

## The Contact Center World Awards APAC Conference 2006 参加報告

去る2006年8月23・24日、シンガポールにおいて優秀コンタクトセンターアジア・パシフィック大会(The Contact Center World Awards APAC Conference 2006 / ContactCenterWorld.com社が主催)が行われた。本大会では、日本からトランスコスモス株式会社が事前審査(予選)を通過して最終審査を受け、Best Outbound Campaignの部門で見事優勝を果たした。各部門の優勝者は、2006年11月にラスベガスで開かれる世界大会に臨み、他地域の最優秀賞受賞者と世界一を競うことになる。JTAは本大会に協賛するとともに、代表して菱沼会長が出席した。その概要を報告する。(レポート作成: (社)日本テレマーケティング協会 菱沼千明会長)

### 1. 表彰対象

本大会では、下記の7つの部門ごとに、応募企業あるいは個人の取り組み内容を審査し、優秀者を表彰している。

最優秀コンタクトセンター賞(Best Contact Center)[団体]  
最優秀カスタマーサービス賞(Best Customer Service)[団体]  
最優秀技術革新賞(Best Technology Innovation)[団体]  
最優秀アウトバウンドキャンペーン賞(Best Outbound Campaign)[団体]  
最優秀リーダー賞(Best Leader)[個人]  
最優秀スーパーバイザー賞(Best Supervisor)[個人]  
最優秀エージェント賞(Best Agent)[個人]

なお、アメリカ大会では、席数の大きさに応じてコンタクトセンター賞を3つの部門に分けていたほか、最優秀地域貢献賞[団体]、最優秀トレーナー賞[個人]が設けられていたが、本大会では省かれていた。

### 2. 表彰のプロセス

本大会への応募条件は、コールセンター/コンタクトセンターを具体的に運用し、上記部門のいずれかで顕著な成果を収めていればよい。応募から一次審査までのプロセスはインターネットを通じて行い、合格すれば、南北アメリカ大陸(含むハワイ)、欧州・中近東・アフリカ、そしてアジア・パシフィックの3地域単位に開かれる大会に参加することができる。

#### 応募申し込み

申し込みにあたって、参加費の支払いをする。参加費は比較的安く、センター単位に180カナダドルである。しかも、同一のセンターが複数のカテゴリに応募しても金額は変わらない。初期参加費を安くし、できるだけ多くの参加者を募っている。審査に合格し、審査大会に参加する場合

には、別途大会参加費、宿泊費、旅費が必要である。

#### 一次審査

事務局による書類チェックの後、事前に認可された審査委員が部門ごとの審査項目に従って厳密に審査し、地域大会への合格者を決定する。審査員は広く世界中から募っているが、その資格付与基準は厳しく、次の条件を満たしていなければならない。

コールセンター/コンタクトセンターの運営に直接・間接的に係わっていること。  
関連ベンダー企業に属していないこと。  
最低でも5年以上のコールセンター/コンタクトセンター業界での在職経験があること。  
遠隔アクセス手段を有し、審査資料の受領・フィードバックが可能であること。  
別に定める審査倫理基準を遵守すること。

#### 地域大会

一次審査に合格した企業または個人は、地域審査会への出場権を与えられる。優秀エージェントと優秀スーパーバイザーの部門以外で選ばれた候補者は、この大会でプレゼンテーションを行い、審査員によって審査されるほか、一般の聴講者からも評価される。一般聴講者は、与えられた3つの評価項目に従って1~5点評価を行う。なお、評価対象者の関係者はこの評価に投票することはできない。

#### 最優秀表彰

部門ごとにひとりだけ最優秀者が選ばれ、Prestigious Contact Center World Awardのトロフィーが授与される。最優秀者は、世界大会への出場権を得、他の地域の最優秀者と競うことになる。

## 3. アジア・パシフィック大会の結果

一次審査の結果、12社 [ 団体 ] + 10名 [ 個人 ] が合格し、最終候補者(ファイナリスト)としてシンガポールで開かれたアジア・パシフィック地域審査会(The Contact Center World Awards APAC Conference 2006)に進んだ。

Best Agent候補者を除くファイナリストは各20分程度のプレゼンテーションを行って審査を仰いだ。この結果、右記の団体・個人が各部門の優勝者として栄冠を手にした。

