

弱みを強みに
変えていくことができるのも、
コンテスト参加の意義だと
感じております。

ダイキン工業株式会社
第22回企業電話対応コンテスト会長賞受賞

念願の会長賞受賞、
そして昨年に続くゴールドランク企業継続を大変嬉しく思います。
お客さまの声をしっかりと受け止め、
一人ひとりの状況に合わせたご案内を
心がけてきたことが会長賞受賞につながったと感じております。
コンテストは、自分たちが設定した評価基準や目標値が、
お客さまの満足につながっているかを客観的に確かめる良い機会です。
またいただくコメントで、
お客さまの望む対応もはっきりと分かります。
そして個人とセンター全体の傾向を知り、
弱みを強みに変えていくことができるのも、
参加の意義だと感じております。



動画
公開中!

会長賞を受賞した企業の実際の対応模様(音声)をホームページで公開しています。優秀企業の対応を学び、貴社の電話対応の品質向上にご活用ください。
また、会長賞及び理事長賞を受賞された企業の紹介、取り組みなどを映像で公開しています。



「企業電話対応コンテスト」で検索
<http://www.jtua.or.jp/education/contest/>

企業電話対応コンテスト

電話対応力の向上=CS(顧客満足)の向上

2019
6/1
申込受付開始!

概要	ユーザ協会の専門スタッフが「仮のお客さま」となって企業に電話をかけ、その際の電話対応について、専門家が客観的に業種別の評価を行い、優秀企業を表彰します。
スケジュール	6月1日(土)~7月20日(土) 申込受付 7月下旬~9月中旬 参加企業への電話 11月22日(金) 結果発表及び表彰式 ※電話対応コンクール全国大会会場にて実施(会場:東京都中野区)
申込方法	詳細は、日本電信電話ユーザ協会のホームページにある「企業電話対応コンテスト」のページをご覧ください。 申込部門は、「商業・金融部門」「工業・公益部門」「サービス部門」「コールセンター等電話対応専門部門」の4部門です。 日本電信電話ユーザ協会 企業電話対応コンテスト http://www.jtua.or.jp/education/contest/
参加料	一般 13,000円(税別) 会員 10,000円(税別) ※いずれも、1診断先(1電話番号)あたりの参加料です。IVR利用の場合は、最終接続先を1診断先とします。
結果の報告	結果は「報告書」として改善のアドバイスを各企業別にフィードバックしますので、企業における電話対応サービス向上、CS(顧客満足)経営の指針として活用いただけます。「報告書及び審査結果」については、2019年11月上旬に発送を予定しています。

テレコム・フォーラム

7

July 2019

■ ICT活用推進

- ・ICTの積極的な導入で経営に必要な数字を“見える化”、経営戦略を最適化(株式会社上間フードアンドライフ)
- ・AI-OCRの導入によりRPAの前処理を自動化し、ミス削減と業務効率化を加速(株式会社LIXIL)
- ・民間企業と行政機関のRPA活用事例

■ 電話対応教育(CS向上)

- ・メールはあなたを映す鏡
- ・心で聴き、心を伝える
- ・対応品質向上を求め電話対応コンクール参加を継続。目標は「この人から買いたい」と言われる将来像(株式会社フジカーランド上田)
- ・コンタクトセンターの品質改善を通じた営業店舗の支援体制づくりを推進(株式会社山陰合同銀行)
- ・「話し好きなお客さまと話す」

ICTの積極的な導入で 経営に必要な数字を“見える化”、 経営戦略を最適化

株式会社上間フードアンドライフ

原価率、粗利益などの経営判断に必要なデータが明らかになるのは、一定の締め日以降というケースも少なくありません。株式会社上間フードアンドライフは、ICTを活用してこのタイムラグをなくし、迅速な経営判断を可能としました。

【導入の狙い】ICTを活用して原材料の仕入から、お客さまからの注文、会計までをシームレスに管理する。
【導入の効果】会計の「締め」を待つタイムラグを撤廃。リアルタイムの“見える化”で経営戦略を最適化。



代表取締役社長
上間 喜壽氏

“どんぶり勘定”の家業を継いで、 負債2億円からのスタート

株式会社上間フードアンドライフは、沖縄県において、持ち帰りの弁当店、仕出しなどを手がける食品関連企業です。

「看板商品は、『沖縄天ぷら』です。これは、例えば関西圏で言うたこ焼きのようなソウルフード(その地域で親しまれている郷土料理)で、沖縄の人はおやつ感覚でいただきます。またソース、ケチャップ、マヨネーズなど、人それぞれにいろいろな味つけで楽しめるので、ほかの地域の天ぷらとは違いますね」(上間氏)

上間氏は大学を卒業後、すぐに同社の経営に携わることになりました。

「就職活動もしないままにいた自分に、両親から『店を継がないか』という話がありました。実際に経営に関わる数字を見たところ、“どんぶり勘定”で驚きました。売上は1億円なのに、負債が2億円となっていたのです。これはなんとかしなければと考え、経営を必死で勉強しました」(上間氏)

注文システムを独自に開発、 原価率や粗利益を“見える化”

上間氏はまず新設した工場の生産能力に着目しました。「明らかに供給過剰でした。キャッシュフローを改善するためには、販売量を拡大する必要がありました。そこで目をつけたのが、沖縄における冠婚葬祭行事のマーケットです。沖縄には独特の先祖崇拝の文化があり、親戚一同が集まる時には100人、200人の仕出し注文も珍しくありません。また価格競争の激しい弁当とは異なり、単価も高く、仕出し部門では強力な競争相手が存在しませんでした。そして、どんぶり勘定であった経営環境への反省から、Excelを使い、仕入価格や販売数などのデータを入力することで経営状態を把握するために必要な数値が得られる仕組みを作り、改良を重ねました。その後は自社オリジナルの注文システムを構築しました」(上間氏)

