

“聴く力”、“伝える力”を磨き、応対力アップ

第61回 電話応対コンクール 全国大会 in 山口

第25回企業電話応対コンテスト成績発表会

開催日＝2022年11月18日(金)

当日は、大会の様様をインターネットでライブ配信!!

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



優勝者には総務大臣賞が授与され、
優勝者・準優勝者には「電話応対技能検定2級」が
出場者には「電話応対技能検定3級」が付与されます。

■主催／公益財団法人 日本電信電話ユーザ協会

■後援／総務省、山口県、山口市、一般財団法人山口観光コンベンション協会、日本商工会議所、全国商工会連合会、一般社団法人電気通信事業者協会、
一般社団法人日本コールセンター協会、公益社団法人企業情報化協会、西日本電信電話株式会社、東日本電信電話株式会社、エヌ・ティ・ティ・コミュニケーションズ株式会社

●お問い合わせはユーザ協会各都道府県支部へ

公益財団法人 日本電信電話ユーザ協会 東京都千代田区東神田2-6-9 アルテビル東神田Ⅱ9階 ☎0120-20-6660 ユーザ協会 検索 <https://www.jtua.or.jp>

テレコム・フォーラム 2022 10

令和4年10月1日(毎月1日発行) 第41巻10号(通巻471号)
〒101-0031 東京都千代田区東神田2-6-9 アルテビル東神田Ⅱ 9F ☎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

10

October 2022



デジタル「治療用アプリ」の 普及により広まる 次世代の医療体制

株式会社日本総合研究所／日本デジタルヘルス・アライアンス(JaDHA)



カスタマーサービスからマーケティングの要へ AIで大きく変革した コールセンターの役割

株式会社NTTマーケティングアクトProCX



ICT COLUMN

働き方改革と働き手不足時代の救世主 「サービスロボット」の可能性(第1回) 人の生活、仕事を支援する サービスロボットの進化の歴史



グローバルな視点から 人・時代・社会に「必要とされる」 企業であり続ける

株式会社 K・ライズ ホールディングス



「日本一不親切な親切で。」を実践し、 人が本来持つ力を 引き出したい 創心会グループ



連載

アサーティブなコミュニケーション
自分の反応パターンに気づいてみよう

お客さまから学ぶCS向上
一緒に考えながら学ぶことが大切

コミュニケーション力を鍛える
「励ましの言葉」

公益財団法人 日本電信電話ユーザ協会

デジタル「治療用アプリ」の普及により 広まる次世代の医療体制

株式会社日本総合研究所／日本デジタルヘルス・アライアンス(JaDHA)

スマートフォンなどから患者に対して適宜アドバイスや処方を発信することで自己管理を促し、症状の改善に寄与するソフトウェア「治療用アプリ」が注目され、早くも各社の参入が相次いでいます。新時代の治療法として期待される「治療用アプリ」をはじめ、「デジタルヘルス」に関するサービスや技術開発の促進に向けた政策提言などを推進する、日本デジタルヘルス・アライアンス(JaDHA)事務局である株式会社日本総合研究所の南雲 俊一郎氏に話をうかがいました。



リサーチ・コンサルティング部門
部長兼プリンシパルヘルスケア・
事業創造グループ担当
南雲 俊一郎氏

「治療用アプリ」が実現する 新時代の医療のかたち

デジタル万歩計や服薬管理アプリなど、多くのデジタルヘルス製品が市場をにぎわしていますが、現在はエビデンス^{※1}に基づいて開発された、診断・治療・予防緩和などを使用目的とした「デジタル医療」と呼ばれるプログラム医療機器が注目されています。特にスマートフォンなどを活用した「治療用アプリ」は世界的にも開発が盛んで、日本でもニコチン依存症を対象とした治療用アプリ^{※2}が2020年に薬事承認^{※3}、保険適用されて注目されるようになりました。

「デジタル医療の中でも、実際の治療に使用されるものを『デジタル治療』と定義づけています。中でも直接治療に介入するアプリケーションは『治療用アプリ』と呼ばれ、現在は糖尿病などの慢性疾患や、

精神疾患、神経疾患などの治療領域で活用されています」(南雲氏)

スマートフォンなどを介して 治療情報、アドバイスを提供

2010年、世界に先駆け米国でFDA^{※4}の承認を得た、WellDoc社の「BlueStar」(日本では承認に向けて準備中)という糖尿病患者向け治療用アプリを例に仕組みを説明してみましょう。まず治療用アプリは医師によって処方されるので、患者は自分のスマートフォンなどにダウンロードし、日々の血糖値情報を入力します。アプリはその情報を解析し、患者個々の状況に応じた食事のアドバイスや運動を促すメッセージなどを最適のタイミングで発信します。同時に投与すべき適切なインスリン量が報告される仕組みです(図1参照)。従来の単発的な通院に比べて継続的な治療が受けられることや、効果的な自己管理が実現することにより、症状改善に結びつくエビデンスが報告されています。

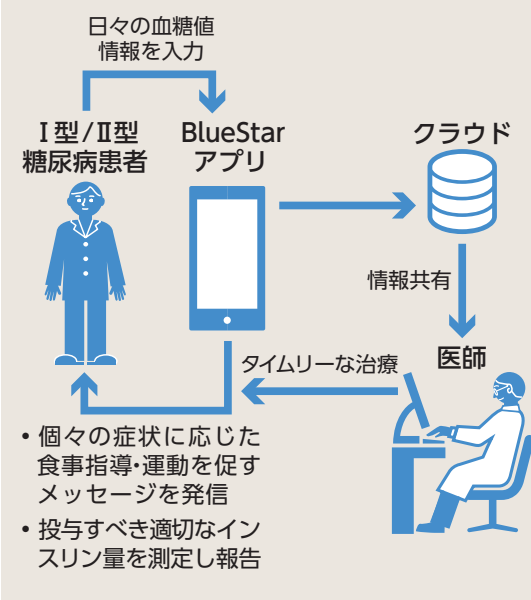
「患者が入力したデータは、クラウドを通じて医療サイドで常時確認できます。患者

の状態を連続的にモニタリングし、よりタイムリーな治療が可能になりました(図1参照)。また、従来の療法は一人の医師が一人の患者と相対して行われていましたが、アプリの導入により一対複数の治療が可能となり、現場の効率化や医療サイドの負担削減にも大いに貢献しています」(南雲氏)

合併症、周辺症状などの 治療に期待される「治療用アプリ」

アプリを活用したデジタル治療は、副作用や合併症、周辺症状^{※5}に悩む患者がアプリを通じた医師の診療を受けながら自己管理を行

【図1：糖尿病患者の治療を支援する
アプリの利用イメージ】
(WellDoc社のアプリ「BlueStar」の例)



