

参加企業 大募集!

毎年参加することで
様々な課題を継続して
見つけることができます。

報告書は対応音源とともに、
対応品質の指導・育成に
活用しています。

客観的評価により、改善点や
電話対応のトレンドを
知ることができます。

参加企業
の声

申込受付期間
2024
5/1 [水]
~7/20 [土]

企業電話対応コンテスト

普段の電話対応が
審査の対象です

リアルとオンラインの共存が進む中、ビジネスにおける「電話」の重要性が再認識されています。一方で若年層の電話離れによる「電話恐怖症」の実態を各メディアがクローズアップ。お届けする報告書の審査結果や改善アドバイスを、電話対応品質やCSの向上策にぜひお役立てください。

1 スタッフが架電

7月下旬から、専門スタッフが仮のお客様となって、予告なしに申込みされた企業に電話をかけます。

2 電話に出た方が対応

電話を受けた方はコンテストの電話とは知らずに通常の電話対応をします。

3 仮のお客様として会話

専門スタッフは事前にホームページなどを参考にして対応内容を準備し、それに基づき会話をします。

4 専門家が審査

録音した対応内容を、専門家が審査し、審査結果及び改善のアドバイスを報告書にしてフィードバックします。(11月)

概要 ユーザ協会の専門スタッフが「仮のお客様」となって業務中に電話をかけ、その際の電話対応について、専門家が客観的に評価を行い、優秀企業を表彰します。

参加料 一般 **14,300円** (税込) 会員 **11,000円** (税込) ※いずれも、1診断先あたりの参加料です。

詳細内容のご確認、お問合せ、お申込みはこちらから

参加のお申込みは、日本電信電話ユーザ協会ホームページの「企業電話対応コンテスト」内の「お申込みフォーム」からとなります。

日本電信電話ユーザ協会 企業電話対応コンテスト

<https://www.jtua.or.jp/education/contest/>

主催 公益財団法人日本電信電話ユーザ協会

テレコム・フォーラム 2024 5 令和6年5月1日 (毎月1日発行) 第3巻号 (通巻490号) 〒101-0031 東京都千代田区東神田2-6-9 テルビル東神田 II 9F 電話03-5820-2071 公益財団法人日本電信電話ユーザ協会 テレコム・フォーラムの送付先変更等は各都道府県のユーザ協会支部までご連絡ください。 0120-206660

top management magazine Telecom Forum テレコム・フォーラム



5

May 2024

特集

大容量で低遅延、消費電力も大幅カット
次世代へ向けた「IOWN構想」で叶える未来

西日本電信電話株式会社 (NTT西日本)

**DX推進
活用事例**

生産性向上、CO₂削減まで成功した
製造会社のDX戦略

旭鉄工株式会社

ICT COLUMN

DXとともに考えたい持続可能性を図るSX(第3回)
中小企業が今、取り組むべきこと

**電話
対応で
CS向上**

テーマパークに欠かせない
ゲストのワクワク感を醸成するための
電話対応や接客を追求

株式会社アワーズ

ゲームクリエイターの
オールコミュニケーション力を高め、
選ばれ続けるサービスに

株式会社ファンコーポレーション

連載

アサーティブなコミュニケーション
発言しない新人にどう関わるか

お客さまから学ぶCS向上
講師としての覚悟

コミュニケーション力を鍛える
「異説・ほうれんそう」

大容量で低遅延、消費電力も大幅カット 次世代へ向けた「IOWN構想」で叶える未来

西日本電信電話株式会社 (NTT西日本)

通信業界では今後、高度な情報処理によるデータ通信量の増加に伴い、増え続ける消費電力への対応などが求められています。この課題を解消する次世代ネットワークとして注目を集めるのが、NTTグループが多数のアライアンスパートナーと連携し、推進している構想「IOWN」です。今回は、西日本電信電話株式会社 (NTT西日本) の技術革新部IOWN推進室の小山 晃広担当部長、今井 徹担当課長に「IOWN」の概要や展望についてうかがいました。



技術革新部IOWN推進室
担当部長
小山 晃広氏



技術革新部IOWN推進室
担当課長
今井 徹氏

「IOWN」には、大容量、低遅延、低消費電力を実現するために、光回線のネットワーク網に、ネットワークから端末まで、すべてに光工学（フォトリソ）を導入したオールフォトニクス・ネットワーク (All

Photonics Network : APN) という新技術が用いられています。従来の光回線との違いを、同じく「IOWN」推進を担う今井氏は次のように解説します。

「現在、パソコンで文字や画像、動画などのデータを送信する場合、電気信号が使われます。そして、このデータは光ファイバーケーブルを通じて送られますが、電気信号のままでは伝搬できないため、

電気信号から光信号へ変換されます。また、受信されるまでの中継の過程においても多くのネットワーク機器を経由していますが、そのたびに電気信号と光信号の変換が行われています(図1参照)。このような、電気信号から光信号へ、光信号から電気信号へと変換する際に電力を要し、また負荷がかかることで通信効率が下がり、通信の遅延を引き起こしていました。APNはこのような無駄な変換を省き、端末から端末まですべて光信号で結ぶことで、これらの問題を解消します」(今井氏)

NTTグループでは、APNに対応したネットワークサービス「APN IOWN 1.0」の提供を2023年3月より開始しました。大阪・関西万博の開催にあたって、夢洲会場内のパビリオン・催事施設などの主要施設間を接続することで、会場内のさまざまなコンテンツや

イベントの共有、距離を感じることもない一体感と没入感のある体験が可能な実証環境を提供する予定です。

大容量、低遅延が解決する 遠隔漫才の絶妙な掛け合い

「IOWN」構想の下、大容量、低遅延、低消費電力の光ネットワークで全国が結ばれると、どのようなことが可能になるのでしょうか。小山氏はその具体例を「低遅延の実現」をポイントに挙げ解説します。

「『APN IOWN 1.0』は、リモート会議などで相手の反応が遅れて届くような通信の遅延が抑えられます。そのため、より緻密さが求められるリモート操作に有用です。例えば、離れた場所から熟練の専門医が手術支援ロボットを使って行う遠隔手術などが挙げられます」(小山氏)

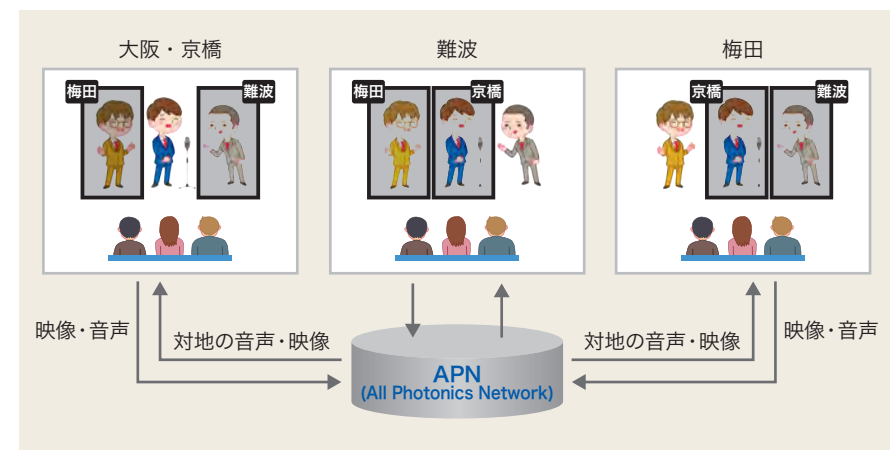
「ほかにも、NTT西日本ではIOWN APNを活用したさまざまなイベントを開催しています。例えば、人気お笑いコンビが遠隔地にいる相手とリモート漫才を披露するイベントを開催しました(図2参照)。従来のリモート接続では音声や映像が少し遅れて届くため、漫才の絶妙な掛け合いは成立しづらかったのですが、イベントではIOWN APNの活用により、見事に漫才が成立しました」(今井氏)