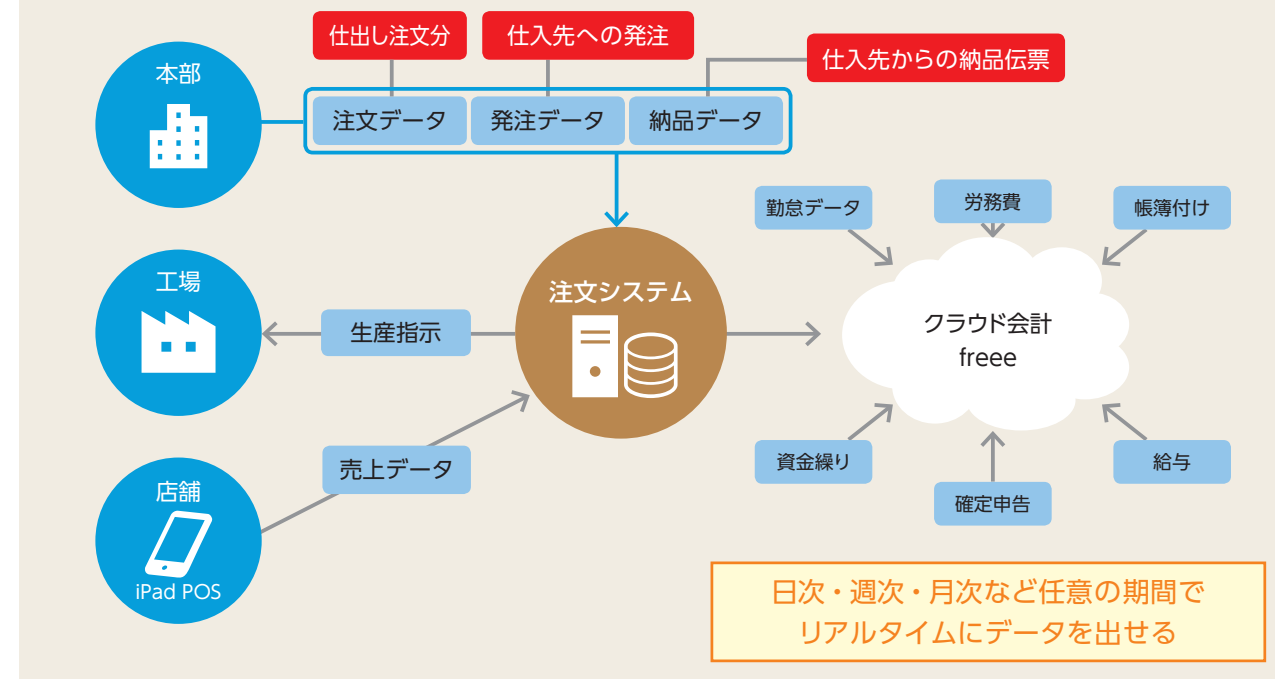
この注文システムにより、手書き伝票の再入力や数字の誤りもなくなり、業務効率は大きく向上しました。さらにコストを抑えつつ、弁当店の新規開店も進めました。

「1店舗あたり500万円という出店コストを実現するため、iPadを使ったPOSレジを自社開発し、注文システムと連携させました。現在は原材料の単価なども反映させることで、商品一つひとつの製造原価や粗利をリアルタイムで確認できます。また本部のシステムで商品価格を変更すると、変更された商品価格は各店舗にて即時反映されます」(上間氏)

クラウド会計システムと社内システムを つなぎ経理処理も迅速化

こうした数字の“見える化”をさらに進めるため、現在は、クラウドの会計システム「free」も導入し、リアルタイムで経理データを参照することも可能になりました。

【図：POSレジ・注文システム・クラウド会計システムの概念図】



「従来は、さまざまな伝票を税理士さんに渡し、数字をまとめてもらっていたので、報告が上がってくるまでのタイムラグがありました。しかし経営の舵取りをする中、そのタイムラグが待てなかったのです。POSレジと注文システムはすでに稼働しているので、それらと連携する会計システムを導入することで、経理のリアルタイム処理が実現しました」(上間氏)

上間氏は、これまで進めてきたICT化を、次のように振り返ります。

「ICT化そのものが目的ではなく、経営に必要な数字が把握できるようにする過程でICT活用が不可欠だったということです。飲食関連事業では、売上が上がっているという理由で事業を拡大した結果、経営が行き詰まってしまう例が少なくありません。それは原価率や粗利など経営判断に必要な数字が見えないまま突き進んでしまうからなのです。ここをリアルタイムで“見える化”したいという気持ちが、ここまでのICT化につながりました。そして、それをローコストで可能にしたのは、自社で設備を持たずに済み、また、さまざまなシステムと柔軟に連携できるクラウド会計システムを導入したおかげです」(上間氏)

天ぷらを“再提案”して、 海外も視野に入れたさらなる発展を

上間氏は、将来的にさらなるICTの活用も検討しています。

「顔認証カメラの利用拡大です。現在は撮影した画像を統計的に処理して男女比やリピーターの購買傾向を探っている時期ですが、次の段階ではリピーターの来店

をスタッフに知らせる仕組みを考えています。来店回数に応じたクーポンを、スタッフの『いつもありがとうございます』といった声かけとともに手渡しすれば、ロイヤルティの向上にもつながるはず。個人情報の管理との兼ね合いから、導入には顔写真を含む会員登録制度の確立が不可欠になります」(上間氏)

最後に上間氏に、今後の事業の展望についてうかがいました。

「事業をさらに拡大するにあたり、『天ぷらを再提案したい』と考えています。天ぷらはいわば国民食の一つなのに、牛丼やラーメンと違い複数のチェーンが多店舗展開する状況になっていません。そこでカジュアルな天ぷら店を展開したいのです。また天ぷらは『TEMPURA』として海外でも知られています。アジア各国から近いこの沖縄から、訪日外国人のお客さまに『沖縄に海を見に行き、天ぷらも食べた』とSNSで発信してもらえれば、市場は大きく広がり、将来的には海外進出が実現するかもしれません。そうした未来を信じ、ICTの力を積極的に活用しながら、事業を進めていきたいですね」(上間氏)



●会社概要
 会社名：株式会社上間フードアンドライフ
 創業：1948年(昭和23年)7月1日
 本社所在地：沖縄県沖縄市登川3-23-20
 代表取締役社長：上間 喜壽
 資本金：990万円
 事業内容：お弁当・惣菜販売、沖縄行事商品販売、各種仕出し販売
 URL：https://uemabento.com/

AI-OCR の導入により RPAの前処理を自動化し、ミス削減と業務効率化を加速

株式会社LIXIL



株式会社LIXILは、AI-OCR^{*}の導入で、手書き帳票類のデータ化を実現。コピー＆ペーストなどの手作業をソフトウェアロボットが代替する「RPA(ロボティクス・プロセス・オートメーション)」による業務効率化をさらに高めています。

【導入の狙い】RPA利用の前段階で必要だった手書き帳票のデータ化作業を自動化し、効率を高めたい。
【導入の効果】同一フォーマットの手書き帳票のAI-OCRによるデータ化で、処理速度の向上とミス低減を実現。



IT部門
システムインフラ部
IT次世代化推進グループ
グループリーダー
中村 宏氏

「働き方改革」「業務効率化」実現のため RPAを活用

株式会社LIXIL(リクシル)は水まわり製品と建材製品の開発・提供をするグローバル企業です。

「社名の『LIXIL』は“Link to Good Living”のLiとLiを掛けた造語で、私たちは『世界中の人々のより豊かで快適な住まいと暮らしの実現』を目指しています」(高橋氏)

同社がAI-OCRを導入し、活用を進める背景には、働き方改革への全社を挙げた取り組みがありました。

「長時間労働をなくすには、ICTを活用した業務の効率化が欠かせません。そうした観点から弊社では、現場各部門でのRPAの利用を進め、手作業で行っていたデータ処理の自動化を推進してきました。導入と活用は現場主導とし、必要と思われるロボット(シナリオ)を自分たちで作ってもらう仕組みとしました」(片岡氏)