い、悩みを軽減することに特長があると考えられています。

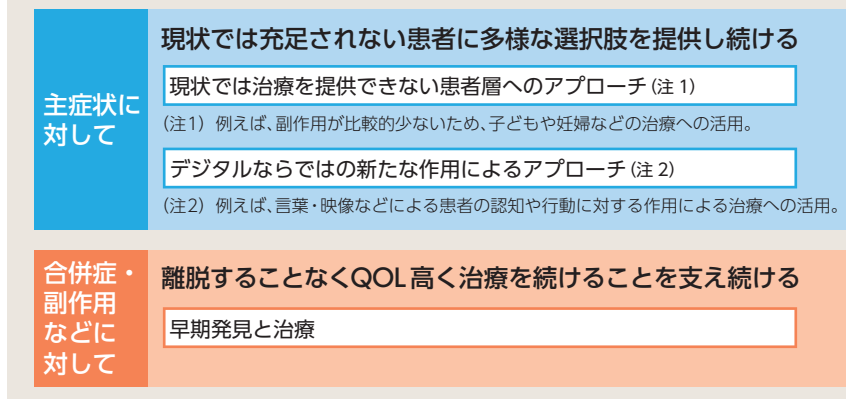
「例えば主症状が認知症やがんの場合、精神疾患を合併するケースが多く見られます。鬱などが代表的な症状ですが、そのために治療から離脱してしまう方も少なくありません。また、医療サイドが主症状の対応に追われ、周辺症状まで十分なケアを提供できないケースも見られます。そんな時こそ、治療用アプリが役立ちます。治療用アプリは医療サイドの手の回らない部分の問題点を早期発見し、緩和を促しつつ、患者が高いQOL^{※6}を維持しながら治療を受け続けるサポートを行います。さらに主症状に対しても、副作用の危険などから治療できない患者や、現状では充足されない患者に多様な選択肢を提供することも治療用アプリの本領だと言えるでしょう(図2参照)」(南雲氏)

アプリの普及に欠かせない クリアすべき課題とは

スタートしたばかりの日本の治療用アプリですが、大手製薬会社はもちろん、百社を超えるベンチャー企業がすでに参入を果たしています。デジタル製品全般でも、がんを対象にした上市^{※7}・開発品目数は2,000、神経精神疾患を対象にした上市・開発品目数も400以上を数えるなど、医療のデジタル化は時代の趨勢になりつつあります。

「デジタル最大のメリットはスピードですので、以前と比べて技術発展は驚くほど速くなりました。反面、陳腐化しやすく製品寿命が短くなったとも言えます。それだけに製品化までの時間をいかに短く抑えるかは開発の生命線であり、薬事承認のプロセスなどに関しても、時代に即した新しいルール作りが必須だと考えています。治療用アプリの先進国ドイツは現在約40品目のアプリが製品化されています

【図2：多様な治療におけるデジタル治療の意義】



が、安全性が担保できればまず承認し、その後臨床データを蓄積する条件付き早期承認制度を導入したことで、市場は一気に活性化しました。

また、治療用アプリには患者の情報が蓄積され続けますので、治療レベルは常にアップデートされてしかるべきです。このデジタルならではの長所を活かすためにも、メーカーが積極的に開発に取り組める環境整備が大切だと考えます。承認までのプロセスをデジタルの特性に調和させた、迅速な対応が可能となる審査体制の整備こそ、国内普及のポイントになるでしょう」(南雲氏)

そして将来、個人が複数の治療用アプリを活用する時代を想定したケーススタディも重要です。はたして患者が多くのアプリを使いこなせるのか、また処方する医療サイドが管理しきれるのか。双方にとって各アプリの状況を一目で把握できるインターフェースの整備も必要だと言います。

「患者、医療サイドの双方にとって使いやすいアプリ環境の整備、複数管理を容易にするプラットフォームの構築など、今日の前にある課題は無限です。そのためにも、医療の世界を超えた多業種連合体による取り組みが治療用アプリ普及には求められています。例えば複数アプリの管理は通信キャリアの知見に期待するなど、オールジャパンでの取り組みがあっ

こそ治療用アプリの国内普及、国際競争力の獲得が実現すると確信しています」(南雲氏)

国内初の治療用アプリが薬事承認、保険適用されてまだ2年足らずです。世界的にも黎明期の分野だけに、まだまだ未開拓・未整備の部分があり、今後の進化に期待が集まります。

- ※1 エビデンス：医療からビジネスシーンまで広く使われているが、ここでは科学的根拠の意味。
- ※2 ニコチン依存症を対象とした治療用アプリ：ニコチン依存症治療アプリおよびCOチェッカー「CureApp SC」のこと。呼気一酸化炭素濃度が自宅でも毎日確認できる機能などがついた禁煙治療用のアプリ。
- ※3 薬事承認：医薬品や医療機器などの製造販売を厚生労働大臣が承認すること。
- ※4 FDA：Food and Drug Administrationの略語でアメリカ食品医薬品局のこと。
- ※5 周辺症状：認知症の発症により引き起こされる、徘徊、鬱、幻覚などの2次的な行動症状、心理症状。
- ※6 QOL:Quality of Lifeの略称で、「生活の質」や「人生の質」という意味で、生活や人生が豊かであるということの指標であり精神的な満足度。
- ※7 上市：初めて市場に出すこと。



●会社概要
会 社 名：株式会社日本総合研究所
設 立：1969年(昭和44年)2月20日
本社所在地：東京都品川区東五反田2丁目18番1号 大崎フォレストビルディング
代表取締役社長：谷崎 勝教
資 本 金：100億円
事 業 内 容：シンクタンク、コンサルティング、ITソリューションの三つの機能を担う各事業部門により、さまざまな分野で企業や社会が求める創造的な付加価値を創出し提供している。

URL：https://www.jri.co.jp/

Webで読もう
ユーザ協会 D10025



カスタマーサービスからマーケティングの要へ AIで大きく変革した コールセンターの役割

株式会社NTTマーケティングアクトProCX

ICTの急速な進化により、私たちのライフスタイルやワークスタイルは劇的に変化しました。それにともない、企業とお客さまの架け橋となるコールセンターに求められる対応力や役割も変化してきました。今回は、その変化に対し、AIなど最新技術を駆使して対応力を向上させてきた株式会社NTTマーケティングアクトProCX CXソリューション部 シニアプロデューサーの米林 敏幸氏、事業推進部 チーフプロデューサーの井上 雅博氏に話をうかがいました。



(左) 事業推進部 チーフプロデューサー
井上 雅博氏
(右) CXソリューション部 シニアプロデューサー
米林 敏幸氏

企業の成長に欠かせない 「お客さまの声」の重要性

お客さまとの重要な接点「カスタマーサービス」の拠点となる

コールセンターは、デジタル環境の推移とともに進化してきました。コールセンターの活用を通じて企業の業務向上を支援するNTTマーケティングアクトProCXの米林氏は、その歴史をこう振り返ります。

