



日本商工会議所 後援

4級以外の検定は既定の課程（研修）実施後に筆記試験と実技試験を行います。

※4級は筆記試験のみを行います。（研修不要）

級（段階別）	レベル	試験実施日
4級（入門級）	ビジネス電話に必要なコミュニケーションの基礎知識を有する。	毎月第1水曜日※
3級（初級）	ビジネス電話を行うためのコミュニケーションの基礎能力を有する。	1、3、5、7、9、11月の第1水曜日※
2級（中級）	ビジネス電話を行うためのコミュニケーションの応用能力を有する。	2、6、8、12月の第1水曜日※
1級（上級）	ビジネス電話を行うための社内の指導者として高度な実践能力および指導能力を有する。	4、10月の第1水曜日※
指導者級（S級）	電話応対に関する高度な知識、技能を有し、本検定の実施にあたっては、指導官や試験官などの役割を果たす。	ホームページにてお知らせします。

※第1水曜日が祝日の場合、第2水曜日に行われます。

「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。

電話応対技能検定（もしもし検定）は、電話応対などのお客様対応のエキスパートとして、また、あらゆるビジネスシーンにおいて必要なコミュニケーション知識のスキルアップとして、自分を磨くことのできる検定試験です。

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Ⅱ 9階



0120-20-6660

TEL 03-5820-2071 FAX 03-5820-2072

テレコム・フォーラム 2023 1

令和5年1月1日（毎月1日発行）第42巻1号（通巻474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 電話03-5820-2071

公益財団法人 日本電信電話ユーザ協会

テレコム・フォーラムの送付先変更等は各都道府県のユーザ協会支部までご連絡ください。

0120-206660

top management magazine Telecom Forum

テレコム・フォーラム

1

January 2023



特集

2023年に注目したい
ビジネスキーワード
「メタバース」が生む
新たなビジネスチャンスを探る

NRIデジタル株式会社



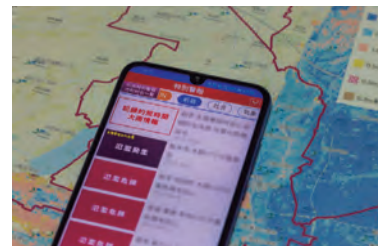
新春のご挨拶

公益財団法人
日本電信電話ユーザ協会
会長
中野 武夫



ICT COLUMN

ICTで進化する防災への取り組み「防災テック」(第1回)
世界規模の課題にデジタル技術で
立ち向かう



電話
応対で
CS向上

「お客様の立場で考え、行動する」
ことで、カスタマーサクセスに
貢献するコンタクトセンターへ

リコージャパン株式会社
マーケティング本部CXセンター



IT化が進む時代だからこそ、
温かみや親しみを感じる「富山信金らしさ」を
大切にしたい

富山信用金庫



連載

アサーティブなコミュニケーション
コミュニケーションにおける自己責任

コミュニケーション力を鍛える
「一言が消えていく」



公益財団法人 日本電信電話ユーザ協会

マニュアル応対を超えた電話応対の検定に、
あなたもチャレンジしてみませんか？

詳しくはホームページへ！

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

令和5年

新春のご挨拶

新年あけましておめでとうございます。

旧年中は格別のご厚情を賜り、厚く御礼申し上げます。

新型コロナウイルス感染症により影響を受けられた方々には心よりお見舞い申し上げます。

昨年はコロナ禍の下で、会員の皆さまやICTサービスをご利用される皆さまにオンラインにおいて「DX（デジタル・トランス・フォーメーション）導入・活用推進」、「サイバーセキュリティ対策」、「SDGs推進」など、さまざまなテーマのICTセミナーを開催しました。全国から視聴できるメリットもあり、各地の多くの方々にご参加いただきました。また、ICTに関する課題解決事例や最新情報も本誌やホームページ、メールマガジンなどを通じて多数ご紹介させていただきました。

電話対応教育事業につきましては、感染防止対策をとりながら集合形式、リモート形式で研修などを行ってきました。特に「電話対応コンクール全国大会」は新型コロナウイルスの感染防止対策に万全を期した上で、3年ぶりに集合形式で山口市において成功裏に開催することができました。これもひとえに、皆さまのお力添えの賜物と深く感謝申し上げます。

さて、新型コロナウイルスの感染拡大を踏まえ、業種を問わず、デジタル化やオンライン化への取り組みが加速しております。これに伴い、生産性の向上や新たなビジネスモデルの創出などの変革を実現することが期待できるDXへのニーズが一層高まっております。当協会では、皆さまの事業運営にお役立ていただけるよう、ICTサービスなどの最新情報や事例などをお届けして参ります。

また、コロナ禍において、時間や場所にとらわれずに生産性の高い働き方を実現できるテレワークが普及しましたが、離れた場所で人と人とを対話でつなぐ「電話」の役割もビジネスにおいて欠くことのできないツールとしてその重要性が再認識されております。当協会では引き続き電話対応力の強化とお客さま満足向上のお手伝いに積極的に取り組んで参ります。

本年も各種事業活動を通じ、企業や地域社会のさらなる発展に寄与して参る所存でございますので、引き続きご賛同とご支援を賜りますようお願い申し上げます。

皆さまのご健勝とますますのご発展を祈念いたしまして、新春のご挨拶とさせていただきます。

公益財団法人日本電信電話ユーザ協会
会長

中野 武夫

特集

2023年に注目したい ビジネスキーワード 「メタバース」が生む 新たなビジネスチャンスを探る

NRIデジタル株式会社

近年、ビジネスの世界では「メタバース」の話題が増えています。特に2021年、Facebook社が「Meta」へと社名変更したことで、メタバースは新時代のビジネスキーワードとして一気に注目を集めるようになりました。メタバースとは何なのか、どのような新しいビジネスチャンスにつながるのか。デジタルを活用した広範な知見と実績で新たなビジネスソリューションを発信する、NRIデジタル株式会社の庭野 幹生氏に話をうかがいました。