このように大容量、低遅延、低消費電力の通信環境は、緻密な操作を必要とする建設機器の遠隔操作、情報の遅れが致命的となる金融取引など、さまざまなビジネスシーンでのニーズが考えられます。

このほか、大容量と低遅延のネットワークの浸透は、大規模な情報処理を行うデータセンターの分散化を促すと考えられています。

「大規模な情報処理、大量の顧客情報の保管などを行うデータセンターは、ビジネス拠点との通信

【図2：APNによる多地点間お笑い・エンタメライブ】



遅延を避けるため、都市圏の郊外に設置される傾向があります。ですが、全国で同条件の高速通信が可能になると、都市圏から離れた地方でもデータセンターの建設需要が高まると見込まれます。その結果、企業はデータセンターを各地へ分散させ、地震など災害時のリスク回避を行うことになるでしょう」(小山氏)

多くの企業・業種連携で IOWN構想の実現を目指す

現在、限定的な導入・実証段階にある「IOWN」ですが、ネットワークを全国に拡げ真価を発揮するには課題もあります。

「大容量、低遅延はすでに実装していますが、低消費電力を実装する接続機器の開発はこれからの段階です。IOWN構想を実現するには、このような開発を含めたさまざまなインフラの構築が必要なため、その周辺機器を開発するメーカーや、ネットワークの活用を考え実行する企業・団体の皆さんの協力が不可欠です」(今井氏)

NTTグループはデバイスの開発をはじめ、ネットワーク活用のための協業・共創を最重要課題と捉え、世界のさまざまな有力企業の参入により「IOWN」ネットワークの国際標準化を目指しています。IOWNが解決したい課題は世界共通の課題であり、民間企業1社の力で解決することは到底不可能な

さまざまなイノベーションが必要です。そのため、国内外問わずパートナー連携を行い、「オープンに取り組んでいる」と小山氏は話します。

「『IOWN』は国内外を問わず『みんなで広げましょう』という姿勢で推進しています。特に『IOWN』は、NTTが提唱する『デジタルツインコンピューティング (DTC*)』の活用も構想に含まれ、企業・団体の参入が不可欠です」(小山氏)

「IOWN」ネットワークが広がると、中小企業でも店舗のリモート接客、工場機械のリモート操作、さらにDTCの活用など、さまざまな利用機会が考えられ、ビジネス拡張のチャンスが広がります。

※DTC：Digital Twin Computingの略。人間の行動・心理データと、生活、交通、産業、自然現象などで生じる物理的データを組み合わせ、サイバー空間上に現実に近い状況を再現し、リアルタイムで実証、動態予測を行う技術。



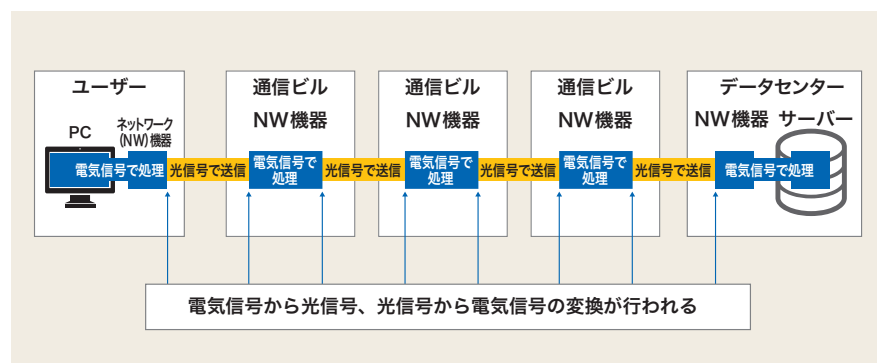
●会社概要

会社名：西日本電信電話株式会社 (NTT西日本)
創立：1999年(平成11年)7月1日
所在地：大阪府大阪市都島区東野田町4-15-82
代表取締役社長：北村 亮太
資本金：3,120億円
事業内容：電気通信役務の提供、及び電気通信技術に関する研究など
URL：https://www.ntt-west.co.jp/
【ユーザ協会賛助会員】

Webで読もう
ユーザ協会 D10042



【図1：電気信号と光信号を活用した通信の仕組み】



生産性向上、CO₂削減まで成功した 製造会社のDX戦略

旭鉄工株式会社

旭鉄工株式会社は、創業より80年以上の歴史を持つ自動車部品の製造会社です。同社は近年、ICT/IoTを活用したDXに積極的に取り組み、生産性向上や効率化を達成、大幅な収益改善を実現しました。自らDX戦略の先頭に立って現場をリードする代表取締役社長の木村 哲也氏に、同社の取り組みのポイントや、DXの推進に必要な考え方をうかがいました。



代表取締役社長
木村 哲也氏

老舗が陥っていた 高コスト体質からの改善

旭鉄工株式会社はトヨタ自動車の一次サプライヤーで、長年主要取引先の要望に応じてエンジンやトランスミッション、サスペンション部品などの製造に携わってきました。一見順調な経営状態が予想されますが、2013年に同社に入社した木村氏は、会社の実態を知るにつけ、その将来に危機感を抱いたと言います。

「私が入社した頃の旭鉄工は、収益性が低く、適正な利益が得られない高コスト体質の会社でした。経営陣の将来に対する展望は希薄で、従業員は新しいチャレンジに消極的でした。主要取引先との安定したビジネスに固執する従来通りの経営が、いつの間にか赤字体質と、変化や改革が苦手な企業風土を育てていたのです。

将来、人口減少による国内市場の縮小が確実な中、このままでは利益が出せなくなるのは明白でした」(木村氏)

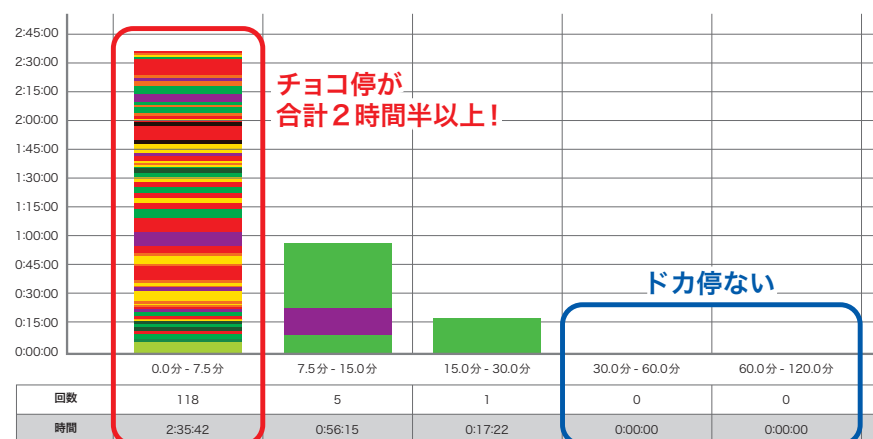
この状況を変革するために木村氏が挑戦したのが、DXでした。「カイゼンの進まない会社には3匹のサルがいる」と考える木村氏は「見ザル」(問題が見えていない)、「言わザル」(情報やノウハウが共有されていない)、経営でICT/IoTを活用できていない「使わザル」の「3ザル退治」が必要だと言います。

