

コールセンター業務倫理ガイドライン

第1章 総則

1. 倫理ガイドラインの目的

本ガイドラインは、コールセンター業務を実施するすべての事業者とそこに従事する者が遵守すべき倫理的行動原則と基準を明らかにするものである。

一般社団法人日本コールセンター協会(以下「本法人」という。)は、本法人の会員が本ガイドラインに従って行動すること、また、人権や多様性を尊重し公正な雇用と平等な能力開発の機会を提供することをもって、コールセンター業務の社会的信頼を高め、ひいては我が国におけるコールセンター業務の健全な発展に貢献することを目指すものである。さらに、会員以外の事業者、非営利組織においても本ガイドラインの示すところに基づいて行動規範とすることを期待する。

2. 適用の対象

本ガイドラインは、コールセンター及びこれに類する業務のすべてを対象とする。従って、本ガイドラインはコールセンターにおける業務の種類や目的のいかんにかかわらず適用される。また、すべての通信回線やインターネット環境を通じたコミュニケーションメディアを使ったマーケティングコミュニケーション活動にも適用されるものとする。

3. 用語の定義

本ガイドラインに使用する用語の定義は、次の通りとする。

(1) コールセンター業務

電話、ファックスならびに電子メール、チャット、及び SNS 等インターネット環境を使って(9)に定める顧客との信頼関係を築き維持する目的で当該顧客のニーズを探り、それを満たすために行う事業者及び組織の活動をいい、その内容として商品等の販売、サービス(官民を問わない)の提供、それに伴う顧客サービス(手続き、情報提供、配送、アフターサービス、相談、苦情の受付、処理、解決等)を包含する業務をいう。

(2) インハウス

自社内運営においてコールセンター業務を実施する事業者をいう。

(3) コールセンター・エージェンシー

コールセンター業務を他社より受託し代行する事業者をいう。

(4) クライアント

外部にコールセンター業務のすべて、またはその一部を委託する事業者をいう。

(5)コールセンター業務を行う者

(2)～(4)にかかわらず、コールセンターを活用する事業者のすべてを総称している。

(6)従業員

コールセンター業務を行う者の管理下にあつて、次号に定めるコミュニケーターを含め業務に従事するすべての者をいう。

(7)コミュニケーター

コールセンター業務に従事する者のうち、コールセンター等で実際に電話・電子メール等を利用して顧客等と直接対応する者をいう。

(8)個人情報

コールセンター業務にて取り扱う個人に関する情報のすべてを指し、その内容、種類及び情報処理の形態を問わず、当該個人を識別もしくは分類することのできる情報をいう。(「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」参照)

(9)顧客

顧客とは商品・サービスを自己の消費、または加工・再販等のために購入・利用する企業・組織・団体とそれらの商品・サービスの最終ユーザーである生活者及び消費者の3つを含む概念である。消費者とは自己または家族のために(贈答・寄付等を行うことを含む)商品・サービスを消費する個人及び家族をいい、生活者とは、消費者より広い概念を表わし、日々の生活を営む者すべてをいう。

第2章 適正な事業活動

1. 専門的な取り組み

コールセンター業務を行う者は、専門家としての誇りを持ってコールセンター業務に取り組み、その目的を適正に、かつ効果的・効率的に、しかも倫理的に達成することに注力するものとする。

2. 誠実な対応

コールセンター業務を行う者は、顧客に対して敬意と誠意をもって対応し、決して人を威迫して困惑させたりしないよう、従業員に徹底しなければならない。

3. 氏名・目的等の明示

コールセンター業務を行う者は、顧客に電話をかける際には、最初に事業者またはクライアントの名称、及びコミュニケーターの氏名を名のり、その目的が商品またはその他のサービス等の勧誘である場合には、「特定商取引に関する法律」及びこれ

らを補完する通達・ガイドライン等(以下、総称して「特定商取引法等」という)の定めに基づき、商品もしくは権利または役務の種類を明らかにして、通話の了解を得るようコミュニケーターに徹底しなければならない。また、調査を装った勧誘等を行ってはならない。

4. サービス等の内容

コールセンター業務を通じて顧客へ提供される商品やサービスは、合法的で、正当性があり、しかも社会通念上の客観的な価値のあるものでなくてはならない。

5. 情報の提示

コールセンター業務を行う者は、商品やサービスの販売に際しては、顧客が購買を決定するのに十分かつ明瞭で正確な情報を提示しなければならない。また、コールセンター業務を行う者は、あらかじめその情報の内容を裏付けられるようにしておくものとし、重要な事実を告げなかったり、不実を告げたり、誤解を招く表現、あるいは不当に競争相手を誹謗するような情報の提示を行ってはならない。

