

2026年度 第29回

企業電話対応コンテスト



申込受付期間

2026年

5/1^金
～7/20^月

参加企業 大募集!

参加企業の声 /

報告書を活用し、センター全体の課題や改善点を把握したうえで、改善活動に取り組んでいます。

各スタッフの電話対応のレベルアップのために参加しています。

自己満足にならないよう、外部からのご意見をいただく機会として参加しています。

お気軽にご参加が可能

普段の電話対応が審査の対象です

対応品質改善やCS向上に活用可能

審査結果の報告書をフィードバックします

- 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、申込みされた企業へ予告なしに電話をかけます。
- 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、審査結果や改善のアドバイスを報告書にしてフィードバック。優秀企業を表彰します。(11月)

【参加料】

一般

14,300円^(税込)

会員

11,000円^(税込)

※いずれも、1審査あたりの参加料です

詳細のご確認やお問合せ、ご参加のお申込フォームはこちらから

日本ICTテレコムユーザー協会 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ICTテレコムユーザー協会

テレコム・フォーラム 2026 7

令和8年7月1日発行 第45巻7号 (通巻514号)
〒101-0031 東京都千代田区東神田2-6-9 Daiwaプレイス東神田 II 9F 電話03-5820-2071

公益財団法人 日本ICTテレコムユーザー協会

テレコム・フォーラムの送付先変更は各都道府県のユーザー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

7

July 2026



特集

従業員を守るために取り入れたい AI・ICTで進めるカスハラ対策

一般社団法人ココロバランス研究所



Information

協会名称変更のご案内



公益財団法人
日本ICTテレコムユーザー協会

ICT COLUMN

ひとり情シス時代を中小企業が乗り越えるための対処法(第1回) ひとり情シスの背景と現状、リスクとは



電話
対応で
CS向上

お客さまの声に寄り添い、感動を届ける 「世界一温かい窓口」を 目指す顧客体験の向上

株式会社ワコール



新たな
コミュニケーション
の探求

設定を容易に行える柔軟性の高い CRMシステムの導入でスタッフ間での 情報共有を実現

PCテクノロジー株式会社



連載

心理的安全性が高く、効果的な組織・チーム運営
心理的安全性と人的資本経営

お客さまから学ぶCS向上
「クレーム対応は、道案内」と気づいた日

コミュニケーション力を鍛える
「伝わり難くなった日本語」



公益財団法人
日本ICTテレコムユーザー協会

協会名称変更のご案内

平素より当協会の活動にご理解とご協力を賜り、心より御礼申し上げます。

さて、このたび当協会は、
2026年7月1日付で「公益財団法人 日本電信電話ユーザ協会」から
「公益財団法人 日本ICTテレコムユーザー協会」へ名称変更いたしました。

当協会は、1976年に「財団法人 日本電信電話ユーザ協会」として発足し、2012年の公益法人化を経て現在に至るまで、情報通信技術・サービスを利用したコミュニケーション文化の振興を図るとともに、情報通信技術・サービスの利用者の皆さまの利便性増進に寄与し、地域社会の発展に貢献することを目的に、長年事業を展開してまいりました。

このたび、協会設立50周年を迎え、事業環境の変化を踏まえ、公益財団法人として、その事業の中心である「ICT活用推進事業」と「テレコミュニケーション教育事業」をさらに推進し、これまで以上に皆さまのお役に立てる活動を行っていく思いを込め、今回の名称変更を実施することといたしました。

なお、名称変更に伴う法人格・所在地・事業内容・組織体制などの変更はございません。
これまで通り、公益法人としての使命を果たし、地域社会の発展に寄与する活動を継続してまいります。

当協会を日頃からご支援いただいている皆さま、当協会会員の皆さま、関係者の皆さまには今後とも変わらぬご支援を賜りますようお願い申し上げます。

2026年7月1日
公益財団法人 日本ICTテレコムユーザー協会
会長 中野 武夫

〈新協会名称ロゴ〉



※商標登録出願中

〈沿革〉

1959年	「全国電話連合会」結成
1965年	「全国加入電信協会」結成
1976年	両団体を統合して「財団法人 日本電信電話ユーザ協会」発足
1982年	「テレコム・フォーラム」創刊号発刊／「電話応対コンクール全国大会」開催
1994年	活動の軸として「情報発信に関する事業活動」「電話応対教育に関する事業活動」を策定
2005年	「電話応対コンクール全国大会」に総務省の後援（優勝者に総務大臣賞授与）
2009年	「電話応対技能検定（もしもし検定）開始」
2012年	内閣総理大臣から公益財団法人の認定書交付、公益財団法人に移行
2019年	『クローズアップ現代』で協会を紹介／オンラインセミナーの開始
2020年	「電話応対コンクール」のリモート開催、 総務省「テレワークサポートネットワーク事業」の地域相談窓口登録
2025年	「電話応対技能検定4級IBT方式（インターネット方式）」の開始
2026年	「公益財団法人 日本ICTテレコムユーザー協会」に名称変更

協会の名称変更に伴い、今後、協会からの発行物（請求書、口座振替事前案内通知書など）につきましては、新協会名「日本ICTテレコムユーザー協会」でお送りさせていただきます。

特集

従業員を守るために取り入れたい AI・ICTで進めるカスハラ対策

一般社団法人ココロバランス研究所

2026年10月から、すべての企業にカスタマーハラスメント対策が法律で義務づけられます。従業員（労働基準法上の労働者）が一人でもいれば、法人化されていない個人商店でも対応が求められる中、中小企業はどのように備えるべきでしょうか。今回は、カスタマーハラスメント対策におけるAI・ICT活用の現状と導入時の留意点について、ココロバランス研究所理事で東洋大学社会学部教授の桐生 正幸氏にお話をうかがいました。



一般社団法人ココロバランス研究所 理事
東洋大学社会学部 教授 Ph.D.
桐生 正幸氏

サービス競争が生んだ カスハラの土壌

カスタマーハラスメント（以下、カスハラ）とは、企業の商品やサービスに対する正当なクレームとは異なり、顧客や取引先が従業員の就業環境を害する「著しい迷惑行為」を指します。具体的には、暴言や脅迫、過度な要求など、従業員の心身の健康を損なう行為が該当します。

カスハラの研究と対策に取り組むココロバランス研究所の桐生正幸氏は、この問題が社会的に注目されるまでに深刻化した背景には、景気低迷による社会環境の変化があったと解説します。

「カスハラが社会的に注目を集める契機となったのは、1999年の『東芝クレーム事件』※1です。この事件では、消費者がインターネット上で企業を告発し、大きな影響を及ぼす構図が生まれまし

た。その後、2000年代には“失われた30年”と呼ばれる長期的な景気低迷の中で企業間のサービス競争が激化し、『お客さまは神様です』という考え方が広がっていきました。さらに消費者側にも、『自分たちは神様のだから、企業は意見に従うべきだ』という過剰な権利意識が浸透していったのです。結果として、企業自身が悪質なクレームを生み出す土壌を作ってしまった側面があります」（桐生氏）

2010年代に入ると、被害はさらに深刻化します。暴力や不当な金品要求、長時間の拘束、土下座の強要といった事例も報告されるようになりました。それでも多くの企業は十分な対策を講じず、特に非正規雇用者の中には、「カスハラに対応できなければ解雇される」という不安から、助けを求められないまま追い詰められていくケースも少なくありませんでした。結果として、現場では負のスパイラルが生まれていったのです。

