

## 改正特定商取引に関する法律の概要

近年、執拗な勧誘を断り切れないまま、大量の購入契約を結ばされる事例や、インターネット通信販売などの新しい分野では、返品を巡ってのトラブルや、不当請求の手段となる迷惑広告メールなどの問題が発生しています。

こうした状況に対処するため、規制の抜け穴の解消、訪問販売規制、インターネット取引等の規制強化などを内容とする「特定商取引に関する法律及び割賦販売法の一部を改正する法律」が、2008年6月に成立し、2009年12月1日に施行されることになりました。関連すると思われる部分の概要をご紹介します。

### 指定商品・指定役務制の廃止

これまで、特定商取引に関する法律では、訪問販売・通信販売・電話勧誘販売に関する規制については、政令により規制対象となる「指定商品」「指定役務」「指定権利」を定めてきました。しかしこの方法では、商品や役務などが多様化し提供方法が複雑化するにつれ適切に規制を図ることが難しくなります。

今回の改正では、消費者被害を未然に防止するために指定商品制を廃止し、他の法律で消費者被害の是正ができるものを除き、原則すべての商品・役務を規制対象としました。

また、特定商取引に関する法律では、一定期間、無条件で申込の撤回や契約の解除ができるクーリング・オフ制度が定められていますが、クーリング・オフになじまない商品や役務も規制の対象外となります。

#### ○他法令との関係で全面的に適用除外となるもの

- 1) 金融取引に関するもの  
金融商品取引業、銀行業、保険業など、金融機関が行う取引  
(具体例：有価証券の売買、預貯金業務、保険の引き受けなど)

#### 2) 通信・放送に関するもの

電気通信事業、放送事業など、通信・放送に関する役務  
(具体例：電話、インターネット接続サービス、ケーブルテレビ、衛星放送など)

#### 3) 運輸に関するもの

航空運送、陸運、海運など、輸送機関によって乗客や貨物を輸送する役務  
(具体例：航空運送事業、鉄道事業、バス・タクシー等の運送、フェリーの運送など)

#### 4) 法律に基づく国家資格を得て行う業務に関するもの

(具体例：公認会計士、司法書士、土地家屋調査士、行政書士、税理士、社会保険労務士、弁理士)

#### 5) その他の類型

(具体例：商品取引、自動車整備業、倉庫業、国民年金、信用購入斡旋、積立式宅地建物販売、海外商品取引、商品投資顧問業、不動産特定共同事業、裁判外紛争解決手続のような1~4以外の類型)

#### ○クーリング・オフ規定のみ適用除外となるもの(例)

- 1) 乗用自動車販売等：契約を結ぶまでに時間がかかることが一般的で、その間に消費者の購入意思が安定すると考えられるため
- 2) 電気・ガス・熱の供給、葬儀等：他の法律で供給義務が課せられている場合や、すみやかに役務を提供しないと消費者に著しく不利益となるもの
- 3) 化粧品、健康食品、配置薬など：いわゆる消耗品など
- 4) 生鮮食料品等：数日で腐ってしまうなどで、商品価値が著しく減損するもの
- 5) 現金取引で3,000円に満たない場合

## 通信販売における返品特約について

これまで、通信販売では広告において返品特約を明記することが義務づけられていましたが、返品・交換に関するトラブルは実在していました。しかし、通信販売は電話勧誘販売や訪問販売と違い、不意打ちの勧誘等を受けるものではなく、消費者の購入の自主性が尊重されていることからクーリング・オフ規定を導入することは適切ではありません。

今回の改正で通信販売においては、消費者からの「商品」または「指定権利」の売買契約の解除を原則可能としていますが、事業者が通信販売の広告で返品特約に関する記載を経済産業省令で定めたルールにより行った場合は、その限りではありません。

なお、特約が表示されていない場合の申込の撤回や契約の解除は、購入者が商品等を受け取った日から8日までとし、返品のための送料は購入者負担となります。

## 電子メール広告の送信制限

これまでの電子メール広告規制では、電子メール広告の受信を拒否する意思を伝えた消費者に対して一方的に電子メール広告を送りつけることを禁止する規制(オプトアウト規制)をとってきました。しかし、オプトアウト規制の導入後も迷惑広告メールは増加の一途をたどっています。