「2000年代、メールやSNSが普及したことで、それまで電話のみだったコールセンターへの連絡手段が増え、受付窓口の多様化(マルチチャネル化)が進みました。さらに、2010年代にはスマホを利用したネットショッピングが増えるなど、商品購入手段の多様化(オムニチャネル化)が起こりました。購入手段の選択肢が店頭以外にネットなどへも広がるとともに、カスタ

マーサービスも電話のほかにメール、チャットなどお客さまの購入手段に合わせた対応が求められ、コールセンターの役割も変わり始めました(図参照)。(米林氏)

この結果、コールセンターには連絡手段や世代ごとに傾向の異なる、多様な声が寄せられるようになりました。井上氏は「この『お客さまの声』(VOC=Voice of Customer)に向き合うことがコールセンターにとって、さらに大事になりました」と説明します。

「コールセンターにはクレームのように顕在化された声だけでなく、潜在的な期待や要望が数多く寄せられます。そうした問い合わせにこそ、『(商品をもっとこうしてほ

しい』などお客さまの強い思いが隠れている可能性があります。その潜在的なVOCを分析することで、企業の価値やサービスの向上に役立てることが、コールセンターに新たな役割として求められています」(井上氏)

音声分析がもたらした オペレーター業務の改善

新たな役割を求められたコールセンターが活路を見出したのが、AIの導入です。

「カスタマーサービスでは、企業ホームページの『よくある質問(FAQ)』に寄せられる質問への回答の自動生成、メールや電話の対応を自動で行うプログラム『チャットボット』の導入などにAIが役立てられており、VOC分析にはAI音声認識技術が用いられています。お客さまはなぜお怒りで、どんな感情で話されているかなど行動や思考、感情を分析し、お客さまのニーズ、企業が取り組むべき課題を読み取ります。分析は専門の研究施設で30名ほどの専門家がを行い、これまで200社近い企業データを蓄積してきました」(米林氏)

このニーズの探り出しについて、米林氏はあるコスメブランドの事例を紹介します。

「新商品のヘアブラシへの反響をコールセンターに寄せられた声を基に調査しました。分析の結果、このブラシは主に百貨店で売られる高級品なのですが『近所のバラエティショップで買えないのか?』という声や、同じブラシを二つ並べた新聞広告を見て『男女ペアセット、大小のセットで買いたい』といったニーズを拾い上げ、今後の事業の検討材料となりました」(米林氏)

また、AI音声認識技術はオペレーターの対応力の向上にも役立てられています。

「お客さまの通話音声から感情の起伏を認識し、オペレーターに



同社は金沢にお客さまの声の分析・利活用に特化した拠点「LINKSPARK VOC Support Center(奏色)」を2015年より開設。徹底的なVOC分析による顧客理解を通して企業の課題発見に向き合うワークショップやAIを活用した分析レポート、改善活動に向けたディスカッションなどを体感できるオープンな施設となっている

対応の進め方をリアルタイムで支援しています。また、通話の自動テキスト化や多言語化にも対応するほか、オペレーターの対応の評価・指導にも利用されています。その結果、ある大手インフラ会社では通話のテキスト化作業から解放されたほか、オペレーターを全件ログデータからデジタル評価することで精度向上と公平性が確立し、対応の質が平均で30%、お問い合わせの解決率も25%向上、顧客満足度は18%引き上がりました」(井上氏)

攻めの立場へ進化する コールセンターの未来

このように現在ではコールセンターでAIが活用されるようになりましたが、そこに至る道のりは試行錯誤の連続だったそうです。

「当初は、AIへの淡い期待から、とにかく『AIを導入する』という目的が優先された試験導入なども行っていましたが、3年前に『AIも万能ではなく、闇雲に導入するだけでは何も解決できない』と考えをあらためました。AI導入に取り組むには、どんな業務もまずは『その業務で何をAIに託して、何を人がすべきか』を見極めることで、成果が上がり始めました」(井上氏)

こうした見極め以外にも、顧客のニーズをめぐる苦悩もあったようです。

「企業が商品売るには、お客さまの真のニーズに応えられること

が大切ですが、その『真のニーズ』に行き着くことが本当に難しいです。例えば、お客さまが『ドリルが欲しい』と言われたとします。しかし、それはお客さまにとってドリルではなく、ドリルで開けられる『穴』が真のニーズかもしれません。そうした真のニーズを引き出す上でコールセンターの存在は欠かせません。

また、コールセンターに声を寄せられるお客さまは、たとえクレームでも自ら対話を求めてくる積極性をお持ちの時点で、企業へ熱い思いを持っている方だとも言えます。その思いを真摯に受け止め、対応していくことも、これからのコールセンターの役割だと思っています」(米林氏)

カスタマーサービスの要であったコールセンターは、AI技術を取り込むことで、その声から「企業の伸びしろ」を探り出すダイレクトマーケティングの要へと進化し続けています。

NTTマーケティングアクトProCX

●会社概要

会社名：株式会社NTTマーケティングアクトProCX
設立：2021年(令和3年)7月1日
本社所在地：大阪府大阪市都島区東野田町4-15-82
代表取締役社長：室林 明子
資本金：20億円
事業内容：コンタクトセンター(コールセンター)ビジネスなどの業務プロセスの企画・設計、実施

URL：https://www.nttactprocx.com/
[ユーザ協会会員]

Webで読もう
ユーザ協会 D20015



【図：時代とともに変化をとげたコールセンターに求められる役割】



人の生活、仕事を支援する サービスロボットの進化の歴史

サービスロボットが世界中で生活や仕事を変えつつあります。
今やロボットは工場で動くだけでなく、
レストランや病院、介護施設、スポーツ競技場など、
あらゆる場所で活躍しています。
実は皆さんが毎日使っているパソコンの中にも
ロボットの範疇にある技術が使われています。
3連載の第1回となる今回は、
そんなロボットが進化してきた背景、
歴史について解説をしていきます。

人を直接支援するサービスロボット

ロボットというと工場で働くロボットを思い浮かべる人が多いのではないのでしょうか。小学校の教科書にも載っている工場のロボットは、実は「産業用ロボット(通称：産ロボ)」と言われています。

一方、皆さんの日常生活で活躍するロボットも存在します。数年前にメディアで話題になったソフトバンク社の人型ロボット「Pepper」を見たことがある人も多いのではないのでしょうか。また、レストラン

で配膳を行う棚のようなロボットが動いているのを見たことがある人もいらっしゃると思います。

これらのロボットは人を直接支援(サービス)するということで「サービスロボット」と呼ばれています。サービスロボットは人間を直接支援し、人に代わって作業してくれる、私たちにとっての仕事のあり方を大きく変える存在です。作業が効率化され、同じ時間で多くのアウトプットを出すことができるようになります。まさに働き方改革です。生産効率が上がることから会社はより多くの利益を出すことができ、給与アップにもつながります。重労働作業、危険作業をサービスロボットが肩代わりすれば、体の疲労や病気・ケガ、事故などが軽減されます。人口減、少子高齢化の日本においてサービスロボットは「救世主」と言っても過言ではないのです。

