

主な記事 ● センター見学会開催報告

SV 意見交換会 初の沖縄開催！

人材育成委員会では、「スーパーバイザー（以下、SV）による意見・情報交換会」を定期開催しています。今回は 8 月 25 日に初めて沖縄で開催した SV 意見交換会の模様をダイジェストで紹介します。

自分よりも年上の方を指導・注意しなければならない、他の同期入社の方よりも上の立場になり、どのように接して良いのか分からないなど、様々な方が働くコールセンターでは、コミュニケーションに関する悩みは多くあります。今回は「コミュニケーション」をテーマに、ご自身の取り組み、工夫していること、課題や悩みについて、沖縄に事業所のある会員企業 4 社より 6 名の方が意見交換されました。

■年上のテレコミュニケーター（以下、TC）とのコミュニケーションについて

- ・幸い採用の場に同席できる機会がある。年配の方には若いリーダーがいるので、指導・注意されることもあることを事前に伝えている。
- ・年上というだけで萎縮してしまう SV やサブ SV もいるので、まずは少し砕けた感じで接するように提案している。固い感じで返してきた方には年上ということ意識して対応し、フレンドリーに返してきた方には、あまり固くなりすぎないように対応する。

■コミュニケーションの取り方について

- ・業務に追われることが多いので、意識的にコミュニケーションを図るようにしなければならない。今は勤務表を配るということに習慣にしている。その際に一言「お疲れ様」と声をかけるだけで良い。それで会話が広がれば良いと思う。自分でやらなくても良いことだが、5 分でできるので、習慣にすることが大事。
- ・面談をした際に、TC から忙しそうなので声をかけづらかったと言われショックだった。意識的にコミュニケーションを図る必要性を感じ、実行している。
- ・フィードバックの際に、仕事でやったことをしっかり褒めると意外とよく覚えているようだ。今後の仕事の励みにもなるようだ。

■フィードバックの時

- ・誰でも褒めるところがあると思う。最初に良いところから褒めると効果的。
- ・以前、改善点の指摘から入ってしまったことがある。表情を見て、褒めたときは遅かった。
- ・褒めようと思うと、モニタリングで TC をしっかり見るようになる。TC 一人ひとりを把握する上でも必要だと思う。

■面談の方法

- ・原則、管理者 2 人（SV とサブ SV）対 TC 1 人で行っている。管理者間で厳しく言う役割、フォローする役割などを明確にしている。

- ・前もって SV とサブ SV 間で簡単な打合せをし、言わなくてはいけないことを確認しておく。そうすると話がそれたときどちらかの管理者が軌道修正することができる。

- ・以前は毎月 1～2 名の退職者が出ていた。TC との対話時間がないことが原因の一つと考え、月に 2 回話し合う場を設けることにした。面談の時間は 1 人当たり 30 分ぐらい。3 カ月前に実施して、今のところ退職者は出ていない。

今回参加された方からは次のような感想をいただいています。

- ・事前のアンケートに目を通していたので、初対面でも意見が通じた。違う考え方・やり方も参考になった。
- ・ついつい数値管理に目が行ってしまい、また上長からも数字が求められる。常に人を見るという意識を忘れないようにしたい。
- ・他社の SV との交流の機会がないので楽しみだった。意見交換できて有意義だった。

◆今後の開催スケジュール

日程	開催地	テーマ	対象
10月20日(木)	大阪	メール対応の品質向上	メール業務担当 SV
10月25日(火)	東京	ベテラン・新人 SV による交流・意見交換	
11月7日(月)	東京	トレーニング	トレーニングを行っている SV
12月1日(木)	大阪	ベテラン SV の課題	SV 経験 5 年以上の方
1月19日(木)	東京	モチベーション管理	SV または QA 担当者
2月16日(木)	大阪	ベテラン・新人 SV による交流・意見交換	
3月/調整中	東京	調整中	



名古屋センター見学会 開催報告

去る7月21日(木)～22日(金)、情報調査委員会では、名古屋コンタクトセンター見学会を開催しました。今回の見学会は、当協会会員企業2社のご厚意により、株式会社オークローンマーケティング名古屋センターとNTTコミュニケーションズ株式会社カスタマーズフロントを見学させていただきました。

○株式会社オークローンマーケティング名古屋センター

株式会社オークローンマーケティングは、テレビショッピング、eコマース、モバイルショッピング、店舗販売、カタログショッピングを通じて、生活用品、趣味・ペット・教養関連商品、エクササイズ関連商品など幅広い商品を提供する通信販売企業です。