NRIデジタル DXエンジニアリング2
システムエンジニア
庭野 幹生氏

仮想空間上に誕生する もう一人の自分と世界

メタバースとは、多数の参加者がその中で自由に行動できる、ネットワーク上に作られた仮想空間を意味します。meta（超える）とuniverse（宇宙）をかけ合わせた造語で、メタバース内で私たちユーザーは、自分の分身であるアバター^{*1}を操作し、同じ仮想空間に集まった人たちとの相互コミュニケーションを通じて、さまざまな活動が可能となります。

アバターを介することで、実際には非対面であっても直接会って話をしている感覚が得られるため、現実の日常と同一感覚で交流したり、ショッピングやイベントを楽し

んだり、ビジネス活動などが行えます。メタバースとは、オンライン上の仮想空間に生まれた、もう一人の自分と世界だといえるでしょう。

「現在メタバースにはさまざまな解釈があり、統一的な定義は確立されていません。現段階では『誰もが現実世界と同等のコミュニケーションや経済活動を行うことができる、インターネット上のバーチャル空間』と考えてよいでしょう。よくGoogleなどを着用して体験する近未来的な3DCG^{*2}空間をメタバースとイメージしがち

ですが、Googleなどはよりリアルな没入感を得るための道具であり、スマホやパソコンなどでも、メタバースの世界は体験可能です。

実際にメタバースの概念は、私たちの生活にすでに浸透し始めている。ゲームソフトなどが良い例ですが、世界的に大ヒットしたゲームソフト『あつまれ どうぶつの森』の、仮想空間上の島で暮らしながら人生を作り上げたり、さまざまな経済活動が生まれるゲーム性は、まさにメタバースの一種と解釈できると私は考えています」(庭野氏)



ARやVRなどの最新技術がメタバースの可能性を大きく広げる

インフラの進化が実現した 仮想空間上の経済活動

メタバースの誕生は意外と古く、考え方自体は1980年代には提唱されており、1992年に発表されたSF小説「スノウ・クラッシュ」の中でメタバースの名が登場しました。そして2003年には、メタバースを現実世界でサービス化した「セカンドライフ」がアメリカで誕生し、世界中にブームを巻き起こしました。

アバターを介して仮想空間に入り、コミュニケーションや経済活動を行う概念は、まさに現在のメタバースそのものでした。しかし、ブームは数年で終焉を迎えてしまいます。当時はまだスマホも普及しておらず、通信速度やパソコンなど通信端末のアクセス環境は現在とは比較にならないほど貧弱な時代でした。セカンドライフを楽しむためには相当な高スペックの機材が必須であり、誰もが気軽に楽しめる世界ではなかったのです。

「考え方は素晴らしかったのですが、当時の技術が追いついていませんでした。セカンドライフが普及しなかった要因は、時代を先取りしすぎた点にあると思います。しかし、現在は通信速度も格段に進化し、高精細な3DCG技術を誰もが簡単に体験できる環境が整備されました。スマホも普及し、Googleなどの価格もリーズナブルになってきています。何より、関連ソフトウェアのオープンソース^{※3}化が進み、企業の参入障壁が下がったことも大きいですね」(庭野氏)

また、昨今のコロナ禍がメタバースの普及促進に大きな影響を与えました。テレワークが日常となり、コミュニケーションの手段がオフラインからオンラインへと大きく変換することで、メタバースの持つメリットが広く注目を集めるようになったのです。Meta社の

「Horizon Workrooms」、Microsoft社の「Microsoft Mesh」などが続々と3Dによるオンラインミーティング空間を実現し、既存のコラボレーションツール^{※4}を凌駕したリアルなメタバース会議機能が話題を呼びました。何より実際にオンライン空間に参加者が一堂に会し、リアルタイムで双方向の会話が成立するため、その場で会議を行っているような没入感を得られることで、注目を集めています。

「高精細な3DCG空間内で行われるリアルな会議は、自分が自宅にいることを思わず忘れてしまいます。コラボレーションツールも充実しており、例えば空間内でホワイトボードを共有した議論が可能になるなど、現在普及しているビデオ会議アプリとは、明らかに一線を画しています」(庭野氏)

スマホやパソコンで楽しめる メタバース空間が続々と誕生

国内でも続々と誕生しているメタバース空間ですが、「モール型」「都市型」と呼ばれる多数の小売り店舗でショッピングやイベントなどが楽しめるものや、前述したコミュニケーションに重点を置いた「コラボレーション・会議型」をはじめ、技術の向上や伝承を目的と

した「トレーニング型」など、いくつかのカテゴリーに分類されています。特にモール型、都市型のメタバース空間で展開されているEコマース事業には多くの企業が興味を示し、積極的な参画が始まっています。

リアル世界でEコマースを利用する際には、サイズやデザインなど、自分が本当に期待している商品なのかを注意深く見極める必要があります。しかし、メタバース空間内でのショッピングでは、3DCG化された商品をさまざまな角度から確認できる上、スタッフへの質問も音声やチャットで自由に行えるので、トラブルの確率は低く抑えられます。そして最近ではこの売場から、実生活で使用する商品だけでなく、私たちがメタバース空間内で楽しむための、仮想的な商品を販売する新しいビジネスも生まれ始めているのです。

「例えば、アバターに着用させる衣装やアイテムをリリースするファッションブランドも登場しています。『仮想世界で生きる自分だけのおめかししたい』といった消費者心理を先取りした例といえるでしょう。実際、ある世界的ブランドのバッグが、驚くほどの金額で売買されるケースもあるようです。



図1:「メタバ[®]」では、ショッピングモールを巡る感覚で複数の店舗を周遊し、3DCG化された商品をさまざまな角度からチェックすることが可能



図2:バーチャル東京タワーでは野外フェスティバル会場が設けられ、音楽ライブやファッションショーなど、さまざまなイベントが開催されている

今後、商品販売のチャネルや商品そのもののバリエーションがさらに増えるのは確実です」(庭野氏)