サービスロボットの古い歴史

サービスロボットの研究は古く、日本では1950年代から始まったと言われています。そして1970年代には世界で初めて二足歩行ロボットが誕生しました。早稲田大学で開発された「WABOT-1」

というロボットです。WABOTはその後、改良を加えられ1980年終盤には階段を昇り降りするなど、ロボットには難しいとされていた動きを実現しました。

その後、WABOTを皮切りに、世界中で多くのロボットが開発されていきました。1999年にはソニーからペットロボットである「aibo」の発売が開始され、翌年2000年には本田技研工業からヒューマノイド型の「ASIMO」が発表されました。ASIMOの動きはあまりにも滑らかで、中に人が入っているのではないかと思ったものです。しかし、これらは大きなビジネスにはつながりませんでした。人間と同じような作業ができるわけではなかったからです。

「ビジネスでもうまくいく」を示したルンバ

そんなサービスロボット業界に「ビジネスでもうまくいく」と示したのが、2002年に発売を開始したiRobot社のお掃除ロボット「ルンバ」です。ルンバはまさに世界を変えました。ルンバによって家庭内にロボットが入り込み、身近な存在になりました。そして、ルンバはさまざまなことに気づかせてくれました。

まず、人々の「面倒」を肩代わりすることがサービスロボットの本分であるということです。多少値段が高くても面倒を肩代わりできれば人々は利用します。次に自律的に動くことが大事だということです。この「自律」という言葉は曖昧さを含むものですが、ここでは「人間が指示しなくても動く」ということにしましょう。ルンバは自律的に動き、ゴミを吸い込み、電源ドックに戻ります。この自律性に人は「人間味」を感じるようです。人間味を感じるからこそ愛着を持って長期間使うということになります。それが「ビジネスでもうまくいく」ことにつながりました。

サービスロボット発展期から現在

「ビジネスでもうまくいく」と示された2000年代～2010年代は、サービスロボット発展期と言えます。現在使われている搬送ロボット、ドローン、倉庫内ロボット、受付ロボット、アシストスーツなどはこの時期に出現します。

これらによって人間が行う業務は大変革を遂げる可能性が出てきました。人間が「単調」、または「危険」と思っていたさまざまな作業をロボット化できると、人間はより考える仕事、複雑な仕事、安全な仕事に集中できます。もともと人間は面倒な仕事や単調な仕事に対しての耐性がありません。それらの仕



iRobot社のお掃除ロボット「ルンバ」

事を長期間続けることで精神的に追い詰められたり、生産効率が悪くなったりします。危険な仕事に対しては「積極的にやりたい」と思う人は限られます。これらをロボットにやってもらうという流れは当然のことです。

試しに自分が面倒だと思う業務、家事、そのほかあらゆる行動を思い浮かべてみてください。日常生活においては、カーテンの開け閉め、食事の準備などでしょうか。業務では、倉庫におけるピッキング作業、レストランにおける配膳など、考えればキリがありません。これらの多くを代替するサービスロボットはすでに誕生しています。

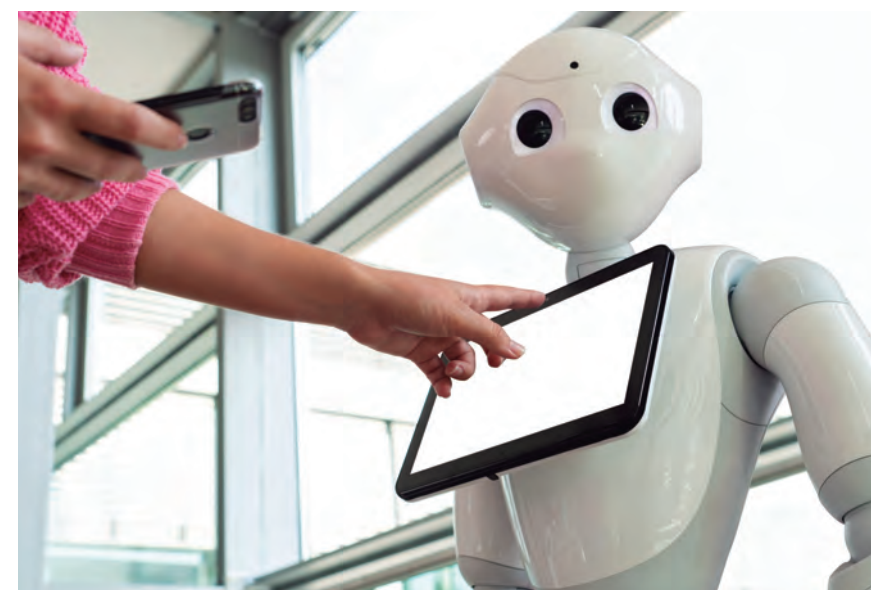
これにより人は生産効率を飛躍的に上げることができ、時間に余裕が生まれます。余裕時間の多さは幸せ感の高さに比例しますから、サービスロボットはまさに人類に幸せをもたらす技術、世界を変える技術なのです。皆さんもぜひ、本稿で紹介した「サービスロボット」に対し、頭の中でのアンテナを立てて街中を散歩してみてください。さまざまなサービスロボットが動いているのに気がつくはずですよ。それらサービスロボットは我々人間の将来を幸せなものに変えていく「救世主」ですから、積極的に応援してあげてください。



伊藤 デイビッド 拓史氏

特定非営利活動法人ロボットビジネス支援機構 副理事長 兼 専務理事。一橋大学大学院卒(MBA)。富士通株式会社、富士通インド(Fujitsu India Limited)でITシステムの国内/国際案件に従事。富士通総研、デロイト・トーマツコンサルティングファームにてITアドバイザーとして活躍。その後、経営補佐、ビジネスアドバイザーに従事。現在は、ロボットビジネスアドバイザーとして、多くのロボット導入・開発プロジェクト案件を手がける。

Webで読もう
ユーザ協会 D40037



ソフトバンク社の人型ロボット「Pepper」



自分の反応パターンに気づいてみよう

対立する場面で、私たちは感情的になってしまうか、反対に言葉を飲み込み黙ってしまうという反応になりがちです。アサーティブでは、対立する場面であっても、相手を尊重しつつ、自分の意見や要望を落ち着いて伝えることのできる力が必要です。

対立した時の反応パターン

後輩のAさんは、チームの若手メンバーです。まじめに仕事に取り組んでいるのですが、書類の提出が遅れることが度々あります。「分からなかったら相談してね」と、あなたは何度も伝えているのですが、期限通りの提出には至りません。今日は締め切り日です。Aさんに「どうなった？」と確認したら、案の定「できていません」という回答が。あなたはどんな反応になるでしょう。

「相談してねと、何度も言ったよね、どうして何も言わなかったの？」と感情を爆発させますか。「私がやるしかないな……」とあきらめて、後輩の仕事を引き取りますか。それとも「最近の若い人たちはいいわよね」と聞こえるようにつぶやいて不満を伝えますか。