特に、拒絶の意思をメールで伝えると、そのアドレスが現に使用されているものだと事業者へ通知することになってしまい、他の事業者から迷惑広告メールが集中してしまうという現象が見られ、オプトアウト規制には実効性がないことが明らかになっています。

今回の改正で、消費者が事前に電子メール広告の受信を承諾していない限り、電子メール広告の送信を原則禁止とする「オプトイン」規制が導入されました。消費者からの承諾に基づいて電子メール広告を送信する場合は、広告メール中

に消費者が電子メール広告の提供を受けない旨の意思を表示するために必要な事項の表示を義務づけ、消費者が拒絶の意思を示した場合には電子メール広告の送信が禁止されます。

ただし、次の場合には電子メール広告は禁止されません。

- 1) 消費者の請求に基づき電子メール広告をするとき
- 2) 消費者に対し、契約の内容や契約履行に関する事項を通知する場合に、電子メール広告をするとき

(例:事業者と消費者が既に取引関係にあって、その取引を円滑に進めるための連絡を電子メールで行う場合、例えば、消費者に送る受注確認メールや発送完了メールの中に事業者の商品の宣伝が入っているようなケース)

- 3) 電子メール広告の提供を受ける者の利益を損なう恐れがないと認められるケース

(例:広告が掲載されていることについて、消費者側の納得感があり、消費者の利益を損なう恐れがない方法での電子メール広告として、フリーメールを利用した場合やメールマガジンを利用した場合など)

その他、今回の改正で次のような規制が盛り込まれました。

\*訪問販売規制の強化

- ・訪問販売業者に対し、当該契約を締結しない旨の意思表示をした消費者に対しては、契約の勧誘をすることを禁止
- ・訪問販売によって通常必要とされる量を著しく超える商品等を購入する契約を結んだ場合、契約後1年間は契約の解除が可能に

特定商取引に関する法律の条文、政令、省令、通達、今回の改正に関する情報等の詳細や改正割賦販売法に関する情報は、経済産業省「消費生活安心ガイド」のサイトからご覧になれます。

<http://www.no-trouble.jp/>

# 会員行動理念の策定について

第13回通常総会で、菱沼会長が述べられた「(社)日本テレマーケティング協会会員行動理念」が、関係各位のご意見をいただき、理事会において策定されました。本行動理念は、JTA会員各位が共通に推進すべき事項を明文化したものです。今後の協会運営では、この理念に従って各種施策を積極的に進めることとなります。

## 社団法人日本テレマーケティング協会会員行動理念

本協会会員は、以下の理念にしたがって事業を推進し、テレマーケティング業の健全な発展によって高品質な顧客サービスの提供を行い、以て日本経済の発展と安心・安全な社会づくりに貢献する。

### 【顧客志向経営】

消費者・顧客のニーズを正しく認識し、問題の本質を捉え、サービスを受ける側の視点に立った顧客志向経営を実践する。真の顧客志向経営では、一時的な顧客満足向上を狙って顧客迎合するのではなく、消費者・顧客が生涯に渡って信頼し、安心できる関係づくりを行う。

### 【倫理的行動規範】

国内外の法令をはじめ本協会が策定した「テレマーケティング倫理綱領」「テレマーケティング倫理ガイドライン」「テレマーケティングにおける個人情報保護に関するガイドライン」を遵守し、情報管理の徹底、知的財産権の保護に努め、消費者権利を尊重した企業活動を行う。

### 【企業横断的共創】

同業他社が互いに競い合って成長するだけでなく、個別企業の利害得失を超えた社会的責任を共有し、新しい事業手法や人材確保・育成方法の共創に努め、消費者利益の向上、雇用機会の増大を図るとともに、テレマーケティング業界の健全な発展に貢献する。

