



「コミュニケーションスキル」を身につける資格があります。

社会人から就職面接を控えた学生にもオススメの検定です！

電話対応

ビジネス
マナー

ビジネスメール
・Web会議

近年、ビジネスにおいて
コミュニケーション能力は
重要視されています

帝国データバンクが2022年に行ったアンケート結果において「企業が求める人材像」では「コミュニケーション能力が高い」がトップでなんと **42.3%**

「話す力」「聞く力」「交渉する力」といった3つのスキルは必要とされています。

電話対応技能検定では電話対応・ビジネスマナーを含むビジネス上のコミュニケーション全般を学ぶことができ、あらゆるビジネスシーンに対応する考え方や知識、能力を養うことができます。

ビジネスメールや、Web会議などにも対応！ 実践的な内容です

電話対応スキル

電話を受ける、かける、取り次ぐなどの電話対応やビジネスマナー、意外と知られていない日本語そのものの基礎知識を学ぶ。



コミュニケーションスキル

場面や人によって臨機応変に対応することができるコミュニケーション能力を養い、電話対応に生かしていくためのスキルを学ぶ。



テレコム・フォーラム

11

November 2024

特集

企業の課題解決の切り札として期待されるXRの可能性とは

株式会社NTTコノキュー



データサイエンス&AI
活用事例

創業75年の老舗がデジタル化で取り組む産官学と協働した地域貢献ビジネス

株式会社ミヤックス



ICT COLUMN

2024年問題で注目を集める物流DXの現状とこれから(第3回) 物流DXの方向性と期待されていること



電話
対応で
CS向上

スキンケアに関する知識をアップデートしお客さまのお悩みに対して親身に対応

株式会社鈴木ハーブ研究所



新たな
コミュニケーション
の探求

お客様相談室に集積される情報を効率よくデータ化し全社的な顧客サービス向上に役立てたい

カリモク家具株式会社



連載

働き方の多様化で求められる労務管理 **新連載**
労務管理とは

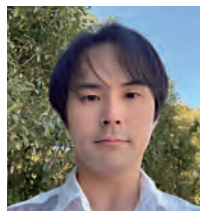
お客さまから学ぶCS向上
改めて思う、相手の立場に立つとは

コミュニケーション力を鍛える
「自分を売る」

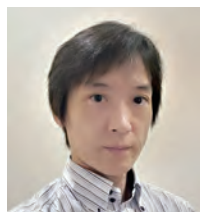
企業の課題解決の切り札として期待されるXRの可能性とは

株式会社NTTコノキュー

日本企業における人手不足は年々深刻化しており、大きな社会課題となっています。その解決策の一つとして注目されているのが、XR(クロスリアリティ)という現実世界と仮想世界を組み合わせる新たな体験を作り出す技術です。今回は、XRを活用したサービスやソリューションを提供している株式会社NTTコノキューの朽木 大祐氏と野秋 浩三氏に、XRのビジネス活用について話をうかがいました。



空間ソリューション
担当課長
朽木 大祐氏



空間ソリューション
主査
野秋 浩三氏

XR(AR, MR, VR)とは

XRIは、AR(Augmented Reality: 拡張現実)、MR(Mixed Reality: 複合現実)、VR(Virtual Reality: 仮想現実)といった技術の総称です。メタバース事業、デジタルツイン事業、XRデバイス事業を3本柱に事業を展開するNTTコノキューの野秋 浩三氏は、これらの技術について次のように解説します。

「まず、ARは現実の風景にさまざまな情報を重ねて見せる技術です。スマホやタブレットで見ることができ、ため気軽に体感でき、ポケモン GO[®]をはじめゲームにも数多く採用されています。VRは目にする映像がすべてバーチャル(仮想)であり、専用のゴーグルを装着して360度すべて仮想の世界に入り込んだような没入感のある体験ができる技術です。MRIはAR

とVRの中間に位置するもので、頭に装着するディスプレイなどを通して現実空間に仮想の情報や物体を融合させて表示する技術です。端的に言うと、重ねるのがAR、入り込むのがVR、融合させるのがMRとなります(図参照)。(野秋氏)

これらのXR技術は、人手不足を解決する技術として、さまざまなビジネスシーンにおいて活用が進んでいます。例えばMRであれば、製造工場や設備点検の作業において、現場の様子を遠く離れた場所からでも確認できるため、バックオフィスにいるベテラン作業員が現場の作業員に対して、あたかも現場にいるかのようにアドバイスでき、現場の作業の省人化が図れます。

また、ノウハウを持った人材がリモートで技術伝承することも可能です。さらにコロナ禍では非接触のコミュニケーションが求められ、リモートワークやリモート会議が定着し、

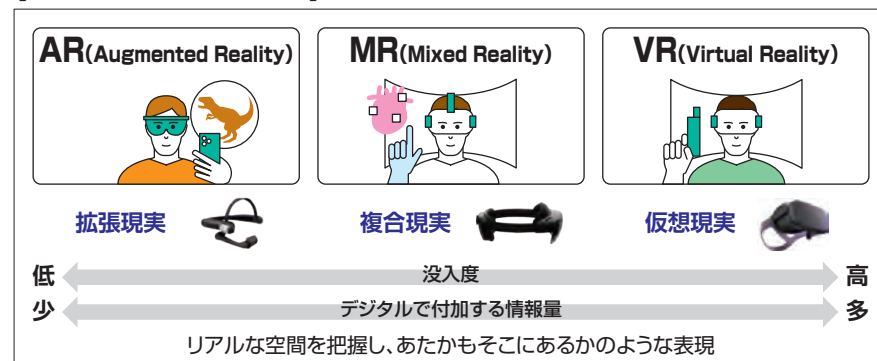
大学ではオンライン授業や大学案内、エンターテインメント分野では無観客ライブなどが行われました。

人手不足や技術継承の課題を解決するXR活用事例

XRを活用して人手不足を解決している事例として、野秋氏は産業用のカッティングマシンを販売する商社の事例を紹介します。

「こちらの会社は、顧客に納入した機器のカスタマーサポートにXRサービスを導入して、業務の効率化を実現しました。従来、顧客から故障などの連絡があった場合、電話でサポートしたり、込み入った内容の場合は現地へ駆けつけて修理対応を行い、1件当たり1時間ほどかかっていました。それが、XRを活用することでリモートでも現地にいるような指示ができ、対応時間は1時間から10分に短縮されました。これにより、顧客が増えてもサポー

【図：AR・MR・VRとは】



ト要員を増やすことなく対応ができています」(野秋氏)

次に、野秋氏はXRを活用して技術継承を実施している事例として、福岡県の農業の事例を紹介します。

「イチゴ畑にいる学生の視界が農業学校のディスプレイに映し出され、それを見ながら指導者がアドバイスを行うという事例です。スマートグラスをかけた学生が両手で茎や葉に触れると、農業学校のディスプレイにあらゆる角度から捉えたイチゴの画像が映し出され、その場で問題点や解決方法がアドバイスされます。これにより新規就農者への効率的な技術継承が可能になっています」(野秋氏)