## 4. 感想

アメリカ大会に比較して参加者が少なかったのは残念であるが、内容的にはむしろ真剣さと具体性では優れていたように思われる。アメリカ大会はややお祭りのような雰囲気があったのに対して、本大会では取り組み内容が比較的詳細に示され、プレゼンテーションも真剣であった。しかも英語のハンディを乗り越えて優れた発表をしていた。

わが国からは当協会であるトランスコスモス株式会社がBest Outbound Campaignの部門で見事優勝を果たしたことは大変喜ばしい。同社生沢氏のプレゼンテーションは独創的であり、かつ成果も具体的に示されていたので、多くの参加者から賛辞の声を聞いた(同社生沢氏インタビューは次ページに掲載)。

トランスコスモス株式会社の健闘により、わが国のコンタクトセンター業界の威信を示すことができた。さらに多くの企業が参加していれば、より多くのトロフィーを獲得できたことはいうまでもないだろう。

予期せぬことに、私にも登壇の依頼があり、将来のコンタクトセンタービジョンに関するパネルディスカッションに参加、日本のコールセンター動向とJTAの取り組みを紹介する機会を得ることができた。



大会でスピーチする菱沼会長

## アジア・パシフィック大会 各部門受賞者

<b>Best Contact Center 部門 :</b> NIIT SmartServe Ltd [ インド ] インド大手企業NIITのコンタクトセンター受託企業。COPC、BPM3、Six-Sigma、BS7799など認定済。( www.niitsmartserve.com )
<b>Best Customer Service 部門 :</b> Bank of New Zealand [ ニュージーランド ] 顧客視点でコールセンター経営改革。シックスシグマの適用。( www.bnz.co.nz )
<b>Best Technology Innovation 部門 :</b> NTUC INCOME [ シンガポール ] 各種保険の取り扱い。徹底したマルチコンタクトを実現。約100名。( www.income.coop )
<b>Best Outbound Campaign 部門 :</b> トランスコスモス [ 日本 ] 独自に開発したアウトバウンドメソッドロジーをベースとした販促キャンペーンで多大な成果を挙げた。( www.trans-cosmos.co.jp )
<b>Best Leader 部門 :</b> Intel Technology Sdn Bhd-Joseph Lim Cheng Leong [ マレーシア ] インテルユーザー向け企業のBtoBコールセンターの責任者。情熱あるセンター運営。( www.intel.com )
<b>Best Supervisor 部門 :</b> Intel Technology Sdn Bhd-Alfie Tung Him Yeong [ マレーシア ] インテルユーザー向け企業のBtoBコールセンターのSV。着実なセンター運営の実施。( www.intel.com )
<b>Best Agent 部門 :</b> TransWorks Information Service-Munni sharma [ インド ] 本人は不参加。センター運営のKPI等がきちんと定義・実施されている。( www.transworks.com )



受賞スピーチをする生沢氏(左) 優勝トロフィー(上)

来年も同時期にアジア・パシフィック大会が予定されると聞いており、より多くの国内企業の参加と栄冠を期すことにしたい。

支援学協会：本大会には、国を超えて多くのノンプロフィットのコールセンター/コンタクトセンター関連学協会が支援しているのが特徴である。アメリカ大会では14組織であったが、今大会では16組織に増えている。  
( <http://www.contactcenterworld.com/worldawards/supporting-partners.asp#partners> )

Professional Planning Forum ( PPF )  
 コールセンターのリソースプランニングに関する英国の団体  
 ( <http://www.planningforum.co.uk/membership.htm> )

American Teleservices Association ( ATA )  
 米国版テレマーケティング協会 ( <http://www.ataconnect.org/> )

Institute of Customer Service ( ICS )  
 英国のカスタマーサービス協会  
 ( <http://www.instituteofcustomerservice.com/> )

Call Center Management Association ( CCMA )  
 アイルランドのコールセンターマネジメントに関する協会  
 ( <http://www.ccma.ie/> )

Direct Marketing Association India ( DMA )  
 インドの通信販売協会  
 ( <http://www.direct-marketing-association-india.org.in/> )

Call Centre Management Association ( CCMA )  
 オーストラリアのコールセンターマネジメント協会  
 ( <http://www.ccma.asn.au/> )