このように、対立する場面に遭遇すると、私たちのコミュニケーションの難易度は上がります。感情を爆発させてしまう攻撃的な反応、飲み込んで黙ってしまう受身的な反応、嫌味な態度で気持ちを伝える作為的な反応。どれも私たちの、ごく自然な反応の仕方です。

自分は誰に対して、どんな場面で、攻撃的になったり受身的になったり、または作為的になったりするの、振り返ってみると良いでしょう。その上で、自分は相手とどんな関係を作りたいのだろうかと考えてみてください。

もっと誠実で率直に話のできる関係を望むのであれば、自分の反応の仕方を少し変える必要があるかもしれません。

関係性にアプローチするのがアサーティブ

数年前までは、毎日出勤して顔を合わせていたので、同僚や後輩の困った様子に気づいて声をかけることができました。忙しそうなお上に声をかけるタイミングをつかむことも、業務の合間に雑談する中で相手の人となりを知るチャンスもありました。

ところが在宅勤務が広がってきた現在は、関係を作るためには、時間を取って声をかけたり、オンラインでの会議を設定したり、絵文字を使って感情を伝えるなどの努力をせざるを得なくなりました。顔を合わせる機会が減り、マスクで表情が見えない、社内のメンバーの人となりを知る機会がないなどの状況の中、これまでのような人間関係を作るハードルは非常に上がってきているのが現実です。

多くのビジネスパーソンは、ロジカルに情報を伝えるスキルや日常的な関わりのスキルを持っています。若手世代はさらに、情報を文字ベースで端的に伝える能力は基本的に高いです。ところが、「言いづらいことを伝える場面」になると、途端に困難を感じてしまいます。

例えば、間違いの指摘、上司に反論する、ベテランメンバーへの注意、ハラスメントのリスクに介入するなど。そうした場面で、私たちはどう対応すればよいか分からず、攻撃的になるか受身的になるかの反応に陥ってしまうのです。

アサーティブは、私たちが持っているコミュニケーションスキルの中

アサーティブは関係性にアプローチする	
情報伝達 知識の共有	言いづらいことを伝える 注意や指摘／反論する ベテラン部下へのフィードバック ハラスメントのリスク介入 価値観の異なる相手との交渉
ロジックの中心 正しく伝える	
日常的な関わり	声かけ・顔合わせ・雑談・感謝やねぎらい

でも、対人関係の領域にアプローチすると考えてください。価値観や立場の異なる相手と対立する状況が生まれたとしても、相手を貶めたり、反対に自分が卑屈になるのでもなく、お互いを尊重して粘り強く話し合う力、それがアサーティブなコミュニケーションなのです。

先ほどの抱え込み後輩に対して、相手の状況や理由に耳を傾け理解しつつ、自分は何を望むのか、後輩に具体的に何をしてほしいかを、明確な言葉にして伝えます。その結果、お互いのより良い人間関係や信頼の土台を築いていくことができるのです。

とはいえ、感情的になりそうな場面で、攻撃的でも受身的でもなくアサーティブな対応ができるには、スキルも心構えも必要です。さまざまな場面での伝え方のスキルについては、次回からご紹介していきます。

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。



一緒に考えながら学ぶことが大切

中央出版株式会社



社員研修や電話応対技能検定指導の場で、時々遭遇する場面があります。「何か質問はありませんか？」と聞かかけると、無言になったり、「大丈夫です」と言われたり…。本当に？と思いつつ先に進む時の何とも言えない違和感が気になっていました。

純粹すぎる質問に困惑

ある企業の依頼で、さまざまな人生経験をもつ方々に研修する機会をいただいた時のことです。ほとんどの受講生は、電話応対を実践したり学んだりしたことはありません。座学を一通り終え、電話応対の実践練習の段階になった時、ある受講生と電話取り次ぎのロールプレイを行いました。

「〇〇は席を外しております」の言葉の前に、「申し訳ございません」を添えることを提案しました。すると、「何で謝らなきゃいけないんですか？こっちが悪いわけじゃないのに……」という質問が飛んできたのです。この問いの回答自体は難しいものではありません。ただ、この時私は一瞬言葉を失ってしまいました。なぜなら、相手は学生でも新入社員でもなく、れっきとした社会人。なのに質問が純粹すぎて、そのギャップに何から説明してよいか混乱してしまったのです。結果的に

に何とか理解はしてもらったのですが、私にはとても印象的な出来事でした。

一緒に考えながら

先日、指導者級資格保持者用の『指導者のためのハンドブック』を読み返す機会がありました。その中に、『「〇〇はこれです」と、正解を答えてしまうのではなく、「どう思うか」「それはどうしてか」と、受講生に考えさせながら進めましょう。』という一文がありました。これまでは普通に読み進めていましたが、そういうことか！と、この一文が初めて胸に響きました。同時に、質問は受講生との対話のチャンスなのに、絶句し混乱してしまった自分がとても恥ずかしくなりました。

「なぜ？」こそ大切

以来、「質問は？」に対して無言が続いた時は、「なぜ悪くないのに申し訳ございませんと言うんでしょう？」



など、素朴な問いかけを発するようにしています。すると、さまざまな意見が出てきます。同時に、実はあまり理解できていないことも浮き彫りになります。

一見、素朴とも思える疑問には、事柄の本質が隠れていることが多いものです。「なぜ？」に耳を傾け一緒に考える。これからも受講生と一緒に学び、一緒に成長できる講師を目指していきたいです。

秋山 幸代氏

中央出版株式会社 人材育成課所属。グループ企業における各種社員研修、電話応対品質管理、社内応対コンテスト、電話応対技能検定指導を担当。消費生活アドバイザー・電話応対技能検定指導者級資格保持者・今期(8期)電話応対技能検定指導者部会委員。

「今回の講師は、有限会社カスタマーケアプランの中村 友妃子さんです。豊富な講師経験を基に各種研修や、電話応対技能検定(もしもし検定)の試験実施の事前勉強会など、精力的に活躍されています。分かりやすく明解な解説が魅力の憧れの講師です」



秋山 幸代氏

Webで読もう
ユーザ協会 C10053



問題

接頭語の「お」と「ご」の使い分けで、正しいものはどれですか。次の中から一つ選びなさい。

- 「なかなか立派なお行いですね」
- 「ご事業提案はいただいておりますでしょうか」
- 「おメールでいただけませんか」
- 「お当番の方はどなたですか」

※3級問題より

正解は13ページをご覧ください。

テレコム・フォーラム 2022.10



1992年（平成4年）に高知市で創業した株式会社K・ライズ ホールディングスは、経営理念に「人・財・共・育」を掲げ、時代とともに多岐にわたる事業を展開してきました。今回は、新入社員に向けた電話対応教育やコロナ禍での応対力向上の取り組みについて聞きました。