「こうした状況の中、2017年に産業別労働組合のUAゼンセンが実施した『悪質クレーム（迷惑行為）に関するアンケート調査』（図参照）によって、多様な被害実態が明らかになりました。この頃から、厚生労働省でも問題の深刻

さが認識されるようになります。そして翌2018年には、厚生労働省が公的に『カスハラ』という表現を用いるようになり、法整備に向けた議論が本格化しました。こうした流れを経て、現在の対策強化へとつながっているのです」（桐生氏）

企業に求められる カスハラ対策

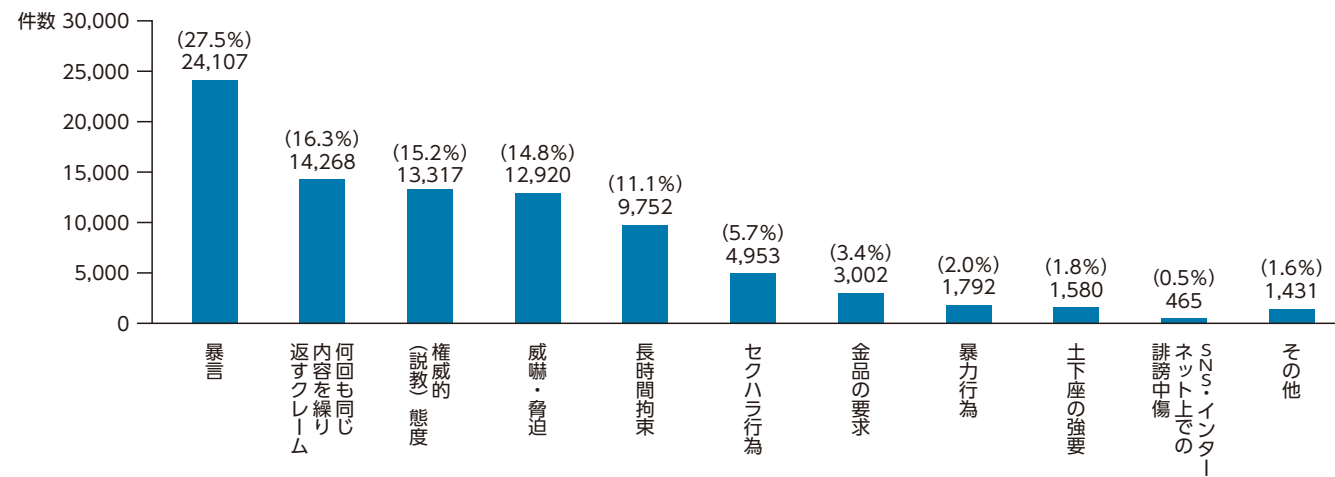
では、カスハラ対策が義務づけられる2026年10月以降、企業にはどのような対応が求められるのでしょうか。

「まず、各企業が自社としてのカスハラ対策を整備し、具体的なガイドラインを策定した上で、従業員への周知を徹底する必要があります。さらに、悪質なクレームによって心身に不調をきたした従業員へのフォロー体制を整え、必要に応じて労災認定への対応まで行うことが求められます」（桐生氏）

カスハラ対策を怠った場合のリスクについて、桐生氏は次のように話します。

「厚生労働省から注意喚起を受ける可能性があります。また、就職活動中の学生から、カスハラの多い企業は“ブラック企業”と認識され、敬遠される可能性もあります。実際に私のゼミの卒業生も、

【図：悪質クレーム対策(迷惑行為)に関するアンケート調査結果】



出典：UAゼンセン

就職先を選ぶ際にカスハラの実況を調べていました。現在では、就活生が企業の評判を調べる中で、カスハラ被害の有無を確認することは一般的になっています。会社が自分たちを守ってくれるかどうか、重要な判断材料になっているのです」(桐生氏)

このような状況を背景に、近年はAIやICTを活用したカスハラ対策ツールの導入・開発も進んでいます。

「代表的なものの一つが監視カメラです。最近では、従業員一人ひとりの名札に装着できる小型カメラも登場しており、リアルタイムで現場の状況を把握できるようになっています。カスハラの様子を映像として記録できるだけでなく、『録画されている』という認識を与えることで、抑止力としても機能します。また、業種・業態ごとのカスハラ事例をAIに学習させ、分析に活用する動きも広がっています。例えばコールセンターでは、AIがカスハラの前兆を検知し、通話中の従業員に対して『上長が介入すべきタイミング』を通知するなど、現場支援に役立てられています」(桐生氏)

一方で、桐生正幸氏は、「カスハラを起こさせないための抑止力」が、企業にとって必ずしもプ

ラスに働くとは限らないと指摘します。

「苦情そのものは、誰もが申し立てる権利を持っています。その伝え方や要求内容が過剰で悪質な場合に、初めてカスハラになります。しかし、苦情そのものを言いづらくするような風土を作ってしまうのは問題です。企業にとって苦情は、自社の商品やサービスを改善するためのヒントであり、いわば“宝”でもあります。その価値を失わないよう、経営者はバランスを考えながらツールを活用していく必要があります」(桐生氏)

カスハラ対策で広がるAI技術の活用

AIを活用したツールについては、桐生氏が教壇に立つ東洋大学と富士通が共同で「カスタマーハラスメント体験AIツール」を開発しています。さらに、2024年12月から2025年3月にかけては、ココロバランス研究所を加えた三者で、「カスタマーハラスメント対応教育プログラム」の開発に向けた実証実験を行いました。

同ツールについて、桐生氏は「もともとは特殊詐欺対策向けのトレーニングツールだった」と解説します。

「特殊詐欺の被害者も、実際に

詐欺を経験したことはほとんどありません。そのため、まずはAIに特殊詐欺の事例を学習させました。そして、AI(詐欺者)と高齢者が会話を行う中で、心拍数や呼吸などから心理状態を把握し、どの場面で、どの言葉に動揺したのかを検知できるシステムを開発したのです。さらに、危険な兆候が表れた際には、離れた場所にいる家族などへ通知する仕組みも構築しました。このシステムはカスハラ対策にも応用できると考え、開発したのが『カスタマーハラスメント体験AIツール』(画像参照)です」(桐生氏)

同ツールはAIアバターが業種・業態ごとのカスハラ場面を再現し、利用者は心理的な圧迫を疑似体験できる仕組みになっています。また、利用者がどのような場面でストレスを感じたのかを可視化するため、心拍数や呼吸を測定し、心理状態を推定します。

「心拍数や呼吸などに表れる動揺に加え、どのような対応を行ったかも分析し、最終的には『あなたの対応は何点です』といった評価も行います。これにより、ストレスマネジメントを行いながら、適切な対応力の習得を支援する仕組みになっています。今回は、パーソルコミュニケーションサービス社のコールセンターで実証



「カスタマーハラスメント体験AIツール」最新版のデモ画像。体験フィードバックの一例

実験を行いました。同ツールで訓練した集団と、訓練を行わなかった集団を比較したところ、訓練した集団のほうが、自身の顧客対応を改善しようとする意欲が高まるという結果が得られました」(桐生氏)

