

一般社団法人日本コンタクトセンター協会
2026 年度事業活動計画
(2026 年 4 月 1 日～2027 年 3 月 31 日)

I. 2026 年度事業活動方針

名称変更と「今後のコンタクトセンターのあるべき姿」を示してから 1 年半が経過しました。その間、会員の皆様からいただいた多くのご意見や期待に基づき、2026 年度は協会の事業活動を「再定義」し、実行に移す年といたします。

そして、CCAJ に対し会員が共通して求める「コンタクトセンターの社会的プレゼンス向上」のために、近年の事業環境や社会動向、そして、コンタクトセンターに求められる役割や特性を鑑み、次の 2 点を中期目標として取り組んでまいります。

1. 真の多様性の追求

コンタクトセンターはこれまで多様性を謳わずとも性別、年齢、バックグラウンド、雇用形態などを超えて多様な人材が力を発揮してきました。なかでも現場の最前線では大変多くの女性が活躍していると知られています。しかしながら、管理職・意思決定層においては男性中心の偏りも見られ、女性が多く活躍する職場に比した登用が課題としてあげられます。

また、電話でのコンタクトセンターの利用がシニア層に多いとされる中、同じ疑問や悩みに共感できるシニアは貴重な戦力となります。加えて、身体的な負荷が比較的少ない業務のため障がいを持つ方でも無理なく働け、社会とのつながりや生きがいを感じられる機会を提供できると考えられます。

そして、ハラスメントから従業員を守り、在宅ワークなど様々な働き方を尊重する制度・環境の整備も必要です。

お客様が多様であるならば従事者も多様であるからこそ、一人ひとりに最適なサービスが実現できると信じ、真の多様性の実現を目指してまいります。

2. テクノロジーと人の力を融合した顧客体験 (CX) の実現

AI の進化は目覚ましく精度は日々向上し日常生活にも浸透しております。コンタクトセンターにおいても AI 活用は“選択”ではなく“前提”として業務をアップデートしていく状況になりつつあります。そして、AI はいよいよ検証から実装フェーズに移行され、効率化を目的とした支援者だけでなく、最適なサービスを提供するためのチームメイトとなることが予想されています。

そうしたテクノロジーの進化により「人の価値」が問われています。質問への回答やトラブルに対する解決策の提示はテクノロジーの活用が最善かもしれません。では、人にしかできないことは何か。「用件を引き出す」「お困りごとに共感する」「複雑な判断をする」「安心してもらう」など人が対応することの価値を最大化することが求められます。

テクノロジーの力で迅速に回答や解決策を提示し、人の力で関係性を育むことで、顧客体験 (CX) の実現を目指してまいります。

以上の 2 点の目標に向け、業界団体 CCAJ ならではの活動を展開し会員一丸となって尽力することで、コンタクトセンターの価値の向上に努めてまいります。

II. 具体的な事業活動計画

当協会ならびに各種活動の内外に向けた認知度向上と目的に照らしたブラッシュアップを念頭に以下の活動を行ってまいります。

1. 倫理の確立と綱領の普及・推進

- (1) 「日本コンタクトセンター協会電話相談室」での各種対応
特定商取引法の電話勧誘に関する生活者・消費者、コンタクトセンターの就業環境等に関する従事者からの問い合わせや相談への助言や他機関への紹介を行う。必要に応じて会員への情報提供と注意喚起を行う。
- (2) コンタクトセンター事業・業務に関連する法令等の周知・徹底
特定商取引法、消費者契約法、個人情報保護法、取適法、不正競争防止法等のコンタクトセンター業務に関連する法令等の改正・施行について早期に情報提供し対応を促す他、コンタクトセンター業務への影響を適宜検証する。また、行政機関と連携した法令等の改正や留意点等に関する情報収集について検討する。
- (3) 適正なコンタクトセンター事業・運営の推進および信頼性の確保
 - ① 「コールセンター業務倫理綱領」
 - ② 「コールセンター業務倫理ガイドライン」
 - ③ 「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」定期的な周知・告知や啓発ツールを用いた実効性向上施策、コンタクトセンター基礎講座等による理解向上の取り組みを通してガイドラインの普及・啓発、加えて、ガイドラインで使用される用語の見直しをはじめとする改定を行う。さらに、ステークホルダーの信頼性を確保するため、不正行為の予防と発生後の再発防止支援にも積極的に取り組む。
- (4) コンタクトセンターにおけるカスタマーハラスメント対策の推進
「コールセンターにおけるカスタマーハラスメント対策ガイドライン」の普及・推進とともに、現場の実態に即した判定基準等の見直しを検討する。
「コンタクトセンター カスタマーハラスメント対策推進企業認定制度」を通じた情報提供や対策徹底を啓発することで認定企業 70 社を目指し、企業横断的な取り組みの強化を図っていく。さらに、対策に資する技術・サービスを提供する企業も巻き込んだ活動を検討する。
- (5) 関係機関・団体との情報交換・交流
10 団体連絡協議会をはじめとする関係機関・団体等との情報交換を通じて、自主的規制や消費者トラブル事例、業界を横断した共通課題への改善策等を情報交換し、各種媒体で情報発信するとともに協会活動に反映する。