### 【人材育成】

顧客志向経営を支えるのは「人材」であり、高いモラルを持ち、専門知識の研鑽を積んだプロフェッショナルであることを認識し、従業員一人ひとりが誇りと生きがいを感じて業務を遂行できるように充実した教育研修・人材育成の機会を与える。

### 【人と技術の融合】

常に世の中の技術動向を把握し、適切な技術を活用することによって新規顧客の創造から顧客満足の上昇、顧客の維持に至るマーケティング・プロセスを効率化し、より高い品質の顧客サービスを継続的に提供し、付加価値を創造する。

## CRMソリューション大会2009 開催決定

JTA主催の『CRMソリューション大会』は、出演企業とユーザー企業の橋渡しをする機会として注目を集めており、すでに4回の開催を実現してきました。今年は「コンタクトセンターにおける“マーケティング・ソリューション”」をテーマに、第5回CRMソリューション大会を開催します。様々な情報を一度に収集できる場として、大変好評を博しております。多くのご参加をお待ちしています。



- テーマ:コンタクトセンターにおける“マーケティング・ソリューション”
- 会期:2009年10月21日(水) 13:30~16:10
- 会場:アルカディア市ヶ谷(私学会館) 富士・東(東京都千代田区九段北4-2-25)
- 定員:180名/参加費無料
- 参加企業:伊藤忠テクノソリューションズ(株)、(株)JALインフォテック、トランスコスモス(株)

### ■CRMソリューション大会 過去の開催概要

	第1回	第2回	第3回	第4回
テーマ	コンタクトセンターのIP化にどのように取り組むか	複数のチャネルを統合し、顧客対応するマルチコンタクト技術	ナレッジマネジメント	ワークフォース・マネジメント(WFM)
開催日時	2006年12月5日(火) 12:45~18:00	2007年7月24日(火) 13:00~17:00	2007年12月5日(水) 13:00~16:00	2008年12月9日(火) 13:00~16:15
会場	品川プリンスホテル新館 (東京都品川区)	ベルサール神田 (東京都千代田区)	全電通会館 (東京都千代田区)	全電通会館 (東京都千代田区)
定員	200名(無料)	180名(無料)	180名(無料)	180名(無料)
出演社 (出演順)	ネクストコム 伊藤忠テクノソリューションズ ジェネシス・ジャパン ジー・エフ 日本コムシス 富士通 (5社)	日本アバシア・ 伊藤忠テクノソリューションズ ホワイトパジャマ・ジャパン ジェネシス・ジャパン 日本ユニシス NTTアドバンステクノロジー (5社)	NTTデータ3C JFEシステムズ 野村総合研究所 (3社)	P&Wソリューションズ NTTソフトウェア JALインフォテック 伊藤忠テクノソリューションズ・ アートソフト (4社)

次号JTA NEWS VOL.151(2009年10月号)では、「コンタクトセンターソリューション最前線」として「CRMソリューション大会2009」に関する情報を引き続き掲載する予定です。お楽しみにお待ちしております。

あなたの疑問・質問に **お答えします!**

# CONTACT センター Q&A

**A** 確かに、自分の属している企業の業績に関わらず、社会全体が「抑制」ムードになっていることは否めません。しかしながら、限られたリソースで今までと同等、もしくはそれ以上の成果を出すためには、自分の創造力や知恵を最大限発揮する必要があります。また、それができれば、あなたはリーダーとして適任であると言えるのです。真のリーダーとは、困難な時を乗り越えられるかどうかで決まってくるのです。

さて、コスト削減の考え方ですが、コストは必ず価値との比較によって、削減すべきか、抑制すべきかを判断する必要があります。ここで難しいのは、コストと言っても単なる消耗品に使用するコストではなく、コストを投入した結果の利益(ROI)をどう算出するかで、判断しなければならないということです。例えば、現在抑制されやすいコストは下記のようなものがあるのではないのでしょうか。

