2) 関連法規及びガイドラインの周知・徹底
- (3) ガイドラインの適正化に向けた検討
 - ① 「コールセンター業務倫理綱領」「コールセンター業務倫理ガイドライン」の改定
 - ② 「コールセンター業務における個人情報保護に関するガイドライン」改定の検討
- (4) 10 団体連絡協議会への参画
- (5) 新型コロナウイルス感染症への対応
 - ① 感染対策に関する各種対応
 - ② 「コールセンターにおける新型コロナウイルス感染症対策に関する指針」の改訂

② コールセンター利用の拡大・高度化に資する活動の推進

- (1) 「第 10 回 CCAJ 会員交流会 (オンライン)」の開催
開催日: 2021 年 10 月 15 日 参加者: 141 名 (52 社)

③ 顧客中心の経営手法に関する情報収集・調査・分析・教育

- (1) 「CCAJ ガイドブック Annual Report Vol.31」の発行
発行: 2021 年 11 月 8 日 部数: 8,000 部
- (2) 「CCAJ コンタクトセンター・セミナー」の開催
 - ① 「CCAJ コンタクトセンター・セミナー 2021 秋期 (オンライン)」
 - ② 「CCAJ コンタクトセンター・セミナー 2022 春期 (オンライン)」
- (3) 「第 32 回 CCAJ スタディーツアー海外コンタクトセンター事情視察 オンライン」の開催
開催日: 2022 年 2 月 24 日 視察国: マレーシア
参加: 260 名 (22 社)
- (4) 「コンタクトセンター見学会」の開催
 - ① トランスコスモス (株)
 - ② 東京海上日動安心 110 番 (株)

④ 人材の育成と雇用の創出

- (1) 「CCAJ スクール」の開催
回数: 47 回 講座: 17 講座 受講者: 643 名

- (2) 「コールセンター基礎講座」の開催
 - ①開催日 :2021年6月3日 受講者 :116名
 - ②開催日 :2021年12月14日 受講者 :47名
- (3) 「スーパーバイザーによる意見・情報交換会」の開催
- (4) 「新人マネージャー勉強会」の開催
- (5) 「AI・デジタルコミュニケーション(ノンボイス)時代に求められる人材」の研究
- (6) 「在宅コールセンター導入・運用・定着のための勉強会」の開催

⑤ 統計調査、需要予測

- (1) 「2021年度コールセンター企業実態調査」の実施
 - 期間 :2021年7月28日~8月25日 回収 :41社
- (2) 「会員基礎データ調査」の実施
- (3) 「ちょっと知りたい コールセンター ワンポイントアンケート」の実施

⑥ 内外の諸団体との情報交換及び協力

- (1) 関係機関との交流
- (2) 関係機関からの周知・調査等の協力

⑦ 広報・宣伝活動

- (1) 「CCAJ News」の発行
 - 発行 : 毎月 部数 :1,200部
- (2) 「CCAJ メールニュース」の配信
- (3) 入札情報の配信
- (4) 協会活動の周知を目的とした広報活動(ニュースリリース)
 - 配信 :19回
- (5) 会員企業のニュースリリースを協会ホームページ、Facebook、CCAJからのご案内で紹介
 - 掲載数 :326件
- (6) VOC 活動(広聴活動)
- (7) 取材・講演等の対応

⑧ 本法人の目的を達成するために必要な事業

- (1) 会員拡大に向けた諸施策の展開
 - (2) 会員間の交流を目的とした活動 : 新春賀詞交歓会
 - (3) 各種イベント後援・協賛
- ※事業活動報告の詳細は、協会ホームページの「定款・財務報告」からご覧いただけます。

<https://ccaj.or.jp/financial/index.html>

新役員の紹介

2022年度定時総会では、新たに5名が理事に就任しました。
(敬称略、あいうえお順)



(株)NTT東日本サービス
代表取締役社長

奥本 雅之



三井情報(株)
執行役員

河島 真司



(一社)日本コールセンター協会
事務局長

黒岩 和幸



(株)かんでんCSフォーラム
取締役

斉藤 浩行



伊藤忠テクノソリューションズ(株)
執行役員

澤登 寿

新入会員のご紹介

Support

シンプレクス株式会社

Simplex Inc.