2. コンタクトセンター利用の拡大・高度化に資する活動の推進

(1) 「CCAJ 会員交流会」の開催

当協会の活動を知り参画してもらうことを目的に多様な会員が交流できるイベントに見直すとともに、最新テクノロジーや課題解決手法など会員がプレゼンテーションする機会を設けることで、コンタクトセンターの高度化に資する知見を共有する。

(2) 「コンタクトセンター コミュニティ」の運営・支援

コンタクトセンターの運営側とベンダー側が共通テーマについて事例共有や解決策の議論、調査等を通じて、双方の理解を深め各社で実践できるノウハウ・ヒントを共有でき、自律的・自発的に活動できる機会を提供・支援する。

(3) 海外コンタクトセンター関連情報の提供

海外のコンタクトセンターに関連する情報に触れる機会を提供することで、多角的なコンタクトセンター運営を啓発する。

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. 36」の発行

コンタクトセンターに関するトレンド、コンタクトセンター企業実態調査、生活者の利用・意識調査等、公益性のある内容の掲載に努め、会員をはじめコンタクトセンターに関わる多くの方々へ情報提供を行い、協会の認知度向上に努める。

(2) 「CCAJ コンタクトセンター・セミナー」の東京&オンライン開催

コンタクトセンターで関心の高いテーマや共通課題に関して、実際の運営に従事する方がパネルディスカッション形式で取り組み・成功事例等を共有するセミナーを開催する。集合型とオンライン配信のハイブリッド開催とすることで、相互研鑽・交流機会の提供と情報提供先の拡大を実現する。

(3) 「CCAJ コンタクトセンター・セミナー」の地方開催

地方中核都市において、その地域で従事されているの方々を中心に、コンタクトセンターの実状に則したイベントを開催すること、さらに当該地の地方自治体と連携することで、地域におけるコンタクトセンター事業の活性化、企業横断的活動・交流の促進を図る。

(4) 「CCAJ スタディーツアー（海外視察）」の開催

会員ニーズに基づき視察目的を明確化し、従来の企業訪問のみならず、コンタクトセンター関連の国際見本市への参加等も視野に入れ、目的に合った視察ツアーの企画を実現の可否も含めて検討・実施する。

(5) 「コンタクトセンター見学会」の開催

会員間の相互研鑽と交流を目的としたコンタクトセンター見学会を首都圏、地方圏で開催する。見学テーマや参加資格の設定、地方自治体とのタイアップ等を通じ、受入企業と参加者双方の充実と地域の活性化に寄与する。

4. 人材の育成と雇用の創出

(1) 「CCAJ スクール」の開催

コンタクトセンターで活躍できる人材の育成、他社との交流・相互研鑽を目的に、職位毎の役割を明確にし、業務遂行に必要なスキル・知識を学ぶ「ベーシックコース」、テーマ・課題にフォーカスし専門・高度なスキル・知識を習得する「専門コース」に分類した講座を提供する。オンライン形式で年間 45 回開催する。

また、コンタクトセンターの健全な発展、キャリア支援を目的に「スーパーバイザー認定制度(仮称)」創設・運用を検討する。さらに、協会全体の人材育成活動の統合や可視化を通じて、統一的な育成方針の明確化と集客向上を図る。

<ベーシックコース>

「センターマネジメントの実践（センターマネージャー講座）」

「スーパーバイザーのマネジメント力向上講座」

「スーパーバイザーのための『品質管理』『人材育成』講座」

「育成スキル向上講座」

「基礎から学ぶ テレフォンスキル講座」

「ロールプレイングで学ぶ テレフォンスキルブラッシュアップ講座」

<専門コース>

「スクリプト作成講座」

「クレーム対応講座（基礎編・応用編）」

「KPI マネジメント基礎講座」

「ストレスマネジメント基礎講座」

「お客様満足度が高まる電話対応」

「コミュニケーターのやる気を育むコーチング」

「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」

「コンタクトセンターでの AI の企画・導入・活用講座」

「有人チャットセンターの構築・運用ポイントと人材育成」

「顧客満足度&従業員満足度向上に貢献する Eメールの品質管理講座」

(2) 「コンタクトセンター基礎講座」の開催

コンタクトセンター運営のベースとなる知識として「ミッション・ビジョン・バリュー」「オペレーション管理」「システム」「コンプライアンス」の 4 つを設定し、必須の基礎知識を体系的に習得する講座を開催する。

(3) 「SV 交流会」の開催

センター運営の要であるスーパーバイザー（SV）を対象に、課題解決策・気づきの発見、視野拡大、人脈形成の機会を提供し、自らの成長につなげることを目指す。SV が気軽に参加できる活動を念頭に様々な形式で学びと交流の場を創出。メールマガジンを通じた接点を作り、情報収集できる機会も提供する。