客戶中心協會 ( cca )  
 香港のコールセンター協会  
 ( <http://www.hkcca.com/> )

associacao portuguesa de contact centers ( apcc )  
 ポルトガルのコンタクトセンター協会  
 ( <http://www.apcontactcenters.com/> )

Federation of European Direct Marketing Association ( FEDMA )  
 ヨーロッパのDMA連合 ( <http://www.fedma.org/> )

( 社 ) 日本テレマーケティング協会 ( JTA )  
 ( <http://jtasite.or.jp/index-e.html> )

Asociacion Colombiana de Call Centers  
 コロンビアのコールセンター協会 ( <http://www.acdecc.org/> )

International Customer Service Association Toront Chapter( ICSA )  
 カナダのカスタマーサービス協会 ( <http://www.icsa.ca.ca/> )

Society of Workforce Planning Professionals ( SWPP )  
 稼働計画に関する学会のような組織 ( <http://www.swpp.org/> )

Association of Call Center Operators ( ACCO )  
 パキスタンのコールセンター協会 ( [www.callcenter.net.pk](http://www.callcenter.net.pk) )

Speech TECHNOLOGY Magazine  
 音声関連の業界誌出版社 ( <http://www.speechtechmag.com/> )

TELEPHONE STATEMENT NEWS  
 音声ユーザインタフェースビジネス関連を扱う業界誌出版社  
 ( <http://www.tmaa.com/index.htm> )

スポンサー企業：支援団体とは別にNORTELがベンダースポンサーとして協賛。金銭面での支援をしている。

同大会において、トランスコスモス株式会社(本社:東京都)が「MO<sup>3</sup>®」をベースとした販促キャンペーンの事例に関する発表」を行い、Best Outbound Campaign部門で優勝を果たし、「世界大会」へ出場することとなりました。

トランスコスモス株式会社 MCMサービス統括サービス企画本部 本部長代理を務める生沢雄一氏に受賞の感想や手ごたえなどを伺いました。

### MO<sup>3</sup>® (エムオーキューブ) 概要

お客様企業が顧客へ情報発信(アウトバウンド)する際に必要となるすべての業務機能を、最大の効果が発揮できるよう最適に調和させたトランスコスモス独自のアウトバウンドサービス体系の総称。数理的な「顧客行動モデル」をベースに「どの顧客・どのエージェントが・どのタイミングで・どんなオファーを・どんなアプローチで」アウトバウンドを実行すると最大のROI(費用対効果)が得られるかを最適化計算し、最も効果があると見込まれる顧客にコンタクトオペレーションを実施する。

— まず最初に、貴社が同大会に参加された経緯・目的についてお話をお願いします。

先日、日本経済新聞で「マーケティング2.0」と題した広告を打ったのですが、ここ数年来の我々の主要な取り組みの1つとして、コンタクトセンターに集約される顧客の行動データの分析と、それを基にしたマーケティング戦略の構築・提供があります。MO<sup>3</sup>®はその中心となるソリューションの1つであり、国内では、通信販売・金融・製造・通信をはじめ幅広い業種のお客様にご活用いただいています。

今回、こうした世界的なカンファレンスにエントリーすることで、当社のソリューション力が世界レベルであることを国内の既存のお客様、新規のお客様にアピールするとともに、当社の海外におけるグループ企業(CIC Korea等)の事業推進を加速したかったのです。

— 実際に、アジア・パシフィック地域の優秀企業がエントリーする同大会に参加されて、どのようなことにお感じになりましたか。

アジア各国の同業界の方々が自分たちの仕事に対して熱意をもって取り組んでいることを強く感じました。参加者のエネルギーを肌で感じられたことは有意義な体験でした。

また、取り組み姿勢については各社とも高いレベルに達しており、甲乙付け難いように感じました。ただし、現代では方法論を学ぼうと思え

ば、世界中から情報を集めることができるわけですが、すべての企業が真にそれを実践し、成果による差別化を図れているわけではないということも感じました。実際に高い評価を受けたのは、成果・実績を明確に示すことができた企業・個人かと思えます。

— 貴社の「MO<sup>3</sup>®」をベースとした販促キャンペーンの事例に関する発表」がBest Outbound Campaign部門優勝を果たされたわけですが、どのような点が評価されたとお考えですか。