このような遠隔での指導は、製造工場などでも活用されています。さまざまな計器が並ぶ現場において、どのレバーを操作するのかといった指示は、音声とともに画像が共有できたとしても、分かりにくいことがあります。そういう場合に、XRなら作業者のスマートグラスの視界に矢印や丸印を表示させて、分かりやすく指示することができま(右上写真参照)。このような指導方法は、例えば海外に新しい製造拠点を立ち上げる際や、新人を早く育てたい場合などに、熟練技術者が遠隔指導するような形で活用されています。

教育や観光、医療、身近なEC分野でも活用

製造業や農業分野での遠隔指導におけるXRの活用事例を紹介しましたが、教育現場ではVRを活用した事例がよく見られます。例えば仮想空間に大学案内の空間を設けて、受験生が情報収集や進学について相談するといった使われ方や、小学校の英語の授業で教室の壁に仮想の海外の街並みを映し出し、アバターの英会話音声再生する海外体験ルームを設置したという事例もあります。

一方、NTTコノキューの朽木 大祐



写真：経験の浅い作業者にスマートグラスの視界に分かりやすく指示が表示される

氏は、身近な生活シーンにおけるARの活用事例についても紹介します。

「ARで自分の部屋に購入を検討している家具を配置した時の様子を見ることができるサービスや、バーチャルフィッティングという洋服を試着するサービス、メガネをかけたり、メイクのシミュレーションができるサービスもあります。このようなサービスによって、EC販売事業者は購入後の返品率を下げるというメリットがあります」(朽木氏)

さらにARでは、町おこしなどを目的に、観光地に物理的な施設を建築することなく、スマホをかざすと施設が現れるといったバーチャルな観光スポットを設けたり、この技術を活用したスタンプラリーイベントなども開催されています。また、医療分野では、MRを活用して首都圏在住の救急エキスパートの技術を地方の医科大学の学生に遠隔で指導するといったことが行われています。

これからのXRの可能性

今後のXRの進化について、朽木氏は次のように語ります。

「XR自体は、技術の一要素でしかありません。大事なのは、今後そこに何を表示して、どのような体験を提供していくかということです。活用される分野は今後ますます拡大し、ビジネスや生活のあらゆる分野で使われていくと考えています。デバイスに関しては、例えばスマートグラスにメールの着信が表

示されるようになるなど、XRデバイスが今後のスマホになり得る可能性もあるかと思います」(朽木氏)

一方、野秋氏は今後のXRサービスの広がり、AIが導入される可能性に言及します。

「XRデバイスは軽量化が進み、普通のメガネのようになるかと思っています。そこに例えば映画を映し出すようなサービスはすでに登場しており、身近なものとなっています。また、今後XRを活用した遠隔での作業サポートがどんどん進んでいくと、サポートする側は人ではなくAIになっていくとも考えられます」(野秋氏)

XRは現在、さまざまなビジネスへの展開が進められています。今後はあらゆるビジネスシーンや日常生活における活用が進み、XRがもっと身近な存在になってくると考えられます。

※ ポケモン GO: 2016年に配信が開始されたスマホ向けゲーム。位置情報により現実世界が舞台となり、AR(拡張現実)を活用することで、ユーザーは現実の風景越しにポケモンを発見できる。



●会社概要
会社名：株式会社NTTコノキュー
事業開始：2022年(令和4年)10月1日
所在地：東京都千代田区永田町2-11-1 山王パークタワー7F
代表取締役社長：丸山 誠治
事業概要：XRに関わるソフトウェア・ハードウェアの技術開発、メタバース、デジタルツイン領域において、グローバル市場を見据えたサービス及びソリューションの提供、XRデバイスの企画開発

URL: <https://www.nttqonoq.com/>



創業75年の老舗がデジタル化で取り組む 産官学と協働した地域貢献ビジネス

株式会社ミヤックス

公園の遊具にセンサーやカメラを取り付けて業務のスリム化を模索する実証実験や、データサイエンスやAIを学ぶ大学生と地元企業との協働を図る取り組み、繁華街の再興など、デジタルを活用した地域貢献で、中小企業庁「2023年度はばたく中小企業・小規模事業者300社（DX部門）」に認定された株式会社ミヤックス 代表取締役社長の高橋 蔵人氏に、データの活用法や地域と協働するヒントをうかがいました。

Web版ではより詳しい
内容がご覧いただけます
ユーザ協会 D20035



代表取締役社長
たかしの 蔵人
高橋 蔵人氏

公園の遊具×デジタルが 実現する社会課題の改善

株式会社ミヤックスは、宮城県を中心に公園などに設置されている遊具の製造販売や、保守点検サービスなどを手がけてきた、地域密着型の老舗企業です。同社は近年、データサイエンスやAIを活用した新事業「MIYAX DIGITAL」を創設し、地元企業と学生とのマッチングなど、地域のDX支援にも積極的に取り組んでいます。一見デジタルの世界とは無縁に思える遊具事業の会社ですが、なぜデジタルの導入に踏み切ったのか。代表取締役社長の高橋 蔵人氏はその理由をこう語ります。

「現在仙台市内には約1,800の公園がありますが、少子化の加速などにより市場は縮小傾向にあります。また行政の限られた予算はどうしても人気のある公園に多く投下されがちで、保守点検など全体の維持管理に苦労しているのが現実です。働き手の不足や高齢化などに起因する、コスト増加の問題も

見逃せません。そのため、これまでデジタルと縁遠かった公園の遊具事業も、事業のスリム化により持続的な経営を実現するため、デジタル化は欠かせないと判断したのです」(高橋氏)

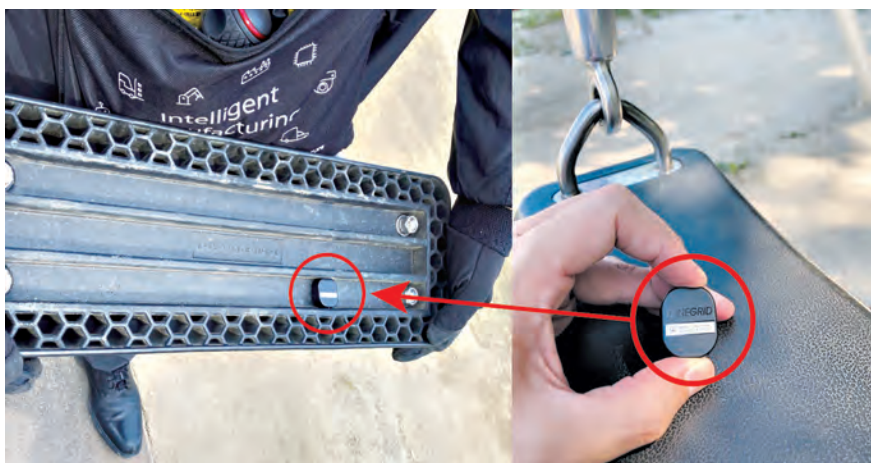
同社はまず、公園内のさまざまな遊具にセンサーを設置し、使用頻度や利用時間など、各遊具の実際の使用状況を計測する実証実験を開始しました(写真①参照)。公園の遊具は国土交通省の指導に基づき、年1回以上の有資格者による一括点検が義務づけられていますが、来園者数の多い公園や人気の遊具は使用頻度が高いため、点検前に故障してしまい、予期せぬ業務が発生する場合があります。