RPAによる効率化をさらに推進するため「手書き文字OCR」導入へ

こうしてRPAは業務の効率化に大きく貢献しますが、その一方で別の課題が浮かび上がってきました。

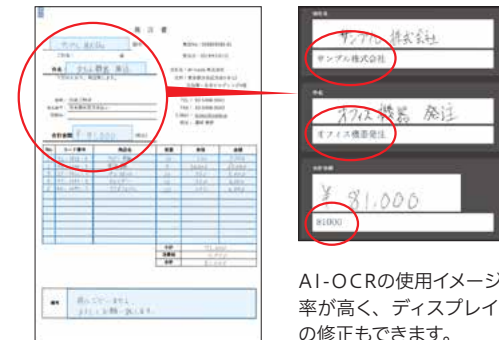
「弊社の現場の先にはパートナーさま、そしてその向こうにはパートナーさまの取引先であるビルダーさまなどがいらっしゃいます。そうした方々とのやり取りには、まだ紙の帳票やFAX、PDFファイルが使われており、RPAに処理させる前段階のデータは、現場が手入力で作成する必要があったのです」(中村氏)

「ここをなんとかして、RPAのメリットをさらに拡大したいと考えた現場から、OCRの導入を、という声が上がってきました」(高橋氏)

もちろんIT部門も、そうした“手作業”が効率化の妨げになっているという認識を持っていました。しかし単なるOCRでは、手書き文字やFAXで送られてきた帳票を正確に読み取ることは困難です。

「そこで2018年初頭から、AIのサポートで手書き文字も認識可能な『AI-OCR』の導入を検討しました。導入にあたっては、手書き文字認識対応を謳う複数社の製品を業務の現場に持ち込み、使い勝手や認識率を確認する

IT部門
システムインフラ部
IT次世代化推進グループ
高橋 裕司氏



AI-OCRの使用イメージ。手書き文字の認識率が高く、ディスプレイ上で読み取った内容の修正もできます。

テストを数ヶ月にわたり行いました」(高橋氏)
 そうした検証の結果、最終的に選定されたのが、AI inside(エーアイ・インサイド)株式会社の「DX Suite」です。「導入のポイントとなったのは、手書き文字の認識率の高さに加え、操作が分かりやすいこと、セキュリティの高さ、そしてディスプレイ上で読み取った内容の修正ができることなどです」(中村氏)

AI-OCR とRPAの連携で効率化が加速。現場からはさらなる期待も

現場への導入は2018年11月から始まり、RPAにより実現した業務効率化がさらに加速しました。

「今回導入したAI-OCRは、事前に帳票のフォーマットをスキャンして読み込ませたい箇所を登録します。導入のメリットを最大限に活かすため、処理枚数の多い帳票フォーマットを中心に登録し、運用を開始しました。月に1~2枚だけのフォーマットなら人間が作業してもそれほど時間は変わりません。しかし100枚、200枚の同一フォーマットでは、AI-OCRで処理時間が大きく短縮できます。そして、手作業よりもミスの発生率低下が期待できます。もちろん、AI-OCRも万能ではありません。枠からはみ出たり、判別しにくいものは最終的に人の目で確認しなければなりませんが、それでもAI-OCRからRPAまでの処理をトータルで考えると、大きく効率化が進展しました」(高橋氏)

「ある意味、AI-OCRは人間のサポート役ですから、その段階での100%は求めていません。最終的に基幹システムにデータを引き渡すまでのどこかでエラーチェックが行われ、データの誤りが検知できれば良いと思っています。そうした仕組みを考えることが、私たちの役割だと思っています」(中村氏)

こうして現場の負荷軽減に役立ったAI-OCRには、そのメリットを実感した現場から、さらなる改良への期待が寄せられています。

「現在、約20部署で利用が進んでいる中で、フォーマットの登録がなくても帳票類を読み取る機能がほしいという要望が特に上がっています。β版としてご提供いただき、利用し始めたところなので、今後の正式リリースへの期待が非常に大きくなっています」(高橋氏)

IT部門
システムインフラ部
IT次世代化推進グループ
片岡 麻希氏



AI-OCR導入がきっかけで、これまでの「仕事の流れ」を見直す動きも

一方、AI-OCRの導入は、仕事の流れや方法について見直す機会にもなりました。

「まず、今まで使ってきた各種帳票が、AI-OCRで使いやすいかどうかという“気づき”です。例えば、用意された選択肢の中から数字を書いてもらう方式とチェックボックスにマークしてもらう方式とでは、どちらのほうが読み取りやすいかという判断もありますし、『きちんと書かなくてはならない』と思わせるフォーマットの作り方も検討課題です。また、内容は同一なのに複数のフォーマットが存在する帳票を統一し、パートナーさまなどに導入を働きかけることにも、今後注力していくことになりそうです」(高橋氏)

最後に、今後の展望についてうかがいました。

「上から押しつけるだけでは、ペーパーレス化は進まないと思います。しかしパートナーさまが『LIXILへの注文は楽で、かつレスポンスも早い』と感じていただける仕組みを作れば、弊社からパートナーさま、さらにはその先のビルダーさまにもペーパーレス化が浸透すると思います。“ペーパーレスありき”ではなく、全員がメリットを感じることで、業務効率化を進め、競争力を高めていきたいですね」(高橋氏)

「現場では、設計図面に製品型番や発注数を書き込み、FAXでやり取りするというのも、まだ日常的に行われています。これは図面と型番を照らし合わせて確認したほうが、寸法が足りないといった発注ミスを防げるからです。将来的にはそうした図面から必要な情報だけを読み取り、データ化できるAI技術に期待しています。そうすると、業務効率化はさらに大きく進展するでしょう」(中村氏)

※AI-OCR:紙やPDFなどの文字情報を電子化する技術がOCR(Optical Character Recognition/Reader=光学的文字認識)で、これにAI(人工知能)技術を取り入れたもの。

●会社概要
 会社名: 株式会社LIXIL
 設立: 2001年(平成13年)10月1日
 本社所在地: 東京都千代田区霞が関三丁目2番5号 霞が関ビルディング36階
 代表取締役社長: 大坪 一彦
 資本金: 346億円
 事業内容: 住まいの水まわり製品と建材製品の開発、提供
 URL: <https://www.lixil.co.jp/>



「RPA(ソフトウェア型ロボット)」によるオフィス業務改革(第4回)

民間企業と行政機関のRPA活用事例

第3回では、RPA(ソフトウェア型ロボット)と従来型の技術やシステムとの違いについて、工場で稼働する産業用ロボットと従来のオフィスワークとの比較などを例に挙げて解説しました。今回は、RPAの民間企業と行政機関の活用事例を紹介し、それぞれ解説いたします。



RPA活用事例(民間企業の場合)