同社では、名古屋・札幌・福岡の3拠点でコールセンターを展開しており、近々千葉県のリジスティクスセンター内にお問い合わせ関連のセンターを開設する予定とのこと。今回見学した名古屋センターではカスタマーサービス業務とアウトバウンド業務を担当している、200人規模のコールセンターです。「Creating Thank You (すべてはありがとうのために)」をコンセプトにしており、これは、お客さまは当然のこと、社内の他部署の方たちからも感謝されることを目指しての標語とのこと。同社ハリ・ヒル社長の「コールセンターは会社の心臓部分」との理念が浸透しているせいか、スタッフの皆さんのモチベーションが高い様子が印象的でした。

※参加者の感想

- ・システム等がしっかりしている。スタッフ教育がしっかりしていると感じました。
- ・各受付ブース、ナレッジツール、モチベーション Up 施策をご紹介いただきとても参考になりました。
- ・開放的でオシャレなセンターという印象をうけました。休憩室にはマッサージチェアもあり、ファシリティ面の充実がESにつながっていると思います。また、アウトコールや定期解約阻止対策など、営業的側面の強さが見え参考になりました。



○NTTコミュニケーションズ株式会社

NTTコミュニケーションズ株式会社は、法人・個人を対象とし、インターネットや電話による各種サービスを提供している企業で、法人向けにはコンタクトセンターソリューションの提案・導入なども手がけています。今回見学した「カスタマーズフロント」は、個人のお客様から電話やメールで寄せられるお問合せやサービスのお申込などに対応している、600席規模のコンタクトセンターで、スタッフの導線を考えたデスク配置等、ファシリティ面が充実しています

セキュリティゾーンを分けての個人情報管理やドットコムマスター資格の全員受験・取得推進など、「全世界のお客さまから選ばれるパートナー」を目指し、意識を高めています。また、今回は実際の初期研修の様相なども見学させていただくことができ、貴重な体験となりました。

※参加者の感想

- ・KPIの具体的な数値状況や、働きやすい職場環境を作るための施策等をお聞かせいただき、参考になった。
- ・VOCなど様々な分析をされていた事がとても参考になりました。
- ・オペレーションルームを窓越しで見学するなど、コンプライアンスの意識が非常に高いということも確認でき、「さすが」と思いました。



今回の見学会には、11社15名の会員が参加し、見学会はもちろんのこと、1日目の見学終了後に開催した懇親会には見学受入先の担当者にもご参加いただき、有意義な情報交換の場となりました。

見学を受け入れてくださった株式会社オークローンマーケティング様、NTTコミュニケーションズ株式会社様に心よりお礼申し上げます。

「自治体によるコールセンター誘致に関する調査」の概要

8月号、9月号と2号にわたりお届けした『各自治体のコールセンター支援制度一覧』ですが、今年度は各都道府県に対するアンケートも実施いたしました。すでにその一部は掲載しましたが、概要についてご紹介いたします。

今回の都道府県へのアンケートは、情報調査委員会の監修で行われました。

質問項目としては、【コールセンター誘致制度の有無】、各自治体の基本データとして【人口】【労働力となる男女別年代層別人口分布】【就労人口の今後10年間の見通し】【労働人口がいる都市のトップ3と人口】【オフィスの平均賃料】【自然災害に対するリスク・留意点】、コールセンター誘致に関して【メリット】【コールセンターに期待すること】【具体的な誘致状況】【誘致して良かった点】などを伺いました。ご多忙の中、ご協力いただいた各自治体に改めてお礼を申し上げます。

回答があったのは、47都道府県中30道府県。これらの回答用紙はPDF化して、協会のサイトの会員専用ページに掲載する予定です。アップ後には本誌でもご報告します。

【コールセンター誘致制度の有無】

“以前はあったが廃止した”理由としては、「ものづくり産業等他分野への重点的な支援に政策転換（宮城県）」「製造業の誘致へ重点を置いている（静岡県）」「知的集約型産業構造への転換を目指す（三重県）」という産業構造によるものの他にも、「コールセンターの立地が進んだため（富山県）」など実績を残したことによる廃止もありました。

【就労人口の今後10年間の見通し】

ほとんどの自治体で、「少子高齢化による就労人口の減少」が指摘されていましたが、「今後、高齢化が進んでいくと考えられますが、高齢者の就労機会も増えるものと思われれます（香川県）」という前向きなとらえ方をしている自治体もありました。