こうした取り組みに加え、近年はAI音声変換技術を用いて、通話相手の強い口調を穏やかな音声に変換し、オペレーターの心理的負担を軽減するツールや、通話対応そのものをAI音声が代行する仕組みなども登場しています。AIによるカスハラ対策は日々進化しており、実証段階から実用化へと移行しつつあります。

「今後は、カスハラが発生時間や場所といった環境データも蓄積され、発生しやすい状況の分析が、より高度に行えるようになるでしょう。こうしたシステムの活用によって、企業側に内在する要因の特定や改善も進むと考えられます」(桐生氏)

無理なく進める中小企業のカスハラ対策

中小企業におけるカスハラ対策は、十分に進んでいるとは言えません。とりわけ地方の小売店や個人経営の店舗では、ガイド

ライン策定の負担やシステム投資のハードルが高く、対応が遅れがちです。こうした状況の中、桐生氏は生成AIを活用した現実的な対応策について次のように説明します。

「ChatGPTやGeminiといった生成AIは、スクリプト^{※2}次第で無料版でもカスハラ対策に十分活用できます。例えば『青果店の対応スクリプトを考えて』と入力すれば、基本的な対応例をすぐに得ることができます。また、他企業のマニュアルを参考に、自社向けのマニュアル案を作成することも可能です。ただし、生成した内容をそのまま使うのではなく、現場で実際に運用できるかを従業員とともに検証することが重要です」(桐生氏)

また桐生氏は、「カスハラ対策の大前提は従業員を守ることであり、それは同時に会社を守り、顧客を育てることにもつながる」と指摘します。

「犯罪心理学の観点から見ると、カスハラが発生を減らすことはできても、クレーマーを完全に排除することは困難です。今後、大手企業で対策が進めば、クレーマーの矛先が未対策、あるいは対策が不十分な中小企業に向かう可

能性もあります。そのため、対策を怠る企業ほど標的になりやすく、経営者には従業員を守る姿勢が一層求められます。さらに、インターネット上の誹謗中傷の実態に対する理解が不十分なままでは、カスハラがどのように拡散し、企業の信頼を損なうのかを具体的にイメージしにくいかもしま

せん。だからこそ、現場をよく理解する人材と連携しながら対策を進めるとともに、ICTやAIの活用を前提とした体制整備が必要です。その結果として、悪質なクレーマーを遠ざけるだけでなく、より良い顧客との関係構築にもつながっていくでしょう」(桐生氏)

テクノロジーの進化に伴いコミュニケーションの手法が大きく変化する中、企業にはその変化に対応した顧客対応と環境整備がますます求められます。

※1 東芝クレーマー事件：1999年(平成11年)に起きた、東芝の顧客クレーム処理に端を発する事件。インターネット黎明期の企業告発事件として、企業がクレーム対応を大きく見直す転機となった。
※2 スクリプト：生成AIに対して回答内容を指示する入力文のこと。



●組織概要
団体名：一般社団法人ココロバランス研究所
設立：2021年(令和3年)5月
所在地：東京都目黒区五本木1-30-1 3B
代表理事：島田 恭子
事業内容：学術的な見地を基に、個人と組織の「こころのバランス」を整える活動の中、その一つとしてカスハラ対応の研究を実践
URL：https://kokorobalance.jp/



ひとり情シスの背景と現状、リスクとは

一人の担当者が情報システム部門のほとんどの業務を担っているような状態を、「ひとり情シス」と呼びます。一人で八面六臂^{はちめんろっぴ}の活躍をする彼らは「離島のお医者さま」とも評され、パソコンやネットワーク、セキュリティ対策にとどまらず複合機や空調、警備システムなどあらゆる相談を受けます。頼りにされる一方で、一人ゆえの負荷とリスクも抱えています。本連載(全3回)の第1回は、ひとり情シスの背景と現状、そして抱えるリスクと課題について詳しく見ていきます。

ひとり情シスの実態

「ひとり情シス」という言葉を聞いたことがあるでしょうか。「情シス」とは情報システム部門の略称です。大企業であれば数十名規模のチームが、パソコンの管理からネットワーク、勘定系システムまで社内でのICTの一切を担当します。しかし、従業員300名以下の中堅・中小企業では、情シス部門が存在することはあまりなく、「ひとり情シス」の状態がよく見られます。その実態を可視化すべく筆者は2017年に日本で初めて大規模な調査を実施しました。その結果、従業員が300名や400名規模の中堅企業でも、ICT担当者が一人しかいないケースが多数存在することが判明し、「本当に一人でやれるのか」と驚きをもって報道されました。

一方、従業員100名以下の規模になると、ひとり情シスの位置づけは変わります。この規模の企業では、ICT専任担当者を置かず、総務や経理などの管理部門の従業員がICT業務を兼任しているケースが一般的です。そのため、専任のひとり情シスがいる企業は「一人でも専任がいるのがうらやましい」と羨望の対象になるほどです。

大きな転機となったのが、2020年の新型コロナウイルス感染症の拡大です。それまでICT管理をそれほど重視していなかった企業でも、リモートワークの導入やパソコンの社外持ち出し対応、社内データのバックアップ整備など、緊急のICT対応が次々と求められるようになりました。多くの中堅・中小企業でICT担当者の増員計画が立てられ、未経験エンジニアの募集広告も増加しました。実際に100名を超える企業ではひとり情シスが減少し、2人目、3人目の増員が進みました。しかし2023年頃、新型コロナ

ウイルス感染症が落ち着きを取り戻すとこの傾向は一転し、再びひとり情シスが増加し始めています。

ひとり情シスの業務負荷

ひとり情シスの業務範囲は、想像以上に広いものです。大きく三つの柱に整理すると、「情報セキュリティ対策」「システム運用・保守」「社内ICTサポート」になります。

情報セキュリティ対策では、ウイルス対策ソフトの管理、OSやソフトウェアのアップデート適用、不審メールへの注意喚起、インシデント発生時の初動対応などがあり、常に最新の知識と細やかな注意が求められます。サイバー攻撃の手口は年々巧妙化しており、ランサムウェアやフィッシング詐欺の被害は中小企業にも広がっています。これらを怠った場合の代償は、情報漏えいや業務停止という形で経営全体に及びますので、気が抜けません。

システム運用・保守では、定期的なバックアップの確認、障害発生時の復旧対応、ライセンス管理、老朽化したハードウェアの更新対応などが日常的に発生します。近年はクラウドサービスの普及で運用負荷が軽減された側面もありますが、契約するサービスの種類が増えた分、管理すべき項目もそれだけ増えています。

社内ICTサポートでは、「パソコンの動作が重い」「Zoomが繋がらない」「パスワードを忘れた」といった問い合わせが毎日のように積み重なります。一件一件は軽微に見えても、対応中はほかの業務が止まるため、計画的に仕事を進めることが難しくなります。加えて、大企業であれば専門チームが分担して対応するこれらの業務をすべて一人で担うわけですから、その負荷は慢性的なものとなっています。また、業