RPAの導入について、業務・業種の観点から見て大きく先行しているのは、財務、購買、人事、給与の分野である。例えば経費精算業務では、これまで基幹システムに入力する経費情報の審査やデータの基幹システムへの投入、基幹システムからデータをダウンロードして変換、といった作業の自動化ケースが多かった。しかし、2018年前半からは、製造業における工場の生産管理や小売・流通業における店舗運営などの事例が始め、2018年後半からは国や自治体、医療機関などでのオフィスワークを自動化する事例が増えている。そこで、民間企業におけるRPA活用の代表的な事例を、作業工程をふまえていくつか紹介する。

(1) 電話会社が新規回線の加入申請入力や設定を自動化した事例

- ①電話の加入や変更の申請を受付
 - ②申請書の受付内容を、申請管理簿に記載して管理
 - ③Web上の申請受付システムに、申請書の記載内容や設定情報を反映
 - ④申請受付システムに表示される受付番号をコピーし、申請管理簿に追記
 - ⑤申請が完了した旨を、お客さまの担当者にメールで通知
- ①～⑤はRPAが自動で業務を行っている。この電話会社

では、RPA導入により受付作業時間を削減できたことはもちろん、申請の受付から完了までの期間を短縮でき、顧客満足度も向上している。

(2) エネルギー会社が利用料金収納業務を自動化した事例

- ①基幹システムから滞納している利用者の顧客番号を出力(基幹システムから出力できるのは顧客番号のみ)
- ②顧客管理システムを立ち上げ、顧客番号で検索
- ③表示される顧客名や電話番号、滞納履歴、督促履歴などをコピーし顧客番号リストに転記
- ④督促すべき顧客リストを督促係に送付

①～④の業務についてもRPAにより自動化されている。効果としては、督促準備作業の削減や転記ミスの防止による業務品質の向上はもちろん、古くて反応の遅いシステムを検索してコピー&ペーストしなければならなかった職員の精神的負荷も軽減された。

(3) システム運用業務

- ①RPAが運用監視ソフトを起動後、操作対象サーバーを選択しログイン
- ②リストに基づき、取得するログの開始と終了日時を指定し、検索
- ③検索結果をCSV形式のファイルとして、所定のフォルダに保存

このようなシステムの運用ログを管理・集計する業務でもRPAによる自動化で効果が出ている。これは、上記作業をサーバーの数だけ繰り返して実施したケースである。

①～③では、RPA導入前はヒューマンエラー防止のために2名1組で実施していたが、RPA導入後は、人は最終確認だけで済むようになっている。その結果、1日に2名体制で1時間以上かけていた運用業務を、ほぼ完全自動化で行うことに成功している。

RPA活用事例(行政機関の場合)

(1) 新規事業所登録業務

- ①地方税ポータルシステム(eLTAX)から、新規事業所の情報が届く

- ②情報をRPAツールが扱いやすいExcelの表形式に変換
- ③RPAツールがExcelの新規事業所データを個人住民税システムに登録
- ④登録した事業所情報の検索を行い、確かに登録されていることを確認

上記は個人住民税業務において、新規の事業所情報を基幹システムに登録する業務を自動化した事例である。RPAは、上記③～④の作業を事業所情報の件数だけ繰り返して実施している。これは、地方税ポータルシステムという自治体共通のASPサービスと、自団体の基幹システムをつなぐ作業をRPAにより自動化している。

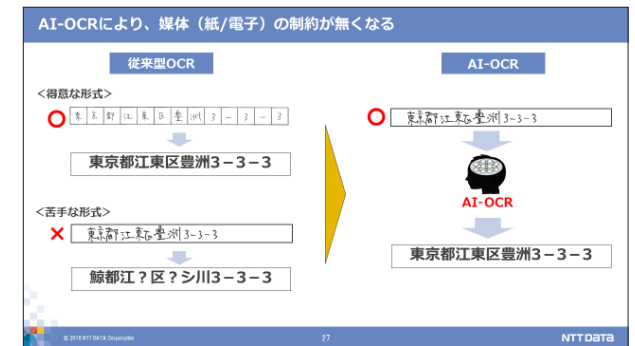
(2) 育児支援ヘルパー派遣業務

- ①前段として、ヘルパーの派遣を希望する住民は、基本情報を登録しておく
 - ②住民が電子申請にてヘルパー派遣依頼を行う
 - ③電子申請から、ヘルパー派遣依頼をダウンロードする
 - ④ダウンロードしたヘルパー派遣依頼情報と、事前登録情報を照合する
 - ⑤依頼情報を基に、ヘルパー事業者への派遣指示書を作成する
 - ⑥派遣指示書をメールに添付し、ヘルパー事業者に送付する
- この育児支援ヘルパー派遣業務の事例は、上記①～⑥の作業をRPAにより自動化したもののだが、民間企業において受発注業務を自動化しているものと同じような仕組みである。電子申請を受け付けてから、ヘルパー事業者への依頼までをワンストップ化するシステムを作るとなると大ごとであるが、人手でもやれることはRPAツールに置き換えれば良いと割り切れば、この程度の仕組みで済むのだ。また、育児支援ヘルパー派遣業務のように、全国共通ではなく自治体ごとに異なる制度の自動化にも、RPAのような小回りの利く自動化は向いていると言える。

(3) 申請書類や報告書類の自動入力

現在、AI-OCRの登場により、紙の取り扱い技術が劇的に成長している。OCRとは光学的文字認識技術(Optical Character Recognition)の略で、JPEGやPDFなどの画像ファイル中の文字を、テキストデータに自動変換する技術である。OCR自体は、40年以上も前から商用利用されてきたが、AI(人工知能)技術を用いた文字画像解析技術の進展により、手書きの文字も正確に変換できるようになった。

例えば住民や企業から提出される確定申告書や給与報告書、転出入届け、行政サービスの利用申し込み書、総務省から求められる各種報告書などの入力業務の自動化が期待される。



図：AI-OCRの活用事例

そこで、AI-OCRを用いた活用事例を作業工程をふまえて紹介する。

- ①申請書類や報告書類を受け付けて、整理する
- ②書類をスキャナで画像に変換する
- ③画像をAI-OCRに取り込ませ、文字をテキストデータに変換する

④RPAツールが、テキストデータを基幹システムに投入する

これは①～④の作業を、スキャナやAI-OCR、RPAツールなどを合わせて自動化している事例である。AI-OCRの登場により、従来は自動入力できなかったような手書きの文字まで、自動入力できるようになった(図参照)。従来型のOCRの導入を検討し、断念した経験のある方には、ぜひ再評価してもらいたい技術である。