ICT/IoTを起点とする DXで「3ザル」を退治

『「見ザル退治」は、ICT/IoTで数値を“見える化”するだけでなく、その数値(問題)に基づいたアクションが重要になります。例えば

多くの製造ラインは頻繁に停止し、サイクルタイム^{*}の延長が生じていますが、多くは見えていないので、問題視されることはありません。停止時間の大きな『ドカ停』と比べて、『チョコ停』は軽視されがちなのです。しかし、製造ラインを0.01秒単位で計測している弊社のICT/IoTではサイクルタイムの遅れやチョコ停が、いかに大きな損失につながっているかが“見える化”されています(図1参照)。そうすると損失を減らそう、と自然になるわけです。例えば、チョコ停の削減に取り組んだ結果、1日に1,000個の生産が必要なラインで、これまで1時間に100個だった生産数を125個に伸ばすことができたとしましよう。わずか25個の増産に過ぎないように見えます

【図1：サイクルタイムにおける「チョコ停」の寄与度】



サイクルタイムの遅れ、チョコ停、ドカ停の何が問題なのか分かる

が、従来は10時間かかっていた作業時間が8時間で可能になり、1日2時間の残業時間の短縮に結びつき、年間200万円以上の労務費の削減になります。弊社はこういうカイゼンを全社的に徹底し、年間4億円の削減を達成しました」(木村氏)

「言わザル」の解消には、社内での情報を共有しやすい環境が必要でした。そこで、同社は組織内での情報共有の促進や伝達の仕組みを整え、全社で情報をリアルタイムで共有できる社内SNSの仕組みを構築しました。これにより、現場の社長報告会の内容も10分後には社内SNSに内容がアップされるなど、リアルタイムでの情報やノウハウの社内共有を実現しています。

「このような仕組みを構築し、経営者自身が率先してDXを経営に活用することで、『使わザル』の退治にも成功しました。やはり経営者自身が変革し、率先してDXを推進することが成功への近道だと思います」(木村氏)

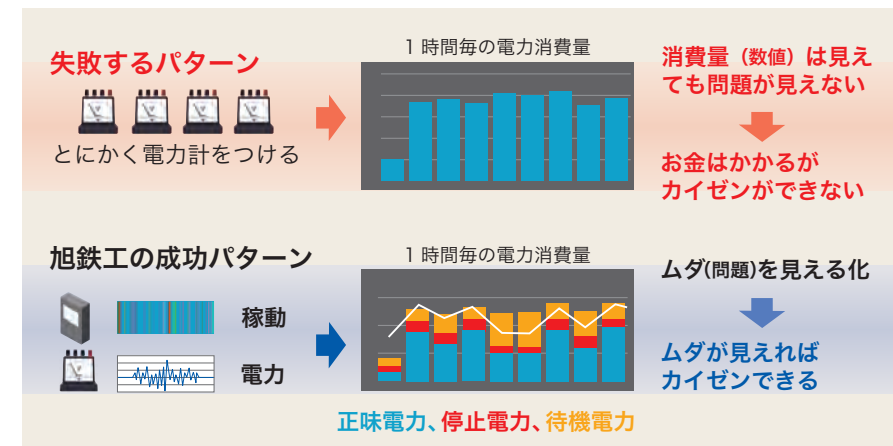
こうして推進された同社のICT/IoTを起点としたさまざまなDXは、今では年間10億円、累計で約40億円の利益効果を同社にもたらしています。また、2015年には162億円だった損益分岐点が、2022年には133億円まで下がり、同じ売上でも10億円の収益改善を達成しました。

全社で改善成功例を共有し DXに前向きな風土を創出

3ザル退治を起点とした同社のDXは、カーボンニュートラルの取り組みにも活用され、ICT/IoTを活用した消費電力量の削減でCO₂排出量を減らしながら利益を生む、「儲かるカーボンニュートラル」を実現しています。

「電力使用量を単純に数値化しても、それだけではどこに問題点があるか分かりません。そこで、

【図2：“見える化”すべきは数値ではなく問題】



弊社は正味電力(現在使用している電力)、停止電力(設備がトラブルなどで停まっているが通電はしている)、待機電力(夜中など、稼働していないのに通電している)の3パターンで“見える化”しました(図2参照)。これにより、停止電力や待機電力などの無駄な電力が一目瞭然となり、待機電力の電源をカットするなどの改善を行った結果、電気使用量26%の削減と、年間で約1.5億円のコストダウンを実現できました」(木村氏)

さらに現在、同社では「Chat GPT」を活用した、より効率的なDXの実践にも取り組んでいます。これまでに蓄積された改善例を「Chat GPT」に読み込ませ、「電力削減の事例を教えてください」「切削加工機の製造時間を短縮したい」などの質問に対して必要なノウハウを抽出し、回答してくれる「カイゼンGAI」を開発しました。これにより、同社が所有する膨大な量の事例データから、必要な情報を迅速に取得することができます。

「また、ICT/IoTで収集したデータから問題点を教えてくれる『AI製造部長』も稼働中で、毎朝決まった時刻に前日のデータ状況をラインごとに報告してくれています。例えば、『S-01ラインの〇月〇日の稼働時間は目標が15.5時間で、実績が12.1時間』『出来高率が目標の96%に対し実績は85%』といった内容のもので、これまで人

間が行っていたライン状況の確認時間が大幅に削減されました」(木村氏)

このようなDX推進における重要ポイントとして、木村氏は「DXに挑戦する風土づくり」を挙げます。例えば、同社は“見える化”された問題に対する改善結果を報告する「カイゼン卒業式」が3ヵ月ごとに行われ、その報告会に木村氏は必ず出席し、労をねぎらい、成果を社内SNSで全社に報告しています。このような取り組みで、社員のモチベーションと改善マインドを上げています。

経営者が率先してDXに取り組む、現場のモチベーションを尊重して実現した同社の成功事例は、現在ICT/IoTの導入を検討している企業にとって、有益なヒントがあると思われます。

※ サイクルタイム：一つの製品の工程開始から完了までにかかる時間のこと

ASAHI
旭鉄工株式会社

●会社概要
会 社 名：旭鉄工株式会社
創 立：1941年(昭和16年)
本社所在地：愛知県碧南市中山町7-26
代表取締役社長：木村 哲也
事 業 内 容：エンジン、トランスミッション、ブレーキ、サスペンションなどの自動車部品を製造
URL：https://www.asahi-tekko.co.jp/

Webで読もう
ユーザ協会 D20029



中小企業が今、取り組むべきこと

これまで本連載では、企業経営に持続可能性への変革(SX)が求められている理由と、その中でのICTツールのお役立ちポイント、実際にICTを活用した具体的な事例を紹介しました。最終回となる今回は、日本でのSXの取り組み状況を踏まえつつ、実際に中小企業がSXを実現するためにICTで何ができるのかを考えていきます。

SXに取り組む日本企業の実態

まずは、SXについて、現在の日本企業の立ち位置について説明します。

私の所属する株式会社日本能率協会コンサルティングでは、グループ会社と合同で、2023年11月に『サステナビリティ経営課題実態調査』を実施しました。本調査は、日本企業のサステナビリティ経営(環境・社会・経済の観点から、持続可能性の向上を目指す経営)の実態を探るため、国内主要企業約5,000社にウェブアンケート調査(有効回答率3.2%)を実施したもので、2022年5月に続き2回目の実施となります。