このようなメタバース空間としては、凸版印刷が運営する「メタバ[®]」、NAVER Zが運営する「ZEPETO」などが続々登場しています。スマホアプリ「メタバ[®]」は、同時に接続した友人たちとおしゃべりを交わしながら、リアル世界のようにショッピングが楽しめるようになっています(図1参照)。

このほか、メタバース企業HIKKYは定期的にVRを利用したメタバース関連のマーケットイベントを開催しています。会場にはトヨタやJR東日本、大丸松坂屋、ビームス、東宝などの企業が名を連ね、商品販売やイベント開催、PR活動などを展開しており、今後のメタバース市場の急成長を予感させる賑わいを見せています。

また、実際の都市や施設をメタバース上に再現した、「バーチャル渋谷」「バーチャル秋葉原」「バーチャル東京タワー」といったプラットフォーム^{※5}も増えています。「バーチャル東京タワー」では、バーチャルとリアルアーティストが融合したイベントなどを積極的に開催し話題を呼んでいます(図2参照)。また「バーチャル渋谷」は渋谷区と提携していて、将来的にはメタバース内での行政サービスの実現なども期待されています。

国内におけるメタバースの 最新動向と可能性

国内における最新動向に関しては、2022年10月にNTTドコモがグループのXR^{※6}事業の強化を目的とした新会社「NTTコノキュー」を創立し、メタバースビジネスに本格参入したことが話題となりました。同社は独自のメタバース空間「XR World」や、スマホで街頭ARの体験が可能な「XR City」、個人・法人問わず、イベントやショップなどをメタバース空間で開くことができるサービス「DOOR」(図3参照)などを運営しています。

『XRコンテンツ』とそれを利用するための情報端末、NTTグループ最大の強みである『通信インフラ』などを統合した、完成度の高いサービスを提供したい狙いがあると思われます。現在、5G環境を活かした一般向けサービスは、ゲー

ムなどに留まっていますので、同社には『高速』『低遅延』『多数同時接続可能』な強みを発揮していただき、遠隔地や多人数の人々とシームレスにつながれるようなサービス展開を期待したいですね」(庭野氏)

同社の参入により、国内のメタバース市場のさらなる活性化やマーケットの拡大が期待されています。その中で庭野氏は、「メタバースによりビジネスの規模が広がり、市場も今後、ますます拡大されていく」と予想しています。

「メタバースの世界が体験できるアメリカのゲーム『Roblox』の日常的な利用者は、一日で5,000万人を超えています。またメタバース上で開催された有名アーティストのイベントでは、1,200万人以上のファンが同時接続し、ライブに酔いしれました。リアル世界では大きくても数万人規模のライブが、メタバース上では千万人規模のビジネスへと変貌するのです。

メタバース市場は現在年43%程度の数字で急成長を続けており、2030年には全世界で6,000億ドル市場に達すると予測されています(米エマーゲンシーリサーチ社)。現在、自動車産業全体の市場規模が約3兆ドルと言われているので、メタバースがいかに将来性豊かな市場であるかが理解できるでしょう」(庭野氏)



図3:「DOOR」は、アバターを通じたコミュニケーション機能が標準で用意されたバーチャル空間を、法人・個人問わず各種イベントや展示会の開催、バーチャルショップなどに活用できるサービス

製造業を悩ませる技術の継承も
メタバースなら低コストで実現

メタバースは技術の向上や伝承を目的とした「トレーニング型」のものも登場し、特に高齢な熟練者の技術の継承が課題となっている国内の製造業界や、医療業界などから熱いまなざしが注がれています。

「フライトシミュレーターのような仮想トレーニング機器は以前から存在していますが、メタバースを活用すればより低コストで高度な訓練が可能になるでしょう。医療の世界では、3D空間上で手術のシミュレーションが行える画像処理ソフトウェアがHoloeyes社からすでに登場し、全国の医療機関で導入が始まっています。

このほか、技術の属人化が各社共通の悩みとなっているモノ作りの世界などでも、メタバースへの注目度が急上昇しています。例えば、イマクリエイト社が開発した『NUP(ナップ)』はVR空間内で現実のように訓練することに活用ができます。NUPは体の動きを3Dデータ化しVR空間内でシェアすることができるサービスで、例えば熟練者の体の動きを3Dデータ化しVRで再現すれば、訓練者は装着したゴーグル内で展開される映像をトレースし、身体の動かし方を学ぶことで技術や本人にしか分からない感覚が修得できます(図4参照)。このケースはVRサービスですが、今後、メタバース内のサービスとして盛り込まれることが増

える可能性があります」(庭野氏)

新たな世界観だから生まれた
今から取り組むべき課題も

一見順風満帆に見えるメタバースの未来予想図ですが、新しい世界観ならではの課題も発生しています。

「インターネットの普及によって私たちの生活は豊かになった一方で、プライバシーや著作権の侵害、匿名での誹謗中傷など、さまざまな問題が生まれました。メタバースの世界でも同様に新たな社会課題が発生する可能性があります。それに伴う対応も必要になります。先日、メタバース空間で発生したセクハラ事件が話題を集めました。男性アバターが女性アバターに対して反社会的行為に及んだわけですが、この行為が現実の社会で裁かれるべきか否か、議論を呼んでいるのです。現実社会のガバナンスを、仮想空間にまで適用してよいのか。あるいはメタバース内で通用する独自の法整備が必要ではないのか、議論は始まったばかりです」(庭野氏)

メタバースの真価は、やはり
使い手の発想により発揮される

今後、通信速度やマシンの進化スピードはさらに増し、10年以内には現在のスマホやパソコンなどの環境は、3DCGコンテンツの存在感が増してくるだろうと庭野氏は予測しています。メタバースの明るい未来は自然にやって来ると

期待は高まるばかりですが、そう単純な話でもなさそうです。

「メタバースの特性を理解した活用ができなければ、メタバースの利点は活かしきれません。先ほどご紹介したNUPの可能性も、医療や工業の分野に留まりません。例えば野球やサッカー選手の動きを3Dデータ化すれば、子どもたちにとって最高の教師になるでしょう。日本舞踊の名取の動きや陶芸家の所作や手順を保存すれば、未来につながる貴重な資産にもなるのです」(庭野氏)