- ① 会議費、交際費
- ② 事務消耗品費
- ③ 旅費交通費
- ④ 教育研修費
- ⑤ 人件費(パート、派遣、業務委託)
- ⑥ 福利厚生費

まず、回数を減らす、もしくはダウングレードするということに対応ができるのが、①～③の費用でしょう。ほとんどの企業が会議費、交際費への出費を厳しく制限したり、出張回数を減らし、電話会議やTV会議に切り替えたりすることで対応しているのではないのでしょうか。これらは、削減もしくは代替方法によって、業務への支障が最小限に抑えることが可能です。問題は、④、⑤の教育研修費や人件費です。まず、教育研修費は、費用が高ければ、その分リターン(利益、効果)が

**Q** 昨今の経済状況の影響で、コスト抑制が非常に厳しく、モチベーションも下がり気味です。コスト抑制や削減と言われても、今でも精一杯の状況で、どこから手をつけるべきでしょうか。

回答者 三上 綾子氏

(有)プロシジョン 代表取締役社長  
JTAテレマーケティング・スクール  
センターマネージャー講座 講師

多くなるとは、一概に言うことはできません。しかしながら、削減してしまえば、従業員の教育不足による、利益創出の機会を失う可能性があるのです。この利益創出の機会を失う可能性のあるものに関しては、コストを抑制する、削減する、の議論は慎重に行なわなければなりません。

また、人件費ですが、確かにコールセンターの人件費は、コールセンター運営費全体の6~7割を占めており、もともと負担の大きい部分です。しかしながら、時給単価を下げれば見た目のコストは下がりますが、質の高い人材を集めることは難しくなります。人件費の抑制、カットは人材の質に直結してくるため、ダイレクトに機会損失に繋がる可能性が高くなります。但し、同じ人件費でも、残業代には目を向ける必要があります。本当に必要な残業なのか、人が足りていないのか、権限委譲していないだけなのか、守備範囲が明確にされていないために残業が起こっているのかを見極め、より効率的に仕事ができる組織作りに励まなくてはなりません。

このように、単に無駄を削減するのではなく、機会創出、損失の可能性を見極めることが重要となります。また、それらを定量化し、時間や金額に落とし込み優先順位を付けることができれば、闇雲なコストカットの犠牲にならずに済むのです。

## 『センターマネージャー講座』のスケジュール

日程	場所
<b>2009年</b>	
9/17(木)~9/18(金)	新大阪丸ビル新館
11/4(水)~11/5(木)	沖縄産業支援センター(那覇市)
<b>2010年</b>	
2/9(火)~2/10(水)	日本マンパワー(東京都)

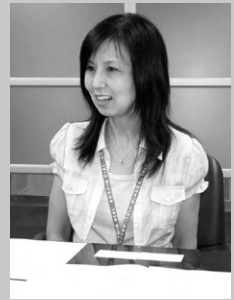
各講座の概要・プログラムなどの詳細は、JTAスクールホームページ [JTAスクール](http://www.jtasite.or.jp/jta_school/index.html) 検索 まで。

[http://www.jtasite.or.jp/jta\\_school/index.html](http://www.jtasite.or.jp/jta_school/index.html)

# スーパーバイザー interview vol.23

## 株式会社 安心ダイヤル

IOI事業本部 所沢サービス部 サポートデスク  
クオリティ管理担当 主任  
関口 美和さん



昨年7月に開催した、沖縄でのコンタクトセンター見学会でもご協力いただいた株式会社安心ダイヤル。埼玉県の所沢と沖縄を拠点に、損害保険会社のサポートデスクなどの業務を行っています。今回は、同社の関口美和さんにご登場いただきました。

「家に帰るまでにはストレスが解消されているタイプ」という関口さん。あえて気分転換を何と「テレビ、料理、読書、音楽」というアットホームな答えが。「手料理だと太巻きの評判が良いんですよ。大学生の子供とライブに行くこともあります」とのことでした。

安心ダイヤルが企業として掲げているキーワードは『救援』。アシスタンス専用のコンタクトセンターとして、損害保険加入者などからの事故受付やロードサービスといった緊急性や専門性の高い受信業務を担当しています。