【図：ひとり情シスが抱えるリスク】

リスク名	主な原因	経営への影響	対策の方向性
属人化リスク	ドキュメント不足 「あの人が分からない」 状態が常態化	担当者不在時に 業務が即停止 経営を揺るがす事態に	手順書・ナレッジの 文書化を推進 RAG活用も有効
退職・異動リスク	意欲低下により 3年以内に75%が離職	引き継ぎゼロで システム全体が ブラックボックス化	キャリアパスの明確化 業務範囲の適正化
災害・障害対応リスク	地震・水害・急病時に 対応できる人員がゼロ	バックアップ未整備 復旧手順不明で 長期停止リスク	BCP策定 バックアップ確認 複数人体制の検討
過負荷による 品質低下リスク	許容量超の業務で ストレス増大・ミス誘発	システム障害の増加 担当者の精神的ダメージ	業務の優先整理 外部委託 キャリア見直しも選択肢

務リストの多さという目に見える課題だけでなく、気軽に相談できる相手が社内にはいないという状況が心理的負担となっているのです。

ひとり情シスが抱えるリスク

ひとり情シスには、主に次のような四つのリスクがあります(図参照)。

まずは、属人化リスクです。システムの構成や設定の経緯、ベンダーとの交渉履歴など、担当者の頭の中にしかない情報が蓄積されていきます。ドキュメントを整備する時間的余裕もないため、「あの人が分からない」という状態が常態化します。担当者が元気な時は問題が表面化しにくいですが、何かが起きた瞬間に経営を揺るがすリスクへと転じます。

次に退職・異動リスクです。ひとり情シスの中には「でもしか情シス」と呼ばれる方も一定数います。これは1970年代の言葉に由来するもので、他部門でのキャリアがうまくいかず、「…にでもなろう」「…にしかねない」行き場としてICT担当に異動したケースを指します。本人の資質の問題というより、配属経緯や社風との相性によるものですが、業務への意欲が低いまま担当し続けた場合、嫌気がさして3年以内に75%が離職するという調査結果もあります。

三つめは災害・障害対応リスクです。地震や水害、あるいは担当者の急病といった不測の事態が発生した時、ひとり情シス体制では対応できる人間が誰もいないという状況が生まれます。バックアップが正常に機能しているか、障害時の復旧手順が整備されているかといった確認も、日常業務に追われる中で後回しになりがちです。

最後は、過負荷による品質低下リスクです。業務量が許容量を超え疲弊すると、精神的なストレスが増加します。ストレスが高いと操作上のミスを誘発するこ

とも多くなり、さまざまな事故の発生リスクが高まります。何より大事なことは、システムは修復できますが、精神的ダメージは尾を引きます。経営層もひとり情シスも十分留意する必要があります。もし環境の改善が見込めない場合は、無理に抱え込み続ける必要はなく、自らのキャリアを見直すことも一つの選択肢です。

これらのリスクに備え、平時から引き継ぎ体制を意識することが重要です。例えば、10年以上ICT業務を一人で担ってきた従業員が突然退職した、ある製造業の中堅企業では、後任が着任したものの、サーバーの管理者パスワードが不明、各種クラウドサービスの契約情報が散逸、システム構成図も存在しないという状況が次々と明らかになりました。業務システムの一部が停止しかけ、外部のICTベンダーに緊急対応を依頼せざるを得なくなり、復旧までに数週間と多額のコストが発生しました。

一方、同規模の流通業者では、ICT担当者が着任した当初から「自分がいなくなっても業務が継続できる体制」を意識して仕事を進めました。主要なシステムをクラウドへ移行し、操作手順や設定内容をすべてドキュメント化。ベンダーとのサポート契約も充実させ、有事には外部に頼れる体制を整えました。その結果、担当者が育児休暇を取得した際も、他部門の従業員と外部ベンダーの協力によって大きなトラブルなく業務を継続できたという例があります。

人手不足が慢性化している現代において、後者のような体制づくりは非常に重要です。今回はそのあたりを解説したいと思います。



しみず ひろし
清水 博氏

横河・ヒューレット・パッカード入社後、米国HP社に出向し、アジア太平洋本部でマーケティングダイレクターなどを歴任。米国、フランス、タイ、シンガポール駐在、日本法人マーケティング責任者を歴任。デル・テクノロジーズ社にて上席執行役員、全社マーケティング統括、中堅企業事業責任者でビジネスを倍増させ世界トップ部門となる。著書に「ひとり情シス」(東洋経済新報社)などがあるほか、中堅中小企業のひとり情シス支援に取り組み、一般社団法人ひとり情シス協会の事務局を担当。





心理的安全性と人的資本経営

「人的資本経営」という言葉が広がっています。しかし語られるのは開示の方法ばかりで、人的資本そのものが何か、どう育てるかは置き去りになっていないでしょうか。今回はその本質と土壌を考えます。

開示から「本質」の人的資本経営へ

2023年3月期から、上場企業の有価証券報告書で人的資本の開示が義務づけられました。背景には、この数年で世界的に進んだ「人への投資」を重視する潮流があります。呼応するように、社内で従業員満足度やエンゲージメント調査を始めたり、開示に向けたデータ整備を進めたりする企業が増えています。

しかし今、議論の中心になっているのは「どの指標を、どの様式で開示するか」という開示の方法論です。本来問うべきは「そもそも人的資本とは何か」「それをどう育てるのか」という本筋ではないでしょうか。これは上場企業だけの話ではありません。中堅企業にあっても、採用や定着、一人ひとりの力を引き出す経営は待ったなしです。

そもそも人的資本とは何か

OECDでは、人的資本について「しあわせ（ウェルビーイング）の創出に寄与する、個々人に備わった知識・技能・能力」と定義しています。実はウェルビーイングにまで関連するんですね。1992年にノーベル経済学賞を受賞したシカゴ大学のベッカー教授も、人的資本を「個々人の知識と技能の総和」と表現しました。

要するに、一人ひとりの能力そのものが人的資本です。もともとベッカー教授の専門領域では、人的資本は国家が国民の教育に投資する文脈で論じられてきました。その観察の対象となったのが実は戦後成長を遂げた日本、そしてアジアでした。地下資源の埋蔵量ではなく教育水準が国の力になるという着想を、実は私たちから得たんですね。

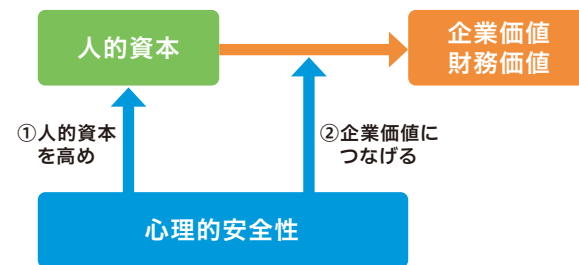
もちろん、この人的資本は国のためだけのものではありません。私たちは自身や家族に教育投資をしますよね。つまり、個人が投資主体としての人的資本投資は、これまでも広く行われてきたと言えます。そして今、企業が投資する主体として注目されています。その背景にあるのは、企業価値を生み出す源泉が、工場や設備といった有形の資産から、個々人の知識や技能、すなわち人的資本へと変化しつつあるということです。

心理的安全性は、人的資本を育む「土壌」

では、どうすれば人的資本を高め、それを企業価値につなげられるのか。心理的安全性は、人的資本を高めることに、大きく寄与します（図参照）。

【図：心理的安全性と人的資本の関係】

心理的安全性は①**人的資本**を高め
また、その**人的資本**を
効果的に②企業価値につなげる働きをする



まず、少なくとも人的資本を維持するには、離職＝人的資本の外部流出を避けねばなりません。筆者らが日本企業の約1万人を2年間追跡した研究では、心理的安全性の高いチームほど離職が少ないという結果が出ています。しかも若手ほどその感度が高く、心理的安全性の低さは若手の離職リスクと直結します。加えて、心理的安全性の高い組織・チームではメンバーが当事者意識を持って仕事に向き合い、学び直しが進み、チームでの学習が増え、より良いやり方を試そうという挑戦が生まれやすい。平たく言えば、心理的安全性は人的資本そのものを高めます。