メタバースの可能性は使い手の発想次第であると庭野氏は指摘します。それぞれの業態に適した活用法に出会えた時、メタバースはゲームチェンジャーとしての真価を発揮し、新たなビジネスチャンスをもたらしてくれることでしょう。

- ※1 アバター：インターネットなどの仮想空間上に登場する自身の分身となる存在やキャラクターのこと。
- ※2 3DCG：3次元空間でのコンピューターグラフィックスの略称。
- ※3 オープンソース：ソフトウェアを構成しているプログラム「ソースコード」を無償で一般公開すること。
- ※4 コラボレーションツール：組織やチーム内のコミュニケーションや情報共有をサポートするツールのこと。
- ※5 プラットフォーム：ある機器やソフトウェアを動作させるための土台となる環境のこと。
- ※6 XR：VR(仮想現実)、AR(拡張現実)、MR(複合現実)といった先端技術の総称。

NRI digital

●会社概要

会社名：NRIデジタル株式会社
設立：2016(平成28)年8月1日
本社所在地：神奈川県横浜西区みなとみらい4-4-1 横浜野村ビル
取締役会長・CEO：増谷 洋
代表取締役社長COO：雨宮 正和
資本金：4億9,000万円
事業内容：野村総合研究所(NRI)グループのデジタルビジネス専門会社。デジタル化戦略の構想から、先端ITソリューションの選定・構築、事業の実行支援、プロジェクト全体の検証・改善に至るまで、顧客企業のDXをトータルに支援している。

URL：https://www.nri-digital.jp/

Webで読もう
ユーザ協会 D10028



相手軸にすると
自分が被害者になる

職場の隣の席にいる同僚が、仕事と関係のない話をしてきます。仕事の話から始まり、上司や取引先の愚痴、プライベートの悩みなど、いつも最低20分くらいは聞かれます。そのたびに仕事を中断され、本当に困っています。

こんな時、あなただったらどうするでしょう。「いい加減にしてください!」と言うわけにはいきませんから、忙しそうな様子を見せて相手に察してもらうとか、用もないのに席を立つなど、作為的に伝えますか。それとも、相手の気持ちを優先し、相槌を打ちながら話を聞いてしまうでしょうか。

このような状況で私たちは、自分が困るのは相手のせいだと考えたくありません。「相手が話しかけてくるから仕事が中断される」、「相手が困っているから聞いてあげないといけない」。これは、相手の状況に自分を合わせる“相手軸”の考えになります。一見、優しさの表れのように見えますが、この関係が続くと、「なぜ自分はこんな目に遭うのだろう」と、相手から迷惑を被っている被害者になってきます。すると、相手に対する不満がどんどんたまっていき、ある日突然爆発するか、相手を避けたり嫌いになったりと、お互いの人間関係までぎくしゃくしてしまうことにもなりかねません。

「相手のせいで自分は…だ」と考える限り、いつまでも相手に振り回されることになります。相手に何か伝えようとすると、「相手が変わるべき」という攻撃的なものになるか、「あきらめる」という受身的なものになってしまうでしょう。

アサーティブなコミュニケーション 《第5回》

コミュニケーションにおける自己責任

「相手が…だから、自分はこうなる」と、物事を“相手軸”でとらえていると、自分がどんどんしんどくなります。「相手が…だから」ではなく、「自分はどうしたいのか」。“自分軸”を立てて、自分の望みを言葉にいきましょう。

コミュニケーションにおける
自己責任

アサーティブなコミュニケーションでは、「相手がどうか」の“相手軸”ではなく、「自分はどうしたいのか」という“自分軸”から始めます。「相手は…だ、に対して自分は何を望むのか、どうしたいのか」が出発点となります。自分の望みを明確にするのは、自分自身です。その望みについては、誠実で率直な「言葉で」表現していきましょう。

双方向のコミュニケーションでは、「相手が(あるいは自分が)100%悪い」ということは、ほとんどの場合ありません。双方が関わっている状況なので、先の「一方的に話しかける同僚」であれば、自分にも「聞き続けてきた」という責任があります。相手のせいで自分の仕事ができない、のではなく、自分が「今は聞くのが難しい」を言わなかったために、この状況が続いていると考えるほうが、次のアクションに結びつきやすくなります。

会話の責任は自分にもある。それを意識すれば、むやみに相手を責めたり、自分が相手の犠牲になっていると考える必要はなくなってくるのです。

「聞きたい気持ちはやまやまなのですが、今は…を上げたいので、一息ついたら僕のほうから声をかけますね」。そんな風に率直に、さわやかに言葉で表現してみましょう。相手が悪いからでも、迷惑をかけていることを分からせるためでもなく、自分が何を望むのかを正直に、誠実に、言葉にすること。それが、お互いの人間関係を尊重したアサーティブな対応となることを覚えておきましょう。

問題は小さうちに
早くに対処する

「たいしたことはない」と自分の気持ちをごまかす癖はなくしていきましょう。我慢した期間が長くなればなるほど、「あの時もこの時も」と過去の出来事を持ち出して、相手を責めなくなります。相手としても「実はずっと聞くのが嫌だった」と言われたら、とても困惑してしまうでしょう。

言わなかったのは自分自身です。それを自分の責任として引き受けた上で、あくまで「今は…で難しい」「今後は…でお願いしたい」と、相手を尊重しながら言葉にすることを意識してみてください。

変えられるものは、現在と未来です。現在の問題を話し合いで解決したいのであれば、過去のことを持ち出して相手を責めるのではなく、現在と未来について建設的に話しましょう。