【コールセンター誘致に対する期待】

やはり「雇用機会の創出」がもっとも期待されていますが、「中

枢都市としての魅力の向上（広島県）」など間接的な好影響への期待もありました。具体的には、「立地後は更に事業を拡大して（高知県）」「離島・半島地域における立地（長崎県）」といった持続的な事業拡大や「出来るだけ正社員率を高めて（愛媛県）」「就業者がキャリアパスできるような組織体制。可能であれば正社員での採用（宮崎県）」といった意見も数多く見られました。

【誘致したコールセンターが選択した理由】

それぞれの自治体ごとの特性はあるものの、「勤勉で粘り強い人材が確保できる（青森県）」「必要とする優秀な人材が安定的に確保しやすい（長崎県）」といった人材面、「自然災害が少ないことからリスク分散の候補地として最適（北海道）」「用地面積の確保が容易（秋田県）」「人件費、オフィス賃料が首都圏に比べ低いため、コスト削減が可能であること（沖縄県）」などの企業立地面、「充実した県、市町の優遇制度や立地に際してのワンストップサービス（徳島県）」「IT産業の発展に積極的に取り組んでおり、充実した補助制度（宮崎県）」という支援制度の充実などが、回答として多く寄せられました。

【誘致して良かった点】

“誘致に対する期待”と同様に「雇用機会の創出」につながったことが挙げられていますが、「本県でのコールセンター事業が順調なことから、本県に他部門の業務を集約して更に事業を拡大していただくなど、立地企業の皆さまにも喜んでいただいております（高知県）」「新しい事業の展開により、県内産業の活性化につながったこと（宮崎県）」といった企業・自治体双方のWin Winの関係が見受けられる回答も多く寄せられました。多くの自治体で、コールセンター誘致に対する期待は高いと言えるでしょう。

◆回答のあった自治体と支援制度の有無一覧

	自治体名	有無		自治体名	有無		自治体名	有無		自治体名	有無		自治体名	有無
1	北海道	○	7	茨城県	×	13	静岡県	×	19	徳島県	○	25	長崎県	○
2	青森県	○	8	栃木県	×	14	三重県	△	20	香川県	○	26	熊本県	○
3	岩手県	△	9	群馬県	○	15	滋賀県	×	21	愛媛県	○	27	大分県	○
4	宮城県	△	10	富山県	△	16	大阪府	×	22	高知県	○	28	宮崎県	○
5	秋田県	○	11	石川県	○	17	奈良県	○	23	福岡県	△	29	鹿児島県	×
6	福島県	×	12	岐阜県	○	18	広島県	○	24	佐賀県	○	30	沖縄県	○

○=ある（18道府県） △=以前はあったが廃止した（5県） ×=ない（7道府県）

再コール

アウトバウンドにおいて、顧客が不在という場合に、再度電話をかけること。

在宅テレコミュニケーター

顧客対応業務（テレコミュニケーターの業務）をコールセンターではなく、テレコミュニケーターの自宅で実施すること。

サブスーパーバイザー

スーパーバイザーを補佐する役割。アシスタントスーパーバイザー（ASV）と呼ぶこともある。

サポートデスク

製品の使用方法やトラブル時の対処法、苦情への対応など様々な問い合わせに対応する組織のこと。

サンキューコール

商品購入やサービス加入等をした顧客に対し、挨拶の意味を込めてお礼の電話をかけること。アフターフォローの充実をアピールしたり、商品の使用感や購入理由を聞き改善・開発に役立てるなど、付加価値を付けて行われる。または、コールセンターでのトラブル解決や応対に対する顧客からのお礼の電話のこと。

システムベンダー

プログラムを設計・開発する事業者のこと。

社団法人日本テレマーケティング協会

テレマーケティングの健全な普及・発展を目指し

て設立された団体。1988年に任意団体として発足し、1997年に社団法人化。

受電

顧客から電話を受けること。

シュリンケージ（余裕率）

テレコミュニケーターの総労働時間に占める、有休時間・病欠時間・遅刻や早退、研修・フィードバック・ミーティングなど本来業務とは違う業務時間の割合のこと。

消費者契約法

消費者を保護する為に、不適切な勧誘行為により消費者が事実誤認、または困惑して行った意思表示の取消権を付与すると共に、一方的に事業者により有利な契約条項の制限などを規定する法律。