「人気の高い遊具と不人気の遊具では、消耗スピードが異なります。それを年1回、まとめて安全点検するというのは現状に即していない

面もあり、安全性に問題が出てくる可能性もあります。そのため、実証実験では使用頻度や利用時間などを数値化し、遊具一台一台の消耗度合いを可視化しました。これにより、保守点検の時期が予測可能となり、時間や手間がスリム化されコスト削減を実現し、さらに安全性向上にもつながると考えたわけです。実験でも『ターザンロープやブランコなどの利用率が特に高い』など、遊具によって数値が大きく異なるデータが可視化されました」(高橋氏)

地元の学生と企業をつなぎ 地域の産業を応援

同社は現在、地域の中小企業とAIを学びたい地元の学生をつなぐ、DX支援事業にも積極的に取り組んでいます。高橋氏は東北大学で、文系学生にデータサイエンスやAIを



写真①：公園の遊具の実証実験は、ブランコの踏み台の裏などにセンサーを取り付けて実施された

教えていますが、企業・大学それぞれの課題解決を地域全体の課題解決につなげています。

地元企業の中には、データを活用したいが活用方法がよく分からないという企業が多くあります。一方、データサイエンスやAIを学ぶ学生には、大学にビジネス現場の実情に即したリアルなデータが少なく、実践的な教育が受けられないという課題があります。そこで、地元経営者からリアルデータを提供してもらい、学生が企業課題に取り組む協働により、地域全体を元気にするための勉強会を始めたのです(写真②参照)。

「例えば地元レストランとの勉強会では、レジのデータによる客数変異などの検証から導き出した施策を、データ管理ツールで検証しました。その結果、売上が低い時間帯の客数を増加させるための施策や、価格の弾力性の検証などが実現しています。またAIによる来客予測から食材の仕込み量の最適化を導き出し、大幅なフードロスを達成する提案などへと結びつきました」(高橋氏)

勉強会は、開始して1年足らずで5社以上の地域企業のDX支援を実現し、地域の活性化に貢献しています。このような取り組みで、同社は経済産業省東北経済産業局が主催する「TOHOKU DX大賞」でも優秀賞を獲得しました。

DXで商店街に元気を！ 産官学で取り組む地域活性化

同社は現在、産官学が連携した「仙台まちテック」プロジェクトの幹事事業者として、市中心部のアーケード街の復活にも取り組んでいます。近年、仙台市の中心部から、仙台駅ビルやその近隣に人流や消費が移行しています。そのため、駅前から老舗百貨店、市役所、飲食街などをつなぎ、長年東北最大の繁華街として栄えた、アーケード街の空洞化が深刻な問題になって



写真②：勉強会に参加した学生の中には卒業後、地元での就職を望む人材も現れている

います。そこで、同プロジェクトでは地元の老舗百貨店や飲食店、大学などが結集し、データを活用してさまざまな売上向上の施策に取り組んでいます。

「商店街ではこれまでも、商店街組合や店舗がそれぞれ人流データ、来店者データや購買データなどを収集していました。しかし、そのデータは共有されることもなく、商店街全体の活性化には活かされていませんでした。そこで、プロジェクトでは取得したデータの匿名加工などを実施した上で、オープンデータとして公表し、地域課題解決のための利活用を促進しています」(高橋氏)

同プロジェクトでは、新たに街中の9ヵ所に人流を把握できるAIカメラ、5ヵ所にスマホの無線信号から年齢や性別などの基礎情報を取得できる電波受発信機を設置し、アーケード街の人流データを収集しました。そして、季節・曜日・時間帯別や、開催されたイベントなどで年齢や性別などの属性がどう異なるかを分析し、客層に合わせた商品構成や価格設定を考え、売上増やコスト削減を図っています。

「例えば、店舗前の通行量が21時台にピークになるにもかかわらず、売上が落ち込む飲食店では、店舗前の通行者の属性に20〜40代と比較的若手世代が多いことが

ら、SNSや写真を多用した店頭POPを掲示・宣伝する施策を打って、21時からドリンクの格安セールを実施したところ、その時間帯に売上のピークを作り出すことに成功、売上増を実現しました」(高橋氏)

常時データを収集して街の動向を常に捉え、変化に適合した手を打つこの取り組みは、経済産業省が選定する「地域新成長産業創出促進事業地域DX促進環境整備事業地域デジタルイノベーション実証型」に、全国でわずか7件のうちの1件として採択されました。

遊具事業のDXも街づくりの事業のDXも、同社の取り組みからは、産官学が一体化し、力を結集して取り組む重要性が伝わってきます。地域の社会的課題を乗り越えるために、地域全体で適切な解を導き出す同社の姿勢は、地方における多くの企業のヒントになりそうです。



●会社概要

会社名：株式会社ミヤックス
創業：1948年(昭和23年)9月29日
本社所在地：宮城県仙台市泉区寺岡1-1-3
代表取締役社長：高橋 蔵人
資本金：2,000万円
事業内容：修景遊具環境事業、オフィスパブリック・施設事業、MIYAX DIGITAL、文具宅配便(カウネット)

URL：https://www.miyax.jp/

関連記事もWebで！
「課題解決へ向けバス会社が挑む」
ユーザ協会 ドライバー不足



物流DXの方向性と期待されていること

物流業界は経済活動の重要な基盤としてその役割を果たしてきましたが、労働集約型の産業で他業種と比べると生産性が低いのが実態です。しかし、近年の技術革新や社会的な変化により、その姿は大きく変わろうとしています。これからの物流業界や物流企業は、「装置産業化」によるハード面の効率化と、「データ産業化」によるソフト面の効率化をバランスよく取り入れ、持続可能で革新的な運営を実現することが期待されています。最終回の今回は、これからの物流業界に必要なDX戦略について解説していきます。

物流の進化とロジスティクス4.0

物流・ロジスティクス分野は、今までに三つの革新的変化を遂げてきたと言われています。第1の革新は、19世紀後半から20世紀にかけての「輸送の機械化」です。それまでは、人力や馬車、帆船などに委ねられていましたが、トラックの実用化や鉄道網の整備などが行われ、陸上で大量・長距離輸送が可能になりました。船舶に関しても、汽船・機船の普及により、輸送能力や安定性が大きく向上しました。

第2の革新は、1960年代からの「荷役の自動化」です。荷物の自動仕分けや、荷物を自動でラックに出し入れする自動倉庫が登場します。倉庫内の荷役作業が一部機械化・自動化され、生産性が向上しました。