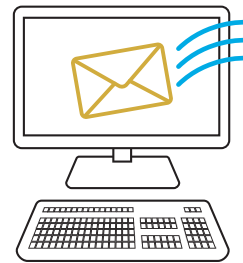
本来、申請書のレイアウトを自らコントロールできる立場の行政機関は、自動入力しやすいレイアウトを作成してから申請業務を始めるべきであった。適切な制度設計さえ行っていれば、従来型のOCRでも十分に自動入力できたのだ。それなのに、申請を受け付ける業務の効率性を考慮せずに制度を設計したために、自らが作った申請書の入力作業で自らが苦しむ、というもったいない状態になっていると言える。AI-OCRであっても、好ましいレイアウトというのは存在するので、今後の制度設計の際は受付業務の自動化を考慮していただきたい。

今回は、RPA導入の基本方針に基づく「推進体制」や「推進手順」などについて解説する。(次回に続く)



中川 拓也氏

株式会社エヌ・ティ・ティ・データ
社会基盤ソリューション事業本部
ソーシャルイノベーション事業部
RPAソリューション担当課長
<https://winactor.com>



メールはあなたを映す鏡

今回から始まる新連載「使えるビジネスメール術」は、ビジネスメールのマナーやルール、書き方や送り方など、効率よくメールを使う上で役に立つテクニックを学んでいくコラムです。メールが変われば、コミュニケーションが変わります。人間関係が変わります。仕事も変わります。メールはあなた自身を映す鏡なのです。

メールを使いこなせていますか

仕事で毎日のように使うメール。自信を持って使えていますか。部下への依頼や上司への報告、取引先への挨拶や顧客からの問い合わせへの回答など、日々、多様なメールが飛び交います。仕事上の主要なコミュニケーション手段の一つとして、メールの存在感は増すばかり。

時間や場所を問わず使え、文字で記録に残せ、デジタルデータとして保存ができるメールは、効率を重視するビジネスシーンで重宝されています。反面、インターネットを介した通信手段であり、文字で伝えるがゆえの限界もあわせもっています。

メールの文章、送信のタイミングなどが送り手の印象を決め、仕事の評価にもつながります。だからこそ、メールを使いこなす力、電話や対面などのほかの手段と使い分けの力が、すべてのビジネスパーソンには求められています。

そのメール、間違っているかも

自分が送っているメールに少しでも不安がある、メールをもっと使いこなしたいと思っている、そんな時は一度立ち止まり、ご自身のメールを振り返ってみてください。

誰もが、正しく伝えたい、仕事を前に進めたい、そう思ってメールを使っているはずですが、でも、

見よう見まねで覚えたルールや身につけたマナーが、所属している組織でしか通用しないローカルルールだとしたら……。良かれと思って間違ったことを繰り返していたら……。メールを送るたびに失礼を重ねていたり、相手を不快にしていたりするかもしれません。

1通のメールにより印象を損ね、信頼を失うこともあり、小さなミスが大きなトラブルに発展する可能性を秘めている。それがメールです。メールを仕事上の武器にすることはあっても、メールが仕事の足を引っ張ることがあってはなりません。だからこそ、正しく、効率よく使う力を身につけたいもの。そのためには、メールの特性を理解することが不可欠です。

メールが変われば仕事が変わる

仕事ではメールをコミュニケーション手段として使います。単なる情報伝達というよりは、受け手が正しく理解し、納得して、気持ち良く行動に移してくれるように働きかけるのがメールの目的です。伝えて終わりではなく、伝わるように伝えられなければなりません。

メールには送り手の人柄、仕事への責任感など、すべてのビジネススキルが反映されます。単にメールソフトを使いこなすだけではないのです。でも、決して難しいことではありません。メールを活用するスキルは特別なものでは



なく、誰にでも身につけられます。ただ、知っているか、知らないかで差が出るのがメールです。

メールが変われば、コミュニケーションが変わります。人間関係が変わります。仕事も変わります。良いメールを書いて適切に送ることで、こちらの目的を正しく伝え、受け手に好印象を与え、間接的に相手を変えます。結果、良いメールが自分のもとに届き、互いの効率がアップする。このような効率化の循環を生む、そのきっかけは自分です。今日からできること、取り組んでみませんか。

今回は、ビジネスメールとビジネス文書の違いについて解説します。



直井 麻子氏
一般社団法人日本ビジネスメール協会 株式会社アイ・コミュニケーション 専任講師。ビジネスメール教育の専門家。ビジネスメールの教育研修プログラムの開発、実態調査や検定試験に携わる。官公庁や企業などでのビジネスメールや文章に関する研修やセミナーでの講演回数は100回超。新聞や雑誌、ウェブ媒体などでの掲載多数。著書は『このフレーズが決め手! 伝わるモノの書き方のコツ』(ナツメ社) など3冊。



心で聴き、心を伝える

SOMPOコミュニケーションズ株式会社

商品を実感いただく瞬間の仕事

私たちの会社は、お客さまからの事故連絡の対応や、代理店に営業支援を行うコールセンターを運営しております。私が入社したのは事故受付のセンターでしたが、初日に部長から言われた言葉がいまだに忘れられません。

「保険という商品は目には見えません。お客さまが被害に遭われたその時に、初めて実感いただけるものになります。そして、その瞬間のお電話を受けるのが私たちの仕事です」軽い気持ちで入社した私には衝撃的な一言でした。しかし、同時にそのやりがいの大きさに、心奮い立つような感覚を覚えました。

頭の満足と心の満足

今は、お客さまに「この保険に入っていて良かった」と思っていただけで、応対診断の仕組みを新たに作っています。

まず着手したのは、「お客さまの声」をリアルタイムに聞けるアンケートシステムの導入です。これまでは、受付から支払い完了までのすべての工程を総合的に問うアンケートのみでしたが、新たに、事故受付時の対応のみに対するご意見をうかがうことを目的とした

アンケートを導入しました。新しいアンケートではネットプロモータースコア(NPS)も使い、当社のサービスが人に勧められるかどうか(推奨度)を計測しています。NPSの回答は「推奨」「中立」「批判」の三つに区分けされます。

次に、仕組み作りのために行ったのは、この「推奨」と回答して下さったお客さまのコメントから、キーワードを抽出することです。そして、そこからお客さまの期待に応える要素を取り出し、モニタリングシートに反映させました。今後は、定期的にモニタリング結果と「お客さまの声」を検証して、応対診断サイクルを回していく予定です。

今回、分析をして気づいたことがあります。それは「推奨」と「中立」の間には大きな差があるということです。例えば、どちらも「ありがとうございました」というコメントだった場合でも、実際にその対応録音を聞いてみると、「中立」と回答くださった方々とのやりとりは決して良いものではありませんでした。正しいご案内はできていても、お

客さまの気持ちを汲み取ることまではできていないものがほとんどでした。お客さまに「推奨」したいとまで思っていたかためには、頭(理性面)で満足いただくだけでなく、心(感情面)も満足いただくことが必要なのです。