また、サービスの提供にあたっては、顧客の立場に立って可能な限りの情報を開示することが望ましい。

6. 情報管理

(1)コールセンター業務を行う者は、特定商取引法等や個人情報の保護に関する法律(以下、総称して「関係法令等」という)や本ガイドライン及び本法人が別に定める「コールセンター業務における個人情報保護ガイドライン」等(以下、総称して「ガイドライン等」という)、及び自社の「個人情報保護方針」に基づいて、個人情報等の漏洩、盗難、紛失、改ざん等が発生しないよう、十分な安全管理を行わなければならない。

(2)コールセンター業務を行う者は、顧客からの注文や問い合わせ、苦情・相談を受けた日時や内容等、ならびにそれに対する回答や対応内容及び対応した従業員の氏名等を正確に記録し、後日、当該顧客からの問い合わせや確認、要望、要求等があった際には、誠実な対応をもって解決に努めなければならない。

7. 通話録音情報の保護・開示等

(1)コールセンター業務を行う者は、個人情報である音声を集し、これらを利用するに当たっては、収集する情報の利用目的をできる限り具体的に特定するとともに、できる限り広く公表するか、または本人に通知しなければならない。

(2)コールセンター業務を行う者は、個人情報である音声の開示等の求めに応じる手続を定め、本人の知り得る状態に置いておき、本人より開示等を求められたとき

は、遅滞なく開示等をしなければならない。

8. 企業情報の守秘義務

コールセンター業務を行う者は、業務上知り得た自社、クライアントならびに協業する事業者の秘密に属する企業情報に関し、その秘密を守り、他に漏らしたり、他の目的には流用しないよう、すべての従業員に徹底しなければならない。

9. 知的財産の保護

コールセンター業務を行う者は、業務上知り得た自社、クライアントならびに協業する事業者の知的財産を守り、他の目的に流用しないよう、すべての従業員に徹底しなければならない。

10. 社会的弱者への配慮

コールセンター業務を行う者は、判断力が不足していると思われる社会的弱者を対象とする商行為に関しては、消費者としての利益を損なうことのないよう十分配慮すべきである。未成年者との契約、個人情報取得には親権者の同意を得なければならない。(判断力の不足している例: 高齢者または未成年者等で判断力が不足している場合、認知症、精神疾患または知的障がい等により、判断力が不足している場合等。)

11. 法令等及び関連業界の倫理ガイドラインの遵守

コールセンター業務を行う者は、国または地方公共団体の定める法令等を遵守するものとし、関連する業界団体の自主規制や倫理ガイドラインを尊重しなければならない。

本法人の会員は、関係法令等及びガイドライン等に反する行為の防止及び排除につき、共同してこれに当たるものとする。

第3章 質の高いサービスの提供

1. 教育・訓練

コールセンター業務を行う者は、高い企業倫理と礼節を維持し、すべての従業員が業務に応じた能力・水準を確保できるよう努め、顧客の理解と満足を得られるように、教育・訓練を継続的に行わなければならない。

2. 品質管理

コールセンター業務を行う者は、従業員による業務が誠実にしかも専門的に行わ

れ、また、顧客が要求または照会した事項が、正確かつ効率的に処理され、迅速な回答が提供できるよう品質の管理に努めなければならない。

3. 業務実施の方針

(1)アウトバウンド業務(電話をかける業務)

①営業日、営業時間

a.企業向け(B to B)の電話は、相手の営業日、営業時間にかけるよう心がけるべきである。

b.顧客向けの電話(B to C)は個人の静謐な生活を妨げないことを心がけ、顧客にとって適切ではない時間に接触を試み、困惑させてはならない。顧客の時間的制約等に配慮し、原則として事前に顧客の同意を得るように努め、顧客の要求や状況に応じて電話をかけ直すようにするべきである。(顧客にとって適切ではない時間とは、顧客の職業や生活習慣等に応じ、個別に判断されるものであるが、一般的には、顧客に承諾を得ている場合を除き、特段の理由が無く、午後9時から午前8時までの時間帯にアウトバウンド業務を行うことは、「迷惑を覚えさせるような時間」の勧誘に該当するものと考えられる。)

②通話先

a.アウトバウンド業務の対象は、原則として顧客リストに基づくものとするべきである。商品やサービス等の販売を行う場合は無差別に電話をかけることは避けるべきである。

b.市場調査等において無作為抽出法を用いてコールセンター業務を行う場合は、目的を明らかにして、原則として事前に受け手の同意を得るべきである。

③自動ダイヤル装置等の使用

サービスの内容によって、自動ダイヤル装置等を使用する場合は、顧客に迷惑をかけないような措置を講じてから実施するべきである。

(2)インバウンド業務(電話を受ける業務)