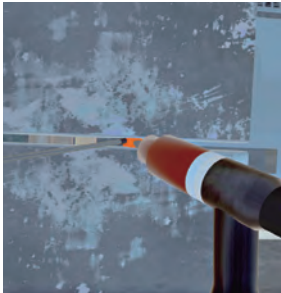
積み重なった問題を持ち出すことにはエネルギーも準備も必要ですし、人間関係を揺るがすリスクも高くなります。積み重なった問題にどのように対処するかは後半で論じていきますので、まずは、「ことが起こったら、なるべく問題が小さなうちに、早めに」、自分軸にしてアサーティブに対処することをおすすめします。

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。



シェア元の動き
(ベテラン溶接工)



ベテラン溶接工の動きを
VR内で再現



シェア先の動き
(若手)

図4：NUP溶接トレーニング。教えるのが難しく、研修コストも高い溶接実習を改善するためのツールとして、コベルコE&M社と共同で開発された

Webで読もう
ユーザ協会 C10061



世界規模の課題に デジタル技術で立ち向かう

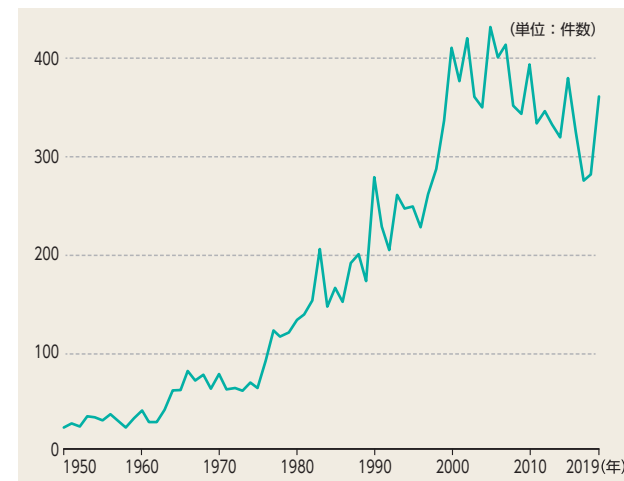
自然災害の発生件数の増加は、世界的な傾向です。災害大国の日本でも従来は地震に対する備えに力を注いできましたが、近年は台風や洪水、ゲリラ豪雨などによる水害の影響が大きくなっています。数十年に一度の規模の災害に対して発表される気象庁の特別警報が毎年のように発令されています。デジタル技術の進展は、私たち一人ひとりの災害への備えをどのように変えようとしているのでしょうか。

21世紀は災害の世紀

「ダボス会議」という会議の名前を耳にされたことはありますか？ 毎年1月に、スイス東部の山間にあるダボスという町で開かれている国際会合です。世界の主要国から政治家や企業の経営トップなどが参加して、さまざまな世界的課題を議論しています。ダボス会議は、同じくスイスに本拠地を置く非営利財団の世界経済フォーラムが主催しています。

世界経済フォーラムでは、毎年「グローバルリスク報告書」を公表しています。2022年に発表された報告書では、今後10年間で最も深刻な世界規模のリスク上位五つに、①気候変動への適応への失敗、②異常気象、③生物多様性の喪失、④社会的結束の侵食、⑤生活破綻を挙げています。

【図1：世界の自然災害発生件数の推移】



1950年から2019年までに世界で報告された自然災害発生件数の推移。これには、干ばつ、洪水、異常気象、異常気温、地滑り、ドライ・マス・ムーブメント(土塊や岩塊などの乾燥物質の斜面下方移動)、山火事、火山活動、地震などが含まれます。

出典：EMDAT (2020) : OFDA/CRED International Disaster Database, Université catholique de Louvain - Brussels - Belgium
OurWorldInData.org/natural-disasters・CC BY

2021年の報告書では世界規模のリスクのトップは感染症でしたが、コロナ以前からのトレンドとしては①②に代表される気候関連の項目が上位を占めています。

私たちの日常でも、夏は40度超えも珍しいことではなくなり(筆者の子どもたちのころは35度を超えたら大変!というような感覚だったと記憶していますが)、梅雨末期には大雨が降る、というのも一般的な認識になってきているように思います。グローバルリスクで挙げられた気候変動や異常気象と自然災害の発生には密接な関係があります。

このコラムでは、自然災害に対応するために私たち一人ひとりがどのようにデジタル技術を使っていけばよいのかを考えていきます。図1は、1950年から2019年までに世界で記録された自然災害の件数の推移です。“21世紀は災害の世紀”と言われている理由がお分かりいただけるかと思います。

デジタル技術が災害の事前準備と 事後対応を変える

毎年、世界では300～400件近い自然災害が発生していて、日本に住む私たちの日常生活にも大きな影響をもたらしています。図1を見ると2000年前後を境として急激に発生件数が増えています。ただ、20年前の私たちと2023年の私たちには違いもあります。デジタル技術です。日本では、iPhoneが発売された2008年以降、私たち一人ひとりがインターネットに接続し、いわゆる“アプリ”を使って生活に関するいろいろな活動をする環境が急速に普及しました。LINEやeメール、SNS、読書・宅配アプリや決済など、スマートフォンがなければ生活できないという人が増えてきています。

デジタル技術は自然災害に対する私たちの備えや

2019年の台風19号時に発出された気象庁からの
エリアメール／緊急速報メール



事後対応の在り方をガラリと変えようとしています。災害対応は、①減災、②事前準備、③事後対応、④復旧・復興の四つのフェーズで語られることが多いです。それぞれのフェーズでデジタル技術が活用されていますが、私たちの生活に特に関わりが深いのは②事前準備と③事後対応です。

例えば、事前準備×デジタル技術の事例で日本が世界に誇れるものはエリアメールや緊急速報メールです(提供する企業によって呼び方が異なります)。自然災害が迫っている時、気象庁が特別警報を出します。台風が近づいている時や地震が起こると予測された時などに、ご自身のスマートフォンあるいはガラケーにメッセージを受信されたことがある方もいらっしゃると思います。

このように、災害が発生する前に災害のリスクを国民一人ひとりに伝える仕組みは世界にまだ例が少なく、日本人で良かったと思える瞬間です。ただ、執筆時点で、気象庁から気象に関する特別警報メールは2022年12月に終了するとのアナウンスがありました。12月以降は民間が提供する防災アプリとの連携強化による情報伝達に移行することが発表されました。この点については、次回以降のコラムで述べたいと思います。