Keirise Group 人事・総務部
部長
吉本 美幸氏



Keirise Group 人事・総務部
部長
藤森 陽子氏

事業概要についてお聞かせください。

A「Keirise Groupは、1992年（平成4年）に高知市でファイナンスの会社を創業しました。その後、ブランド品買取・販売事業、飲食事業、農機具買取・販売事業、不動産事業と、時代のニーズに合わせてさまざまな事業を展開してきました。Keirise Groupでは、人を大切にしています。それは『人・財・共・育』という経営理念にも表れており、『人財』は人が材料ではなく財（たから）であることを意味し、『共育』も教養育てるのではなく、共に育んでいくという考え方です。この考えに基づき、人と人とが助け合うことで事業が発展してきました」（吉本氏）

電話やマスク越しなど顔が見えない対応こそ、声や目で表情を伝えることが大切

電話対応の体制と、対応教育で大切にしていることをお聞かせください。

A「お客さまからの電話問い合わせには店舗スタッフも対応していますので、社内研修では電話対応についても伝えています。電話対応の第一声は、業種を問わず第一印象を左右するものなので、研修の中でも特に重点を置いています。例えば、顔の表情は声にも表れ

るので、『第一声は笑顔、笑声で話すことが大事』と伝え、実際に『楽しい』という言葉が無表情で言うのと、笑顔で言うのとでは、相手が受ける声の印象がどのように違うのかを体感する場を設けています。また、電話では顔が見えないので、単に要望を聞くのではなく、より丁寧にお客さまの状況を傾聴する姿勢を持ちましょうと伝えています。座学で見聞きしているだけでは応対力は習得することができません。研修でロールプレイングを繰り返すことで、実際に店舗で電話対応をスムーズに行えるようにしています」（藤森氏）

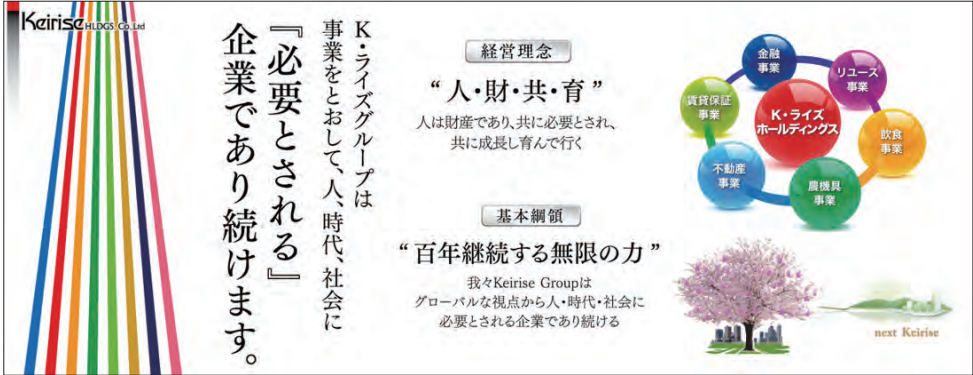
「本番さながらの練習をしても、新入社員は電話に出ることに不安があります。そのため『フォローするから安心して対応してね』という声かけを大切にしています。また、電話対応は場数を踏まないとコツをつかみにくいものです。店舗ではフォローをする体制が整っていますので、経験の少ない社員が安心して電話に出られるようにしています」（吉本氏）

コロナ禍を経て、対応教育に何か変化はありましたか。

A「対面では、お客さまがマスクをつけているため、表情や感情が分かりにくくなりました。こちらも目元でしか表情を伝えることができないので、いつもよりも目尻を下げて笑顔にするなど、表情には気をつけています。また、マスクをしているからといって口元は無表情でいいということはありません。口角を上げると声のトーンも自然に上がりますので、マスクをしている時こそ、より表情を豊かにする必要がありますことを伝えています」（藤森氏）



店舗の接客風景



経営理念と基本綱領



電話対応の様子

電話対応コンクールに向けた練習で、相手の要望を汲み取る配慮ができるようになった

電話対応コンクールに取り組まれたきっかけを教えてください。

A「自社だけで電話応対力の向上を図るには限界がありますので、電話対応コンクールに出場することで、ほかの企業の上手な方の技術を学ぼうと考えました。また、電話対応コンクールで受賞をすると、より多くの人に私たちの会社を知ってもらえるのではないかと思います（笑）。すでに10年以上取り組んできましたが、受賞をすれば本人の自信にもつながりますし、電話対応コンクールを経験するだけでも、個人としてまた会社としての成長につながると思っています」（吉本氏）

具体的に、どのような効果を感じていますか。

A「コンクールの課題設定は以前よりも細くなり、より実用的になってきた印象があります。電話対応コンクール問題は、文面から相手の状況を読み取り、その上で相手が何を求めているのかを聞き取り、3分以内に回答を簡潔に伝えなければなりません。その難しさを実感したと同時に、実践的な課題に取り組んだことで、お客さまのニーズを引き出し、汲み取るという気配りができるようになりました。日ごろの電話対応



研修の様子

でも、相手がどんな方で、どのようなことを聞きたいのかは分かりません。電話対応コンクールに参加することで、一人ひとりの想像力、応用力が養われ、日々の応対力も上がってきたことを実感しています」（藤森氏）

これまで培ってきた良い点を次世代に継承し、100年続く企業にしたい

最後に、今後の目標についてお聞かせください。

A「今年30周年の節目を機に、気持ちも新たに人と人との共に育んでいく場をこれからももっと充実させながら、事業に取り組む所存です。中でも経営理念である『人・財・共・育』に力を入れ、AIが進む中で『人』だからこそできる細やかな心づかいを誰もができるように、自分たちが今まで培ってきた電話応対力や接客応対力を次の世代にも継承していきます。今後入社される従業員を含むすべての『Keirise Groupの社員』とともに、社会的価値の実現や向上に努め、高知から全国へ、全国から世界へ、100年続くような企業になることを目指してまいります」（吉本氏）



会社概要

会 社 名：株式会社 K・ライズ ホールディングス
創 業：1992年（平成4年）11月
高知本社所在地：高知県高知市杉井流5-18 三井ビル 2階
大阪本社所在地：大阪府大阪市中央区博労町3-5-1 御堂筋グランタワー 17階
代表取締役社長：國澤 和人
事業内容：買取販売（ブランド品・アパレル・農機具）、質屋、飲食、ファイナンス、不動産
URL：https://www.keirise.co.jp/
【ユーザ協会会員】





電話対応で
CS向上

「日本一不親切な親切で。」を实践し、 人が本来持つ力を引き出したい

創心會グループ

岡山県倉敷市で創業し、医療・介護・福祉サービスを提供する創心會グループ。「日本一不親切な親切で。」というスローガンで、利用者が本来持っている力を引き出すことを大切にしています。今回は、グループ傘下の株式会社創心會の田中 真允氏、株式会社ハートスイッチの大森 美由紀氏に、接遇向上に向けた取り組みについて聞きました。