第3の革新は、1980年代からの「物流管理のシステム化」です。WMS(Warehouse Management System/倉庫管理システム)やTMS(Transport Management System/輸配送管理システム)といったITを活用した物流管理システムが広がり、在庫管理や配車手配の自動化・効率化が実現しました。

そして、まさに今、IoTの進化による省人化・標準化を実現する第4の革新、「ロジスティクス4.0」が進みつつあります。

例えば、自動運転トラック、倉庫ロボット、ドローンなどIoTの進化によりサプライチェーンの各領域において省人化が進みます。輸送は自動運転のトラックが高速道路を走り、トラックドライバー不足の解消を期待されています。自動運転については技術面でも、法律面でも、まだまだ解決すべき課題がありますが、そこまで遠い未来の話ではなくなっているのは間違いありません。

また、ドローンによる無人配送も実証実験が進み始めています。倉庫においては、荷役、格納、搬送、ピッキングなどを自動で行うロボットが登場してきています。オペレーションが人から機械やシステムに置き換わることにより、必要人数は大幅に削減され効率化が実現しています。

このほか、IoTが進化することで、調達から生産、小売、配送まで、すべてのデータが連携されることにより、どこに、どれくらいのモノがあるのかを正確に把握できるようになります。例えば、RFIDタグ*で生産や販売、輸配送の状況がリアルタイムで共有されることによって、需給の変動や輸送環境の変化に応じた生産・物流計画の柔軟な見直しが可能となります。このような背景を受け、今後、物流業界や物流企業が進むべき道は、「装置産業化」または「データ産業化」のいずれか(もしくは両方)と言われています。



倉庫ではロボットがあらゆる作業を自動化し、人の業務負担を大幅に軽減してくれる

大企業に有利な装置産業化

装置産業化とは、自動運転トラックや倉庫ロボット、ドローンなどの装置を提供することで、従来の労働力に頼ったサービスと同等のサービスを提供するようなビジネスモデルです。この方向性は、特に大企業に向いています。中小企業と比較して資本力に差があり、また規模の経済が成り立つためです。

装置産業化を実行するには大規模な初期投資が必要です。自動化設備や高度なインフラを整えるためには、多額の資金が求められますが、大企業はその資本力を活かして最新の技術や設備を導入し、大規模な設備投資を行うことが可能です。

また、装置を有効活用するためには、大量の貨物を輸送・保管・処理し、設備の稼働率を高める必要がありますが、そういった点でも大企業のほうが有利と言えます。さらに、長期的な視点での投資回収を見据えた戦略を取ることができることも、大企業に向いている理由の一つです。初期投資が大きくても、長期的に見ればその投資がコスト削減や生産性向上につながることを理解し、実行する余裕があるためです。

中小企業が生き残るためのデータ産業化

データ産業化とは、データを活用して業務の効率化やサービス向上を図る戦略的な取り組みです。

物流現場には受発注のデータやエリア別の出荷データなど、ありとあらゆるデータが存在します。しかし、今まではそれが集約して管理されたり、分析に使われたりすることはあまりなく、有効活用されているとは言えない状況でした。本来であれば、過去の物流データから需要予測や最適な在庫数量、拠点配置を荷主企業に提案することで、お互いにとってサプライチェーンの最適化を実現できます。

システムのクラウド化やAIの低コスト化によって、中小企業でもデータを活用して競争力を強化し、差別化を図ることができるようになるでしょう。

選ばれる物流企業になるために

このように、中小企業が大半を占める物流業界において、DX・デジタル化は生き残るために必須の手段と言えます。荷主企業からすると、非DX物流企業とはデータを基にしたサプライチェーンの最適化が図れず、非効率です。アナログで生産性が低いということは、言い換えると高コスト体質な物流企業と



生産から配送まで、すべてのデータが連携することで、物流の「データ産業化」が進められる

いうことです。

また、データがリアルタイムで見られない、データ分析からの提案・フィードバックがないなど、付加価値の低い物流企業とは付き合いたくないでしょう。一方で、その企業で働く人や求職者からしても、今後DXに取り組んでいない物流企業は避けるようになるでしょう。効率が悪く長時間労働の会社、ブラック業務が残る会社、勘と経験ですべてを判断する会社で働きたいという人はまずいません。

つまり、これからの時代、荷主企業からも従業員からも選ばれる物流企業になるためにはDXは避けては通れません。DXは単なる業務効率化だけでなく、営業力にも人材の採用・定着力にも大きく影響を及ぼします。荷主企業からも従業員からも選ばれる物流企業を目指して、ぜひDXに取り組んでください。

※ RFIDタグ：RFID(Radio Frequency Identification：無線周波数識別)とは、無線でデータの読み取りを行い、モノの識別や管理を行うシステムのことで、RFIDタグは、データが記録されている媒体を指します。



かわち のぶたか
河内谷 庸高氏

船井総研ロジ株式会社 執行役員 コンサルティング本部 本部長。2006年、船井総研グループに入社以来、運輸・物流業を中心に、マーケティング戦略の立案や、DX・デジタル化といったテーマをメインにコンサルティングを行っている。物流企業経営研究会「ロジスティクスプロバイダー経営研究会(会員数約350社)」を主宰。共著に「90日で業績アップを実現する「ローコードDX」(クロスメディア・パブリッシング、2023年)。

バックナンバーを一気読み！
ユーザ協会 ICTコラム





労務管理とは

労務管理は、企業が持続的に成長し、従業員が安心して働ける環境を整えるための基盤です。本連載では、労務管理の基本的な定義や重要性、そしてその役割について解説し、実務に役立つ情報を提供します。全12回の連載となりますが、どうぞお付き合いください。

働く環境を整える労務管理

人を雇う経営者も、雇われて働く労働者も、それぞれがバラバラに考えていては、仕事はうまくいきません。例えば勤怠。皆さんの会社の「定時」は何時でしょうか。その「定時」は誰が、いつ、どうしてその時間と決めたのか、分かりますか？

9:00～18:00の会社が多いかもしれません。9:00～17:00の会社もあるでしょう。フレックスタイム制で、出退勤の時間が決まっていな会社もあれば、シフト制で毎日出勤時間が異なる場合もありますよね。これらの「定時」は、会社の運営が効率的に行えるように、会社ごとに決められています。

このような、会社での働くルールを作ったりそれを運用したりすることは、企業が持続的に成長し、労働者が安心して働ける環境を整えるための基盤となるものです。今回は、その基本的な定義から、労務管理の重要性、そしてその役割について解説します。

労務管理の定義

労務管理とは、企業が労働者を適切に管理し、労働条件や労働環境を整えるための一連の施策や手続きのことを指します。

例えば、休日。皆さんの会社の休日はどのように決まっていますか？給与計算はどのような式で行われているのでしょうか？ハラスメントが起こった時、相談窓口はありますか？

ルールを決めて運用し、働きやすい職場にする。そのようなこと全般が労務管理です。労務管理は、労働

基準法や労働安全衛生法などの法令に基づき、企業が従業員との関係を円滑に保ち、法令遵守を確保するための重要な手段です。

労務管理の重要性

労務管理というのは、人事以外で働く人にはあまり意識されていないかもしれません。しかし、考えてみれば、非常に重要なことなのです。

皆さんは、給与明細を毎月確認していますか？どのような計算方法で計算されているか知っていますでしょうか。労働時間の集計は適切でしょうか。働いた分、ちゃんと支給されているでしょうか。労働時間の適正な管理や給与計算が正確であることは、従業員が企業に対して信頼感を持つ要因となります。また、会社にはハラスメントなどの心配や問題が起らないように、労働環境の改善を図る義務があります。