MO<sup>3</sup>®のキーワードは「最適化」です。ROIの視点から見て最大の効果を生むために、様々な分析技術を駆使してオペレーションマネジメントを実施していくのです。

具体的には、顧客属性と行動データを紐付けたデータマイニングを実施し、最も見込みの大きい顧客を抽出する。過去のコンタクト履歴を分析して架電シフトを最適化する。オペレーターが実際にターゲットと交わした会話にテキストマイニング分析をかけることによって、最も成約に結びつきやすい会話の構造を明らかにし、スクリプトの最適化を行う。さらに、実際にオペレーションを実施しながら、こうした一連の作業を繰り返し、業務設計と実際の成果のギャップを継続的に測定・改善策を導入していくのです。

プレゼンテーションのなかでも強調しましたが、MO<sup>3</sup>®は単なる方法論の導入ではなく、オペレーションマネジメントの変革なのです。成果

が常に上下に変動するのではなく、継続的に向上し続ける仕組みをオペレーションの中に組み込んでいるのです。分析担当部門とオペレーション部門が連携することにより、論理的な根拠に裏づけられた業務設計・運用・改善が可能となります。実際に、運営側の方から「確実に成果があがる仕組みがプロセスとして構築されており説得力があった」と評価をいただきました。さらに、成果を具体的な数値でアピールできた部分が評価のポイントになったかと思えます。

— 最後に、同大会参加の成果・手ごたえ、今後の事業展開の展望についてお聞かせください。

今回の大会で当社のソリューションが世界レベルでも通用するものであることが確認できました。今回は販促キャンペーンでエントリーしましたが、MO<sup>3</sup>®の方法論は幅広く応用可能であり、ベースであるアウトバウンドだけでなく、インバウンドやコール以外のWebやE-mailといったチャネルにも適用できます。今後は、企業と消費者の間のあらゆるコンタクトポイントを最適化するという当社のコアコンセプトである「マーケティングチェーンマネジメントサービス」の推進に向け、我々の最大の強みである豊富なソリューションを生かしながら、デジタルマーケティングとコンタクトセンターの融合といった領域においてもMO<sup>3</sup>®で培った分析ノウハウをさらに展開して行きます。

## 連載企画

## 雇用の現況・人材確保の取り組み

# 地方都市のコールセンターにおける人材確保の取り組み

## 取材先：株式会社ツーウェイシステム

株式会社ツーウェイシステム(本社：大阪市)は、1987年創業のテレマーケティングエージェンシー。テレマーケティング業務(インバウンド・アウトバウンド)、コールセンターの構築・運営管理、テレマーケティング導入に関するコンサルティング業務、コミュニケーターの教育・育成、インターネット通販の運営・管理、情報処理システムの企画および開発、人材派遣業などの事業を展開している。

同社ではコスト・クオリティパフォーマンスの向上を目的に、2004年4月に鳥取市にコールセンター「鳥取プロスペリティセンター」を開設している。

今稿では、同社の鳥取プロスペリティセンターにおける雇用・人材確保の取り組みを取材した。

鳥取プロスペリティセンターは、鳥取市近郊に立地する400席・500回線規模のコールセンター(敷地面積2300坪、センター延べ床面積1000坪・2階建、駐車スペース400台)。センター名の「プロスペリティ」とは「共存共栄」を意味し、地域と共に繁栄することを祈念して命名している。

現在、同センターの在籍は330名程であり、通信販売のインバウンド業務などを担っている。逐次、業務拡大・人員確保が進められている。

### 1. 進出時の地域の反響

同センターは2003年6月から試験創業を開始しており、雇用についても2003年度から開始している。当時の地域や求職者からの反響について、株式会社ツーウェイシステム取締役人事総務部長を務める川崎徹氏は次のように語る。

「県や市の協力もいただき、また、新聞やテレビなどのメディアで紹介されたこともあり、当初の会社説明会には600名を超える方々が参加されました。その後も多くの方が見学に来られ、多数の応募をいただき、私たちの予想を超える反響がありま

した」

同社では、説明会などを経て、2003年度にエージェント(テレコミュニケーター)130名を雇用している。雇用したスタッフの属性は若年層の女性が多く、高校新卒者が50%を超えている。