初回完結率

一度の電話、もしくは一人の対応で顧客の問題・要望等が解決した率。一次完了率・完結率とも言う。

ジョブマネージャー

コールセンター運営全般の管理者。スーパーバイザーを含めたオペレーションにかかわるスタッフをまとめ、センター全体のマネジメントの他、品質・生産性・利益確保を含めた数値マネジメントを行う。

スーパーバイザー /SV(Supervisor)

オペレーション品質の維持・効率的業務運営を目

標とし、テレコミュニケーターの管理監督を行う担当者。教育・訓練から実際のオペレーション業務の進捗管理やモニタリング、クレーム対応、環境整備などを担う。

スキルベースルーティング

電話の相手や内容に合わせて、そのコールを処理するスキルを備えたテレコミュニケーターまたはグループに即時にコールを割り当てるACD・CTIの機能。

スクリーンポップ

受電時に通知された電話番号をもとに、既存の顧客リストからデータを検索抽出し、詳細データをテレコミュニケーターの画面に表示する機能。テレコミュニケーターは、顧客情報、取引・対応履歴などを参照しながら顧客対応ができる。

スクリプト

テレコミュニケーターが電話対応する際の指針となる基本的な対話台本のこと。的確な対応と効率的なオペレーション、テレコミュニケーターのレベルを一定に維持するための役割がある。

スコアリング

テレコミュニケーターのコールやEメールオペレーション等諸作業の状況をモニタリングチェックシートに基づいて数値で評価すること。

ストレスマネジメント

自分のストレスを自覚し、短い時間でも毎日どこか

で気分転換を図ったり、自分自身を癒す時間を持ったり、誰かに自分の気持ちを聞いてもらったりしながら、ストレスと上手につき合っていくこと。

センター長

コールセンターの経営全般の責任者。

センターマネージャー

コールセンター運営全般の管理者。スーパーバイザーを含めたオペレーションにかかわるスタッフをまとめ、センター全体のマネジメントの他、品質・生産性・利益確保を含めた数値マネジメントを行う。

センターリロケーション

コスト削減などを目的に、コールセンターを移転すること。運営場所が変わることで、ノウハウの継承や人材の確保など、コールセンター業務の移行時には様々な問題もある。

ソリューションベンダー

顧客ニーズに対応して、ITに関わるハードウェア、ソフトウェア、サービスを提供し、顧客の問題解決を図る事業者。

た行**退職率**

企業・産業における雇用労働者の離職の割合を示す指標。ある一定期間内の離職による減少労働者数を、在籍労働者数で割って算出する。

遅延アナウンス

お客様に対してテレコミュニケーター接続までの待ち時間などを知らせること。

着信拒否

特定の相手からの電話を受け付けられない状態にすること。

通話録音システム

主にコールセンターで導入されるシステムで、電話での通話内容を録音し、音声データとして保存・検索可能なシステム。

ティーチング

業務のやり方、対処方法などを指示、指導すること。

定着率

企業に雇用された者が、ある一定期間後に、どの程度離職せずに就業しているかを表わす指標。

データウェアハウス

時系列に蓄積された大量の業務データ。または、その業務データを管理・分析するシステムを指すこともある。

データセンター

サーバーやデータを管理する拠点。膨大な情報を安全かつ高速に処理できるよう、数多くの高性能サーバーと大容量の高速回線を備える。

データマイニング

統計学、パターン認識、人工知能等のデータ解析

の技法を大量のデータに網羅的に適用することで今まで分からなかった発見的な知識を取り出すことが可能となる技術。

テープチェック

品質管理やリスク回避、情報収集のために、テレコミュニケーターの応対の録音、ログを聞き、評価、分析、指導につなげること。

テキストマイニング

形式化されていないテキストデータ（通常の自然文）を単語などに分割し、その出現頻度や相関関係などをデータマイニングの手法を使って解析することで、一定の知見や発想を得るテキストデータ分析手法の総称。

テクニカルサポート

電化製品等のメーカーが、製品の使用方法やトラブル時の対処方法など技術的な問い合わせや修理受付などを対応すること。

テクニカルサポートセンター

電話やEメールなどを通じて、製品の使用方法やトラブル時の対処方法など技術的な問い合わせや修理受付などを対応する拠点のこと。コールセンターと同義で使われることもある。