理想の暮らしに近づくために

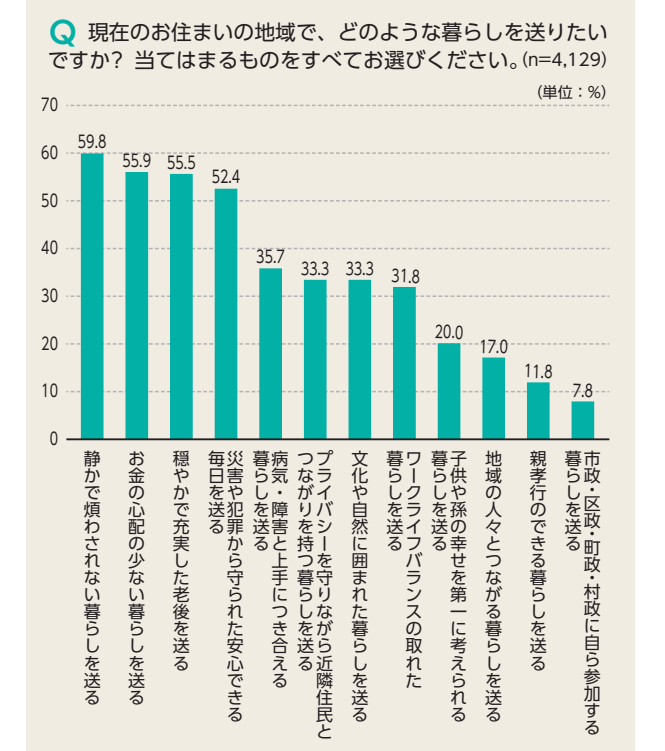
私たち一人ひとりがデジタル技術を活用する環境が普及して、災害に対応するためのさまざまなデジタルサービスが提供される社会となる中で、利用者は災害×デジタルサービスにどの程度のニーズを持って

いるのでしょうか？

筆者が2021年実施したデジタルガバメントのニーズ調査(オンライン調査)で、理想の暮らしを尋ねました。回答者は4,000人強です。そのおよそ半数が回答したのは、「静かで煩わされない暮らし」「お金の心配の少ない暮らし」「穏やかで充実した老後」「災害や犯罪から守られた安心できる毎日」の4項目でした(図2参照)。

より深く分析していくと、「災害や犯罪から守られた安心できる毎日」と回答した人々は、デジタル関連サービスの利用意向を高く持っていることが分かりました。理想の暮らしに近づくために、デジタル技術が果たす役割は大きいと言えます。

【図2：理想の暮らし】



出典：(株)サイバーエージェント、国際大学GLOCOMの共同調査「デジタルガバメントに関する住民ニーズ調査」

※ 防災テック：防災とテクノロジー(Technology)を組み合わせた造語。

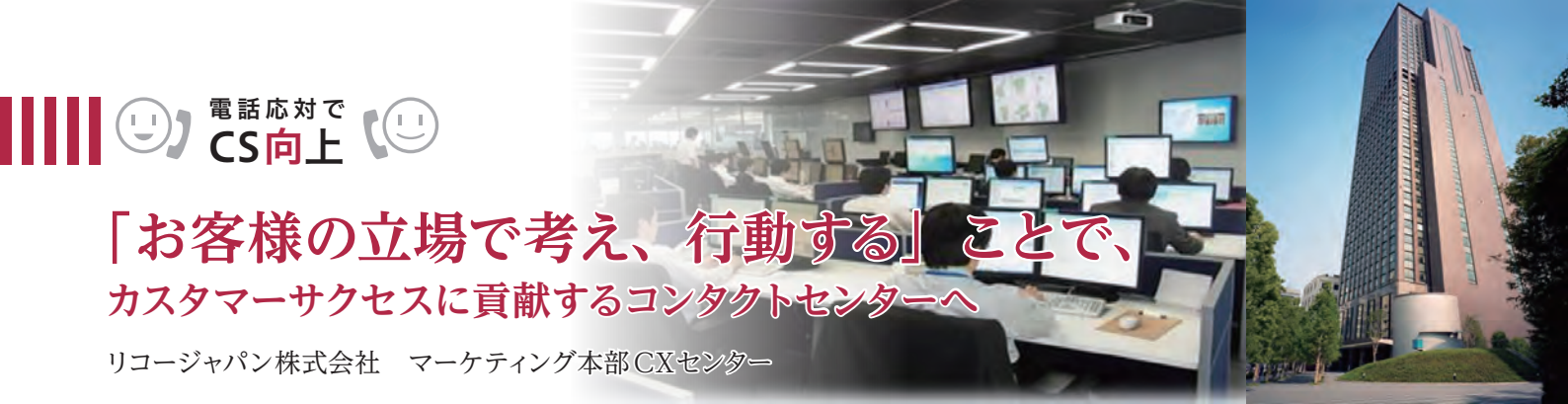


櫻井 美穂子氏

ノルウェーにあるアグデル大学の情報システム学科准教授を経て、2018年より国際大学グローバル・コミュニケーション・センター准教授。専門は経営情報システム。自治体や地域コミュニティにおけるデジタル活用について、レジリエンスやサステナビリティをキーワードに研究している。近著『ソシオテクニカル経営：人に優しいDXを目指して』(日本経済新聞出版、2022年)、『世界のSDGs 都市戦略：デジタル活用による価値創造』(学芸出版社、2021年)。

Webで読もう
ユーザ協会 D40040





「お客様の立場で考え、行動する」ことで、 カスタマーサクセスに貢献するコンタクトセンターへ

リコージャパン株式会社 マーケティング本部 CXセンター

複合機などのメーカーから、デジタルサービスの会社に変革しているリコーグループ。日本国内の販売を統括するリコージャパンのマーケティング本部に所属し、全国10拠点でコンタクトセンター業務を展開しているCXセンターの皆さんに、接客対応で大切にしていることをお聞きました。