さらに、せっかく優れた人材が揃っても、企業活動は教育機関とは異なりますから、従業員の成長そのものは目的ではありません。優れた人材が力を合わせて成果を出す、その土壌が心理的安全性です。いわば、図のように心理的安全性は人的資本を高めるという観点でも、そして、せっかく高まった人的資本を成果、ひいては企業価値につなげるという観点でも、重要なんですね。

人的資本経営の本丸は、開示の様式ではなく、その前提となる土台づくりです。今日のチーム運営の中に、人を育てる一歩があります。

いしい りょうすけ
石井 遼介氏

株式会社 ZENTech 代表取締役。一般社団法人日本認知科学研究所 理事。武蔵野大学 しあわせ研究所 研究員。東京大学工学部卒。シンガポール国立大学 経営学修士 (MBA)。神戸市出身。研究者、データサイエンティスト、プロジェクトマネジャー。組織・チーム・個人のパフォーマンスを研究し、アカデミアの知見とビジネス現場の橋渡しを行う。心理的安全性の計測尺度・組織診断サーベイを開発するとともに、ビジネス領域、スポーツ領域で成果の出るチーム構築を推進。



悩んでいたこと

クレーム対応業務のポイントをどのようにメンバーに伝えるか、苦心していた頃のお話です。4年半の電機メーカーご相談センター勤務を経て、フリーダイヤル業務の受託企業に20年勤務し、指導・教育を担当しておりました。多くは飲食フランチャイズチェーン、ほかに自社のコンサルティング契約関連ダイヤルも対応します。

“訊き出す”“状況を客観的に把握する”と伝えても、メンバーの対応は個人差が顕著なことが悩みでした。メーカー時代は、お客さまが「故障している」とおっしゃっても、「画面に表示されるエラーコードは?」「ランプは点滅していますか?」など、お客さまの主張（主観）を事実（客観）と照らし合わせることが習慣でしたが、“お客さまを疑うようだ”“確認事項が浮かばない”とのメンバーの声に悩んでいたのです。

なぜ、“道案内”なのか?

そんな折に会社に移転したのですが、非常に分かりにくい建物で、来社なさる方から道に迷っているというお問い合わせが急増しました。はじめに申し上げるのが「今、どのあたりにいらっしゃいますか?」なの

“クレーム対応は、道案内”と気づいた日

楽短研修研究室 オフィス・F



気づきと学び

これが、クレーム対応指導の大きなヒントになりました。私自身が、その重要性を正しく理解していなかったことが原因だったのです。何かしら不都合な状況のお客さまへの対応は、道に迷っているお客さまと同じです。混乱や誤解あるお申し出も多い中、その場にはないからこそ、齟齬のないやり取りを基本にすることだと実感したのです。そこから、“訊き出す”ことの指導も変わっていきました。

まずは、悩むことが第一であり、答えはお客さま対応の現場にあるのだと感じた出来事でした。

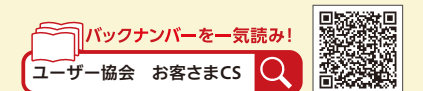
山本 富士美氏
楽短研修研究室 オフィス・F 代表。

生活用品メーカー、電機メーカー、コンサルティング会社コンタクトセンターを経て独立。クレーム・カスハラ対応、お客さま対応部門向けのメンタルヘルス・マインドフルネス・職場のハラスメントなど各種研修を提供中。電話応対技能検定・指導者級資格保持者。(一社)日本ハラスメントリスク管理協会認定講師、(一社)日本アンガーマネジメント協会認定ハラスメント防止アドバイザー・叱り方トレーナー。



山本 富士美氏

「今回の講師は、ダイキン工業株式会社 東日本コンタクトセンターの新垣 敦子さんです。電話応対技能検定講師・日英コンクール指導者として活動されているほか、コミュニケーションやサービスエンジニアの方々に対する電話応対及びマナー向上の教育にも尽力されています」



問題

正式な洋食のテーブルセッティングなどについての記述です。次のうち、誤っているものを一つ選びなさい。

1. 左側にフォーク、右側にナイフを並べて置く。
2. カトラリーは使う順番に端から並べていき、最後に使うものが中央になるように置く。
3. パン皿（パンプレート）は、センタープレートの右側に置く。
4. ワイングラスは水のグラスより手前に置く。

※2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 2026.7





電話対応で
CS向上

お客さまの声に寄り添い、感動を届ける 「世界一温かい窓口」を目指す顧客体験の向上

株式会社ワコール

株式会社ワコールは、インナーウェアを中心に幅広いアパレル事業を展開しています。同社の顧客対応を担う顧客戦略部の越智氏と多田氏に電話対応への取り組みについてお聞きました。



マーケティング本部
顧客戦略部長
越智 貴紀氏



マーケティング本部
顧客戦略部 お客様センター長
多田 由美氏

事業概要及び顧客接点についてお聞かせください。

A 当社はインナーウェアやアウターウェア、スポーツウェアを中心とした製品の製造・卸売及び小売を主な事業としています。お客さま対応の窓口としては、「お客様センター」をはじめ、ワコール通販カタログやワコールウェブストアなどの販売チャネル、商品カテゴリー別に五つのフリーダイヤルを設けています。お客様センターは、主に一般的なご相談やお申し出（クレーム）に対応する部署で、年間約12,000件、月平均1,000件のお電話をいただいています。お客さまの属性は40～60代が中心で、女性が約9割です。主なお問い合わせは、商品の選び方や、成長期、マタニティ、加齢による身体の変化といった女性のライフステージに関するお悩みが中心です。（多田氏）

お客さま対応の平準化を目指す

電話対応に関する課題と対策について教えてください。

A 多くの企業において共通の課題かと思われませんが、多様化するお客さまのニーズに対応するにあたり、スタッフ個人による応対力のばらつきが生じていました。それが組織全体のレベルにも影響してくるため、2年前に「応対の平準化プロジェクト」を立ち上げました。

この施策は、誰が電話を受けても同じレベルの対応ができることを目標としています。中でもばらつきが大きかったのが、お申し出への対応です。お申し出対応は苦手意識を持ちやすく、メンタル面も含めて負荷が大きくなる傾向があります。そこで、聞くべき内容や謝罪のタイミング、話の展開方法をスクリプト化することで、個人の判断や表現に頼らなくても標準的な対応ができる仕組みを整えました。オペレーターからは「気が楽になった」「電話対応に抵抗を感じなくなった」という声も聞かれるようになり、電話チーム全体のボトムアップにつながっています。スクリプトの整備に加え、応対の録音を用いたフィードバックや、スクリプト内容に関する筆記テストを定期的を実施し、オペレーター一人ひとりの判断力と表現力の向上も図っています。また、高齢のお客さまへの対応では、全員が高齢者の聞こえ方や理解の仕方に関する外部研修を受講し、声は高すぎず低すぎない音域を保ち、「ここまででご不明な点はございませんか」などと細かく確認しながら会話を進めるよう徹底しています。（多田氏）