### SVを中心に3つの ポジションを担当

今回お話を伺った関口美和さんは、同社の所沢本部センターに勤務するスーパーバイザー(以下、SV)。2001年にパート職で入社した時から、あいおい損害保険(株)のサポートデスクとして、保険加入者や代理店などからのインバウンドのテレコミュニケーター(以下、同社の呼称のコミュニケーター)を担当してきました。その後、06年に契約社員、08年に正社員にキャリアアップ。その間、サブSVを経て、05年からSVに昇進しました。

現在は、10~12名のコミュニケーターをとりまとめるSV業務をはじめ、センター全体の運営やコミュニケーターのシフト管理などを行うセンターバイザー、さらに今年4月から新たな取り組みとして正式に発足したクオリティ管理の担当者として活躍しています。「一週間のうちで、SVが2日、センターバイザーが1日、残りがクオリティ管理というのが、大まかなシフトです」とのこと。

同センターの業務内容としては、事

故の報告や保険請求の手続きといった事故受付と、事故や車両故障などの緊急トラブルへの対応という2つに大別できます。「特に事故対応は、お客様がパニックになっていることも多く、普段なら当たり前のことができなくなってしまっているケースもあります。コミュニケーターも、いろいろな経験や知識を組み合わせながらお客様の状況を推し量るので、知識や対応力がとても大切です」。切迫した状況という、特異な場面が多いセンターと言えるのではないのでしょうか。

### 大切なのはコミュニケーターとの コミュニケーション

そんな、極限状態とも言えるコールに対応するためには、保険の知識、さまざまなケースへの対応力、お客様の身になって考える力、さまざまな経験などが不可欠。それぞれのコミュニケーターのスキルが、特に重要となってきます。それだけに、定着率を上げることもSVとしての大切な仕事の一つと言えるでしょう。そのための取り組みを何と「コミュニケーターの一人ひとりをちゃんと見て、話し合っていくことが大切だと思います。あなたは一人ではない、みんなであなをバックアップしていますということをしっかり伝えていくように心がけています」とのこと。SV全員がコミュニケーター経験者ということもあって、現場の声をきちんと吸い上げるシステ

ムができあがっているようです。

「私自身、最初は損害保険の知識を自分のものにするのに四苦八苦していました。そのうち、困っているお客様のお手伝いができることに喜びを感じるようになり、もしかしたら私に向いているかもと思うようになりました。その頃から、勉強や努力が苦にならなくなりました。それも、見本となる良い先輩方がいたからだと思います」と関口さん。また、会社としても福利厚生に力を入れるなど、全面的なバックアップを行っています。要望などを聞くための目安箱を設置したり、企業内に託児所を設けたり、クラブ活動やボランティアを奨励したり……。そういう前向きな取り組みによって、働く側にも安心を与えているようです。

コミュニケーターには「親身になりながらも、ある程度の距離感を保つようにはしていません。それが自立につながるのではないのでしょうか」。女性らしい、あたかも母親のような強さと優しさを感じる言葉でした。

### 企業情報

#### 株式会社 安心ダイヤル

代表者：依藤 司

本社：埼玉県所沢市中新井1-43-1

ホームページ：<http://www.anshin-dial.jp/>

設立：1989年

役員・職員数：1,300名(2009年4月現在)

プロフィール：安心ダイヤルは「救援」をキーワードに、「社会への貢献」を重要な企業使命のひとつとらえ広く地域と社会に貢献していくことを目指しています。

# 仙台でコンタクトセンター見学会を開催

情報調査委員会では、7月2日～3日に仙台のコンタクトセンター2社の見学会を開催しました。  
今回の見学会には15社21名のお申し込みがあり、13社13名の会員が参加しました。

情報調査委員会では、みやぎコールセンター協議会様、キューアンドエー株式会社様、株式会社インテリジェンス様のご厚意により、7月2日～3日にかけてコンタクトセンターの見学会を開催いたしました。

## ◆ キューアンドエー株式会社

キューアンドエー株式会社は、パソコンやインターネット、デジタル機器などの利用、活用で困っている、悩んでいる個人やSOHO、企業の方々に対し、電話・メール・リモート・訪問などでサポートサービスを行っています。