(4) 「新人マネージャー勉強会」の開催

コンタクトセンターの新人マネージャーやマネージャー候補者が、他のセンターの同じ立場の方々とともに学び、交流することで、本人の成長につながり、更には自社センターにプラスの効果波及することを目指す。開始から 10 年以上経過したことを受けて続編企画を実施し、継続的なマネージャー育成に取り組んでいく。

(5) 「コンタクトセンター／コールセンター用語集」の更新

コンタクトセンターの専門用語や使用頻度の高い用語について、現場での使用場面に基づいて定義した用語集について、近年のトレンドに応じた新たな用語の追加・更新等を行う。また、活用促進のため、メールマガジンで定期的に周知する。

- (6) 多様な人材が活躍できる職業・職場としてのコンタクトセンターの研究
2年にわたった「コールセンター業 高齢者雇用推進事業」の実績・知見を活かし、シニア人材の雇用・活躍推進のための活動を展開する。また、女性、障がい者、外国籍人材等も今後の対象として視野に入れ、様々な人材が活躍できる組織・文化・制度・環境・スキル等について適宜情報収集を行う。
- (7) 雇用・労働に関する法令や国の政策等の周知・啓発
労働契約法や育児・介護休業法、障害者雇用推進法等、労務・雇用に関連する法令や政策等の周知・啓発により法令遵守を徹底するとともに、働く環境や制度の整備を促す。
- (8) コンタクトセンターの防災（従業員の安全）
有事の際のライフラインとしてコンタクトセンターが機能するためには従事者の安全・安心への配慮を前提とした事業運営が求められる。会員に実施したアンケート調査に基づくリスクの特定や重点的対応事項の明示、防災月間（3月・9月）における周知・啓発を通して、コンタクトセンターの防災意識を高め、安全・安心な職場づくりに寄与する。

5. 統計調査、需要予測

- (1) 「コンタクトセンター企業実態調査」の実施
エージェンシー会員を対象に、年間売上高や従業員数、センター数、オペレーションブース数等の基礎データに加え、事業環境の変化、トレンドへの対応状況等を調査し、時系列分析による結果を公開する。非会員企業への対象拡大、調査前後のプロモーション等の検討を通じ、本調査の認知度と有益性の向上に努める。
- (2) 「会員基礎データ調査」の実施（会員登録情報の更新）
会員の企業情報やコンタクトセンター事業等、会員の最新事情を把握し、全体的な傾向を分析して会員に情報共有するとともに、各種活動の充実化に向けて活用する。

6. 内外の諸団体との情報交換及び協力

- (1) 経済産業省、総務省、消費者庁、内閣府等との情報交換・要請対応
- (2) 地方自治体との情報交換・連携
- (3) 公的団体、10団体連絡協議会との情報交換・連携

7. 広報・宣伝活動

(1) 「CCAJ News」の発行

当協会への興味・関心、コンタクトセンターの魅力を発信すべく、協会関係者・業界のキーマン・現場の第一線で活躍する従事者など人物にフォーカスした誌面作りと AI 活用、カスタマーハラスメント対策、シニア雇用といった関心の高いテーマによる特集を企画する。

そして、オウンドメディア「働く！コンタクトセンター図鑑」を通じて、既存コンテンツの利活用や各種メディア連携を行うことで内外に向けた発信を強化する。

(2) 「CCAJ メールニュース」等の配信

関連法令や各種調査レポート・統計情報等、コンタクトセンターに関連ある公的機関の情報ならびに海外の業界団体・メディアの情報をメールマガジンでタイムリーに定期配信する。加えて、省庁や地方自治体等のコンタクトセンターに関わる入札情報を配信する。また、会員の要望に基づき、掲載情報の種類や配信頻度等を検証し、配信目的に適った情報提供を行う。

(3) 「会員ニュース」の発信

会員からのニュースリリースをメールマガジンや Web サイト、Facebook で取り上げることで、会員の最新動向を発信する。

(4) プレスリリースやソーシャルメディアを通じた PR の展開

新聞社・出版社等のマスメディアへのニュースリリース、Facebook の投稿を通じて広く情報を発信し社会との良好な関係の構築に努める。

(5) イベント出展、外部セミナー登壇によるプロモーションの強化

関連イベント・展示会への出展や外部セミナーに登壇することで、一般企業（非会員）に対して当協会および公益に資する活動への認知を高め、業界のプレゼンス向上に寄与する。

8. 本法人の目的を達成するために必要な事業

(1) 会員数拡大に向けた諸施策の展開

会員サービスの充実、協会主催のセミナー・イベント等の参加企業への入会勧奨、入会書類請求企業に対する訪問・オンライン説明の徹底、新規会員との積極的交流によるリテンション活動を継続する。

(2) 各種イベント協賛・後援

協賛・後援名義の貸与により、コンタクトセンターに関連する各種イベントを支援する。

以上