心が届く環境作り

私たちの会社には、このようなミッションステートメントがあります。「耳ではなく心で聴き、言葉ではなく心で伝えます」まさにこの「心で聴き、心を伝える」ことこそが、お客さまの「心」も満足いただくのに必要なことだと思います。電話応対コンクールや電話応対技能検定(もしもし検定)は、私たちが目指すものと近いテーマが多く、また、応対品質を可視化していただけるので、社内で大いに活用させていただいています。そして「お客さまの声」をよく聴き、さまざまな方法を活用して、心に届く応対ができる環境を作り、今日もミッション実現に取り組んでいます。

小野口 理佳氏
SOMPOコミュニケーションズ株式会社 ビジネスソリューションズ部研修グループ所属。社内の人材育成、品質向上に従事し、自社内で電話応対技能検定(もしもし検定)の指導も行っている。電話応対技能検定指導者級資格保持者。



小野口 理佳氏

「今回の講師は、三井住友海上あいおい生命株式会社の本間 陽子さんです。長年の電話業務での経験を活かして、業務・応対品質指導を行っています。オペレーターとの心の距離を意識したきめ細かな指導をされる企業内指導者です」



チャレンジ! もしまし検定

このコーナーでは「もしもし検定」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

日本には、長寿を祝うしきたりがあります。その説明で不適切なものはどれですか。次の中から一つ選びなさい。

1. 還暦は、数えて60歳のお祝いである。
2. 古希は、数えて70歳のお祝いである。
3. 傘寿は、数えて80歳のお祝いである。
4. 卒寿は、数えて90歳のお祝いである。

※1級問題より

正解は13ページをご覧ください。

対応品質向上を求め電話対応コンクール参加を継続。 目標は「この人から買いたい」と言われる将来像

株式会社フジカーランド上田



代表取締役社長
羽田 憲史氏

長野県上田市に本社を置く株式会社フジカーランド上田は、地域に根ざし、お客さまとの長いお付き合いができる「自動車の総合商社」として、電話対応品質向上に日々取り組んでいます。

Q せのほか、現在お乗りいただいている車の整備や点検、車検の予約など、さまざまな場面でお客さまからお電話をいただきます。そうしたお電話に丁寧にお応えすることが、お客さま満足度を高める第一だと考えております」(羽田氏)

Q そうしたお客さま満足に向け、どのような努力をされてきたのでしょうか。

A 「私が社長を拝命したのは、事業規模も一定以上となり、新卒採用も始めた時期でした。ところが、それまで中途採用だけを行っていたことから、採用した新人を教育するノウハウがなかったのです。そこでまず、電話対応教育の一環として、電話対応コンクールへの参加を義務づけました。採用した新人は全員、さらにベテランの社員も含め、以後は毎年継続して参加しています」(羽田氏)

新卒採用を機に挑んだ電話対応コンクールで、 自社研修の限界を認識

Q 電話対応コンクールの手応えはいかがでしたか。

A 「何年かのうちに地区大会で入賞できるレベルになると考えて参加しましたが、なかなか結果は出せませんでした。系統立てて電話対応を学んだことがない社内の人間だけで実力を高めるのは難しかったこと、そして社内での研修は忙しさや甘えもあり、形だけになってしまいがちなことがその理由でした。このままでは当初の目的である『品質の向上』はおぼつかないと考え、日本電信電話ユーザ協会に相談し、講師による研修をお願いしました」(羽田氏)

「私は講師による研修が始まってからの入社でした。実は前職で電話対応コンクール出場を経験しており、

自力でスクリプトを作る難しさは承知していました。実際に講師の方のアドバイスに触れることで『電話口の向こうのお客さまはこう考えている』『だからこういった対応が求められている』という、一歩踏み込んだ理解とお客さま対応ができるようになったと思います」(金井氏)

電話対応コンクールでの“学び”を業務に フィードバック。今後は電話対応技能検定 (もしもし検定)も

Q 研修導入後の成果について教えてください。

A 「的確で分かりやすい指導で、この金井をはじめ、複数名が地区大会で賞をいただくことができ、やはりプロによる指導が成長には欠かせないことを実感しました。そして職場では、それぞれが『賞に恥ずかしくない電話対応をしよう』と心がけるようになったこと、また、まわりのスタッフも刺激を受けることで、お客さま対応のレベルは一段高くなったように思います」(羽田氏)

「日々、さまざまなお電話に受け応えておりますが、電話対応コンクール参加と講師の方のご指導によりお客さまの気持ちに寄り添い、お考えを押し量りながら対応できるようになったと思っています」(金井氏)

Q 今後の目標について教えてください。

A 「社員には『発信力よりも受信力を高めよ』という方針で指導しています。お客さまが何を望みか、何を求めているかが分からないと、こちらが提供する商品やサービスにご満足いただくことはできないからです。そして、そうした力を養う基礎となるのが、電話対応教育だと思っています。電話対応コンクールでは地区大会の賞をいただくことができるようになったとは言え、全国大会出場にはさらなるレベル



電話対応の様子



総務課
金井 夕香氏

アップが必要です。今後はもしもし検定の受検も視野に入れつつ、実力向上を図っていきたく思います」(羽田氏)

電話で初めて交わした言葉から、 長いおつき合いにつながる対応を

Q 事業の展望についてはいかがでしょうか。

A 「一人ひとりのお客さまと長くおつき合いを続けていくことが弊社の目標です。すべてのメーカーの新車、さらに中古車という取扱商品の幅広さを活かし、お客さまのニーズを汲み取り、お客さまが真に求めていらっしゃる車を提供し、カーライフの充実をお手伝いできれば、次回の買い替えでもリピーターになっていただきたいと思いますし、友人知人へのご紹介にもつながるはずです。『この自動車を買いたいからではなく、この人から買いたいから、フジカーランドを訪ねる』と言われるような会社になることが理想です。そしてその第一歩は、お客さまと初めて言葉を交わし、ご要望をしっかりと聞き取る電話対応がポイントになると考えています」(羽田氏)



会社概要

会社名：株式会社フジカーランド上田
設立：1991年(平成3年)7月(創業1963年(昭和38年))
本社所在地：長野県上田市古里150-1
代表取締役社長：羽田 憲史
資本金：2,300万円
事業内容：自動車の販売・買取・車検・修理・整備、保険代理業、カー用品販売など
URL : <https://www.fujicar.info/>



コンタクトセンターの品質改善を通じた 営業店舗の支援体制づくりを推進

株式会社山陰合同銀行



お客様サービス部
カスタマーセンター
センター長
引野 隆明氏

株式会社山陰合同銀行は、7年前に各営業店が受電していた電話を、新設したコンタクトセンターに集約。FAQの統一化など対応環境の整備を積極的に進めるとともに、電話対応コンクール参加などを通じ培った質の高い対応でCS向上を図り、営業店の負担軽減に成功しました。

Q 事業概要について教えてください。

A 「当行は島根県、鳥取県を基盤に、広島県、岡山県、兵庫県などに店舗網を持つ地方銀行です。ご預金、お借り入れのほか、特に新規事業の育成やビジネスマッチングなどを通じ、法人さまの事業拡大のお手伝いと、地域経済の活性化に力を入れています」(引野氏)