テストオペレーション

テレマーケティングを実施する前に、短期間あるいはリストの一部を抽出して試験的にオペレー

ションを行なうこと。システム全体の整合性や使用リストの信頼性、スクリプトの検証、またテレコミュニケーターの訓練などを目的とし、実施にあたっての問題点を抽出し、問題が解決されるまで修正・検証を繰り返し行なうこと。

テレコミュニケーター /TC(TeleCommunicator)

コールセンターにおいて、「企業の代表」として、お問い合わせや相談、受注、クレーム、案内などを、電話やEメールなどの通信メディアを通じて、顧客と対応する者。

テレサービス

端末機能まで含んで完結した通信サービス。ISDNで提供される通信サービスの種類。ファクシミリ通信やビデオテックス、電子メールなどがテレサービスに分類される。

テレマーケティング

テレマーケティングとは、顧客の創造、顧客満足の向上、顧客の保持といったマーケティング・プロセスを、パーソナルで双方向性を持つ各種通信メディアを通じて、円滑かつ効果的に実現する手法である。

テレマーケティング・エージェンシー

電話受付業務、受注業務、電話セールス、フィールドセールス支援、ダイレクトマーケティングなどのコールセンター・テレマーケティング業務を

企画から運営・管理までを請け負うサービス会社。

テレマーケティングにおける個人情報保護ガイドライン

2005年の個人情報の保護に関する法律の施行に合わせ、(社)日本テレマーケティング協会が定めた個人情報保護のための具体的な指針。

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を実施するすべての個人と企業が遵守すべき倫理的行動原則と基準を明らかにするために社団法人日本テレマーケティング協会が定めたガイドライン。

テレマーケティング倫理綱領

テレマーケティングに対する消費者・関係者からの信頼を得、これを維持・増大させることによりテレマーケティングの健全な発展を期するために社団法人日本テレマーケティング協会が定めた、テレマーケティングにかかわる全てのものが遵守すべき基本事項。

テレワーク

通信ネットワークを利用して、オフィス以外の場所で働く労働形態のこと。実際の労働場所にもよるが、在宅勤務の一形態とも考えられる。

転送

電話機に着信した呼を、他の電話機へ送ること。

転送呼

応答数のうち、他部署、別権限の部門に転送された呼数。

スーパーバイザー interview vol.41

あいおいニッセイ同和損保株式会社
コンタクトセンター事業部
スーパーバイザー
並木 由紀子 さん



あいおいニッセイ同和損害保険株式会社は、昨年10月、MS&AD インシュアランスグループの2社のあいおい損害保険とニッセイ同和損害保険が合併して誕生した会社です。その中核である東京都練馬区の光が丘にあるカスタマーセンターをお訪ねしました。

「休日はボーっとしているか、DVDを観ていることが多いかな」という並木さん。定額の宅配レンタルを利用して「損しないようにたくさん借りて一生懸命観ています」。もう一つの趣味がアジア圏を中心とする海外旅行。「知らない街の中を歩くのが好きです」

あいおいニッセイ同和損害保険は、東京・光が丘に加えて東京・新宿、大阪、沖縄にコンタクトセンターを持ち、総勢約800名のスタッフが働いています。その中でも光が丘のカスタマーセンターは約450名のスタッフが在籍するコア的なセンターです。

今回お話を伺った並木由紀子さんは、「商品・ご契約内容のお問い合わせ窓口」を担うスーパーバイザー（以下、SV）。7年以上の経験があり、現在は12名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）のとりまとめを行っている、同センターの中心的な存在とのことです。

「会社を代表して商品の説明をする部署ですので、さまざまな質問になるべくスムーズに答えなければいけません。プレッシャーや大変なこともあります。でも、感謝の言葉をかけていただけることも多くて、やりがいのあるお仕事ですよ」と並木さん。

これまで社会人として、メーカーやデザイン会社などでの勤務経験がありますが、結婚・出産を機にいったん退社。自宅から近く勤務条件が合っていたということで、同社のコミュニケーターに応募。約3年のコミュニケーター勤務の後に、SVへの昇格を打診されます。「コールセンター勤務は初めてでしたので、真っ白な状態から始めました。分からないことがあれば何度もSVさんに質問していて、いつも優しく教えていただいていた。自分がその立場でやれるか不安でしたが“人は職が育てるものだ”と思って引き受けました」