マーケティング本部 CXセンター長
若宮 治氏

事業概要と電話対応の体制をお聞かせください。

A「リコージャパンは、リコー製品を中心とした商品・サービスの提供をはじめ、業務改善を含めたコンサルティングからシステム構築、アフターサービスまで、さまざまなソリューションを提供する会社です。私たちCXセンターは、主にお客さまからの故障連絡や操作の問い合わせ、消耗品の注文、リモートサポートなどの業務を担っています。問い合わせの手段は電話がメインですが、メールやチャットボットも増えています。加えて、お客さまの声を受ける、また製品を直すことなど単にお客さまのお困りごとを解決するだけでなく、さらに、よりお客さまに活用していただくための活用サポートなどを提案し、お客さまの業務のお役に立てる取り組みをしています。CXセンターは全国に10拠点あり、人数はパートナー会社を含めると約1,000名になります」(若宮氏)

「CUSTOMER-CENTRIC お客様の立場で考え、行動する」が接客対応の基本

電話対応やその教育について大切にしていることを教えてください。

A「CXセンターでは、『世の中から評価されて、お客さまから最も信頼されるコンタクトセンターになろう』というスローガンを掲げています。その根底には『リコーウェイ（リコーグループの理念）』に謳われている『CUSTOMER-CENTRIC お客様の立場で考え、行動する』という価値観があります。これは何か

を判断する際には、常にお客さまの立場になって考える、お客さまが起点であるということを示しており、私たちの大事な指針となっています。電話対応教育という観点でいえば、自分が話すことに主眼を置くのではなく、お客さまの声にならない声、例えばため息一つからもその心情を察することを重視しています」(野中氏)

「加えて、対応教育の成果としては、自分たちの勝手な判断ではなく、お客さまをはじめとする外部の方からの評価をしっかりと把握し、高めていくことが大切だと考えています。お客さまはほかの会社とリコーグループを横並びで評価しています。私たちの対応品質が、相対的に見てどのくらいの位置にいるのか、お客さまの成功に寄与することで、どのように信頼を高めていけるかが、これからのコンタクトセンターには重要だと考えます。そのため、昨年（2022年）の新年の挨拶では全国のメンバーに向けて、『7年ぶりに電話対応コンクールに出場します。一緒にチャレンジしていきましょう』というメッセージを発信しました。ほかにも『コンタクトセンター・アワード』にも初めてチャレンジしました。おかげさまで、『マネジメント・オブ・ザ・イヤー賞』を獲得するなど、結果が少しずつ始めています」(若宮氏)

7年ぶりの電話対応コンクールは、 自発的に取り組む人で組織が活性化された

7年ぶりに電話対応コンクールに取り組んで、 どのような成果を感じていますか。

A「2022年度の電話対応コンクール（以下、コンクール）には30名のスタッフが挑戦したのですが、賞を取れそうな人を推薦するのではなく、自発的に手を挙げた人で取り組みました。出場に向けてさまざまな練習をしましたが、選手個人のスキルに留めるのではなく、指摘されたことを職場に持ち帰って、上司やメンバーと共有するよう求めました。コンクールには出場して



センター戦略室 人材戦略グループ
シニアマネージャー
野中 郁子氏



ビジネス推進部
プロダクトサポート2グループ
定池 佳奈恵氏

いないコミュニケーターが、出場した選手の影響を受けて、対応スキルやマインドを高められたことが最大の成果だと思っています。一方で、今はまだその成果を十分に図れているとは言えません。来年度は、カスタマーサクセスにどれだけ貢献できたかを『見える化』して、社内外に展開したいと思っています。成長は自己満足ではいけません。それをお客さまに評価していただくことが今後の課題と考えます」(野中氏)

定池さんは実際にコンクールに出場されてみて、 どのように感じていますか。

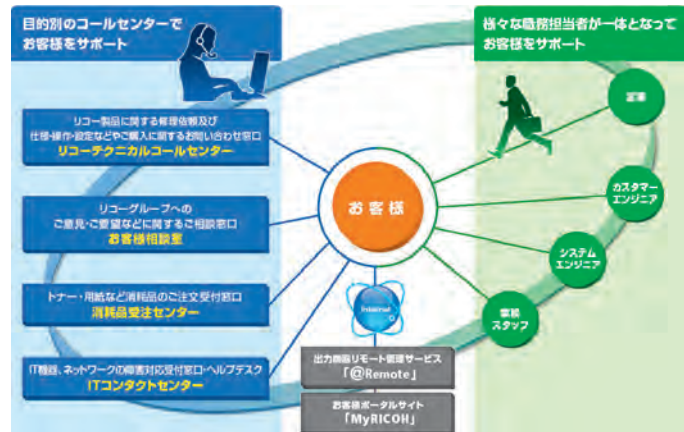
A「私はコミュニケーターのほか、チームの対応品質向上活動の推進を担当しております。お客さま対応に携わる中で、自身の実力を知るために挑戦してみようとコンクール出場に手を挙げました。業務に支障が出ないよう1日15分、問題の理解やCS、営業視点、話し言葉、音声表現など講師とリモートでレッスンを重ねました。お客さまとの電話対応では、日頃からお客さまに満足していただけることを心がけていますが、コンクールを通じて、お客さまに満足していただけるとはどういうことなのか、お客さまの心情に対する自分の声、お客さまとの距離を考えた間の取り方など、一つひとつを深く考える機会となりました。特に印象深いのは、音声表現です。はじめは自分なりにできているつもりでしたので、講師からなかなかOKが出ないことに焦りを覚えていました。そのため、どこが違うのか、どうしたら良いのかと悩み、講師の音声を録音し、自分のものと何度も聞き比べようやく気づくことができました。その後は、毎日、講師の音声と自分の音声の違いをチェックし、細かな音の中から、お客さまに満足していただける表現が分かるようになってきました。その結果、『驚くほど成長したね』と講師