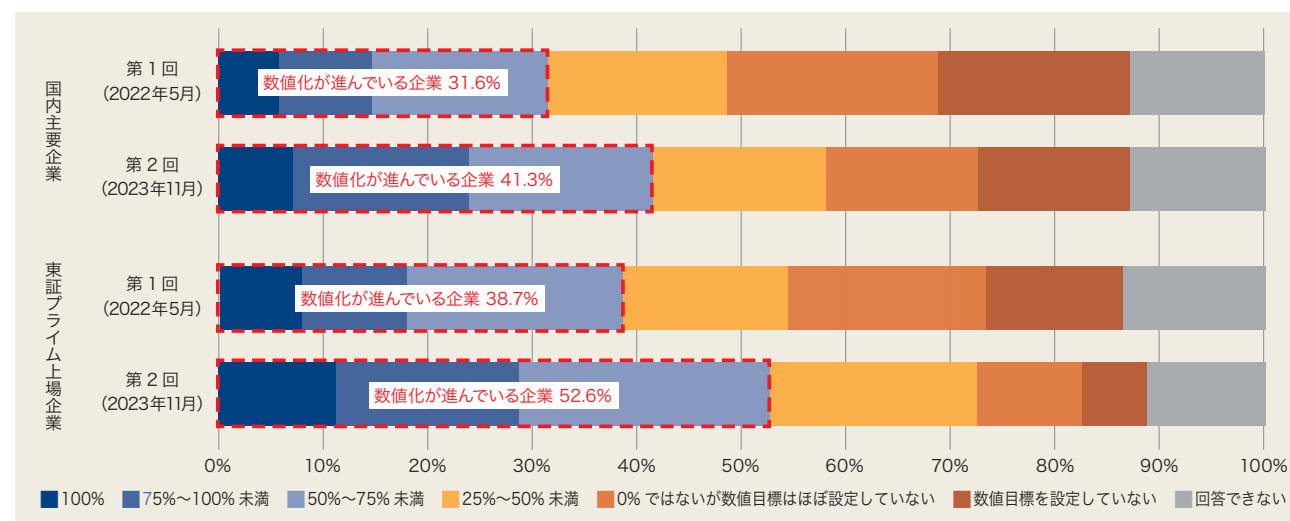
サステナビリティ経営の進め方としては、まず自社の企業価値と関係が深い重要課題(サステナビリティ経営目標)を特定し、それぞれ指標を定めて(数

値化)取り組みを推進するのが一般的です。そこで、ここではサステナビリティ経営の取り組みの実態として、数値化段階の企業の割合と推移について見てみましょう。

調査は、回答企業に「サステナビリティ経営目標のうち、数値目標を設定している割合」を聞くことで実施しました。いくつかの特定した目標のうち、半数(50%)以上の数値目標を設定している企業を「数値化が進んでいる企業」とした場合、該当する企業の割合は、1回目は回答企業全体の31.6%であったのに対し、2回目では全体の41.3%と9.7ポイント増でした。中でも東証プライム上場企業に限定して見ると、1回目の38.7%に対し2回目は52.6%と13.9ポイント増えています(図1参照)。

このように、全体としてサステナビリティ経営目標の数値化にまで取り組んでいる企業の割合は、1

【図1：サステナビリティ経営目標のうち、数値目標を設定している割合】



回目から2回目の1年半の間でもしっかりと増えていることが分かります。特に東証プライム上場企業は、TCFD*に基づいた情報開示が求められ、サステナビリティに関する情報開示が義務化されていることから、SXの取り組みに積極的で、さらに取り組みを進めていくものと考えられます。このような取り組みは企業の信頼を高めるため、今後は中小企業も含めてその他企業にも波及していくでしょう。

ICTでSXに取り組むには

ここからは、「SXに取り組む必要があるのは分かったけれど、実際にどう取り組めば良いか分からない」という企業に向けて、今、やるべきことを考えていきましょう。

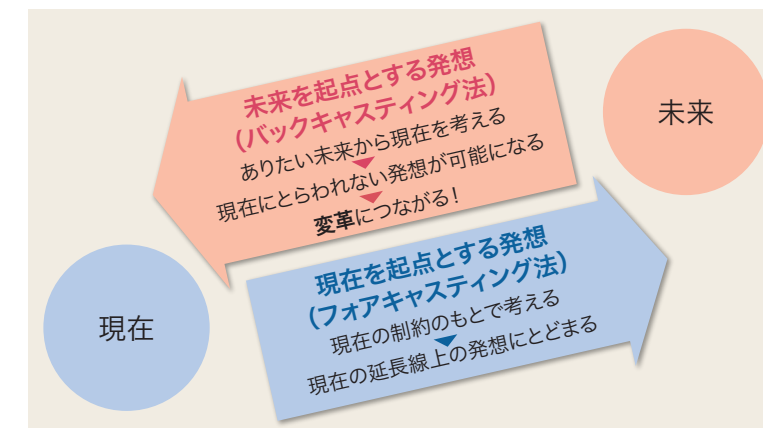
SXの領域では、常に「バックカスティング思考」(図2参照)が重要だと言われています。バックカスティング思考とは、現在の経営資源(ヒト、モノ、カネ、情報など)の制約をいったん置いておき、将来の「ありたい姿」を起点に考える思考法です。自社でSXに取り組む場合、現在あるものにとらわれていたら、必要な変革は起こせません。そのため、バックカスティングで考えることがSXの第一歩となります。いったん既存の技術や製品を忘れ、自社を取り巻く社会の未来像について考えてみるのです。

未来像が考えられたら、次のステップです。社会課題を解決し未来像に近づくために、現在の自社にどんなことができるのか、具体的な施策のアイデアを複数人で自由に出し合います。そして、これを体系的に整理し、取り組むべき重要課題をまとめます。この時、ただまとめれば良いわけではなく、自社らしさが明確に表れていることが必要です。同業他社が発表しているものも参照し、自社の社員が自社ならではの課題(目標)だと認識できるか見直してみましょう。自社らしさを明確にするためには、自社のミッションやビジョンに立ち返り、自社が大切にしたいこと、取り組みたいことは何か、を組み込むことが求められます。

その後、重要課題を事業別、各部門への具体的な指標へと落とし込みます。指標設定が曖昧にならないよう、しっかりと現状把握をした上で、定量化した目標を設定することが重要です。

これまでの第1回・第2回の連載で、ICT導入の一

【図2：バックカスティング思考とは】



番のポイントが「見える化」であることを説明してきました。今回の「取り組むべきこと」の中で最もICTが役に立つのが、現状把握から定量化までの指標への落とし込みの段階と言えるでしょう。本連載第1回でCO2排出量算定ツールをご紹介しましたが、現在の活動量からCO2排出量を推計し、削減目標を設定するのはまさにこの局面です。

また、SX実現にあたって、社員全員が理念・ビジョンに共感し、同じゴールに向かって進むことが重要です。特にSXは長期的に、かつ全社的に取り組むことなので、この意識がずれていると同じ方向に進みません。ICTにより目標を「見える化」することは、社員に対し展開しやすくなる上、達成度も計りやすくなり、結果、目標達成に向けた社員のモチベーション維持にもつながると言えるでしょう。