株式会社創心會
取締役 人事兼事業統括部長
田中 真允氏

Q 事業概要についてお聞かせください。

A「株式会社創心會は、1996年（平成8年）に岡山県倉敷市で創業した会社です。社員はリハビリケアを学んでおり、訪問・通い・泊りサービスなどで、利用者さまご自身の身体機能を活かしながら、できるだけ在宅で過ごせるような支援や提案をしています。株式会社創心會には、社員が700名ほどおり、岡山県南部を中心に、約3,000名の方にご利用いただいています」（田中氏）

「株式会社ハートスイッチは、人財育成や就労移行支援などを通して、広く地域や医療・福祉業界とつながり、設立12年目を迎えました。設立当時、介護業界は慢性的な人財不足で、社会問題にもなっていました。そのような社会課題の解決に向け、介護、福祉業界のレベルアップを目指し、介護人財を育成する研修事業を立ち上げたのが当社の始まりです」（大森氏）

「日本一不親切な親切で。」をスローガンに、 利用者の能力を引き出すことを重視

Q 電話対応教育で大切にしていることを お聞かせください。

A「創心會グループは、岡山・広島・香川に事業所が80ヵ所以上あります。各事業所にかかってくる電話はそれぞれの社員が対応することになっているため、電話対応を含めた接遇研修を年に4回全社員に向けて

実施しています。年に4回も行うのは『日本一不親切な親切で。』というスローガンを掲げていることも関係しています。ケアサービスは困りごとを助ける仕事ですが、利用者さまの生活機能を回復するため、自分でできることを自信や満足感に、『自立』を引き出す関わりを目指します。『なぜ今は手を貸さないのか』を理解してもらうためにも、両者でコミュニケーションを親密に取ることの大切さを伝えるようにしています」（田中氏）

「その一方で、介護業界では、スタッフ同士や利用者さまに対しても親しみを示すため、あえてくれた話し方をする風潮があります。その話し方は利用者さまや家族の方にとって耳障りな言葉に聞こえることもあり、身内がぞんざいに扱われているのではと不安に感じてしまうと思います。全体研修は、接遇のスキルを磨くだけでなく、すべての利用者さまに尊敬の念を込めた対応をすることを意識づける目的もあります」（大森氏）

Q ほかに、接遇向上に向けて どんな取り組みをしていますか。

A「利用者さまは高齢の方が多いため、手紙でやり取りすることも少なくありません。そのため、文字の書き方や文章の書き方などをトレーニングしています。また、手紙では利用者さまが『明日からまた頑張っ生活しよう、トレーニングしよう』と思えるように前向きな表現を用いるよう指導しています。トレーニングでは、どうしても『体が思うように動かない』など



介護スタッフの仕事風景



株式会社ハートスイッチ
人財共育支援事業部
大森 美由紀氏

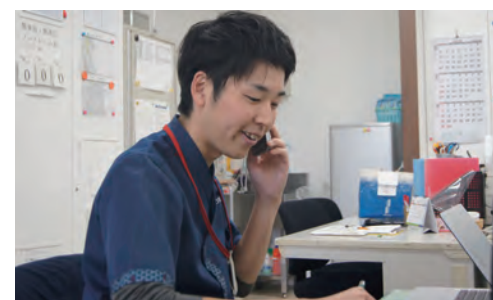
ネガティブな課題がありますが、そういう時は直接お話ししたり、電話で伝えたりしています。手紙は電話とは違って後まで残りますし、ご家族も目にするものなので、できるだけポジティブな表現を使うことを意識しています」（田中氏）

外国人スタッフが電話対応コンクールに 出場したことが、周囲の励みになっている

Q 電話対応コンクールに参加されて、 どのような効果を感じていますか。

A「一般的に病気や障がいがある方は電話をすることが億劫になるようで、私たちに電話をする際も『こんな話をしたいけど、どう伝えればよいかな』などと悩みながらお話をの方がいらっしゃいます。そこを我々が丁寧に引き出すことで、『自分は電話ができるんだ』という自信を持ってもらうことを大切にしています。電話対応コンクールでは、相手が何を伝えたいのか、どういう対応をすれば相手が気持ち良くお話できるのかを考え、言葉を引き出すことが求められるので、その練習を繰り返すことで、日常の接遇力の向上にもつながっています」（田中氏）

「先日の地区大会に、今回初めて台湾出身のスタッフが出場しました。数年前から外国人採用を進めてきましたが、外国人スタッフからは『電話が怖い』という話を聞くことが多く、そうした苦手意識をなくす取り組みを進めたいと考えていました。台湾人の彼も電話を取るのが苦手で、内線ですえ取りたくないと言っていました。練習を繰り返すうちに『聞き取れなかったら、訊き直せばよい。気持ちが伝わることのほうが大事なんだ』と感じたようです。電話対応コンクールの結



電話対応の様子



接遇スキルを含めた
介護技術指導

果が出るのはこれからですが、彼の心のこもった対応がほかのスタッフの良い励みになっています」（大森氏）

1本の電話でつながることの大切さを意識し、 接遇力を高めていきたい

Q 最後に、今後の目標についてお聞かせください。

A「利用者さまには、乳幼児から終末期の方まで多様な方々がいらっしゃいます。その方々とも、これから利用される方とも1本の電話からつながることになるので、電話対応は特に重視しています。創心會グループの事業年度は7月にスタートするので、7月に地区大会が始まる電話対応コンクールへの取り組みは、まさに『これから1年間接遇向上に取り組ましよう』と気を引き締めることにもなります。今後も新入社員だけでなく、全社を挙げて接遇向上に電話対応コンクールを活用していきたいですね」（田中氏）

会社概要

 **株式会社創心會**

会 社 名：株式会社創心會
創 業：1996年（平成8年）
本社所在地：岡山県倉敷市茶屋町2102番地14
資 本 金：3,000万円
代表取締役：二神 雅一
事業内容：訪問看護、訪問介護、デイサービス、ショートステイ、グループホーム、福祉用具貸与、保育所、児童発達支援など
URL：https://www.soushinkai.com/
[ユーザ協会会員]

会社概要

 **株式会社ハートスイッチ**

会 社 名：株式会社ハートスイッチ
創 業：2011年（平成23年）
本社所在地：岡山県倉敷市茶屋町2104-1
資 本 金：500万円
代表取締役：二神 雅一
事業内容：就労移行支援、研修・セミナー、人財紹介・職業紹介など
URL：https://heart-switch.com/
[ユーザ協会会員]

Webで読もう
ユーザ協会 C20048





「励ましの言葉」

私たちは乗り越えて生きてきました。今振り返ってみますと、その陰には、私を励ましてくれた友人知人の言葉、何人もの先達の言葉があったことを、ありがたく思い出します。



「無駄なことは何もない」

これは、もう40年も前に出会った言葉です。お坊さんの法話に出てきた言葉で、出典も定かではありません。しかしその頃、私はある大きなイベントに取り組んでおり、それを主催する他セクションのポスト長との折り合いが悪く悩んでいました。ことあるごとに彼の言動が澁のように引っかかり、かなりなストレスとなっていました。「人生に無駄なことは何もない」という言葉を聞いたのは丁度その頃でした。不思議なほど気持ちがスーッとして楽になりました。それから40年、その一言で私の人生観が変わり、生き方も変わったのです。