①営業日、受付時間

電話による申し込み、問い合わせや苦情・相談を受け付ける場合は、顧客に必ず、営業日、受付時間等をホームページ、広告、カタログ、ダイレクトメール、取扱説明書、その他の手段により明示するべきである。また、休日、営業時間後等、受付時間以外に顧客が電話をかけてくることを想定して、音声ガイダンス等を用いて受付時間の告知をするよう努めるべきである。

②回線数の確保

回線数を決定する際には、十分な通話量の予測に努め必要な回線数を確保し、かけ直しや待ち時間を減らすように努めなければならない。なお、待ち時間について

の情報等を顧客に告げて顧客の焦燥感を軽減することに努めるべきである。

(3)電話以外のチャネルによる業務

①営業日、受付時間

a.電子メール、チャット、及び SNS 等のチャネルによる申し込み、問い合わせや苦情・相談を受け付ける場合は、顧客に必ず、チャネルごとの営業日、受付時間等をホームページ、広告、カタログ、ダイレクトメール、取扱説明書、その他の手段により明示するべきである。

b. 発信業務については、(1)アウトバウンド業務(電話をかける業務)に準拠するものとする。なお、広告行為に関する発信業務は、5. 電子メール等による広告行為に準拠するものとする。

②レスポンス

a.電子メールやチャットにおいて、顧客からのお申込み、問い合わせや苦情・相談を受信してから応答や返答が完了するまでの時間(レスポンスタイム)の目標値を定めるべきである。目標値内での応答や返答が困難な場合は、顧客からの送信に対する一次返信をするべきである。なお、一次返信にあたっては、顧客の要望等への応答や返答までに要する時間を明示して顧客の焦燥感を軽減することに努めるべきである。

b.チャットにおいては、顧客からの最後の応答や返答の文字または記号・スタンプ、もしくは経過時間により対話を終了する(クロージング)指標を定めるべきである。なお、対話を終了する際は、対話終了の返答をすることが望ましい。

③自動化対応、セルフサービス

Web による受注・申込、IVR や FAQ による自己解決、チャットボットによる自動化対応等、有人対応によらないチャネルの提供やセルフサービス化を講じることで、待ち時間を減らし迅速な解決に努めることが望ましい。

4. 顧客の苦情・相談に対する対応

(1)顧客からの問い合わせや苦情・相談はマーケティングの機会であり、顧客の獲得と維持のチャンスであるという認識に立って、礼儀をもって誠実に対応しなければならない。回答時間のリミット(例:48 時間以内)を定める等「JIS Q10002 品質マネジメント—顧客満足—組織における苦情対応のための指針」(一般財団法人日本規格協会)を参考にして「苦情処理システム(マニュアルを含む)」を整備する一方、この問題の重要性について研修等を通じて従業員に徹底するべきである。

(2)苦情・相談に対応する窓口等を設置することに努めるべきである。また、そのような窓口等を設置した場合は、受付日および時間、ならびに電話番号や電子メールアドレス等の受付方法等を、ホームページ、広告、カタログ、ダイレクトメール、取扱

説明書、その他の手段により明示すべきである。

5. 電子メール等による広告行為

電子メールやチャット等により商品やサービスの案内を行う場合には、あらかじめ送信に同意した者以外に送信してはならない。その他電子メールにより商品やサービスの案内を行う場合には、「特定電子メールの送信の適正化等に関する法律」を遵守しなければならない。

6. コールセンター業務の委託・受託

(1)コールセンター・エージェンシーとクライアントとの間の委託契約等において、クライアントは、コールセンター・エージェンシーが、関係法令等及びガイドライン等を遵守するよう監督しなければならない。

(2)コールセンター・エージェンシーは、クライアントから依頼された業務の内容が、関係法令等及びガイドライン等に沿っていることを確認しなければならない。

(3)関係法令等及びガイドライン等を遵守したコールセンター業務を行うために、コールセンター・エージェンシーとクライアントにおいて当該条項を記載した委託契約(覚書等)を交わすべきである。

(4)コールセンター・エージェンシーとクライアントとの間の委託契約等において、サービスレベル(定義、範囲、内容、達成目標等)に関する合意を行う場合は、顧客満足の向上に資するものとなるよう双方にて十分な検討を行うべきである。また、自己の取引上の地位が相手方に優越していることを利用して、正常な商慣習に照らして不当となる条件を一方的に課すようなことがあってはならない。