このように、企業活動に必須と言われるSX実現に取り組むにあたっては、初期の段階でICTを活用することで「見える化」をし、取り組みのハードルを下げることができるのです。

※TCFD: Task Force on Climate-related Financial Disclosuresの略称で、各企業の気候変動への取り組みを具体的に開示することを推奨する国際的な組織。日本では「気候関連財務情報開示タスクフォース」と呼ばれる。



あおき まい
青木 麻衣氏

株式会社日本能率協会 SX事業本部サステナビリティ経営推進センター コンサルタント。2020年日本能率協会コンサルティング(JMAC)に新卒で入社。入社後は、CS調査・VOC活動支援や営業業務改革、人事制度改革など、企業の顧客とヒトを中心に幅広く経験。サステナビリティ領域関連のプロジェクトでは、サステナビリティ取り組み情報開示推進支援、GHGプロトコルScope3排出量算定のコンサルティングのほか、サステナビリティ経営実態調査にも立ち上げ時より関わっている。

Webで読もう
ユーザ協会 D40054





発言しない新人にどう関わるか

会議での発言を促す際には、「発言して大丈夫」と感じられる場の空気と人間関係があると同時に、上司や先輩が「I（アイ）メッセージ」で発言を促してあげるといいでしょう。

発言しない新人にどう関わるか

会議を活発にしたいのに、発言するのはいつもベテランばかり。若い世代の意見を反映させて、チームに新しい風を入れたい。でもチームの新人や若手はなかなか意見を言わず、議論がベテラン目線になってしまう。どうしたらよいかと悩むことはないでしょうか。

「〇〇さん、意見はありますか」と聞くと、委縮したり上手く言えなかったりで発言が出てきません。そうした新人や若手に対し、アサーティブな関わり方はあるのでしょうか。

例えば… 新人に意見を 言ってもらいたい

課長の高木さんは、入社半年になる新人の三田さんが、チームの会議で発言しないことに頭を悩ませています。普段からなるべく全員が発言できるように工夫し、三田さんには「新人としてのフレッシュな意見を出してください」と伝えて発言を促すのですが、三田さんは「特にありません」と言うばかりです。

ミーティングがオンラインに移行していく中で、高木さんは三田さんとのような関わりを持てばいいのか真剣に悩んでいます。自分と二まわり以上年齢差のある彼女に、あまり馴れ馴れしくするのは良くないし、とはいえ何もしないで放っておくわけにはいきません。どのように発言を促せば良いのでしょうか。

発言の仕方を教える

若手が会議の場で発言をしないの

は、さまざまな理由が考えられます。そもそも意見がない、意見の伝え方が分からない、という考え方やスキルの問題もあれば、会議の席での心理的安全性（安心して発言できるか否か）という環境や人間関係の問題もあります。

スキルが問題であれば、発言の仕方を具体的に教えてあげましょう。

「会議で黙っていると、『三田さんは何も考えてない』という評価になってしまう。それはとてももったいない。そんな時は『よく分からないので、次回までに調べてみます』と発言するといいよ。あなたの前向きな姿勢が伝わるし、周囲の評価も変わってくるから」という感じです。

高木さんにそう言われれば、三田さんも「なるほど、そう言えばいいのか」と理解するので、実際に話をしやすくなるでしょう。

「I(アイ)メッセージ」で 気持ちを伝える

三田さんが会議の場で「発言しても大丈夫」と感じられていない心理的安全性の問題も考えられます。その場合は、自分の意見を受け止めてもらえると感じられる環境や人間関係を意識的に作っていく必要があります。ここでは、高木さんが、「I（アイ）メッセージ」で発言を促すことがカギとなります。

立場が上でかつ経験値も高い高木さんから、年の離れた新人の三田さんに対して意見を促す時に、私たちはよく「You（ユー）メッセージ」と呼ばれる、相手を主語とした伝え方をしがちです。

「会議でもっと発言してほしい」「意

見を言ってほしい」という言い方です。内気な三田さんには、少し一方的な印象を与えてしまうでしょう。

一方、I（アイ）メッセージであればどうなるでしょう。自分を主語とするので「私がどう思うのか」を基軸にして話を進めていくことができます。

「三田さんの考えが分からなくて、僕自身、ちょっと困っていてね。この案件に対するチーム一人ひとりの意見を、僕が理解したいんだよ。だから三田さんの話もぜひ、聞かせてもらえないだろうか」

このように、高木さんが「僕が〇〇を理解したい」と自分を軸にして促すと、三田さんも自分の気持ちを発言しやすくなるのです。

一人ひとりが大切にされる会議の場をどう作るかは、過去も現在も難しい課題です。ただ、多様な意見が反映される会議の場は、今後さらに必要となるに違いありません。その時に、「発言してよい」と感じられるような環境や人間関係を作ることや発言を促す方法を持つことは、とても大切なことなのです。多様な意見が出やすい場を作るためにも、アサーティブなコミュニケーションを使っていけると良いかもしれません。

森田 汐生氏

NPO 法人アサーティブジャパン代表理事。一橋大学社会学部卒業後、イギリスの社会福祉法人でソーシャルワーカーとして勤務。その間、イギリスでのアサーティブの第一人者、アン・ディクソン氏のもとでアサーティブ・トレーナーの資格を取得。主な著書に『「あなたらしく伝える」技術』（産業能率大学出版部）、『なぜ、身近な関係ほどこじれやすいのか』（青春出版社）など多数。



講師としての覚悟



なんとなくの始まり

講師の仕事が好きです。だからこそ、形だけのマナーではなく、自分を大切に思うように相手を大切に思い、それを言葉や行動で表すことを伝えようと心がけています。そうすることで、自分も周囲も幸せになれるお手伝いができることがとても嬉しく感じるからです。

講師業を始めてから12年が経ちました。私が講師になったきっかけは、海外生活を終え帰国した時にちょうど、研修講師のお手伝いをしてほしいとお願いされたからです。ですから「これを人に伝えたい」という使命感や覚悟があって講師になったわけでもなく、なんとなく始めてしまったというのが正直な気持ちです。

もっとできるのではないか

そのせいでもあるのか、この仕事が好きで、楽しさもやりがいも感じますが、12年経った今でも自信は持てません。毎回、研修やセミナーの後には、「もっと良い伝え方があったのではないか」、「本当にお客さまや受講生のお役に立てたのだろうか」と思っています。私が目指している、その人や周囲の人も幸せになれることや、そもそも私も相手の立場に立つことができ

ているのかと……。もちろん、毎回そのために準備し、勉強もしているつもりですが、やはり自信は持てません。

一通の LINE

そんな私に、先日 LINE が届きました。10年ほど前の受講生からです。「どうしても報告したくてご連絡させていただきました。先生に教えていただいたマナーや言葉づかいのおかげで、所属する課の問題解決の糸口をつかむことができました。顧客への対応の仕方に問題がある社員がいて、度々クレームを受けていました。その社員から顧客を傷つけない・不快な思いをさせないためにはどうしたらいいのかという相談を受けました。上司や同僚からの注意も受けつけなかった人が相談してきたことで、上司からも直々に指導の依頼を受け、尽力しています。そうすることができたのも、今の私の基礎を作ってくれた先生のおかげです。ありがとうございます」という内容で