管理者候補のスタッフ(22名)については先行して採用を行い、大阪本社で教育・研修を実施した後、同センターでリーダーやアシスタントスーパーバイザーを務めている。

### 2. 地元雇用ならではの特長

意図した人材が確保できたかという点については、開設時には相当数の応募があり、必要な人材を雇用することができたということだ。

地元雇用ならではのメリットについては、「よくいわれることかもしれませんが、すぐにあきらめたり投げ出したりすることがなく、粘り強いスタッフが多いということを実感しています。もちろん、鳥取のスタッフにもストレスはあるのですが、それほど表面上に出てこないということが1つの特長かと思えます」と川崎氏は語る。

### 3. 登用・キャリアアップ制度

同社では、エージェントは契約社員として雇用し、一定の経験やスキルを習得した後、本人の意向を踏まえ、正社員などに登用している。

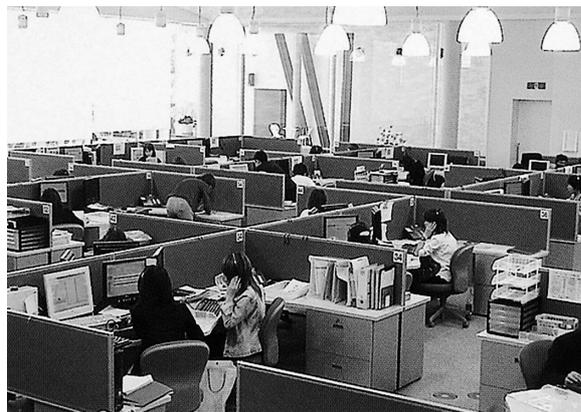
前述した管理者候補のスタッフはすでに正社員となっており、スーパーバイザーやブロック長として活躍している。その他にも、リーダー、アシスタントスーパーバイザー、スーパーバイザーという形でキャリアアップを果たしているスタッフもいる。

### 4. 定着率向上の取り組み

定着率に関しては、決して満足できる状況ではないが、県内の他産業の高卒新卒者・離職率と大差ない数値ということだ。

離職の要因は一概にはいえないが、「地元地域におけるコールセンターの認知度がそれほど高くなく、どのような仕事なのかイメージできない部分において、求職者とのミスマッチが起こっているのではないか」と川崎氏は考察している。

こうした課題に対応するため、同



鳥取プロスペリティセンター外観(左)とオペレーションルーム(右)

社では、地域や求職者に向けてコールセンターの仕事のPRを行うとともに、スタッフの定着率向上に向けたESの取り組みを積極的に進めている。

#### PRの取り組み

まず、PR活動については、会社説明会などを開催し、コールセンターの仕事がどのようなものなのか伝えている。

同時に、鳥取砂丘の清掃活動に企業として参加し、市民ボランティアとともに地域の美化活動・活性化に努めている。2006年には、鳥取の伝統行事「鳥取しゃんしゃん祭」に地元企業として参加。このような地域に根ざした活動を通じて、同社の知名度をあげていく取り組みを続けている。

#### ESの取り組み

スタッフのモチベーションの維持・向上、定着率向上に向けて、カウンセリング、ES調査、評価・表彰、各種イベントなど、多様な取り組みを行っている。

「とくに、カウンセリングなど日々の取り組みが重要」と川崎氏は強調する。「ストレスは一気に溜ま

るのではなく、積み重ねていくなかで、許容量を超えたときに反応が一气に出るのだと思います。ですから、満杯になる前に対応すること、日々のコミュニケーションが重要です。『エージェントにストレスのサインが出ていないか、顔をみていこう、声かけをしていこう』とスタッフに呼びかけています。

しかし、現場の管理者は忙しいですから、すべて現場で対応するのではなく、品質管理・バックヤードの部門がサポートしながらES調査やカウンセリング、スタッフが忌憚なく近況を話し合う機会などを設けています」

#### 施設・環境面におけるES対応

ハード面における工夫もある。まず、オペレーションルームは広く、天井が高く、空調もスタッフに直接あたらないように配慮されている。オペレーションルームの中央には植栽を配した「光庭」を設け、気分転換しやすい環境を整えている。リフレッシュルームは広く、落ち着いて休憩することができる。駐車場も完備されており、マイカー通勤もできる。こうした点は郊外型センターならではの特長でもあり、アメニティを考慮した環境がスタッフのESに