2012年から参加、「全国大会優秀賞」で社内にもアピール

電話対応コンクール(以下、コンクール)への取り組みについて教えてください。



お客様センターの電話チーム

A コンクールには、2012年から毎年参加しています。きっかけは、社内での勉強会や外部研修で対応技術を磨いていても、客観的に自社のレベルを把握できる場がほしい、さらにスタッフのモチベーションアップにつ

なげたいという思いがあったことでした。毎年2～3名が参加しており、2025年度は京都府代表として全国大会に初出場し、優秀賞を受賞しました。社内報やニュースリリースでも広く紹介し、受賞トロフィーを社内に展示したことで、「縁の下力持ち」になりがちだったお客様センターを社内にアピールすることができました。コンクールは、職場の雰囲気にも好影響をもたらしています。出場経験のあるメンバーが、初参加のメンバーに「イエス・ノーで答えられる質問を投げかけよう」「書き言葉と話し言葉を混在させないように」といったアドバイスを自然に伝え合うようになり、入賞を目標に、チームで協力しあうムードが生まれています。また、「ワコールさんに相談して良かった」「安心しました」といった声をいただく機会が増えてきたと感じています。今年度からは企業電話対応コンテストへの参加も予定しており、さらなるレベルアップに取り組んでいます。（多田氏）

お客様センターチーム6名で資格取得を推進

電話対応技能検定への取り組みについてお聞かせください。

A 現在、お客様センターのチームは6名の女性で構成されており、1名が1級、5名が3級を取得しています。お客さまの年齢層が高めということもあり、スタッフの年齢構成も50代が4名、40代が1名、20代が1名となっています。「^{ももひき}股引がほしい」といった昭和世代の言葉づかいを20代のスタッフが理解できないケースもあるなど、お客さまとの世代ギャップ対応は課題の一つです。こうした点からも電話対応技能検定の取得を通じて、知識と技術を体系的に身につけ、チーム全体の応対品質向上につなげています。（多田氏）

目指しているのは「世界一温かい窓口」

今後の目標について教えてください。

A AIやデジタル化が進む時代であっても、電話をかけてこられるお客さまは一定数いらっしゃいます。直接話すことで人と人がつながる電話の価値を改めて大切にしたいと思っています。声からは、お客さまの不安やお悩みが伝わってきます。それを安心に変えられる窓口として、「世界一温かい窓口対応」を目指していきます。なお、ワコールならではの応対の特徴として、電話の締めくくりの言葉を明るく温かく印象づける工夫を行っています。コンクールでも「他社と違う」と質問を受けるこの応対スタイルが、ワコールら



社内勉強会や研修などを行い、応対の平準化を進めている

しさを体現していると感じています。（多田氏）
私は、2026年4月に顧客戦略部長に着任しました。インナーウェアは平均年間購買回数が2回にも満たない商品です。だからこそ、店頭での接客はもちろん、お客様センターにいただく一つひとつのお問い合わせ、アプリのUI^{※1}やUX^{※2}、アンケートへのご回答、商品のご使用感など、お客さまがワコールとつながっていただけるすべての接点を「顧客体験（CX）」と捉えています。それぞれの質を丁寧に高めていくことが、お客さまとの距離を縮め、最終的にはLTV（顧客生涯価値）の最大化につながると考えています。FAQの整備など自己解決できる環境づくりも含め、今後も顧客体験全体のブラッシュアップに取り組んでいきます。（越智氏）

※1 UI(ユーザーインターフェース):ユーザーと製品やサービスのやり取りをつなぐ接点。
※2 UX(ユーザー・エクスペリエンス):ユーザーがWebサイトやアプリなどのサービスを使う時に感じる体験(ワクワクや喜びなど)。



●会社概要
会社名: 株式会社ワコール
創業: 1946年(昭和21年)
本社所在地: 京都府京都市南区吉祥院中島町29
代表取締役社長執行役員: 川西 啓介
事業内容: インナーウェア、アウターウェア、スポーツウェア、その他の繊維製品及び関連製品の製造、卸売販売など
URL: <https://www.wacoal.jp/>
[ユーザー協会会員]



設定を容易に行える柔軟性の高いCRMシステムの導入で スタッフ間での情報共有を実現

PCテクノロジー株式会社

親会社であるティーガイアが提供するモバイル関連の製品を扱うとともに、パソコン・携帯端末などのコールセンターとしてテクニカルサポートやヘルプデスク業務を行うPCテクノロジー株式会社。対応窓口の構築・運営におけるデジタルツール活用などについてお聞きました。

Webでは+αの情報も
読むことができます
ユーザー協会 C20123



企画管理本部 副本部長
山岸 隆典氏
営業統括部
マネージャー
喜多村 皇希氏
スマートサポート部
清水 映子氏

Q 御社ではコールセンター業務を主に行われていますが、業務の詳細と課題について教えてください。

当社は、コールセンター業務やITサービスの提供を主な事業とする企業です。中でも当社で請け負う件数が多いものとして、一企業の情報システム部門では対処しきれない業務や、業務プロセスの提案から実際の応対まで一括して受託するBPO（ビジネス・プロセス・アウトソーシング）があります。コールセンターの規模としては30～40名程度が主ですが、大きな窓口では100名程度になります。コールセンターの構成は対応する内容によって変わり、テクニカルサポートの場合はオペレーターの知識・技術習得に半年から1年程度かかることもあります。（山岸氏）

東京のコールセンターでCRMシステムを活用するようになったきっかけは、ある建築系業界団体での窓口業務でした。その団体では技術者資格認定制度を運営しており、依頼内容は受験希望者からの申し込みを受け付けるためのシステム運営のサポートと対応代行業務でした。それまでその団体では書類の郵送で受験受付を行っていたのですが、受験希望者の増加により、2016年4月よりウェブサイトでの受付開始を決定しました。しかし、パソコンの使い方や申し込み方法などの問い合わせが多数入ることが予想されており、また、団体側も人的資源の不足で対応に不安があったため、受付開始の数ヵ月前、コールセンター運営に

実績のある当社へのアウトソーシングの相談があったのです。（喜多村氏）

当時は固定電話を使用していたこともあり、通話履歴を残す仕組みがなかったため、顧客情報や通話履歴を管理できる環境づくりから着手しましたが、最大の問題は新しく導入するシステムでした。私たちに相談がある以前から、団体側の主導で利用するCRMシステムは決まっていたのですが、その後にベンダー企業との間で行き違いがあり、開設1ヵ月前に話が立ち消えになってしまったのです。受付開始が迫る中、団体からシステム環境に関しても相談を受けた私たちは、CRMシステムの選定という課題を抱えて奔走しました。（清水氏）

Q 導入までの経緯を教えてください。

スタッフにとって馴染みのあるツールでないと対応しきれないという状況でしたので、その観点から導入するCRMシステムの候補を絞ったところ、当社の関西のコールセンターでは使い勝手の良いシステムをすでに活用していることが分かりました。そこで、そのシステムを団体に推薦して了承を取り付け、スタッフが丸丸となって導入を進め、無事開設に間に合わせる事ができました。2016年4月、団体の職員と当社のスタッフ数名の新しい体制で窓口業務がスタートし、