岩下 美和子氏

一般社団法人 礼和の杜 代表理事。電話応対技能検定指導者級資格保持者。企業や大学でマナー、電話応対、コミュニケーション研修などを行っている。

「今回の講師は、ビューティフルマナー 代表 岸田 輝美さんです。受講生の心を一瞬でグッとつかむことができる、私の理想の講師であり、大好きな方です」



岩下 美和子氏



問題

Emotet の特徴として、正しいものはどれですか。次の中から一つ選びなさい。

1. メールアカウントやメールデータなどの情報が窃取される。
2. ファイルがロックや暗号化され、開けなくなる。
3. 正規のアプリに偽装してユーザーがインストールすることで侵入される。
4. 不正な動作を行うように、自己複製能力を持つ。

※ | 級問題より

正解は13ページをご覧ください。



テーマパークに欠かせない ゲストのワクワク感を醸成するための電話対応や接客を追求

株式会社アワーズ

株式会社アワーズは、和歌山県白浜町にあるテーマパーク「アドベンチャーワールド」を運営する企業です。同社の電話対応や接客に対する考え方や取り組みについて、話をうかがいました。



統轄部総務課
アシスタントセクションマネージャー
出口 貴之氏



統轄部総務課
伊豆 雅世氏

事業概要と電話対応の体制をお聞かせください。

A 当社は1978年に和歌山県白浜町に開園した動物園、水族館、遊園地を併せ持つテーマパーク「アドベンチャーワールド」を運営しています。電話については、ナビダイヤルと本社の代表電話があり、それぞれ総務課で対応しています。お問い合わせは、営業時間や休園日・入園料をはじめ、アトラクションやパーク、ゲストが参加されるツアーに関するものなど多岐にわたります。電話以外のサポートツールとしては、ウェブサイトにはAIチャットボットを設置し、目的別のFAQをご用意しています。ナビダイヤルは、24時間音声ガイダンスで対応しており、ご希望のゲストにはショートメッセージで情報をお届けしています。(出口氏)

電話対応時からゲストにワクワクしていただきたい

電話対応に対する考え方や取り組みについてお聞かせください。

A 当社は、企業理念として「こころでときを創る Smileカンパニー」を掲げています。これは、思いやり・素直・前向きという3つのこころを持ち、Smile（し

あわせ）を実感できる“とき”の創出を目指すというもので、その創出する付加価値＝Smileは社員のSmile、ゲストのSmile、社会のSmileという3つのSmileに集約されています。ですから、アドベンチャーワールドに来園されるゲストに対しては、電話でお問い合わせいただく時から、ワクワク感を提供したいという思いがあります。気がかりな点が解消され、安心した状態でご来園いただき、パークで大いに楽しんでいただくというイメージです。電話の件数は、繁忙期となるゴールデンウィークや夏休みなどの長期休暇の前に増加する傾向があります。社内研修としては、新入社員研修に加え、繁忙期の長期休暇の前に、全社員を対象に接客研修を行っています。この研修は、言葉づかいや挨拶についてあらためて確認するとともに、季節ごとのイベント情報などを共有する目的で行っています。(出口氏)

接客に関わる部署の若手を中心に 2016年度から電話対応コンクールに参加

電話対応コンクールに対する取り組みと成果を教えてください。

A 電話対応コンクール（以下、コンクール）には、2016年度から毎年3、4名が参加しています。ここ数



パークを楽しんでいただくため、事前のお問い合わせで気がかりな点を解消してもらえるよう対応

年は電話対応を行う総務課と窓口業務を行う営業課から、若手を中心に立候補者を募っています。コンクールに参加した理由は、他社と対応の良し悪しを競い合い優勝を目指すという方向ではなく、現状の電話や接客の技量がどういった評価を受けるものなのかを把握することが目的でした。(出口氏)

私自身、コンクールには2回参加しています。初回は参加することに対して多少戸惑いがあったのですが、周りに励まされて出場したのを覚えています。あまり練習時間も取れない中でしたが、地区の大会に進むことができて、とても良い経験になりました。2回目は、初参加の後輩にコンクールの経験を教えてほしいと誘われて参加しました。コンクールの経験者に模擬対応の練習に参加してもらったり、総務課と営業課が合同で練習したりといったように、目的に向かって皆で力を合わせて挑むところが個人的には好きです。また、他社の優れた対応を目にすると、圧倒されつつ非常に刺激を受けます。どうしたらこのような物腰が柔らかくて聞き取りやすい対応ができるのか、自分を見つめなおすきっかけになりますね。(伊豆氏)

社内の「接客コンテスト」で接客品質を向上し続ける

最後に、今後の取り組みについてお聞かせください。

A 当社では、毎年社内で「接客コンテスト」というイベントを開催しています。この取り組みは、入園されるゲストに、より“楽しいとき”を提供するべく、スタッフの個性を活かした接客品質を上げることを目的に当社のサービス向上委員会の主催で行っているものです。各部署から数名の代表者が出場し、社員がゲストの役になって接客や電話対応を行い、審査員はその場でフィードバックを行います。この取り組みは今後も続けていき、接客の品質向上を図っていきたいと考えています。また、電話対応コンクールについても、一度は全国に出場したいという思いもあります(笑)。(出口氏)



営業課での電話対応。
総務課と営業課から毎年3、4名が電話対応コンクールに参加している



パークについての問い合わせを受け付ける総務課



特に繁忙期の前に行うことの多い接客研修

社内の「接客コンテスト」の電話対応では、ゲストから「雨の日はどうしたら楽しめますか」という質問に答えるという設定がありました。「この施設やあのアトラクションをこう回って行くと楽しめるのではないのでしょうか」というようなご提案をするわけです。課題はくじ引きで決まるため、準備はできません。その場でいかに答えるかという、日頃の接客の成果が問われます。また、私はパーク内でゲストに声をかけられた時は、第一声を明るくはきはきと「はい！こんにちは」と答えることを意識しています。ぼそぼそ話すと、ゲストの気分も沈みがちになりそうですので、ワクワク感を持っていただくためにも、これからも常に心がけていこうと思います。(伊豆氏)



会社概要

会 社 名：株式会社アワーズ
設 立：1977年（昭和52年）9月
開 園：1978年（昭和53年）4月
本社所在地：大阪府松原市丹南3丁目2番15号
代表取締役会長：山本 良継
代表取締役社長：山本 雅史
事業内容：動物園、水族館、遊園地及び博物館の経営、飲食店及び売店の経営
URL：https://www.ms-aws.com/
[ユーザ協会会員]

Webで読もう
ユーザ協会 C20079





電話対応で
CS向上

ゲームクリエイターのオーラルコミュニケーション力を高め、 選ばれ続けるサービスに

株式会社ファンコーポレーション

2002年から電話対応コンクールに出場し、オーラルコミュニケーション（聞く、話すなど口頭での意思伝達）の力を高めてきたゲームソフト開発会社の株式会社ファンコーポレーション。創造的な人材を育成する独自の教育方針について、石本社長に話をうかがいました。



代表取締役社長
石本 則子氏

Q 貴社の概要と電話対応との関わりについて お聞かせください。

A ファンコーポレーションは、3D技術を活用したゲームソフトの開発会社で、2000年に創業しました。社員数が20人ほどのアットホームなクリエイティブカンパニーで、主業務のゲームソフト開発に加え、キャラクターライセンス事業、また今年から新規事業としてフードテック*の分野にも取り組んでいます。電話対応でいえば、会社の代表電話には管理部門のスタッフをはじめ、全社員が対応しています。ゲームソフトの開発会社ではありますが、社員のオーラルコミュニケーションスキル強化の一環として、2002年より電話対応コンクール（以下、コンクール）に取り組み、今年で22年になりました。（石本氏）