代表取締役社長 金子 英樹
 東京都港区虎ノ門一丁目 23 番 1 号
<https://www.simplex.inc/>

シンプレクスは 1997 年の創業以来、メガバンクや大手総合証券を筆頭に、日本を代表する金融機関のテクノロジーパートナーとしてビジネスを展開してきました。現在では、金融領域で培った豊富なノウハウを活用し、金融機関以外の領域でもソリューションを展開しています。2019 年 3 月には AI 企業の Deep Percept 株式会社、2021 年 4 月には総合コンサルティングファームの Xspear Consulting 株式会社をグループに加え、グループ全体でワンチームとなって、各業界をリードする企業・団体のデジタルトランスフォーメーション（DX）の推進や人材育成、ブロックチェーンなどの最新技術を活用した新規ビジネス開発を支援しています。

新入会員のご紹介

Agency

株式会社 TACT

TACT

代表取締役社長 溝辺 和弘
 東京都渋谷区神宮前 1-3-10 5F
<https://www.tactinc.jp/>

弊社は、2010 年に株式会社 U-NEXT マーケティングとして設立し、2019 年に株式会社 TACT に商号変更いたしました。コンタクトセンター運営事業、その他 BPO 事業、AI を利用したコンタクトセンター向けソリューション、Chatbot サービス、RPA サービス、SMS 送信サービス等を展開、提供しております。

特に、「AI コンシェルジュ」という、自動音声応答サービスにおいては、コンタクトセンターにおける、人と AI のハイブリッド運用を実現し、クライアント様、ユーザー様とご満足いただけるコンタクトセンター運営を心がけております。

新入会員のご紹介

Inhouse

株式会社エス・エム・エスサポートサービス


SMS
 エス・エム・エス サポートサービス

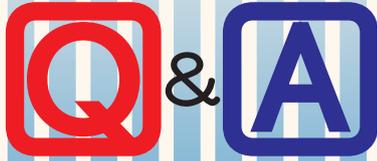
斧 博文
 北海道札幌市中央区北 5 条西 2-5 JR タワーオフィスプラザさっぽろ 19F
<https://www.sms-s-s.com/>

エス・エム・エスサポートサービスは、「高齢社会に適した情報インフラを構築することで人々の生活の質を向上し、社会に貢献し続ける」ことを企業理念にかかげる株式会社エス・エム・エスの機能子会社として 2012 年に設立されました。以来、エス・エム・エスグループが展開するサービスを必要としているお客様に寄り添い、電話その他のチャネルを活用し、最適なサポートや情報を提供しています。設立 10 年を迎え、ますます複雑かつ多様化するお客様のニーズをくみ取り、グループが目指すべき社会の実現を目指し、社員一丸となって邁進してまいります。

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 コールセンターで QA (品質管理) を担当
しています。モニタリング後、コミュニケー
ターへ管理者からフィードバック (以下 FB) をし
ていますが、管理者によって重きをおく点や改善目
標に設定する内容、FB の進め方等にバラツキがあ
ります。管理者は 10 数名います。どうしたら、管
理者間のバラツキを最低限に抑えることができる
でしょうか。

A コールセンター運営をする際、対応品質の均一化
は留意しておきたいポイントの一つです。いつ、
どのコミュニケーターが対応してもお客様にご満足いた
だける体制をつくりたいものです。その体制を整えるた
めには品質向上に関わる業務や取り組みを標準化してお
くことも意識したいところです。品質向上の取り組みの
ひとつであるモニタリング、FB においても、評価 / FB
する側の方針やスキルは統一させておきましょう。

では、バラツキを抑えるための留意点を考えていきま
しょう。

一つ目は、コールセンターの「応对方針」や「品質管理
ポリシー」を決定することをお勧めします (名称に決まり
はありません)。モニタリング指標の策定や対応品質に関
する様々な目標設定、施策を企画する際など、すべての基
盤となり、迷ったときに立ち返る指針となるものです。そ

回答者

富澤 美奈子 氏

トランスコスモス株式会社
DEC 統括 DCC 総括
ストラテジックアカウント第一統括部
シニアマネジャー



CCAJ スクール

「モニタリングの基礎知識と成果のあがるフィードバックスキル」
講師

してそれは、会社の経営理念や社是などと連動しているこ
とが重要です。企業として目指す方向とコールセンター運
営が同じ方向を向いてサービスを提供するためです。「応
对方針」や「品質管理ポリシー」に基づいてモニタリング
指標の項目に重要度を定めておくと、より一層管理者間で
のバラツキを抑えた FB につながります。