コールセンターでの対応の様子



人事総務部
武蔵 弘佳氏
スマートサポート部
マネージャー
敷野 剛氏
営業統括部
営業戦略グループ
丸山 直紀氏

2019年頃まで当社のスタッフが関わりましたが、最終的には団体側ですべて完結できるようになりました。（清水氏）

Q システム活用の効果はいかがでしたか。また、最近の活用例としてはどのようなものがありますか。

導入したCRMシステムは、すでに使っていたCTIシステムと連携でき、画面のレイアウトが分かりやすく情報システムの担当者でなくても業務フローに合わせた設定を行える点が最大の利点でした。（武蔵氏）

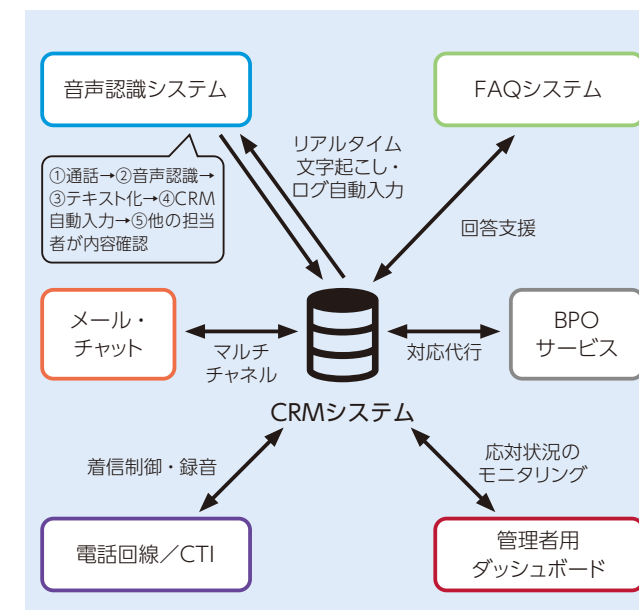
顧客情報の可視化ができていないという課題がありましたが、CRMシステム導入により、スタッフ間での情報共有が実現し属人化を防ぐことができたことが最大の効果だったと思います。（清水氏）

その後、建設系業界団体の業務は終了しましたが、それをきっかけに東京のコールセンターでも、CRMシステム導入を行う新規案件はすべて同じシステムを活用するようになりました。現在、BPO業務においては9割がこのシステムで運営しています。（山岸氏）

情報システム業界のBPOサービスでは、最近、CRMシステムとAI音声認識システムを連携することにより、通話音声を終話後に自動でテキスト化する環境を整えました（図参照）。これまでこの分野の業務は専門用語が多いため通話時間が長く、また、ログを手入力していたため時間がかかっていましたが、新しい機能を活用することで工数削減が可能となりました。さらに、応対で誤ったことを伝えていないか、管理者がリアルタイムで確認することもできます。（敷野氏）

2,000名規模の情報システム系のある企業の例ですが、情報システム担当が2～3名体制で、問い合わせなどの日常業務に追われて企画業務に手が回らない状況で、さらに業務の属人化によって担当者不在時に対応が滞るリスクも抱えていました。そこで当社では、CRMシステムとAI音声認識システムを用いてコールセンターBPOを構築し、ヘルプデスク対応や各システムのアカウント管理運用などを担当。AIで通話内容を文字起こしし、問い合わせ内容や件数の傾向を分析、頻出課題や業務ボトルネックをレポート化して顧客へ提供できるようになりました。その結果、申請フロー

【図：コールセンターのシステム連携イメージ】

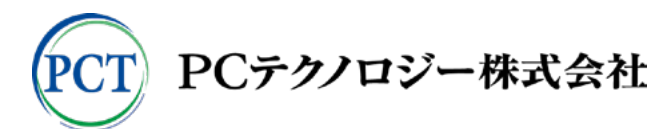


設定を柔軟に行えるCRMシステムを中心に、CTIシステムや音声認識システム、FAQシステムと連携させ、効率的なセンター運営が行えるようになった

の見直しやマニュアル整備が進み、問い合わせ件数の削減と対応効率の向上、約40%の工数削減を実現し、担当者の方から「DX施策に集中できる体制へ移行することができた」というコメントをいただくことができました。（丸山氏）

Q CX向上に向けた今後の予定について教えてください。

人が問い合わせを受け付ける体制を維持することは難しい面があります。また、コールセンターの規模や人数により、対応できる件数などにも制約があります。CX向上を実現しつつコストを削減するためにも、応対の自動化を進めていく必要があり、そうした意味で、AIボイスボットを活用し、人が電話を取らない仕組みの構築に向けて今後も取り組んでいく予定です。（喜多村氏）



●会社概要
会社名：PCテクノロジー株式会社
設立：1984年（昭和59年）5月
本社：東京都台東区元浅草1-1-1 ヒューリック新御徒町
代表取締役社長：佐渡 修平
事業内容：コールセンター事業、ITサービス事業、企業支援事業、商品販売・リユース事業
従業員数：612名（2025年4月1日現在）
URL：https://www.pct.co.jp/

関連記事もWebで！
「BPO業務」
ユーザー協会 日本郵政コーポレートサービス





「伝わり難くなった日本語」

「言葉は伝わるのが大事。伝わってこそ言葉です」。長くそう言い続けてきました。ところが、その日本語が、最近とみに伝わり難くなったのです。

話し言葉にも書き言葉にもそれを感じます。伝わり難くなった原因はどこにあるのでしょうか。



トリセツに見る話し言葉

平成から令和にかけて、科学技術の急速な進歩は、社会のIT化を加速させ、私たちの暮らしを変えました。新商品が次々と登場し、トリセツというカタカナ文字に変わった取扱説明書を読む機会が多くなりました。このトリセツを理解するのが、どうも私は苦手です。そのトリセツも、平成までは紙に書かれた説明書でしたが、今はほとんどがペーパーレスになり、本体に内蔵されています。文章も専門語やカタカナ語が多い上に、文章の組み立ても分かり難いものが多いのです。トリセツを理解するためのトリセツが必要だ、などとばやいています。

ところで古い話になりますが、平成の初期、当時日本語センターにいた私どものところに、ワープロの開発を手がけていたさる大手の電機メーカーから、取扱説明書を作るのでその文章を添削してほしいという依頼がありまして、担当者が作った原稿を見ました。中にこんな言葉がありました。「ダブルクリックしてください」。今なら誰でも分かる指示ですが、当時は初めて聞く言葉です。これでは分かりませんよと指摘しました。担当者はただちに、「カチカチと2回押してください」ではどうでしょう、と直しました。そんな初歩的なレベルのやり取りをしたことを、懐かしく思い出します。どう書けばユーザーに分かってもらえるかを、担当者たちは必死で探っていた時代です。



経験を語れば言葉は生き生きする

トリセツを例に書きましたが、分かり難さはトリセツに限ったことではあ

りません。話し言葉も書き言葉も、明らかに高度化(?)して理解し難くなっているのです。

かつて言葉は、経験を経てそれを語ることが主でした。新商品の開発者たちは、それをどう魅力的で分かりやすい言葉にするかに、知恵を絞った筈です。

平成から令和に進み、今ネット社会、AI時代に生きる私たちは、膨大な量の情報や知識を簡単に手にすることができるようになりました。そして、その情報や知識を言葉にして伝える時に、言葉を安易で無機質な、伝達だけのツールにしてしまったように思えるのです。