つながっているということだ。

### 5. 雇用の現況 課題

人材確保の現況については、初年度からの3年間は採用人員を超える応募があり、人材確保を円滑に進めることができたという。エリア内に競合するコールセンターがないということも安定的な人材確保につながっていると思われる。

しかし、2005年度後半から、業務のボリュームアップに対して雇用が100%達成できている状況ではないという。そのため、現在では中途採用も積極的に進めている。

#### 求人の方法

求人の方法は、地方紙の求人欄や折込広告などの媒体を中心に活用している。職業安定所から一定の応募もあるようだ。求人Webサイトなどは地域に特化したものが少なく、レスポンスなどを考慮した結果、現状ではアナログ系の媒体が中心となっている。

また、スタッフの口コミによる紹介なども行われており、雇用に関わっていくケースも着実に増えているという。スタッフ(紹介者)自身が楽し

くなければ、知人を誘おうとはしないため、ES向上が求人にもつながるといって受け止め方をしている。

#### 育児休暇・育児休暇後の再雇用 中高年雇用

育児休暇や再雇用の制度については、育児休暇制度を設けているわけではないが、スタッフが気軽に戻ってこられるような呼びかけをしている。

鳥取では世帯全員で働く傾向が統計でも出ており、既婚女性の就業率も高い。「こうした地域のニーズに応えるためにも、コールセンターの認知度を高めていくとともに、再雇用などの制度を整えていきたい」と川崎氏は語る。

中高年雇用については、「若年層の総数が減少するなか、中高年層はターゲットになり得る」ということだ。「中高年層にもパソコンに馴染んでいる方もいます。また、社会経験のある方だからこそできるトークや対応もあると思います。当社においても、中年層のスタッフが、管理者と若いエージェントの間に入り、

クッションのような役割をしています。なかには、リフレッシュルームで若いエージェントの相談相手になっている人もいます。管理者にとっては、『年上のエージェントとどのように接すべきか難しい』という面もありますが、社会経験が豊富で包容力のある中高年層に対する期待はありますね。」

そのためには、中高年に対するPR活動も重要となる。

#### 6. 今後の展望

一方、今後の課題という点では、鳥取プロスペリティセンターの24時間対応ということがあげられる(現在は、他のセンターが夜間バックアップしている)。しかし、鳥取において夜間勤務のスタッフを確保することは容易ではなく、こうした点は地方都市に立地するコールセンター共通の課題といえるだろう。

最後に、今後の展望について川崎氏に伺った。

「鳥取プロスペリティセンターが

今後も発展していくためには、鳥取の地元企業として地域と共に繁栄していくことが重要だと考えています。地元で採用したスタッフが管理者となり、事業の中核を担い、地元で雇用したスタッフを育てている姿を地域に積極的に伝えていきたいと考えています。

コールセンターで働きたいと考えている方、当社のスタッフに対しては、『向上心をもってスキルアップ・キャリアアップを目指してほしい』と期待しています」

鳥取プロスペリティセンターでは、地場産業創出に対する地域の期待感を背景に、順調に人材確保を進めてきた。今後は、テレマーケティングを地域の産業として定着していく取り組みが求められており、同社では関係機関と連携しながら、PRや人材育成の取り組みを進めていく予定だ。

JTA・NEWSでは、今後も、雇用問題に関する記事、人材確保に向けた企業の取り組みなどを紹介していきます。

## JTA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、より多くの情報を提供することを目的に「JTAメールニュース」の配信を行っています(配信日：不定期)。2006年9月に配信したVol.59では、以下の記事をはじめ多様な情報を紹介しました。

「平成17年企業における若年者雇用実態調査」 <http://www.mhlw.go.jp/toukei/itiran/roudou/koyou/keитай/05/index.html>

「インターネット上の違法・有害情報への対応に関する研究会最終報告」 [http://www.soumu.go.jp/s-news/2006/060825\\_6.html](http://www.soumu.go.jp/s-news/2006/060825_6.html)

「一般職業紹介状況(2006年7月分)」(厚生労働省) <http://www.mhlw.go.jp/toukei/itiran/roudou/koyou/ippan/2006/07/index.html>

「平成17年国勢調査 第1次基本集計結果」(統計局) <http://www.stat.go.jp/data/kokusei/2005/kihon1/index.htm>