二つ目は、FB 者が適切な FB スキルを身に付け、日々
磨きをかけ、統一感のある効果的な FB ができるように
しておくことです。FB はすればよい、というものではあ
りません。何がどうよかったのか、何がどう改善でき
るのかをコミュニケーター自身が気付き、考え、主体的に
取り組めるような FB ができるとよいと思います。事例
として、FB の具体的な進め方をテンプレート化し、フォー
マットを用意して、管理者全員が活用しているセンター
があります。統一感のある FB につながりますし、FB に
慣れていない管理者でも一定の品質で FB ができますね。

大規模センターほど管理者の意識やスキルを統一させ
ることは難しいですが、できる限り平準化することでコ
ミュニケーターに混乱を与えず、メンバー全員が同じ方
向を向いてセンター運営できることにつながりますので、
留意しておきましょう。

※詳しくお知りになりたい方は、CCAJ スクール「モニ
タリングの基礎知識と成果のあがるフィードバックス
キル」の受講をご検討いただければ幸いです。

富澤美奈子講師が担当する講座のご紹介

モニタリングの基礎知識と成果のあがるフィードバックスキル

講座紹介	企業におけるモニタリング、フィードバックの目的や重要性を確認した上で、クオリティマネジメントサイクルに沿って、基礎知識のみならず、品質管理担当者がすべきタスク、タスク推進における重要点やポイント、コツについて、講義やディスカッション、ワークを通して学びます。また、フィードバックをコミュニケーターにポジティブなものとして捉えてもらう留意点確認、フィードバックのロールプレイングを実施するとともに、フィードバックスキルのフィードバック (指標を用いたスキルチェックとフィードバック) を行い、質の高いフィードバックスキルを身につけます。
------	---

厚生労働省 「カスタマーハラスメント対策企業マニュアル」等を作成

2022年2月に厚生労働省では「カスタマーハラスメント対策企業マニュアル」をはじめ、リーフレット、ポスターを作成し、企業等への活用を促しています。今号では同マニュアルの概要をご紹介します。

●背景

令和元年6月の「労働施策総合推進法」等の改正や「事業主が職場における優越的な関係を背景とした言動に起因する問題に関して雇用管理上講ずべき措置等についての指針」（令和2年厚生労働省告示第5号）が策定され、カスタマーハラスメントに関して、事業主は相談に応じ、適切に対応するための体制の整備や被害者への配慮の取組を行うことが望ましい旨、また、被害を防止するための取組を行うことが有効である旨が定められました。

●本マニュアルでのカスタマーハラスメント

顧客等からのクレームには、商品やサービス等への改善を求める正当なクレームがあります。そのため、カスタマーハラスメントとは、顧客等からのクレーム全てを指すのではなく、次の通り定めています。

顧客等からのクレーム・言動のうち、当該クレーム・言動の要求内容の妥当性に照らして、当該要求を実現するための手段・態様が社会通念上不相当なものであって、当該手段・態様により、労働者の就業環境が害されるもの



●企業が悩む顧客等からの行為

実際に企業が受けたカスタマーハラスメントに類する行為として、次の行為が確認されており、その一部をご紹介します。

時間拘束	暴言	対応者の揚げ足取り
・長時間の電話 リピート型	・大声、暴言で執拗にオペレーターを責める	<ul style="list-style-type: none"> ・電話対応での揚げ足取り ・自らの要求を繰り返し、通らない場合は言葉尻を捉える ・同じ質問を繰り返し、対応のミスが出たところを責め立てる ・当初の話からのすり替え、揚げ足取り、執拗な攻め立て
・度重なる電話 ・複数部署にまたがる複数回のクレーム 権威型	SNS への投稿 ・インターネット上の投稿（従業員の氏名公開） ・会社・社員の信用を毀損させる行為	
・優位な立場にいることを利用した暴言、特別扱いの要求		