労務管理について労働基準法などで決められた義務、そして会社がより良い働く場になるために独自で決めていること、その積み重ねで従業員の会社への信頼感は高まります。また、仕事への前向きな気持ちがあれば、会社の業績アップにつながることでしょう。さらに、法令に従った労務管理を行うことで、企業は法的リスクを回避し、社会的信用を維持することが可能となります。適切な労務管理は、企業が社会的責任を果たし、持続的な成長を遂げるための基本的な条件となります。

労務管理の役割

「入社」というのは、雇用契約の開始ということです。「退職」は雇用契約の終了です。労務管理は採用から始まります。採用そして入社、

働き方、有給休暇や休業、そして退職や解雇の流れ、そういったものももし何も決まっていなかったら、どのように働いてよいのか分かりません。

労務管理は、労働者の採用から退職までの一連のプロセスを管理し、労働条件、労働環境を維持する役割を担っています。採用時の雇用契約の締結、労働時間や休暇の管理、給与計算の正確な実施、安全衛生の確保、さらには従業員のメンタルヘルスケアなども含まれます。

これらが適切に管理されることで、企業は従業員のパフォーマンスを最大化し、競争力を高めることができます。また、労務管理は、従業員との信頼関係を構築し、組織全体の安定性を保つためにも重要な役割を果たしています。

この連載では、以降の各回で労務管理に関するさまざまなトピックを取り上げ、実務に役立つ情報を提供していきます。雇用契約に関する基礎知識やトラブル回避のポイント、労働時間と勤怠管理の実践的なアプローチ、給与計算における留意点、有給休暇やハラスメント対策の重要性など、具体的なテーマを掘り下げ、実際の事例を交えながら、労務管理の基本を解説していきます。

いちかわ 恵氏

1980年東京都生まれ。日本大学芸術学部演劇学科卒業。役者となる夢破れ一般企業に入社し、採用業務に携わる。転職を重ねフリーターや派遣社員を経て、2010年社会保険労務士試験に独学で一発合格。2012年社労士事務所を開業。現在は約60社の労務顧問のほか、講演やセミナーを行っている。2019年から配信しているPodcast「人事労務の豆知識」は登録者2万人。2021年からは社労士向けのオンラインサロン「#社実研」を運営している。



相手の立場に立つとは……

講師の仕事の一つとして、高齢者や障がい者の方々への介助や接遇スキルを学ぶ民間資格、「サービス介助士」の講座を担当しています。近年では多様性（ダイバーシティ）の考え方が少しずつ浸透してきた感がありますが、実効性の観点から見るとまだまだ十分とは言えないのが現状です。相手を尊重し、その違いを自然に受け止め行動できるようにになれば、との思いで講師を務めています。こう言うとかっこ好いのですが、指導している立場でありながら、相手の立場に立ったつもりが思い込みや決めつけで行動していることに私自身が気づかされることが多くあります。

「人それぞれ」を大切に

講座の中で、「電車やバスで席を譲った時に、断られたことのある方はいますか？」と受講生に問いかけると、多くの手が挙がります。「では、断られて良かった！と思った方はいますか？」そう聞くと皆怪訝そうな表情になり、手が挙がることはこれまで一度もありませんでした。この質問は、事故で半身不随になり、車椅子ユーザーになった方が講演会で会場の参加者に投げかけた質問です。その方はこう続けまし

改めて思う、相手の立場に立つとは

合同会社オフィスシュエツテ



本当にそれぞれの事情や考えがあることに気づかされました。

電話対応でも、高齢のお客さまだからといってまるで子供に話しかけるようにゆっくり話し過ぎると「子供扱いしているのか」とお叱りを受けるオペレーターもいます。良かれと思ったことが必ずしも「その方の望む対応」ではないかもしれません。思い込みで対応していないかをつねに考え、お客さまの立場に立って、ご事情や状況を理解し「人それぞれ」を忘れずに、これからも求められる応対を実践していこうと思います。

た。「断られたら、良かった！と喜んでください。なぜなら、人のサポートがなくても一人でできるんだ、それは良かった、と」。それは考えも及ばない視点でした。そして、「障がい者はいつも誰かのサポートを必要としている訳ではなく、できることもたくさんあります。断るには理由があり、それを受け入れ認めてほしい」という言葉は、“目から鱗”の気づきになり、それ以来講座で伝えています。

また、ある視覚障がい者の方は「お手伝いしましょうか、と言われたらほとんどの場合断りますが、そばにいますからと言ってくれるだけで安心します」とちょっとした一言があるだけで安心感につながることを教えてくれました。私たちは障がい者は困っている方、お手伝いが必要な方と決めつけていたのです。ある日、電車で席を譲ろうとした時に「一旦座ると立つのが大変なので立っているほうが楽なんです」と丁寧に断られたこともありました。

小野 由美子氏

合同会社オフィスシュエツテ 代表。電話応対技能検定指導者級資格保持者。フリーアナウンサーとして数々の番組のキャスター・レポーターを務め、その経験を活かしてコミュニケーションをベースにした企業研修の講師として活動。電話応対コンクールの指導や審査員、障がい者や高齢者対応の接遇研修や電話応対研修も行っている。

「今回の講師は、株式会社Safariの西岡 幸恵さんです。長年広告マンとして仕事をされており、言葉のセンスは流石です。電話応対技能検定の実施機関としても活躍されています。エレガントな雰囲気でもとても素敵な講師ですが、海外にまで行かれるサーファーという意外な一面をお持ちです」



小野 由美子氏

バックナンバーを一気読み！
ユーザ協会 お客さまCS



チャレンジ！ 電話応対技能検定

このコーナーでは「電話応対技能検定」の試験で出題された問題の中から、毎回1問ずつ掲載していきます。

問題

一般的に、「母音」は声帯の響きを持っている「有声音」ですが、子音は「有声音」と「無声音」とに分かれます。このうち「無声音」は、しっかり息を使って発音しないと相手が聞き取りにくい性質があります。電話の応対では、人の名前を言うことが多いものですが、次の例に挙げた日本の多い名字で、始まりが「無声音」のものはいくつありますか。選択肢の中から一つ選びなさい。

<名字例>佐藤 鈴木 高橋 田中 伊藤 渡辺 山本 中村 小林 加藤

1. 7つ
2. 6つ
3. 5つ
4. 4つ

※1級問題より



スキンケアに関する知識をアップデートし お客さまのお悩みに対して親身に対応

株式会社鈴木ハーブ研究所

株式会社鈴木ハーブ研究所では、主に化粧品の研究開発・販売、ハーブの品種改良・栽培・販売を行っています。お客さまのお悩みに丁寧に寄り添い、より良い関係性を構築するための取り組みについてうかがいました。