オペレーションセンターは東京と仙台にあり、仙台のセンターは2005年7月に稼働を開始し、主に訪問サポートに関わるオペレーション(インバウンド)業務を150席規模で行っています。また、2009年5月からは家電メーカーの顧客向けコールセンターを受託、生活家電センターとして現在45席規模で稼働しています。

ES向上策の一つとして、SVは勤務時間の50%以上をオペレーターとの対話(面談)に費やすようにしているとのことでした。

### 参加者からの感想(抜粋)

- ・企業理念の「感動のサービスは、価格競争に陥らない別の価値がある」には共感できた。
- ・電話と訪問がうまく連携しており、非常に考えられたフローになっていた。
- ・業界のJAFを目指している点はとてもインパクトがあった。



キューアンドエー株式会社:説明風景

## ◆ 株式会社インテリジェンス

株式会社インテリジェンスは、総合人材サービス会社として1989年に設立、顧客満足度、生産性の向上を目的として、お客様との非対面コンタクトの専門部門を2001年より設けていま

す。事業規模の拡大と対応業務の拡充、また、サービスクオリティ・生産性の向上を目的に2008年に仙台にセンターを移転しました。

法人のお客様からのサービス問い合わせ窓口、転職希望者の集客を行う「DODA」応募者の管理、仕事探しのメディア「an」への応募者管理用システムのヘルプデスク業務、また「an」の見込顧客(対企業)開拓のフォロー業務などを120名規模で行っています。

### 参加者からの感想(抜粋)

- ・研修において「作業内容を教えるのではなく、何のために仕事をしているのかを教える」ことは学ぶべき事項と思った。
- ・独力で作られた良いコールセンターの典型だと思う。
- ・委託ではない「自身のリソース」を使ったコールセンター業務を久しぶりに拝見できた。



株式会社インテリジェンス:説明風景

7月2日、キューアンドエー株式会社の見学終了後、会場を移しキューアンドエー株式会社のご担当者を交え懇親会を開催、有意義な情報交換の場となりました。

今後も情報調査委員会ではコンタクトセンター見学会を企画して参ります。

### 見学会に対する感想(抜粋)

- ・他社(特にインハウス)のコールセンターはほとんど見学したことがなく、非常に参考になった。
- ・同業の方々との懇親が深められたのは、個人的に大きな成果だった。
- ・各社のノウハウが「財産」であることは間違いがないが、協会員同士の境界を取り払えるような見学会実現を目指してほしい。
- ・他センターでの状況や取り組みが把握でき、大変参考になった。

## 株式会社森下仁丹ヘルスコミュニケーションズ

Agency



代表者名: 代表取締役社長 武貞 文隆

本社所在地: 大阪市中央区玉造一丁目2番40号

### プロフィール 提供している商品・サービス紹介

私たちは、森下仁丹グループの健康理念を原点とし、コンタクトセンター業務の受託事業を推進してまいります。クライアント企業であるお客様と確かな信頼関係を構築し、お客様とともに喜びを分かち合えることを希求し、私たちのスローガンを『日本一「ありがとう」が溢れるコンタクトセンター』と致しております。森下仁丹では平成5年から健康食品の通信販売事業を展開し、事業開始から十数年の長きに亘り自社内にてコンタクトセンターを運営してまいりました。そのノウハウを最大限活かし、お客様の視点に立ち、質の高いサービスの実現と提供を目指し、コンタクトセンター業務を通じて社会貢献に尽力していく所存でございます。

## ASCジャパン株式会社

Support



代表者名: 代表取締役 オメル・コルクマズ

本社所在地: 東京都中央区日本橋人形町3-7-3 NCC人形町ビル5F

ホームページ: <http://www.asc.de>

### プロフィール 提供している商品・サービス紹介

ASCはコミュニケーションを記録、分析、評価するソリューションのグローバルリーディングカンパニーです。1964年6月の創業以来、約半世紀に及ぶ歴史の中で、ASCは最先端の技術力により録音市場の開拓者としての地位を確立してきました。ドイツ本社に加えて、米国、英国、フランス、スイス、シンガポール、日本に存在する海外拠点と強力な販売パートナーにより、全世界のお客様に製品を提供致しております。品質評価ソリューションのインスピレーションプロを始め、世界初のLinuxベースの録音機であるマラソンエボリューション、ソフトウェアオンリーのVoIP録音ソリューションであるEVOipを販売しております。