三つの教育の柱を有機的に結合させ、 人材育成や企業文化の醸成につなげたい

Q クリエイティブカンパニーとして、 人材育成ではどのようなことに取り組んでいますか。

A クリエイターや技術者の専門教育とは別に、会社が大切にしているフィロソフィーを培う教育として三つの柱があります。一つは、後ほど具体的に説明しますが、コンクールなどを活用したオーラルコミュニケーション教育です。二つめは、大学教育を事業に活かすアカデミックな取り組みで、2006年から年に1人ずつ東京工業大学の社会人大学院へ技術経営を学びに行っ

ています。大学院では広い視野で意見交換をする機会が多いので、人と議論をすることで何かを形にするという、事業の基本姿勢を身につけてもらい、仕事の質を高めています。三つめは、おもてなしの心を持ってお客さまと接する、いわゆるホスピタリティを大切にすることです。私たちは情報というサービスを提供して、お客さまに満足していただくという業界です。その根底にお客さまを想う気持ち、ホスピタリティがなければ真にご満足いただけるサービスにならないと考えています。この三つの柱はそれぞれが独立しているのではなく、すべてが有機的に絡み合っており、人材や企業文化に強く根づいています。（石本氏）

Q ゲームソフトの開発会社で、 電話対応スキルを強化する理由をお聞かせください。

A 電話対応は数あるコミュニケーションの中でも、口頭の言葉に集中する技術だと思っています。クリエイティブなものづくりの中で、一番問題となるのはコミュニケーションエラーです。デザイナーもプログラマーも、チームやお客さまの指示をきちんと理解し、その理解を形にするのが仕事です。相手の話の意図と自分の理解が違った場合、せっかく作ったものがゴミ同様になってしまいます。ヒューマンエラーを減らし、仕事の精度を高めるためには、口頭での相互理解、つまりオーラルコミュニケーションの力が非常に重要なのです。その強化に向けてはさまざまな研修などがありますが、確実に成果が出るのは電話対応教育です。電話という限られた情報伝達手段の中で、どれだけ正



全スタッフが率先して電話対応を行う

確に、またお客さまの潜在的な希望やニーズをうまく汲み取るかを強化するために、20年以上にわたりコンクールを活用してきました。（石本氏）



第4研究開発室
室長代理
長田 江里加氏

経営管理部
部長補佐
小田 遥氏

第4研究開発室
係長
菅野 春菜氏

第3研究開発室
主任
高木 悠希氏



フードテック事業は、同社がハイエンドゲーム開発で培った技術を調理や接客へ応用するもの。3Dプリンターを使った成型、3Dフードプリンターを使った調理装飾、UIやユーザーコントロールなど、3Dやゲーム開発運営のノウハウを多数活用している（写真はお弁当7種）

コンクールに挑戦して学んだことは、本業での コミュニケーション能力向上にも大いに役立っている

Q 実際に電話対応コンクールに参加した皆さんは、 どのような成果を感じていますか。

A 私は、他社の電話対応のプロの対応を聞いたことが学びになりました。デザインの仕事はともすればアウトプットに注力しがちですが、実はお客さまとのやりとりからご希望や意図を汲み取ることがとても重要です。コンクール出場を通して、こちらから質問をすることで真意を引き出す方法を身につけられたことが大きいですね。（長田氏）

私は海外留学経験者ですが、日本で英語でのコミュニケーションを取る時にどんなマインドで接すれば良いのか迷っていました。海外に合わせると日本人にとっては失礼な対応になりますが、日本に合わせすぎると海外では幼稚な人を扱うような対応になってしまいます。そのバランスが課題でしたが、「英語電話対応コンクール」に参加したことで目指すべき方向性を見つけられました。英語の会話でも少し踏み込んで聞くこと、相手の話だけを聞いて判断してはいけないことを念頭に置きながら、日本的なホスピタリティを込めて対応するようになりました。これからは海外の取引先に「日本の会社と仕事をして良かった」と感じていただけるようにしたいです。（小田氏）

コンクールに出場することで、言葉づかいや話の順番などを細部まで考えるようになり、「こう話した方がお客さまに伝わるな」と手応えを感じることができました。コンクールのために学んだことは、実業務のコミュニケーションにもしっかりと活かしていると感じています。（菅野氏）



コミュニケーション能力が上がることで
アウトプットの質の向上にもつながった

私はプログラマーですが、Zoomなどで話す相手の声が低く聞こえるなど、音声表現の大切さが分かるようになりました。今は、電話口で顔が見えない相手に表情を伝えるこ

とを意識しています。コンクールに向けた練習をすることで、自分の音声表現レベルがどんどん上がっていき、お客さまの真意を汲み取ることもつながりました。（高木氏）

価格より仕事内容で選ばれる時代になればこそ、 密度の高いサービスを提供し続けたい

Q 最後に、今後の取り組みや抱負をお聞かせください。

A 私たちは、コミュニケーション能力を高めることで、お客さまの満足度を高め、差別化につなげることを強く意識してきました。プレゼンテーションスキルを高めて受注率を上げることも大切ですが、それよりも実際の業務を通じてお客さまに満足いただき、次も確実にお声がけいただけることのほうがありがたく感じます。これからは、価格ばかりが重視されるのではなく、業務の満足度や成果で評価される時代にシフトしていくと思うので、選ばれ続けるサービスを提供したいですね。また、今までBtoB事業で培ったコミュニケーション能力をこれからはBtoC事業に展開し、幅広いお客さまに価値をお伝えしたいと思っています。そしてBtoBとBtoC事業の相乗効果により、会社の価値をより高めていくことが目標です。（石本氏）

※ フードテック：フード（食品）とテクノロジー（技術）を組み合わせた造語で、最新のテクノロジーを駆使することによって、まったく新しい形で食品を開発したり、調理法を発見したりする技術。



会社概要

会社名：株式会社ファンコーポレーション
設立：2000年（平成12年）9月
本社所在地：神奈川県川崎市高津区溝口2-17-27 エムスタ第4ビル3階
代表取締役社長：石本 則子
事業内容：ゲームソフト開発業、キャラクターライセンス事業、フードテック事業
URL：https://www.funco.co.jp/
[ユーザ協会会員]

Webで読もう
ユーザ協会 C20080





「異説・ほうれんそう」

氏の次男、山崎 富治氏が発案したとして知られています。同様に確認・連絡・報告の「かくれんぼう」も聞きますが、「ほうれんそう」のほうが、新人教育の定番として全国に広まりました。今回は、この「ほうれんそう」の美味を、管理者の皆さんにもおすすめします。



一生のご馳走ほうれんそう！

日本でも、女性の管理者が増えていきます。他の先進国に比べればまだまだ少ないようですが、私の知り合いの女性管理者の話をいたします。仮にMさんとしておきます。Mさんは地方都市にある中堅企業で部長職を務めています。決してバリバリのエリートではなく、むしろ真面目で地味なタイプでした。課長になったのも40代の終わり頃で、同期と比べても特に早くはありませんでした。しかし、それからの出世が早かったのです。環境保全、営業企画を経て、50代半ばで、その会社で初の女性部長になったのです。

特に偉ぶる風もなく、物静かに普通に話すMさんは魅力的でした。課長時代の部下の一人から、Mさんのことを聞く機会がありました。その評判は、一言で言うと、人の話を実によく聴いてくれる上司だということです。