私たちは、自分が経験したことを語る時に、その言葉は生き生きと聴き手に伝わります。どこが違うのでしょうか。その違いは言葉の持つ語感にあります。脚本家の山田 太一さんの言葉を借りれば、言葉の半分は意味内容を伝えますが、あとの半分は声が心を伝えるのです。音楽もそうです。感動の半分はメロディーにあります。半分は歌詞にあります。その歌詞を表現する歌手の歌唱力にあります。語感を意識した表現が、非常に大事になってきます。



安心して聴けない話し言葉

ひと昔前を考えると、話し言葉は、伝えようという意味内容や心の動き、聴きたい情報などが、心地よく耳に入ってきたものです。そこには何の抵抗感もなく時が流れます。ラジオやテレビから、素敵な会話や対話、トークが聴こえてきます。かつては、そうした心が落ち着く至福の時があったのですが、近頃はめっきり少なくなりまし

た。生成AIの異常とも言える進歩の前に、本来なら人間が努力しなければならない言葉の表現を、どうやら手抜きしているように思えます。気になる話し癖が耳について、大事な話や、面白いトークがあっても集中できないのです。視聴を妨げる大きな要因が、蔓延する話し癖です。中でも、ますます勢力を広げているのが、～で一す。～それで一。私思ふんですけど一。といった語尾伸ばしです。程度の差はありますが、子どもから高齢者まで、その話し癖は広がっています。おそらく90%は感染しているでしょう。



雑になった言葉づかい。ここから会話が消える

テレビに登場するアナウンサーやタレントたちの話す言葉が、驚くほど雑になっていることを嘆かわしく思います。以下は最近の放送で聴く気がしなくなった雑な言葉の一例です。

展示室を案内してもらいます、教えてください、〇〇に行ったことありますか、△△のこと知ってますか、××で何を食べたんですか、チョーでかい奴、すげえ良かった、うめえ。



岡部 達昭氏

日本ICTテレコムユーザー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！

ユーザー協会 コミユカ 鍛える



チャレンジ！電話応対技能検定の答え：(3)

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！

発行物への新協会名記載について

協会の名称変更に伴い、今後、協会からの発行物（請求書、口座振替事前案内通知書など）につきましては、新協会名『日本ICTテレコムユーザー協会』でお送りさせていただきます。

参加無料！
オンラインセミナー開催！！加速するAIの潮流。日本企業は、この激変を『勝機』に変えられるか。
大前さんに聞いてみよう！

現在、AIは画面の中での存在から、形のあるロボットへの実装が急速に進んでいます。特に「ヒューマノイド」の領域では、中国が圧倒的なスピードで世界の先頭を走り始めています。本セミナーでは、世界のAI情勢を紐解き、中国が持つ真の競争力を徹底分析するとともに、この激変する環境下で、日本企業がいかにして独自の強みを活かし、新たなビジネスチャンスを創出していくべきか、未来に向けた戦略を提示します。

BBT University
ビジネス・ブレイクスルー大学学長、
同大学院学長
大前 研一氏

●開催日時：2026年7月14日(火)14:00～16:30

●第1部：「フィジカルAI時代の中国の競争力」

講師：〈ビデオ講演〉

大前 研一氏(ビジネス・ブレイクスルー大学学長、同大学院学長)

〈大前研一氏の講演ナビゲーション及びテーマに関するさらなる深掘り解説〉

丹羽 亮介氏(MINDSEEDS SG PTE. LTD. Director、株式会社マインドシーズ代表取締役)

●第2部：「実務に直結する生成AI活用の進め方」(仮題)

講師：相葉 拓哉氏

(NTT東日本株式会社 マーケティング統括本部 ビジネス開発本部

クラウド&ネットワークビジネス部 クラウドサービス担当)

■参加費：無料

■申込み方法：以下URLまたはQRコードからお申込みください。

<https://coubic.com/jtua-kinki/4322488>

■申込み期限：7月10日(金)23:59まで

■参加方法：「Zoom」にて配信します。

視聴URLなど詳細は、1週間前、

1日前のリマインドメールにてお申

込みメールアドレス宛にご案内いた

します。



募集人数：1,000名(先着順)

■主催：公益財団法人 日本ICTテレコムユーザー協会

■共催：NTT東日本株式会社/NTT西日本株式会社

【お問い合わせ先】 各支部のホームページをご確認ください。

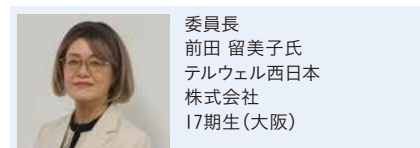
TEL:0120-20-6660(最寄りの支部につながります)

「第12期指導者部会任命式」が開催されました

4月23日に「第12期指導者部会任命式」を開催しました。6名の委員の任命式が行われ、専門委員会の三宅 民夫委員長より委嘱状が授与されました。指導者部会の委員長にはテルウェル西日本株式会社の前田 留美子氏が任命されました。



■指導者部会 委員



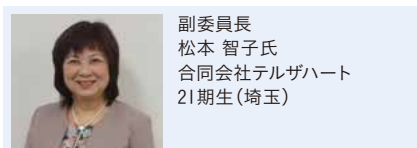
委員長

前田 留美子氏

テルウェル西日本

株式会社

17期生(大阪)



副委員長

松本 智子氏

合同会社テルザハート

21期生(埼玉)



委員

楠見 由佳氏

ヤマトコンタクトサービス

株式会社

25期生(大阪)

電話応対技能検定の発展に向けて、部会の活動を指導者の皆さまへ分かりやすく伝え、部会と指導者が一体となる活動に向けて尽力します。

検定のさらなる普及を目指し、皆さまのお声を専門委員会、事務局へ伝えてまいります。また、AIに負けない共感ある電話応対を追求します。

電話応対技能検定に関わる皆さまとの連携を深め、検定のさらなる発展に貢献できるよう、今年度も努めてまいります。

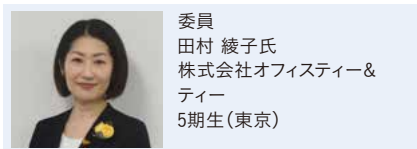


委員

小島 洋子氏

フリー

15期生(愛知)



委員

田村 綾子氏

株式会社オフィスティー&

ティー

5期生(東京)



委員

野村 祐子氏

株式会社NTT

マーケティングアクトProCX

34期生(兵庫)

パワフルなメンバーと一緒に盛り上げてまいります。ぜひ、指導者の皆さまのご意見をお聞かせください。1年間よろしくお願いいたします。

指導者級の価値を上げたいです。まずは、私たちの能力が高まる取り組みの提案。それが、私たちの満足度が高いものになるよう活動していきます。

AI時代の“人が行う”業務の価値を考え、現場に活かせる検定としての進化を目指し、指導者の皆さまと活動していきたいと考えています。

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



ICT関連情報

イベント・セミナー

各種特典サービス

電話応対教育

各種特典サービス

各種特典サービス

ICT・DX・情報セキュリティ・AIなどの最新情報や導入事例、電話応対教育に関する最新動向や活用事例、各種イベント・セミナーや会員特典情報などをタイムリーにお届けします。

ご登録は「QRコード」またはユーザー協会HPトップメニューの「各種お申込み」から



ユーザー協会