お客様の満足度を高めるためには、プロによる対応が不可欠

Q 貴行と電話対応との関わりについて教えてください。

A 「銀行には営業時間のお問い合わせから、ローンのご相談、資産運用についての質問など、さまざまなお電話をいただきます。そうしたお電話に丁寧かつ均一な回答を提供することが、お客さま満足につながると考えております」(佐野氏)

「ただ各営業店では、そうしたお電話への対応が多くなることで、お店にいらっしゃったお客さまや、各営業店が持つ得意さまへの対応が、十分ではなくなることが課題となっております。また営業店では、『電話対応は新人の仕事』という考え方が広く根づいていました。しかし、それはお客さまに新人教育の一部を任せていることになり、やはり電話での接客はきちんとした知識のあるプロが担うべきだという意見もありました」(中村氏)

Q そうした課題について、どのように対処したのでしょうか。

A 「営業時間や各種お手続きのご案内、預金残高のお問い合わせなど、お客さまにご来店いただかなくてもよいお問い合わせを一括して対応する、受電集中の導入です」(佐野氏)

コミュニケーター同士でミーティングを重ねFAQの対応品質を改善

Q 受電集中の導入は、どのような流れで行いましたか。

A 「2012年4月の導入を目標に、半年をかけ規模の異なる10店舗で応答ログを録音し、初期FAQ(よくある質問)を用意しました。新規募集したコミュニケーターのほとんどは銀行業務の経験がなかったため、座学及び営業店での研修を通じ業務知識と対応スキルを磨きました」(佐野氏)

「しかし、立ち上げ後も次々に課題が現れました。例えばFAQが銀行員目線で作られていたため、お客さまのご質問がFAQのどの項目にあたるのかがコミュニケーターに分かりづらく、回答までお時間をいただくこともありました。また、忘れ物の保管状況など営業店の状況が共有できていないことでお叱りを受けることもありました」(中村氏)



お客様サービス部
部長
中村 真実子氏

「そうしたお客さまのご不満を解決しCS向上につなげるため、当初は毎晩21時くらいまで残ってミーティングをする毎

日でした。またその一方で、日本電信電話ユーザ協会の研修にも参加し、より良い言葉づかい、対応品質を身につける努力も継続して行いました」(引野氏)

Q 電話対応コンクールでは、近年優秀な成績を残されています。

A 「コンクールには2014年度に初出場しました。コンクールへの出場はあくまでも参加者の自主性に任せ、出場に向けて事前勉強会に参加したほか、社内においても模擬対応者を用意し出場選手とペアで練習を行いました。またスクリプトを担当SVとともに考え、ブラッシュアップするなどの取り組みも行いました。そうした研鑽が県大会3年連続出場という成果に結びついたのだと思います。またこの取り組みは、単にコンクールだけでなく、仕事へのモチベーションの高まりなど、コンタクトセンターの日常業務にも良い影響を与えています」(引野氏)

積極的なクロスセルで「問い合わせに答えるだけのセンター」から脱却

Q 対応品質の向上に向けて、どのような努力をされていますか。

A 「より良い対応には、知識やスキル向上のほかコミュニケーターが自身の業務や職場環境に満足し仕事ができることが不可欠です。そのためには互いに助け合い、良いところを伸ばし合ってモチベーションを高めることが大切です。こちらのセンターではコミュニケーターがグループを作り、実際のご質問に対しロールプレイングを行って全員で『ベストアンサー』を考える実践トレーニングを定期的に行っています。コールセンター立ち上げからの歴史を振り返ると、日々の努力が対応品質の向上に結びついたと言えるでしょう。そしてコンクール参加者が大会前の勉強会や研修の経験で得た情報を共有したり、日々の電話対応でその経験を実践していくことで、コミュニケーター全員の対応スキル向上に役立っています」(佐野氏)

Q 現在、対応において力を入れていることを教えてください。

A 「質問に単に答えるだけでなく、お客さまの気持ちをしっかりと読み取る、一歩進んだ対応です」(引野氏)
「今集中的に行っているのはクロスセル(ほかの商品などを併せて購入してもらうこと)で、具体的にはお問い合わせへの対応の最後に『当行のスマートフォン公式アプリをインストールしていただければ

か』というお声がけです。何人のお客さまにお勧めしたかをセンター内で競ったところ、3ヶ月で目標比約480%という達成率になりました」(中村氏)

お客様サービス部
カスタマーセンター
副調査役
佐野 千朱氏



「アプリは、こちらからお電話でお勧めしても、効果は限定的です。しかし、いただいたお電話でお客さまと一定のコミュニケーションができた後にお勧めすることで、心理的なハードルが下がっていたためと思います。チームで競ったことにより、成績が上位のコミュニケーターは「殿堂入り」として、ほかのコミュニケーターに『お勧めするコツ』などを共有する役割を自主的に担ってくれるなど、一体感が高まった活動となりました」(佐野氏)

将来の目標は、銀行業務のフロントを担い、収益に貢献するセンター

Q 今後の目標について教えてください。

A 「コンタクトセンターはバックオフィス部門ではなく、お客さまに向き合うフロントであるという意識で、業務を続けていきたいと思っています。今後もクロスセルや、営業店との情報共有を強化し、店舗営業をしっかり支援できる体制づくりを進めていきたいと思っています」(中村氏)

「収益への貢献を“見える化”し、確立することで、業務の範囲を拡大していきたいと考えています。また営業店とコミュニケーターの人的交流も、相互理解を進め、センターの存在価値を高めることになると 생각합니다。そして、コミュニケーターのやる気をさらに高めるためには、内部でのキャリアパス整備も課題です。コミュニケーターからチームリーダー、SVを育てていくには、今後電話対応技能検定(もしも検定)を指標にするということも検討したいと思っています。今までもコンクール参加や研修などで、ユーザ協会にはお世話になりました。これからもよろしくお願いします」(引野氏)

会社概要

企業名: 株式会社山陰合同銀行
創立: 1941年(昭和16年)
本店所在地: 島根県松江市魚町10番地
取締役頭取(代表取締役): 石丸 文男
業務内容: 普通銀行業
URL: <https://www.gogin.co.jp/>





「話し好きなお客さまと話す」

「話し好きなお客さまからの長電話を、失礼のないように終わらせるにはどうすればよいですか」という質問をいただきました。どなたも経験のあることでしょうか、これはかなりの難問です。「AIに任せればいいんじゃない」とドライに言う人もいましたが、それでは当面の問題解決にはなりません。ぜひ一緒に考えてください。



同じ悩みがアナウンサーにもあった

この質問をいただいてまず思い浮かんだのは、アナウンサー時代の苦い記憶です。インタビューや討論番組の司会を担当した時、話の長いお客さまの発言をコントロールできずに、偏ったまとまりのない放送で終わってしまった辛い後悔がありました。特に、時間が決められた生放送では、その傷は後々まで残りました。切れ目なく続く長話を、失礼のないようにセーブしながら、口数の少ない方にもきちんと話していただくのが、司会者の大事な役目なのです。