安易な励ましの言葉が多い

悩んでいる人を励ます時には、「大変だろうけどがんばってね!」「大丈夫だよ。必ず良くなるから」「明日になれば明日の風が吹くさ」。日本人の励ましは、こうした安易な言葉をおさなりに言って済ませる傾向があるように思います。励ましの前提は「共感」です。落ち込んでいる人に届けるのは、言葉ではなく心です。心に刺激を受けた時に、人は立ち直ります。前述の「無駄なことは何もない」のように、心を刺激することが必要でしょう。そのためには、安易な励ましを言う前に、まず何に悩み苦しんでいるのか、心の傷をしっかりと聴いてあげることだと思います。



「あなたは自分が運の良い人間だと思いますか？」

松下電器（現パナソニック）の創業

人生80年、その一生は決して平坦ではありません。喜びもあれば悲しみもあります。成功もあれば失敗もあります。病氣やケガ、仕事上や人間関係のトラブルもあります。それでも、そうした挫折や失意の時を、

者、故・松下 幸之助氏は、自社の就職試験の面接で、「あなたは自分が運の良い人間だと思いますか?」と尋ね、運がよいと思っている人間だけを採用したそうです。プラス思考の考え方、楽観論のほうが、良い結果をもたらすと言うのが、経営の神様、松下氏の、人物評価の一方法だったのでしょう。

日本電産の創業社長、永守 重信氏も「人間の能力の差はあっても5倍、しかし意識の差は100倍ある」と言っています。部分の能力差を比べて一喜一憂したり、悔やんだりするよりも、確かな意識、考え方を磨くことのほうがはるかに大事だ、と教えているのです。部下にとっては、やる気の起こる素晴らしい励ましの言葉です。

この連載の初期に、「エコーの法則」というヒンズーの經典にある言葉を紹介したことがあります。「意識が行動をつくる、行動が習慣をつくる、習慣が人格をつくる、人格が運命をつくる」。博学の野球人、故・野村 克也氏ら、多くの著名人に気に入られたこの言葉は、一頃かなり有名になりましたが、ここでもすべては意識に始まると説いています。



「悪いことにはきっと、良いことがくっついている」

これは、「ふぞろいの林檎たち」などのテレビドラマの名作で知られるシナリオライターの山田 太一氏の言葉です。人生は何ごとともどう転ぶかわかりません。校歌を作詞したご縁で招かれた小さな新設の小学校の運動会。あいにく土砂降りの雨の中で、泥んこで競う全校リレーに思いがけない感動のドラマがありました。山田氏は、マイナスと思っていることが、実は豊かなプラスを持っているんだ、と書いてい

ます。その気持ちを、別のドラマのお婆さんの台詞にしたのが表題の言葉です。大評判になりました。



感情の世界はもっと深くて広い

山田氏は、次のようにも言っています。「言葉ですべてを伝えようとする。それが近代社会というもの。互いに言葉をぶつけ合い、それだけで分かり合おうとしたり、あるいは自分の考えを主張しようとする。もちろんそういう部分は必要ですが、感情の世界はもっと深くて広いのです」。

私たちは、日本という豊かな言葉の国に生まれ、そして育ちました。その言葉は、暮らしの中で、親から子に引き継がれ、子は成長とともに、広い社会で言葉を成熟させてきました。

その流れが、今大きく変わり始めています。励ます言葉も先行きは不安です。今は進むIT社会の便利さを享受しつつも、豊かで情のある言葉の世界に、しっかり踏み止まりましょう。



岡部 達昭氏

日本電信電話ユーザ協会電話対応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 C10054



チャレンジ! もしもし検定の答え: (4)

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!

「電話対応コンクール全国大会」「企業電話対応コンテスト成績発表会」開催のご案内について

今年の「電話対応コンクール全国大会」「企業電話対応コンテスト成績発表会」は山口県山口市で開催しますが、感染症対策のため関係者のみで行います。一般の方は会場まで来られましては入場することができませんのでご了承願います。

なお、当日の競技や表彰式等の模様はインターネットライブ中継でご覧いただけますので、そちらでのご観戦をよろしくお願いいたします。

■開催日 2022年11月18日(金) ■全国大会特設ホームページ: <https://oucon.jp/> からご覧いただけます。

《期間限定》 会員特典

「商売の課題解決にインターネットを活用してみたい」を支援します。
指定の「ホームページ企画・制作・運用サービス」を初期費用(初年度登録料) 無料でご提供!

ホームページを基盤とした多機能なサービスをビジネスオーナーさまの課題・ニーズに合わせて、企画・制作・運用代行します。忙しいビジネスオーナーさまでも、手軽に安心して始めることができるサービスとなっております。

■特典概要

ユーザ協会指定の「ホームページ企画・制作・運用サービス」を導入する際に、「ユーザ協会会員」であれば初期費用(初年度登録料) 5,500円が無料となります。

■受付期間: 2023年3月31日の特典ご利用お申込み受付分まで。

■特典提供条件など

- ・協会指定の「ホームページ企画・制作・運用サービス」は、NTTタウンページ社が提供する「デジタルリード」となります。
- ・初期費用(初年度登録料) 以外の費用(制作後の月額ご利用料金等) は、自己負担となります。
- ・「デジタルリード」はNTTタウンページ社との直接契約(年間契約) が必要となります。
- ・特典のご利用は1会員様1回限りとさせていただきます。
- ・その他条件は当協会Webサイトでご確認ください。



本特典の詳細のご確認やお申込みはこちら
<https://www.jtua-tokuten.net/>



参加無料!
オンラインセミナー開催!!

サイバー攻撃の脅威とセキュリティ対策の重要性とポイントについて、
無料のオンラインセミナーを開催します。

●日時: 2022年10月28日(金)
13:30~15:30

●特別講演:

講師: 株式会社ブロードテック 代表取締役 大屋 一氏
テーマ: 「事例から学ぶEmotet対策と個人レベルのセキュリティ対策」

●基調講演:

講師: 警視庁サイバーセキュリティ対策本部担当官
テーマ: 「サイバー空間における脅威と情勢」



株式会社ブロードテック
代表取締役
大屋 一氏

■お申込みについて

お申込み締め切り: 10月28日(金) 12:00
お申込みフォーム: <https://ws.formzu.net/fgen/S15915181/>

■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します)

■主催: 公益財団法人 日本電信電話ユーザ協会 本部・東京事業推進部/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



登録は無料です! どなたでも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

電話対応教育
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

電話対応教育に関する情報、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部
の「各種お申込み」内の「メル
マガ登録」ボタンから