SVとして大切にしているのは相互理解。コミュニケーターとSV、SVとマネージャー、さらにコミュニケーターと

マネージャーなど、各スタッフの考えをしっかりと伝えあったり、会社の意向を顧客にきちんと伝えるためにどうすればいいのかわかるなど、まさに人と人とのつながりのために注力しています。

センター発足当時から、損保各社のOBもコミュニケーターとして採用しています。いわば大先輩。これは、FAQだけでなくより詳しい質問にも対応できるようにということでの取り組みです。いわゆる一般的なコミュニケーターも在籍しているので、組織的なとりまとめは大変だったようですが、並木さんの努力もあって、向上心が強くチームワークの良い部署になっているとのこと。並木さんの上司の方の評によると“全社で一番勉強するところ”。商品知識や会社の方針はもちろん、損害保険代理店の資格を各個人が取得するなど、常にレベルアップ、スキルアップに務めています。「会社側も、福利厚生を含めて良い対応をしてくれています。出産後もほとんどの人が復職していますし、非常に定着率が高いことも自慢の一つです」

あるコミュニケーターがご主人の転勤でどうしても仕事を続けられなくなった時、「お客様からの質問にちゃんと答えられなかった時でも、並木さんに“大丈夫、大丈夫”と言われ続けたことで何度救われたかわかりません」というコメントを残していったとのこと。ご自身は気がつかなかったようですが、“大丈夫”は口癖だったようです。「丁寧に対応すれば、ほとんどのお客様が分かってくださると信じていますから、そういう言葉になったのではないのでしょうか」

もし分からないことや難しいことに基づいたら、また一つ新しいこと

に出会えたと考えるようにしているという並木さん。その前向きな姿勢から生まれたのでしょう。厳しさも優しさも併せ持つような並木さんの考え方が、センター全体にも浸透しているようです。

同センターは、来年1月に東京都板橋区成増への移転が決定しています。現住所から2キロほど離れた場所。新社屋は免震で、自家発電も完備。コアのカスタマーセンターとしてさらに機能強化を行います。同時に組織も変革。複数の窓口を統合してワンストップで対応できる体制になります。その組織改革の中心的な役割も並木さんの仕事の一つ。「今回の東日本大震災で、コンタクトセンターというのは本当に大切な存在なのだと思身で感じました。当社には大阪にミラーサイトがあるので、お客様にご迷惑をおかけしなくて良かったと思います。今回の移転で、より信頼性が増すことを期待しています」。“でも、通勤はちょっと遠くなるのよね”と笑顔を見せる並木さんでした。

企業情報

あいおいニッセイ同和損保株式会社

代表取締役社長：鈴木 久仁

本社：東京都渋谷区恵比寿1-28-1

：http://www.aioinissaydowa.co.jp/

設立：1918年

従業員数：13,371人（平成23年3月31日現在）

プロフィール：当社は、すべてのお客様に高品質の商品・サービスをお届けし、お一人おひとりのお客様からの確かな信頼を基に発展する企業の創造を目指しております。その実現に向けて、「お客様第一」を掲げ、「常にお客様の安心と満足のために行動する」ことを従業員の行動指針の中に定め、業務品質の向上を追求し続けるとともに、合併会社として両社の持つ強み・特色を活かし伸ばすことで、合併による相乗効果を最大限発揮してまいり所存であります。

本コーナーでは、業界のキーパーソンであるリーダー・スーパーバイザーの魅力や重要性をご紹介します。皆様のセンターで活躍しているリーダー・スーパーバイザーをご紹介します。エントリーをお待ちしています。

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!**

CONTACT センター Q&A

A SVは感情的にならず“意思”を真剣に伝えることが大切です。真剣に取り組んで欲しいこと、真剣な取り組みがなぜ必要か、(本人にとっての価値や利益につながり、企業の理念につながることを)話し合うことです。それにはあなたのコミュニケーション能力が求められます。SVはあくまでも、相手の変化球に動じず“必要な仕事をきっちりしてもらおうこと”に焦点を当て考えてください。下記にSVとして振り返って欲しい焦点を3つ挙げます。

①**目標設定について。**TCは何らかの目標を設定し、それに向かって業務にあたっているでしょうか。私たちは常に目標に向かって努力しています。目標があるからこそ行き先を見失わず、努力を重ねていくことができます。