## 株式会社プロエントコミュニケーションズ

Support



代表者名: 代表取締役 柴山 順子

本社所在地: 大阪市北区堂島3-3-22 堂島松本ビル5F

### プロフィール 提供している商品・サービス紹介

企業・自治体コンタクトセンターの立上・改善コンサルティング業務が中心です。特に、コンタクトセンター従事者へのメンタルヘルス対策を通して、離職率低減・品質向上・コスト削減を実現し、健全な組織運営のお手伝いをすることに重点を置いています。コンタクトセンター従事者のためのストレスマネジメント評価尺度「CMC3-t」を適用し、組織特有のストレス原因や離職原因に関連したストレス対応の誤りを分析することで、明解な改善策を提案します。大学や民間企業との共同研究を通じて、コンタクトセンターワーカーの心の健康保持促進をサポートして参ります。

## 【協会からのお知らせ】

### コールセンター入門講座を開催します

新人のためのテレマーケティング講座として毎回好評の『コールセンター入門講座』を11月に開催します。コールセンターに関する基礎知識を体系的に分かりやすく解説する入門講座として、ぜひご活用下さい。

- 開催日時: 2009年11月17日(火) 13:00~17:20
- 会場: (株)日本マンパワー 301教室/  
東京都千代田区神田東松下町47-1
- カリキュラム  
「テレマーケティング&コールセンター基礎知識」  
「テレマーケティング&コールセンターの最新トレンドと成功事例」  
「知っておきたい テレマーケティング関連ルール」

### 札幌・沖縄でもJTAスクールを開催します

- ◎スーパーバイザー養成講座を札幌で開催  
今年度も引き続き、北海道札幌市でスーパーバイザー養成講座を開催します。多くの方のご参加をお待ちしております。  
●日程: 2009年10月15日(木)~16日(金)  
●会場: かでる2・7(札幌市)  
●講師: 黒田真紀子氏
- ◎センターマネージャー講座を沖縄で開催  
今年度は、センターマネージャー講座『センターマネージャーのための問題解決手法』を開催いたします。  
●日程: 2009年11月4日(水)~5日(木)  
●会場: 沖縄産業支援センター(那覇市)  
●講師: 三上綾子氏

※詳しくは協会ホームページをご覧ください。 <http://jtasite.or.jp>

# JTA NEWS TOPICS

## JTA NEWS Vol.150 Contents

改正特定商取引に関する法律の概要	1
会員行動理念の策定について・CRMソリューション大会2009 開催決定	3
コンタクトセンターQ&A	4
SVインタビュー VOL.23	5
仙台でコンタクトセンター見学会を開催	6
新入会員のご紹介	7
協会誌・テレマーケティング・ガイドブック 広告出稿のお願い	8

### 次号予告

「JTANEWS」Vol.151では、「コンタクトセンターソリューション最前線」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

### 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、「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。

**VOL.110(2009年8月13日)**

**配信数:3,604名**

#### 【協会からのご案内】

1. JTA NEWS VOL.149(2009年8月号)のアップ
2. JTAスクール、札幌・沖縄開催決定!
3. テレマーケティング・ガイドブック VOL.19 広告出稿のご案内

#### 【業界動向・情報】

4. 地方公共団体において制定されている個人情報保護条例の一覧(内閣府)
5. テレビ通販における表示チェック体制等に関する実態調査報告書(公正取引委員会)
6. 労働者派遣事業と請負により行われる事業との区分に関する基準に関する疑義応答集(厚生労働省)
7. 家計簿から見たファミリーライフ(統計局)
8. 平成20年 派遣労働者実態調査結果の概要・労働者派遣事業における雇用管理改善推進事業報告書(厚生労働省)
9. 「特定商取引に関する法律等の施行について」の改正(経済産業省)