私自身は決してインタビューの上手いアナウンサーではありませんでした。でも、担当する際に心がけていた基本が三つあります。それは、①担当ディレクターがなぜその人に声をかけたのか。②番組のテーマについて、その人はどのような立場で、どのような考えをお持ちか。③一番おっしゃりたいことは何か。これらはいずれも当たり前のことですが、この三点を押さえておけば、狙いと大きく外れた司会やインタビューになることはありませんでした。それでも話の展開次第では長引き、物足りない終わり方になることがよくありました。そのような時には、「司会進行が悪く申し訳ございません。時間ですので終わらせていただきます」「まだまだうかがいたいのですが時間が来てしまいました。残念ですがこの辺でまとめさせていただきます。ありがとうございます」「今日は素晴らしいお話を聞かせていただきました。勉強

になりました。ありがとうございます」などと、心を残しつつ、感謝の言葉で終わるようにしてきました。



双方とも、情報のない同士の電話対応

さて、話を長電話に戻します。似たような要素があったにしても、放送でのノウハウが即電話に使えるわけではありません。一口に長電話と言ってもそのケースはさまざまです。とても良い話でも話が長くなる人。厄介な用件があってかけてくる人。理解力が乏しくて話が長くなる人。くどくしつこく訊いてくる人。苦情の対応に納得がいかない人。特に用件はないのに淋しくてかけてくる人。根っからの話し好きな人。愚痴を聞いてほしい人。自慢話がしたい人など、さまざまです。それによって対応は違ってきます。それだけに、今回のテーマは難しいのです。

また、放送と違って電話の場合には、お客さまの予測が全くつきません。どんな人物なのか、用件は何か、どんな事情があるのか分かりません。一方、お客さまのほうにも、対応者の情報は何もありません。人物像はもちろんのこと、今忙しいのか、電話が込み合っているのか、体調はどうか、出かける間隙ではないか。つまり、何も分からない同士が、自分の都合だけで会話をしているわけですから、行き違いやトラブルが起こるのは当然とも言えるのです。



お客さま情報取材する

電話対応は、放送と違って情報

がない同士の会話だと申しましたが、だからこそ会話を通じて情報を取材する気持ちが何よりも大事だと思います。

- ①この方はどういう人か。
- ②何を知りたくてかけてこられたのか。
- ③何を話したいのか。

会話を通じて、この三点をしっかり取材するのです。そのことが押さえられていけば、話が横道にそれたり、雑談の無駄話になり始めた時には、本筋の話に引き戻せます。最後はお客さまの知りたかったことをもう一度確認して終わることができるでしょう。

苦情電話は別として、長電話になる大方のお客さまは、あなたとの会話が楽しいのです。心地良いのです。それは、あなたがしっかり受け止めて聴いて差し上げているからです。とは言っても、「呼」が溜まったり、業務が錯綜してイライラすることもあるでしょう。ここで気をつけなければいけないことは、その焦り、イライラを決して声に出さないこと。そういう状況であればあるほど、お客さまには、電話が込み合っている状況を淡々と伝えます。その上で「まことに申し訳ございません」と詫びて終話します。



岡部 達昭氏

日本電信電話ユーザ協会電話対応技能検定 専門委員会委員長。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。

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!

「標的型攻撃メール予防訓練サービス」を活用して、サイバー攻撃に対する危機意識を高めませんか!

只今、第4回申込み受付中!

7月から8月の夏季休暇中は、システム管理者が不在になるケースが多くなると思われます。この間にトラブルが発生した場合、対処が遅れてしまい、自社のコンピューター環境に大きな被害が及んだりします。中でも、特定の組織や個人を狙ってメールを送信し、そのメールの URL や添付ファイルを開くとウイルスに感染させたりする、「標的型攻撃メール」には注意が必要です。

ユーザ協会では、会員を対象に「標的型攻撃メール予防訓練サービス」を提供しています(会員は無料)。このサービスをお申込みいただいた会員企業の社員の方(最大 10 メールアドレス)に標的型攻撃メール(模擬メール)を送信し、万一の攻撃に対する社内セキュリティの実態確認やセキュリティ意識の向上にお役立ていただけます。

ご希望の方は、ユーザ協会ホームページの TOP ページ右上にある「各支部サイトはこちらから」より、ご入会支部を選択いただき、「標的型攻撃メール予防訓練サービス」のバナーをクリックしてお申込みください。

〈今後の申込み受付予定〉

	第4回	第5回	第6回	第7回	第8回
受付期間	2019年6月26日～ 2019年7月25日	2019年7月26日～ 2019年8月25日	2019年8月26日～ 2019年9月25日	2019年9月26日～ 2019年10月25日	2019年10月26日～ 2019年11月25日

『電話対応技能検定(もしもし検定) 1・2 級公式問題集 2019 年版』発売中!

『電話対応技能検定(もしもし検定) 1・2 級公式問題集 2019 年版』が6月12日に発売されました。2019 年版は、2018 年に実施された 1 級・2 級試験をすべて収録しています。最新の出題傾向を知るために全受験者必携の一冊です。

書名：『電話対応技能検定(もしもし検定) 1・2 級公式問題集 2019 年版』
 編者：公益財団法人 日本電信電話ユーザ協会
 発行所：日本経済新聞出版社
 内容：2018 年に実施された 1 級・2 級試験(基本問題・記述問題・実技試験問題)をすべて収録。最新の出題傾向を知るために全受験者必携の一冊。
 価格：定価 2,500 円 + 税 仕様：A5 判 224 頁
 発売：2019 年 6 月 12 日



購入は右記協会ホームページからお申込みください。https://www.jtua.or.jp/publishing/
※会員の皆さまは「会員特典の紹介」ページより「もしもし検定公式テキスト・問題集」を合わせて 10 冊以上ご購入いただくと、定価の 2 割引、送料無料の会員特典がございます。

企業電話対応コンテスト参加申込を受付中!(7月20日まで受付中です)

第 23 回「企業電話対応コンテスト」への参加を、ユーザ協会ホームページで現在受付しています。

「企業電話対応コンテスト」は、ユーザ協会の専門スタッフが「仮のお客さま」となって参加企業(事業所)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ます。その結果は「報告書」及び「審査結果」として、参加企業へフィードバックします。また、上位 20 社を表彰します。

電話対応サービスの向上、CS(顧客満足)経営の指針としてご活用いただけます。

企業電話対応コンテスト



「ゆ〜協メルマガ」

毎月 2 回発行のメールマガジン

ICT・ビジネス、電話対応教育に関する情報、話題、各種催し物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、ホームページ下部の【メールマガジン登録】ボタンから

登録は無料です!
どなたでも自由に
ご登録いただけます