聴いてくれる話してくれる

聴く力、話す力で部下から信頼される上司の存在は、珍しいことではありません。しかし、Mさんの評価は別格でした。心地よく話をさせてくれるのです。Mさんのほうから、さりげなく誘い水のように話題を振ってくれるのです。部下は張り切って話します。さらにMさんは関連情報を惜しみなく教えます。「そんなことまで言っちゃってもいいんですか？」と言いたくなるようなことまで話してくれます。「聴いていてドキドキしちゃうんです」と

私に話してくれたかつての部下のSさんは、とても誇らしげでした。

後日、その話をMさんにしたら、「話すということは、ギブアンドテイクじゃないかしら。情報を与えなければ考えてはくれません。それに、そんなに隠しておかなければならないことってないんですよ」、Mさんにはこやかにそう言うのです。

課内で新しい企画提案があると、Mさんは必ず皆にオープンにします。その企画が通ろうが否決されようが、Mさんはやはり皆にきちんと報告します。企画が通った時には、本当に嬉しそうに、また通らなかった時は、本当に残念そうに、Mさんは話してくれるのだそうです。その気持ちと経過を伝えて、課の全員で共有するのですが、そこから、新たな知恵とエネルギーが湧いてくるのでしょう。

Mさんの考え方や姿勢は、まさに「ほうれんそう」そのものだと思います。その開放的な「ほうれんそう」でMさんは、部長への階段を、また一段上がったのだと思います。



上から下への「ほうれんそう」

報告・連絡・相談は、円滑な社内コミュニケーションの要諦であり、中でも新人教育の定番として、「下から上に」するものとして教えられてきました。しかし、ある時期から、私は逆に「上から下に」することの重要性、有効性を感じるようになりました。それ以来、「ほうれんそう」の大切さを、新人研修ではなく管理者研修で話すようになったのです。

ご存じの通り、「ほうれんそう」とは、ビジネスにとって欠くことのできない報告・連絡・相談を一括りにした社員教育の要諦で、山種証券の創業者・山崎 種二

「生成AI導入の可能性を探れ、と上から言われている。どうだろう、一緒に考えてくれない?」。もし上司にこう声をかけられたら、あなたはどうしますか。上司が自分に相談してくれた。それは部下にとっては最高にやる気を起こす場面です。さらに上司は、考えるのに必要な、関連する情報や資料を惜しみなくくれました。やがて、あなたが出した企画・提案は、部長会、役員会にかけられ検討が進んでゆくでしょう。気になる経過報告も、上司は許す範囲でしてくれたのだそうです。

こうしてみてきますと、「ほうれんそう」は、新人教育もさることながら、管理者研修にこそ必要なのではないでしょうか。前述のMさんにお会いしたのは、もう10年も前のことです。企業には守らなければならない企業秘密がありますし、それぞれのセキュリティは厳然と存在するでしょう。Mさんのフランクさは、どこの職場でも真似ができるものではありません。しかし、「上から下へのほうれんそう」は、オープンな職場環境を生みます。そして、部下のやる気と思考力、発想力を育てるのではないかと思います。



岡部 達昭氏

日本電信電話ユーザ協会電話応対技能検定委員会検定委員。NHK アナウンサー、(財)NHK 放送研修センター理事、日本語センター長を経て現在は企業、自治体の研修講演などを担当する。「心をつかむコミュニケーション」を基本に、言葉と非言語表現力の研究を行っている。

Webで読もう

ユーザ協会 C10103



チャレンジ! もしもし検定の答え: (1)

ホームページには、詳しい解説を掲載しています。[もしもし検定 過去問] で検索!

参加無料!
オンラインセミナー開催!!

“デジタル技術が導く、地域課題の解決とまちづくりの推進”
について、無料のオンラインセミナーを開催します!



増田 寛也氏

●特別講演

テーマ: 「人口減少問題にどう立ち向かうのか」

講師: 日本郵政株式会社

取締役兼代表執行役社長

元総務大臣、元岩手県知事

増田 寛也 氏

●基調講演

テーマ: 未来の街づくりに向けた「街づくり×デジタル」

～NTTアーバンソリューションズがめざす

ひと中心の街づくり～

講師: NTTアーバンソリューションズ株式会社 執行役員

CISO デジタルイノベーション推進部長

上野 晋一郎 氏

●日時: 2024年5月14日(火) 15:00～17:00

■お申込みについて

お申込み締め切り: 2024年5月14日(火) 12:00

お申込みフォーム: <https://coubic.com/jtua-kinki/2361618>

■視聴方法

Zoom ウェビナーによる配信 (視聴URL はお申込みフォームにご記入いただいたメールアドレスにご案内いたします)

■主催: 公益財団法人 日本電信電話ユーザ協会 / 共催 東日本電信電話株式会社・西日本電信電話株式会社 / 後援 日本商工会議所

■お問い合わせ先: 公益財団法人 日本電信電話ユーザ協会 セミナー事務局 E-mail: jtua-seminar@jtua.or.jp



「第62回 電話応対コンクール全国大会」の選手競技模様の動画配信 (有料) を行っています。

【配信元及び動画内容】

下記の動画配信チャンネルに3つの動画コンテンツを掲載しています。

『電コン☆チャンネル』

URL: <http://cc.letter.goo.ne.jp/c/aaeCiyqaweagtTho>



動画コンテンツ内容

①北海道・東北・関東・東京・山梨の支部代表選手の競技模様+審査委員長講評

②信越・北陸・東海・近畿の支部代表選手の競技模様+審査委員長講評

③中国・四国・九州の支部代表選手の競技模様+審査委員長講評

【視聴料及び視聴方法】

上記の1コンテンツあたりの視聴料 (購入費用) は、330円 (税込) です。お支払いはカード決済のみになります。

当該URLから会員登録後、お支払いの手続きを経て視聴が可能となります。

【視聴期間等】

視聴期間は、2023年12月1日(金)～2024年10月31日(木)です。

※コンテンツの購入期間は2023年12月1日(金)～2024年9月30日(月)までです。

『電話応対技能検定 (もしもし検定) クイックマスター電話応対〈第4版〉』発売中!

「電話応対技能検定 (もしもし検定)」唯一の公式テキストです。「電話応対・電話メディア」「ICT ツール (コミュニケーションツール)」「マナー」の分野の解説と、最新の1～4級問題を収録しています。もしもし検定受検者だけでなく、ビジネスコミュニケーションを学びたいすべての方におすすめの一冊です。

書 名: 電話応対技能検定 (もしもし検定) クイックマスター電話応対〈第4版〉

監 修: 公益財団法人 日本電信電話ユーザ協会

著 者: 横山達也・長島佳美・吉村景美

発 売: 2024年3月18日

体 裁: A5判・カバー巻き、280ページ

定 価: 本体2,200円+税

ユーザ協会会員の皆さまには「電話応対技能検定」の関連書・DVD を割引いたします。

詳しくはユーザ協会ホームページをご覧ください。

<https://www.jtua.or.jp/publishing/>



登録は無料です!

どなたでもご自由にご登録いただけます

「ゆ～協メルマガ」

毎月2回発行のメールマガジン

電話応対教育
ICT・ビジネス
イベント・セミナー
各種特典サービス

タイムリー
にお届け

電話応対教育に関する情報、ICT・ビジネス、各種イベント・セミナー、特典情報などのご案内をタイムリーにお届けするメールマガジン

ご登録は右記のQRコード、もしくはホームページ上の「各種お申込み」内の「メルマガ登録」ボタンから