Web版ではより詳しい内容がご覧いただけます

ユーザ協会 C20092



お客様サービスセンター
藤田 慎司氏



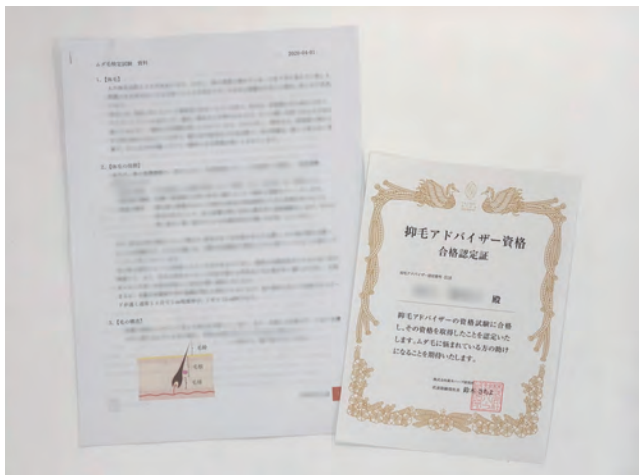
お客様サービスセンター
田口 瑠美子氏

といったお悩みが多く寄せられます。親御さまとしては、お子さまに関することなので、お気持ちの入ったお電話をいただくことが多いです。(田口氏)

お客さまの気持ちに寄り添って お応えすることを心がける

Q 電話対応に関する考え方や取り組みについて 教えていただけますか。

A 悩みを抱えて電話をかけてくるお客さまに対し、その方がもし自分の家族だったらどう声をかけるだろうかと考えて説明するよう指導しています。実は、私以外のオペレーターはすべて女性で、子育ての経験がある人も多いので、お客さまの気持ちに寄り添ってお応えすることが無理なくできているように思います。また、当社はムダ毛ケアの製品がシェアの大半を占めることもあり、そうしたお悩みにお応えできるような専門知識を身につけ、かつ、対応レベルを均一に保つことが課題となっていました。そこで、2019年に社内資格として「抑毛アドバイザー」が設立されました。合格すれば資格が獲得できるという取り組みで、現在、オペレーター全員が資格を取得しています。これによ



抑毛アドバイザー試験の問題(左)と合格認定証(右)



お客様サービスセンターでは電話のほか、チャット、ビデオ通話でお客さまの問い合わせに対応している



社内での対応研修の様子



電話対応の様子

り、一人ひとりが対応に自信を持つことができ、専門性の高いアドバイスができるようになりました。

また、終話後にお客さまへ対応品質のアンケートを行っているのですが、メール送信文のわきにオペレーターの顔写真を添付するなど、身近に感じていただける工夫も行っています。(藤田氏)

電話対応コンクールは電話対応レベルを 見つけ直す良い機会

Q 電話対応コンクール(以下、コンクール)にどのように 取り組まれていますか。

A コンクールについては、お客さま対応のレベルを高めたいということがきっかけで2019年に初めて参加し、毎年2～3名程度が挑戦しています。以前から、対応レベルを上げるためのOJTや毎月のモニタリング、フィードバックなど、社内で行えることを実施してきましたが、当社の電話対応のレベルを冷静に見つめ直したいと考えていた時期でしたので、良い機会になりました。役に立った点はたくさんあります。例えば外部講師の方から普段意識していない点を指摘いただくことにより、電話対応の基礎力が上がってきていると感じています。また、参加者が成長する姿に刺激を受けて、私もコンクールに出たいというメンバーが現れるなど、職場の中でも良い雰囲気が醸成されています。2023年の大会で、他企業の方の競技を拝見し、当社オペレーターとは違う角度の表現から新しい視点を得ることができました。(藤田氏)

参加して考えさせられたのは「言葉による表現」についてです。私たちが日々行う応対業務では、まずお悩みを聞くことから始まるのですが、しっかり受け止めていますよというメッセージを何らかの形でお客さまに伝えることも、聞くことと同じくらい重要です。(田口氏)

スキンケアに関する知識をアップデートし、 進化していきたい

Q 今後の取り組みについてお聞かせください。

A 私たちお客様サービスセンターは、自社コールセンターですので、オペレーターが応対した内容を即座に社内全体へフィードバックできる環境が整っていると言えます。そうした利点を活かし、今後もお客さまからの声を、製品や購入制度などの改善に積極的に反映していきたいと考えています。(田口氏)

スキンケアに関するお悩みが多様化している中、どのようなお手入れ方法をおすすめすればよいのか、どの範囲まで私たちがご案内できるのかを日々考えながら業務にあたっています。これからもオペレーター全員がスキンケアに関する知識をアップデートし、時代に合わせて進化していけるよう、さまざまな取り組みを行ってまいります。(藤田氏)



SUZUKI HERB
LABORATORY

会社概要

会 社 名：株式会社鈴木ハーブ研究所
所 在 地：茨城県那珂郡東海村村松 2461
創 業：2004 年（平成 16 年）9 月
代表取締役社長：鈴木 さちよ
URL：https://s-herb.com/
（ユーザ協会会員）

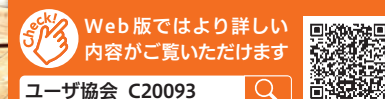
関連記事もWebで！
「AI時代でもお客さまに寄り添う対応」
ユーザ協会 エミネット



お客様相談室に集積される情報を効率よくデータ化し 全社的な顧客サービス向上に役立てたい

カリモク家具株式会社

カリモク家具株式会社は、愛知県知多郡に本社を置く木製家具メーカーです。同社の家具は親子二代、三代にわたる使用など、長く使われることを想定しているため、家具の修理やクリーニング業務にも注力しています。修理などのお問い合わせは、「お客様相談室」で受け付けていますが、いくつかの課題がありました。今回は、その課題解決の取り組みについて、同社の榊原 岳広氏に話をうかがいました。



取締役部長
榊原 岳広氏

Q 御社の業務内容とコンタクトセンターの課題についてお聞かせください。

当社は1947年の設立で、木製家具の製造・卸業務を行っています。一部販売も行っていますが、基本は卸で家具店や百貨店、住宅メーカーなどに納入しています。営業所は北海道から鹿児島県まで26ヵ所、ショールームも単独・営業所併設合わせて全国に26ヵ所あります。製造工場は愛知県と岐阜県に5ヵ所、木材から家具の材料を造り出す資材工場が北海道・秋田県・マレーシアにあります。