「Statistical Handbook of Japan 2006 (SHJ)」(統計局) <http://www.stat.go.jp/data/handbook/index.htm>

配信ご希望の方は、「JTA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@jtasite.or.jp)までお申込みください。

当協会ホームページ(<http://jtasite.or.jp>)からもお申込みいただけます。

# 協会日誌

## 8 / 24 人材育成委員会

スーパーバイザーの定義について  
スーパーバイザーの定義について  
討議し、これに基づき、アンケート  
調査を実施することとなった。

## 9 / 1 事業委員会

テレマーケティング・ガイドブック  
・VOL.16の特集企画等の進捗状況  
について報告をした。  
・VOL.16の広告の出稿状況等につ  
いて報告した。  
JTAコンタクトセンター・セミナー  
・2007年2月に、中央大学駿河台記  
念館にて開催することとなった。  
・企画や出演者の募集等については  
次回以降の委員会で検討すること  
となった。

海外視察ツアー  
申込状況・視察先のアポイントメ  
ント状況等について報告をした。

## 9 / 5 広報委員会

JTA・NEWSの発行について  
・10月号：The Contact Center World  
Awards APACのレポートと、連載企  
画「雇用」2回目を掲載することと  
なった。  
・11月号：連載企画「雇用」3回目  
として「地方自治体の人材育成実践  
例」を取り上げることとなった。

## 9 / 12 理事会

監事の選任について  
退任監事および新監事候補者につ  
いて承認した。

協会設立10周年記念事業について  
今年度中に10周年誌を作成し、そ  
の他の記念行事に関しては今後の理  
事会で検討することが承認された。  
入退会について  
前回理事会以降の入退会社につい  
て承認された。

## 9 / 13 情報調査委員会

情報セミナー  
11月7日に情報セミナー「VOC  
(Voice of Customer) セミナー」を  
開催することとなった。  
センター見学会  
2007年2月にセンター見学会を東  
京近郊で開催することとなった。  
JTAメールニュース  
VOL.59の発行について報告した。

## 「VOC (Voice of Customer) セミナー」開催 決まる

当協会情報調査委員会では、VOC( Voice of Customer )に関するセミナーを開催致します。

コール(カスタマー)センターには、お客様からの膨大な情報が日々寄せられています。しかし、これらをただ蓄積しておくだけでは、宝の持ち腐れであるということは、長いこといわれ続けていることです。近年、データマイニング、テキストマイニングなどの手法やシステムが紹介されるようになっていきます。

今回は、自社内でシステムを構築し、センターに寄せられた情報を適切な部署に適切に提供していることで定評のあるサントリー株式会社様と、マイニングに関するシステムを提供している日本ユニシス株式会社様より講師をお招きし、「VOC( Voice of Customer )」セミナーを開催いたします。

### セミナー概要

開催日：2006年11月7日(火) 14:00～17:10

テーマ：「VOCをマーケティングに活かすプロセス構築とコールセンターの役割」

講師：サントリー(株) お客様コミュニケーション部マーケティングサポートセンター センター長 折井雅子氏

テーマ：「顧客の声」の管理と活用の実際

講師：日本ユニシス(株) 製造流通企画部ソリューション企画推進室長 島口泰之氏

定員：50名(定員になり次第締め切らせていただきます) 受講料：無料(当協会会員のみ参加可能です)

セミナーの内容・会場・申込方法等は、当協会担当責任者宛に改めてFAXにてご案内いたします。

## 「JTAゴルフコンペ」のお知らせ

2006年11月26日(日)に、「JTAゴルフコンペ」を開催します(会場：栃木県小山市・ひととのやカントリー倶楽部)。参加ご希望の方は当協会事務局(電話：03-5289-8891)までお問い合わせください。新入会員のご参加もお待ちしています。

# JTA NEWS TOPICS

JTA・NEWS Vol.115  
Contents

The Contact Center World Awards  
APAC Conference 2006  
参加報告 ..... 1-2

受賞企業インタビュー  
トランスコスモス(株) ..... 3

連載企画：地方都市のコールセンター  
における人材確保の取り組み  
(株)ソーウェイズシステム ..... 4-6

JTAメールニュース ..... 6

協会日誌 ..... 7

TOPICS ..... 8

## 次号予告

「JTA・NEWS」Vol.116では、連載企画  
「地方自治体による人材育成の取り組み」  
(仮題)などを掲載する予定です。

掲載内容は変更する可能性があります

## 協会ロゴマークを ご活用ください

当協会の正会員は「協会ロゴマーク」を  
名刺、パンフレット、広告等にご自由  
にお使いいただけます。  
是非ご活用ください。  
印刷やデータをご希望の方は協会事務局  
までご連絡ください。