●カスタマーハラスメント対策の基本的な枠組み

企業がカスタマーハラスメント対策の基本的な枠組みを構築するため、カスタマーハラスメントを想定した事前の準備、実際に起こった際の対応として、次の取組を実施することが推奨されています。

□カスタマーハラスメントを想定した事前の準備

- ① 事業主の基本方針・基本姿勢の明確化、従業員への周知啓発
- ② 従業員（被害者）のための相談対応体制の整備

- ③ 対応方法、手順の策定
- ④ 社内対応ルールの従業員等への教育・研修

□カスタマーハラスメントが実際に起こった際の対応

- ⑤ 事実関係の正確な確認と事案への対応
 - ⑥ 従業員への配慮の措置
 - ⑦ 再発防止のための取組
 - ⑧ ①～⑦までの措置と併せて講ずべき措置
- 上記①～⑧の具体的な内容や事例等は、本マニュアルに記載されています。

本マニュアルを通して、カスタマーハラスメントを正しく理解し、現場におけるカスタマーハラスメントの防止と適切な対応につなげ、働きやすい職場づくりに活かしてください。「カスタマーハラスメント対策企業マニュアル」は次の URL よりご覧ください。
<https://www.mhlw.go.jp/content/11900000/000915233.pdf>

「令和3年改正 特定商取引法」が令和4年6月1日から施行されました

消費者の脆弱性につけ込む悪質商法に対する抜本的な対策強化、新たな日常における社会経済情勢等の変化への対応のため、令和3年に特定商取引法が改正され、令和4年6月1日から施行されました。

今号では本改正のポイントをご紹介します。生活者の皆さまが、安心・安全にコールセンターを利用できるよう、法令を遵守し、適切なコールセンター運営に努めていただくようお願いします。

1. 通販の「詐欺的な定期購入商法」対策

- 定期購入でないことと誤認させる表示等に対する直罰化
- 上記の表示によって申込みをした場合に申込みの取消しを認める制度の創設
- 通信販売の契約の解除の妨害に当たる行為の禁止
- 上記の誤認させる表示や解除の妨害等を適格消費者団体の差止請求の対象に追加

2. 送り付け商法対策

- 売買契約に基づかないで送付された商品について、送付し

た事業者が返還請求できない規定の整備等

(改正前は消費者が14日間保管後処分等が可能→改正後は直ちに処分等が可能に)

3. 消費者利益の擁護増進のための規定の整備

- 消費者からのクーリング・オフの通知について、電磁的方法(電子メールの送付等)で行うことを可能に
- 事業者が交付しなければならない契約書面等について、消費者の承諾を得て、電磁的方法(電子メールの送付等)で行うことを可能に

本改正に伴い、EC事業者カートシステムにおける“最終確認画面”において、顧客が“注文確定”の直前段階で、次の各契約事項を簡単に最終確認できるように表示する必要があります。

①分量

商品の数量、役務の提供回数等のほか、定期購入契約の場合は各回の分量も表示

②販売価格・対価

複数商品を購入する顧客に対しては支払総額も表示し、定期購入契約の場合は2回目以降の代金も表示

③支払の時期・方法

定期購入契約の場合は各回の請求時期も表示

④引渡・提供時間

定期購入契約の場合は次回分の発送時期等についても表示(顧客との解約手続の関係上)

⑤申込みの撤回、解除に関すること

返品や解約の連絡方法・連絡先、返品や解約の条件等について、顧客が見つけやすい位置に表示

⑥申込期間(期限のある場合)

季節商品のほか、販売期間を決めて期間限定販売を行う場合は、その申込み期限を明示

特定商取引法の改正に関する詳細は、消費者庁のホームページよりご覧ください。

https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_transaction/amendment/2021/

◎ UD (ユニバーサルデザイン) フォントを使用しています

◎ グリーンプリンティング

総合的に環境配慮されたことと認められる印刷製品です



◎ FSC 認証

FSC® 認証材、再生資源、その他の管理原材料から作られています



◎ ベジタブルオイルインキ

環境にやさしい植物油インキを使用しています



◎ CCAJ News のバックナンバーは Web サイトからご覧になれます。(無料) <https://ccaj.or.jp/ccajnews/>

CCAJ News Vol.304
(2022年7月発行)

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 宮坂 南政實

〒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 URL : <https://ccaj.or.jp>