コンタクトセンターとしては、一般ユーザー向けの窓口としてお客様相談室を、取引先向けの注文窓口として受注センターを運営しています。お客様相談室では月に1,000件ほどの問い合わせがあり、8割以上が、修理・メンテナンスの相談です。課題としては、修理対応でお客様から送られてきた画像と通話の対応履歴を、Notes (HCL社が開発・販売しているグループウェアパッケージ。旧称「Lotus Notes」) をカスタマイズした社内システムに残すことで、CRM(Customer Relationship Management: 顧客管理) に活用していましたが、対応履歴の記載は手入力でしたので、個人により記載内容の精度にばらつきが見られたことでした。また、入力に時間がかかり電話に出られないといった本末転倒の事態を招くこともありました。さらに、お客さまとの対応の成功例などをFAQに作成し社内

るものの活用度合いが低いという課題があり、社員教育やサービスレベル向上の観点から非常にもったいないと思っていました。

Q システム導入までの経緯をお聞かせください。

当初は自社システムの改修も検討したのですが、社内システムのベースとなっていたNotesは今後の継続に不安があったため見送りました。そして10社以上の提案の中から、クラウド型のコンタクトセンターの基幹(PBX)システムとCRMシステムの導入を決定し、2024年4月から運用を開始しました(図参照)。システム選定の決め手は、電話機がいらずパソコンとヘッドセットさえあればどこでも電話が受け取れて将来的に在宅勤務も可能になるということと、AIを活用した音声認識技術により通話を自動的にテキスト化できること、対応履歴の情報共有を強化できること、さらに修理対応特有の品番や使用期間などの情報を入力できるといったカスタマイズが可能であり、従来とあまり違和感なく作業できることでした。

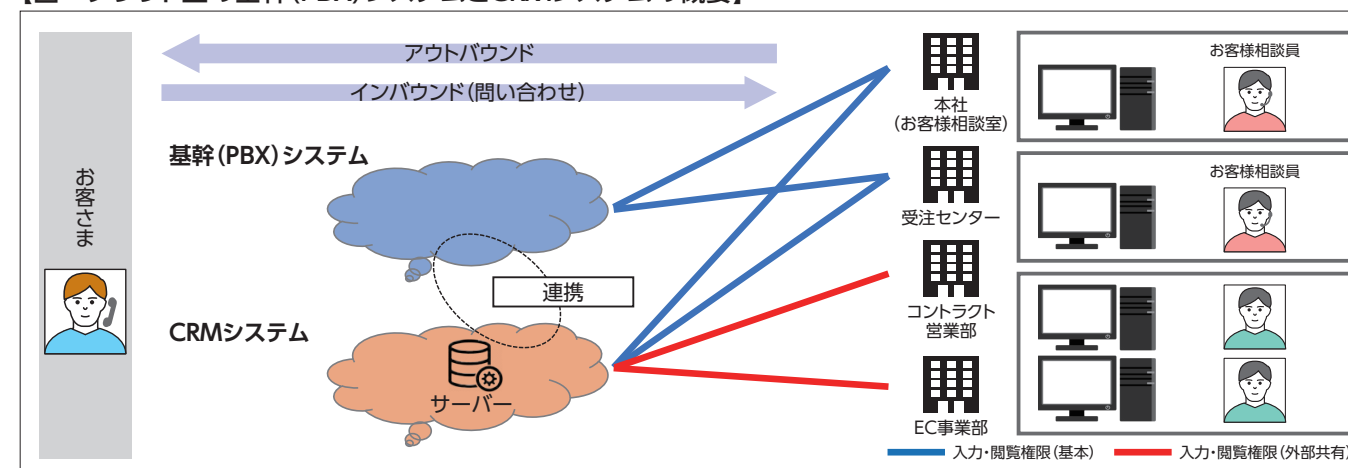
Q システム導入でどのような効果がありましたか。

コンタクトセンター用のクラウド型基幹(PBX)システムとCRMシステムの導入により、お客様相談室の8名



修理・メンテナンスの相談を受けるお客様相談室

【図：クラウド型の基幹(PBX)システムとCRMシステムの概要】



コンタクトセンター用のクラウド型基幹(PBX)システムとCRMシステム導入により、お客様相談室、受注センター、コントラクト営業部、EC事業部の連携を可能に

の相談員の電話の待機時間が、平均的になりつつあると感じています。以前は同じスタッフばかり電話を取ってしまい、なかなか取れないスタッフもいましたが、そういう状況が緩和されてきています。また、リモートワークが可能な環境を構築できるため、例えば台風の影響で出社が困難な状況でも在宅で問い合わせ対応ができるようにして、将来的に人手不足を解消するための雇用促進につなげていきたいと考え、社内でシミュレーションを行っています。一方で、CRMシステムの音声認識の精度については、求めるレベルに達していない点もあるため完全移行できていない状況ではありますが、それでも一定の効果は出ています。以前は、対応履歴を一字一句丁寧に入力するため、残業するスタッフもいましたが、自動テキスト化により6割程度認識できたテキストを使えるので、稼働がずいぶんと軽減できています。それにより、遅くまで残業をするスタッフも減少しています。

Q 最後に、今後の展開についてお聞かせください。

お客様相談室の日々のお問い合わせで得た情報は、全社的なサービス向上を図る上で、非常に貴重です。現在はお客様相談室、受注センター、コントラクト営

業部、EC事業部がそれぞれお客さまに対応していて、顧客情報はそれぞれ別の形式で保管されている状況です。それらの情報は、当社にとって非常に大きな財産ですので、一元管理によって連携を図ることで、セキュリティ面の強化を図るとともに、その価値を一層高めていきたいと考えています。

統合されたCRMデータから、お客さまに対しては新商品の案内などの販促活動や修理の通知を行うことができますし、社内的には、社員教育の一環としてお客様相談室が実践しているコミュニケーション手法や修理をはじめとする商品情報を、業務経験が浅い若手の営業スタッフなどへ共有することも検討しています。さらに、課題として挙げたお客さま対応の成功例もFAQなどを作成して、社内に発信したいと考えています。そのようにして、お客さまとの対応から得た貴重な情報についてデジタルツールを駆使して分析し、活用していきたいと考えています。修理を依頼される方はカリモク家具に愛着をもっていただいている重要なお客さまですので、そうした情報を取り込んでCRMに活かし、サービス向上を図っていきたいと考えています。

カリモク家具

●会社概要

会社名：カリモク家具株式会社(営業部)
設立：1947年(昭和22年)2月5日
所在地：愛知県知多郡東浦町大字藤江字皆栄町108番地
代表取締役社長：加藤 正俊
資本金：4,500万円
社員数：920名
事業所：営業所26ヵ所、ショールーム・アウトレット：ショールーム26ヵ所、アウトレット3ヵ所
事業概要：材料の管理から家具の製造・卸売・販売まで行う木製家具メーカー

URL：https://www.karimoku.co.jp/
(ユーザ協会会員)



家具の修理の様子



「自分を売る」

この言葉を聞いた時には、なるほどなぁと感心したものでした。しかしその一方で、「自分を売って、どうやって売のらう？」という疑問が残りました。AI時代の今、改めて「自分を売るとは何か」について考えます。