企業には理念やビジョンがあります。それをセンター全体で共有し、具体的な目標に落とし込んでいきます。個々の目標はSVがサポートしながら本人が作ります。中・長期目標を見据えた上で、実現可能な短期目標に取り組んでもらいましょう。但し、前提として目標の必要性、目標の内容、取り組み方、達成期限など目標達成までの具体的な事柄を、SVも合意していることです。そしてTCが目標を達成することで入手できる成果と、達成したときの気持ちを、SVも同じ絵が描けるまでコーチングスキルを駆使してください。

②**次はフィードバックです。**「モニタリングの結果が今一步」と言われたら誰でも悩みます。「どこが悪いのか?」と問い

Q 入社2年のTCのモニタリング結果が今一步。フィードバックを聞き流されたり、真摯に受け入れてもらえない。真剣に向き合ってもらおうための効果的な方法は。

回答者 **濱 富美子 氏**

(有)サン・コムネット 代表取締役社長
JTA テレマーケティングスクール
スーパーバイザー養成講座/コールセンターのコーチになる(コーチング講座) 講師

直されるのは当然でしょう。フィードバックの言葉が足りないのかも知れません。そこであなたに提案を3つ。**【その1】フィードバックの意味を理解する**(フィードバックは立てた目標からどのくらいずれているか、どこがどのようになっているかを気づかせ、どう改善していくかを話し合うことです)。**【その2】フィードバック技術を向上させる**(音声を一緒に聞き、本人から引き出したり提案したりしながらのプロセスが必要です。もし応対技術ならば、あなたが見本を示すことも必要になります)。**【その3】TCの良いところ、少しの変化も見落とさず承認すること**(スモールステップを認めることは技術の向上につながります)。

③**信頼関係の振り返りを。**普段からfase to faseのコミュニケーションは取れていますか。相互信頼はできていますか?あなたとのコミュニケーションをTCは快く思っていますか?「認められている!」という気持ちになっているでしょうか。あなたもこのTCを信頼しているかを振り返ってみてください。TCの本来の性格や資質を変えることは難しいのですが、あなたのTCの成長を願う心とコミュニケーション力によって、TCを振り向かせること、気づかせることはできます。信頼関係はTC育成の、そしてチーム運営の基盤になります。

またTCの成長は、SV自身の努力や人柄と決して無関係ではありません。共に成長していくというSVの姿勢がTCを育て、快適なセンターの環境を作り出していくのです。

10月中旬～11月に開催される JTA テレマーケティング・スクール

開催日	講座名	講師	会場
10/13(木)～10/14(金)	スーパーバイザー養成講座	角脇 さつき 氏	日本マンパワー(東京都)
10/20(木)～10/21(金)	スーパーバイザー養成講座	黒田 真紀子 氏	新大阪丸ビル新館
10/25(火)	モニタリング実施手法セミナー	後藤 啓子 氏	日本マンパワー(東京都)
11/8(火)	KPI 基礎講座	有山 裕孝 氏	日本マンパワー(東京都)
11/10(木)～11/11(金)	スーパーバイザー養成講座	角脇 さつき 氏	かでの2・7(札幌市)
11/17(木)～11/18(金)	スーパーバイザー養成講座	濱 富美子 氏	日本マンパワー(東京都)
11/29(火)～11/30(水)	テレコミュニケーター養成講座	角脇 さつき 氏	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](#) ▶ [検索](#) まで。

http://www.jtasite.or.jp/jta_school/index.html

JTA NEWS TOPICS

JTA NEWS Vol.175 Contents

SV 意見交換会報告1
名古屋センター見学会 開催報告2
「自治体によるコールセンター誘致に関する調査」の概要3
コールセンター / テレマーケティング用語集4
SV インタビュー Vol.416
コンタクトセンター Q&A7
コールセンター基礎講座開催案内8
協会日誌 他8

次号予告

「JTA NEWS」Vol.176 では、「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」などを掲載する予定です。

※掲載内容は変更にな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.145 (2011年9月9日配信)

配信数:4,504名

【協会からのご案内】

1. コールセンター基礎講座下半期の開催
2. JTA NEWS VOL.174(2011年9月号)を協会ホームページにアップ
3. JTA スクール 10月開催のご案内
4. Web 上で会員のニュースリリースをご紹介【業界動向・情報】
5. 2010年情報セキュリティインシデントに関する調査報告書(個人情報漏えい編) ver.1.4(日本ネットワークセキュリティ協会)
6. 東日本大震災後の産業実態緊急調査2(経済産業省)
7. 平成23年情報通信白書(総務省)
8. 電話勧誘販売業者に対する業務停止命令と指示について(消費者庁)
9. 第7回 今後のパートタイム労働対策に関する研究会議事録(厚生労働省)
10. 就業形態の多様化に関する総合実態調査(2010年)(厚生労働省)
11. 電気通信サービスの加入契約数等の状況(総務省)