**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)

## 協会日誌

### 7/8 広報委員会

#### ① JTA NEWSの発行について

8月号:自治体によるコールセンター支援制度(市区町村編の2)を掲載することとなった。

9月号:12月に施行される改正特定商取引法の概要、等を掲載することとなった。

#### ② JTA NEWSに掲載しているQ&Aの

##### ホームページでの公開について

・JTA NEWSに掲載しているQ&Aをホームページで公開すると共に、業界に関連する質問を広く募集することとなった。

### 7/14 情報調査委員会

#### ① 仙台コールセンター見学会について

・見学会の申込状況および参加状況、見学会の報告および参加者アンケートの結果について報告した。(報告概要については9月号に掲載予定)

#### ② JTAメールニュースVOL.109の配信について

・JTAメールニュースVOL.109の掲載情報について報告、7月16日に配信することとなった。

#### ③ テレマーケティング・アウトソーシング企業

##### 実態調査について

・集計結果について報告した。調査項目へのコメント等については次回の委員会で再度討議することとなった。

### 7/22 事業委員会

#### 1.海外視察ツアーについて

・新型インフルエンザへの対応状況について会員に対しアンケートを行った結果、今年度の海外視察ツアーは見送ることとなった。

#### ② テレマーケティング・ガイドブックVOL.19の発行について

・企画内容(トレンド取材、有識者インタビュー、座談会、依頼原稿等)について討議した。  
・今年度はカラー広告の出稿を募ることとなった。  
・今年度より、在庫がなくなった段階でPDF化し、ホームページで公開することとなった。

### 8/5 広報委員会

#### ① JTA NEWSの発行について

9月号:12月に施行される改正特定商取引法の概要、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。

10月号:10月21日(水)開催のCRMソリューション大会に向けて、出演企業を取材し「コンタクトセンター・ソリューション最前線」を掲載することとなった。

#### ② 広告の出稿について

・日本流通産業新聞へ出稿する広告の内容について討議した。

## 「テレマーケティング・ガイドブックVOL.19」広告出稿お待ちしております

#### ●媒体概要

名称:「テレマーケティング・ガイドブックVOL.19」

発行日:2009年11月9日予定

発行部数:11,000部

体裁:A4サイズ

記事構成(予定):

- ①コンタクトセンター/テレマーケティングのトレンド・関連記事
- ②2009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
- ③JTAの活動報告:セミナーや海外視察、研究会などの行事をレポート
- ④JTA会員企業一覧 など

#### ●主な頒布先(予定)

- (1) JTAが後援/協賛する「コールセンター関連のイベント・フェア」来場者
  - ①コールセンター/CRM デモ&コンファレンス
  - ②ヘルプデスク&コンタクトセンター総合大会
  - ③TSUHAN
  - ④ダイレクトマーケティングフォーラム など その他多数
- (2) JTA会員をはじめ、コンタクトセンターを運営・関連する一般企業(非会員)
- (3) JTAが主催する各種講座・セミナー受講者・来場者  
「JTAスクール」「CRMソリューション大会」「JTAコンタクトセンター・セミナー」など約1,200名  
※発行部数の90%以上をコンタクトセンターに携わる方々に頒布しています。

#### ●頒布期間

2009年11月より1年間予定

※在庫がなくなり次第終了

#### ●広告料(消費税込)

	1ページ (モノクロ)	2ページ (モノクロ)	記事広告 2ページ (モノクロ)	表2・表3 (カラー)
JTA 会員	157,500円	294,000円	367,500円	262,500円
一般	210,000円	399,000円	472,500円	357,000円

#### 入稿サイズ

1ページ=180mm(横)×267mm(縦)

2ページ=390mm(横)×267mm(縦)

※表2・表3のカラー広告は申込先着順とさせていただきます。

※記事広告は編集担当より日程等のご連絡をいたします。

※広告作成・修正をご依頼の場合は実費がかかります。

#### ●申込締切

2009年9月7日(月) 1ページ、2ページ、カラー広告の場合

#### お問い合わせ・お申込先

(社)日本テレマーケティング協会

TEL: 03-5289-8891

e-mail: office@jtasite.or.jp