「お前、明日から布団売れるか」

先日、ユーザ協会のY支部長と話していて、久しぶりにこの「自分を売る」という言葉を聞きました。NTTの営業畑出身のその方は、若い頃、毎日毎日、営業で電話機を売っていたそうです。それなりの好成績を上げていたある時、先輩から声をかけられました。「お前なあ、明日から羽毛布団を売ってこい、と言われたら売れるか?」。一瞬、返事に詰まったYさんに先輩は、「俺は売れる」と、気負った風もなく、さらりと言ったそうです。先輩は言葉を続けました。「電話機を売る営業スキルには限界がある。しかし、自分を売ることができれば、その効果は何にでも広がっていくよ」。

本稿「第121回」で、高倉 健さんの「生き方が芝居に出る。演技ではない」という名言をもじって、「生き方が電話応対に出る。スキルではない」という言葉をご紹介しました。つまり生き方が「自分」を作ります。その「自分」を買ってもらうのです。



どうやって売のるか

営業や商売にとって、自分を売ることが大事だと分かっても、ではどうすればよいのでしょうか。対面での販売であれば、言葉以外にも、態度、ふるまい、笑顔などの表情、目線の置き方などいろいろなノウハウがあります。しかし電話でどうやって自分を売のるかとなりますとハードルが高くなります。敬語などの言葉づかいに限定されそう

「営業とは商品売るのではない。自分を売るのだ」。営業の仕事に携わってきた方は、新人時代、上司や先輩から口を酸っぱくして言われてきた言葉かと思います。それは、今も変わらぬ営業の基本でしょう。私も初めて

ですが、大事なことは言葉づかいではなく、何を話すかです。

こちらが話したいのではなく、お客さまが知りたいこと、関心を持ってくださることを話すのです。

今の時代は、ネットや雑誌から得られる多様な情報に満ち溢れています。とは言っても、AIオペレーターでも話せるありきたりな営業トークでは、お客さまの心はつかめないでしょう。ネットや週刊誌などから得る情報をちりばめてみても、関心は持たれないでしょう。お客さまの心をつかむポイントの一つは「個人情報」にあるのです。

人は皆、他人の個人情報が好き

個人情報保護法ができて、プライバシーは法的にも随分厳しく守られるようになりました。それは大事なことです。私たちは本来、他人の個人情報が好きなのです。昔から言われる井戸端会議などはその典型でしょう。

大分以前のことで、ある地方都市で、任期満了に伴う町長選挙が行われました。3人の候補が立ちました。立会演説会で、現職のA候補は、町の現状を分析しながら、とうとうと2期目への政策を述べました。対するB候補は、鋭く現体制を批判し、革新的な町の発展策を述べました。C候補は、苦学してきた自身の今日までの歩みを淡々と語りました。そして、町長になったら、苦しかった経験が活きる町政をしたいと話しました。結果はC候補が選ばれたそうです。苦学して今日まで来た個人情報に、選挙民たちは魅かれたのでしょ



素顔を見せ始めたアーティストたち

以前は、音楽会などに行きますと、開演のベルとともに演奏者が現れて、いきなり演奏を始めていました。そして終演とともに幕が下ります。終演を告げるのは陰のアナウンスだけでした。そのことに私はずっと欲求不満がありました。それが最近は変わり始めました。各分野のアーティストが、ステージ上でトークなどを入れて素顔を見せ始めたのです。

DX社会が進めば進むほど、人間が見えなくなります。それは淋しくもあり、恐ろしくもある社会です。電話も同じです。言葉で用件は伝え得たとしても、人間的なつながりまでは期待できないでしょう。AIオペレーターには素顔はありませんが、人間には、その言葉から見えてくる、売れる素顔があるはず。法に触れることなく、人を傷つけることなく、個人情報をどう伝え、どう訊き出し、つながりを作るか。これからの電話応対の課題の一つだと思います。



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。



バックナンバーを一気読み！
ユーザ協会 コミュニカ 鍛える



チャレンジ！電話応対技能検定の答え：(2)

ホームページには、詳しい解説を掲載しています。[電話応対技能検定 過去問]で検索！

参加無料！
オンラインセミナー開催！

“AIがつなく、デジタルコンテンツが導く、働き方改革の将来像”
について、無料のオンラインセミナーを開催します！



中村 伊知哉氏

●特別講演

テーマ：「超ヒマ社会」到来。
「働き方」改革より、
「遊び方」改革ってなあに？
講師：iU (情報経営イノベーション専門職大学) 学長
中村 伊知哉 氏

●基調講演

テーマ：NTT版tsuzumi等のAI活用で
業務変革と新たな価値創造を
講師：日本電信電話株式会社
常務取締役 常務執行役員 CCXO
Co-CAIO 研究開発マーケティング本部長
大西 佐知子 氏

●日時：2024年11月8日(金) 14:00~16:00

■お申込みについて

お申込み締め切り：2024年11月6日(水) 23:59
お申込みフォーム：<https://coubic.com/jtua-kinki/3357804>

■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



電話応対技能検定3級講習
お役立ち教材

3級の検定講習3時間分が学べる、電話応対技能検定
公式教材(eラーニング教材)のご紹介

電話応対技能検定の実施機関の皆さまにお知らせです。

「検定講習15時間、一度に同じ職場の社員を集めて研修するのは、業務との兼ね合いで、なかなか厳しい…」

そんな時には電話応対技能検定の公式教材(eラーニング教材)を併用してみたいかがでしょうか？

3級講習3時間相当の内容を、受講生のご都合の良い時間に学んでいただけます。



■コンテンツ概要

日経DVD『コミュニケーションの基本シリーズ』(全3巻)を編集した動画と、各20問の修了テストがセットになったeラーニング教材(全3コース)です。

■利用シーン

デジタルネイティブ世代の新入社員は、優秀な一方で、①オフィスの「電話を怖がる」②電話やメールなどの「ビジネスツール」の使い分けができない③ちょっとした「心遣い」ができないという特徴が見受けられます。本講座は、これら三つの問題を解決する研修教材です。動画の視聴後、修了テスト(各20問)を受けることで理解度が確認でき、研修効果が高まります。

■料金

通常5名・66,000円(税込)のところ、会員企業さま向け価格の5名・33,000円(税込)で購入できます。(3コース分価格。1コースでも購入可能。ID有効期間は1ヵ月)

■申込方法

・会員企業さまはこちら URL: <https://info.nikkei.com/books/moshimoshi/form2/>
・一般企業さまはこちら URL: <https://info.nikkei.com/books/shikakusho/qualification09/>



会員企業さま



一般企業さま

ユーザ協会が開催するイベントやセミナーにぜひご参加ください

ユーザ協会では、全国各地でICTや電話応対などの分野において、イベントやセミナーを開催しています。

詳細は、ユーザ協会ホームページの「イベント・セミナー検索」または各支部のホームページをご覧ください。

「イベント・セミナー検索」
<https://www.jtua.or.jp/event/>



「ユーザ協会の各支部ホームページ」
<https://www.jtua.or.jp/about/region/>



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部
の「各種お申込み」内の「メル
マガ登録」ボタンから