社団法人日本テレマーケティング協会 正会員



社団法人日本テレマーケティング協会 正会員

**お答えします。**  
テレマーケティングの  
あらゆる「？」

テレマーケティング電話相談室

03-5289-0404

受付時間 10:00~16:00(土曜・日曜・祝日を除く)

## 会員相互研鑽の場として「研究会」を発足

当協会では、今年度より会員相互研鑽の場として「研究会」を発足し、コールセンター/コンタクトセンター関連業界で活躍する第一線の方が一同に会し、互いの情報提供や意見交換・課題提起を行い、共通の重要課題の解決をめざします。

第1回研究会のテーマは「コールセンターにおける離職率低下・防止策について」。2006年9月6日から10月4日まで5回にわたり研究会を実施します。



## JTAスクール 大阪・沖縄 開催

事業委員会では、コンタクトセンタースタッフのための養成講座「JTAテレマーケティングスクール」を開催しています。

2006年9月には、大阪会場にて「スーパーバイザー養成講座(黒田講師) 沖縄会場にて「クレーム対応講座(玉本講師)」を開催しました。

今年度は、10月以降東京会場以外では、大阪にて「スーパーバイザー養成講座(2回)」「トレーナー養成講座(1回)」、沖縄にて「スーパーバイザー養成講座(1回)」「トレーナー養成講座(1回)」を予定しています。日程等につきましては協会ホームページ(下記)をご覧ください。



スーパーバイザー養成講座(大阪会場)には熱心な受講者が参加しました

## 2006年11月・12月スケジュール

開催日	講座名	講師	会場
11/ 1(水) ~ 11/ 2(木)	クレーム対応講座	玉本美砂子氏	東京 NTT麻布セミナーハウス
11/ 9(木) ~ 11/10(金)	テレコミュニケーション養成講座	角脇さつき氏	東京 NTT麻布セミナーハウス
11/16(木) ~ 11/17(金)	スーパーバイザー養成講座	濱富美子氏	東京 NTT麻布セミナーハウス
12/ 7(木) ~ 12/ 8(金)	トレーナー養成講座	後藤啓子氏	東京 NTT麻布セミナーハウス
12/ 7(木) ~ 12/ 8(金)	スーパーバイザー養成講座	濱富美子氏	沖縄産業支援センター
12/14(木) ~ 12/15(金)	スーパーバイザー養成講座	濱富美子氏	新大阪丸ビル新館
12/21(木) ~ 12/22(金)	スーパーバイザー養成講座	黒田真紀子氏	東京 NTT麻布セミナーハウス

**お問合せ先** (社)日本テレマーケティング協会 TEL:03-5289-8891  
当協会ホームページからお申し込みができます <http://jtasite.or.jp>

## JTA・NEWS 広告出稿のご案内

当協会では、的確な業界の動向をお届けすべく「JTA・NEWS」を発行しています。「JTA・NEWS」は通常頒布の他に、各種フェア等でも頒布しております。

「JTA・NEWS」では、皆様からの広告出稿をお待ちしております。ぜひ、ご活用ください。

## 広告料金表

	会員価格(消費税別途)			一般価格(消費税別途)		
	6回	3回	1回	6回	3回	1回
1ページ(A4) モノクロ	¥480,000 (¥80,000)	¥270,000 (¥90,000)	¥100,000	¥660,000 (¥110,000)	¥390,000 (¥130,000)	¥150,000
1/3ページ モノクロ	¥168,000 (¥28,000)	¥94,500 (¥31,500)	¥35,000	¥240,000 (¥40,000)	¥135,000 (¥45,000)	¥50,000

かつこ内の金額は1回あたりの広告料

複数回をご希望の場合、原則として連続でのご出稿とさせていただきます

**お問い合わせ先** (社)日本テレマーケティング協会 TEL:03-5289-8891