！ 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

03-5289-0404

受付時間 10:00～16:00(土曜・日曜・祝日を除く)

協会日誌

8/18 人材育成委員会

- ① コールセンター意見交換会
 - ・マネージャーを参加対象とし、「スーパーバイザーの育成」をテーマに実施することとなった。
- ② SV 意見交換会
 - ・2012年3月実施予定の過去の参加者を対象とした意見交換会は、参加ニーズを把握した上で実施案を検討する。

8/23 事業委員会

- ① テレマーケティング・ガイドブック VOL.21
 - ・企画の進捗状況および広告の申込状況を報告した。
- ② JTA スクール
 - ・講座内容の見直しに伴い、各講師よりカリキュラム・タイムテーブルを提案していただき、次回の委員会で検討することとなった。
 - ・新講座に関しては委員より提案していただき、次回以降検討することとなった。

9/7 広報委員会

- ① 会員ニュースの公開状況
 - ・8月に会員より寄せられた会員ニュースのWebへの掲載状況について報告した。
- ② JTA メールニュース
 - ・VOL.145の情報収集状況を報告した。

③ JTA NEWS の発行

- ・10月号「SV 意見交換会開催報告」「センター見学会開催報告」等を掲載することを承認した。
- ・11月号:コンタクトセンター・セミナー in 宮城の開催告知、「テレマーケティング・アウトソーシング企業実態調査」の概要等を掲載することを承認した。
- ④ 協会名称の変更に伴う作業
 - ・ロゴマーク:新ロゴマーク案を決定した。
 - ・協会報:名称に関しては次回の委員会で再度検討することとした。号数に関しては現在の「JTA NEWS」からの通し番号とすることを決定した。

9/9 情報調査委員会

- ① センター見学会
 - ・7月21日(木)～22日(金)に開催した名古屋のセンター見学会について報告した。(2ページ参照)
- ② JTA メールニュース
 - ・VOL.145の情報収集状況を報告した。
 - ・名称の変更に 대해서는、次回の委員会で再度検討することとなった。
- ③ テレマーケティング・アウトソーシング企業実態調査
 - ・公開する項目、各項目へのコメント等について討議した。

「コールセンター基礎講座」を開催します

下期も「コールセンター基礎講座」を開催します。コールセンタースタッフにとって必須の基礎知識。より多くの皆様の受講をお待ちしています。

■概要■ (詳細は協会のホームページに掲載していますので、ご確認ください)

●日程: 2011年12月9日(金)12:40~17:00

●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

●定員: 70名(定員になり次第締め切らせていただきます)

●受講料(税込・1名): JTA 会員 /4,200円、一般 /7,350円

【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」
コンタクトセンター 専門コンサルタント 鈴木誠氏

コールセンターの定義と活用形態、コールセンター業界独特の専門用語・略語、センターの運用管理体制、システム構成、主要管理指標(KPI)、センター地方展開のトレンドなど最低限知っておきたい業界基礎知識やセンターの構成要素や運営のあらましを分かりやすく解説します。

「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」

(株)アイ・エム・プレス 月刊『アイ・エム・プレス』 発行人 西村道子氏

コールセンター業界の現状は?抱える課題にはどのようなことがあるのか?コールセンターは今後どのような方向に進化していくのか?コールセンターの最新トレンド、そしてそれを象徴する各分野の注目事例(成功事例)を、最新の取材・調査結果を交えてご紹介します。

「知っておきたいテレマーケティング関連ルール」

(社)日本テレマーケティング協会 事務局 課長 森田豊

商品などの勧誘・販売の際に守らなくてはならないルールは?お客様の情報(個人情報)を取り扱うときには、どのような点に注意しなければならないのか。コールセンタースタッフとして知っておきたい基本的なルールを解説するとともに、協会に寄せられた消費者からの相談事例を交え分かりやすく解説します。

訃報 7月30日、当協会理事の川越憲治氏が、肝臓ガンのため75歳で永眠されました。川越憲治氏は、長年にわたり当協会の発展にご尽力くださいました。ご冥福をお祈りいたします。