第4章 個人情報・プライバシーの尊重

1. 個人情報の保護

コールセンター業務を行う者は、「個人情報の保護に関する法律」及びこれらを補完する通達・ガイドライン等(以下、総称して「個人情報保護法等」という)を遵守するものとし、また、個人情報の保護のためにガイドライン等を基本にして、自社独自の「個人情報保護方針」を作成し、広く一般に公表するとともに、すべての従業員がこれらを遵守するよう徹底しなければならない。

第5章 社会とのつながり(ステークホルダーとのコミュニケーション)

1. 意見聴取・情報開示

コールセンター業務を行う者は、事業者及び組織と、顧客、従業員、取引先、株主・

出資者等のあらゆる利害関係者をつなぐ事業者及び組織の代表であることを自覚し、利害関係者の声を真摯に受け止め、必要に応じて情報を開示することで、社会からの理解と信頼の確保に努めなければならない。

2. 意見の経営・事業への反映

コールセンター業務を行う者は、利害関係者の意見を広く集めることにより、期待や要請を知り、自らの経営や事業に活かすよう努めなければならない。

第6章 ダイバーシティの推進、従業員の就業環境の整備

1. 多様な人材の活用

(1)コールセンター業務を行う者は、性別、年齢、性的少数者、人種、宗教、ライフスタイル、障がい等による差別なく多様性を認め、雇用の機会均等に努めなければならない。

(2)コールセンター業務を行う者は、従業員の多様性を認め、能力開発の機会均等に努めなければならない。

(3)コールセンター業務を行う者は、従業員の多様性を認め、能力や実績、経験に応じて、昇進・昇格や処遇の決定に努めなければならない。

2. 働きやすさ、安全・健康への配慮

(1)コールセンター業務を行う者は、労働関係法令等を遵守し、従業員の権利を保護しなければならない。

(2)コールセンター業務を行う者は、職場におけるパワーハラスメントやセクシュアルハラスメント、妊娠・出産・育児休業等に関するハラスメント、SOGI (Sexual Orientation Gender Identity) ハラスメントの防止のために、ハラスメントの内容や対応方針を明確化し、従業員に周知・啓発しなければならない。また、従業員の相談窓口、担当者をあらかじめ定め、相談者を保護し、相談内容や状況に応じ、適切に対応しなければならない。

(3)顧客や取引先等からの悪質なクレームや著しい迷惑行為(いわゆるカスタマーハラスメント)については、対応方針を定め、従業員に周知・啓発し、従業員を組織的に保護するよう努めるべきである。

(4)コールセンター業務を行う者は、就業場所や設備のみならず、休憩室等も含めた職場環境に関して、従業員が安全かつ健康に働ける状態を保つことで、従業員が能力を発揮できるよう努めなければならない。

(5)コールセンター業務を行う者は、従業員が視覚や聴覚に過度な負荷がかからないよう適度な休憩を設けなければならない。また、苦情対応等過度なストレスがかか

った場合には適宜休憩をさせることで、従業員の身体・精神的な健康に配慮しなければならない。

(6)コールセンター業務を行う者は、季節性インフルエンザやその他の新型ウイルス等の感染症対策を徹底し、感染の予防及び拡大の防止に努めなければならない。

(7)コールセンター業務を行う者は、従業員のライフスタイルや育児・介護等の事情に応じて、在宅やサテライトオフィス等で働ける選択肢を用意し、従業員が能力を発揮でき、長期に働けるよう努めなければならない。

第7章 その他

1. 報告等

(1)本法人の会員は、コールセンター業務に関し、本法人から本ガイドラインに関わる報告を求められた場合には、直ちに報告しなければならない。

(2)本法人の会員は、関係法令等に反する重大な行為が認められた場合には、本法人に直ちに報告しなければならない。また、本ガイドラインに反する行為が認められた場合には、本法人に直ちに報告すべきである。

(3)本法人の会員は、本ガイドラインに反する行為が認められた場合には、直ちに被害の防止、類似事案の発生回避等を行った上で、再発防止のための改善施策を行わなければならない。なお、本法人は注意・指導を行うことができるものとする。

2. ガイドラインの見直し

コールセンター業務は、社会情勢の変化、国民の意識の変化、技術の進歩等に応じて変わり得るものであり、本ガイドラインも諸環境の変化を踏まえて見直しを行うよう努めるものとする。

2005年5月10日制定

(1992年5月26日に制定した「テレマーケティング倫理ガイドラインおよび実施基準」「テレマーケティング倫理ガイドライン」ならびに「テレマーケティング実施基準」は「テレマーケティング倫理ガイドライン」制定の日をもって廃止)

2012年1月4日改定

(「テレマーケティング倫理ガイドライン」を改称)

2021年8月30日改定