電話応対研修



電話応対の様子



サポート体制

や周囲の皆さんに褒めていただき、嬉しかったことを覚えています。おかげさまで地区大会での入賞を果たし、神奈川県大会へ出場することができました。コンクールが終わり残念だったのは、毎回楽しみにしていたレッスンがなくなってしまったことです。今後は私自身が経験したレッスンの楽しさ、学びの世界をチームメンバーへの指導に役立てていきたいです」(定池氏)

最高の顧客体験を提供し、お客さまの成功に 貢献することで、共に成長していきたい

最後に、今後の目標についてお聞かせください。

A「目指すところは『CXセンターの存在価値をいかに高めるか』ということです。コンタクトセンターはお客さまとの大事な接点を担う部署だからこそ、顧客ロイヤルティの向上に深く貢献し続けることが必要です。そのことがやがて外部の評価につながることをと考えます。また、CXセンターのお客さまとの接点活動が、いかにカスタマーサクセスにつながるようにできるかが、最も重要です。お客さまにとって『最高の顧客体験』を提供し、CXセンターがお客さまの成功に貢献することで、我々も一緒に成長していきたいですね」(若宮氏)

RICOH

会社概要

会社名：リコージャパン株式会社
創立：1959年（昭和34年）
本社所在地：東京都港区芝3-8-2 芝公園ファーストビル
代表取締役社長執行役員 CEO：木村 和広
拠点数：349拠点（2022年4月1日現在）
事業内容：さまざまな業種におけるお客さまの経営課題や業務課題の解決を支援する各種ソリューションの提供
URL：https://www.ricoh.co.jp/
[ユーザ協会会員]

Webで読もう
ユーザ協会 C20053





電話対応で
CS向上

IT化が進む時代だからこそ、温かみや親しみを感じる「富山信金らしさ」を大切にしたい

富山信用金庫

信頼され、親しまれる金融機関として地域に奉仕することを基本姿勢とし、2022年4月に創業120周年を迎えた富山信用金庫。IT化、効率化が求められる今の時代だからこそ、温かみや親しみやすさを感じる応対を大切にしています。今回は、「富山信用金庫らしさ」を高める工夫などについてうかがいました。



常務理事
総務部部長
梅川 雅之氏

況に合わせた応対をするように指導しています。例えば、敬語の中にも富山弁を混ぜて親近感を感じていただくなどの工夫をしています。ただ、年配の方に対する配慮が行き過ぎると『子供扱いされている、馬鹿にされている』と感じる方もいらっしゃいます。親近感の中にも相手がお客さまであることをしっかり意識して敬意を表し、礼儀を忘れずに接するよう伝えていきます。このような温かみを感じられる応対は、地域に根づいた信用金庫ならではのものだと思います。IT化や非対面での接客応対が進むこの時代だからこそ、その価値をお客さまに感じていただけたら嬉しいです」(牛島氏)

「電話応対は、対外的にだけでなく、庫内においても重要です。2022年の電話応対コンクールのテーマにもありましたが、外出中の職員に電話を取り次ぐ場合には速やかに要点を伝えなければなりません。また、不在時にメモを残す場合、長時間放置されている状況にならないように気をつけています。もし担当者がなかなか戻らない場合は、要件をLINE WORKSで伝えるなど、担当者にいち早く伝えることを心がけ、お客さまをお待たせしないようにしています。渉外担当などはお客さまと商談をしていることも多いので、急を要するものでなければ、電話ではなくLINE WORKSで通知することで、業務を妨げないよう工夫しています」(高島氏)

優しい声の応対が、 電話応対コンクールでの高い評価につながった

電話応対コンクールに取り組まれた経緯、
成果を教えてください。

「電話応対コンクール（以下、コンクール）には、応対力の向上を目的に2014年から出場しています。出場者は若手を中心に選抜しており、2022年は5名



本店営業部
部長代理
高島 朋子氏



上市営業部
新村 真由氏
(2021年富山県大会優勝)



人事担当
副調査役
牛島 絵夢氏



研修の様子

が出場しました。出場した選手に限らず、全職員が明るく丁寧な応対を電話の声を通して伝えることで、地域の方々に愛される金融機関としてさらなる成長と、多くの方々に富山信用金庫らしさ（強み）をアピールする力も高めてほしいと思っています。大会に出場した選手は、『周りには皆、電話応対のプロフェッショナルばかりだ』と緊張したと思いますが、その中でも信用金庫らしい優しい声の応対で臨んだので、高い評価をいただきました」(牛島氏)

「大会に向けた練習で自分の声を録音して聞いてみると『少し暗い』とか『自分が思っているよりも冷たい印象だ』と気づくことがあります。2022年の大会の講評でも『ちょっと明るさが足りない』というお言葉がありました。自分が思っているよりも、一言を加えたり、声のトーンを上げたりして、笑顔で伝えないとお客さまには伝わらないのだと認識できただけでも出場した甲斐がありました。大会後には、音声表現を変えたことにお客さまからも『明るくなったね』という声をいただいたという報告もあり、成果を感じました」(高島氏)

新村さんは実際にコンクールに出場されてみて、
どのように感じていますか。

「最初に『出てみないか』と言われた時は、自分の電話応対に自信がなかったので、気後れる部分もありました。ただ、2021年度に同じ職場の先輩が入賞されたので、私もその背中を見て『出場するからには賞を目指そう』と前向きに取り組みました。コンクール



電話応対の様子



とみしんSDGs宣言

に向けた練習では、一緒に参加した同期と相談し合ったり、人事の牛島さんに個別指導をしていただきました。ほかの出場者と一緒に練習をすると、言い回しや話の切り口などで自分にはない表現を習得できるので、とても勉強になりました。また、笑顔で話すと自然と声のトーンも上がるので、普段の電話応対でも笑顔で話すようにしています。それが自然にできたのかコンクールの審査員の方からも『とても明るく優しい声で聴きやすかった』と言われてとても嬉しく、自信ができました」(新村氏)

今後130周年、150周年と 地域の皆さまに選ばれる信用金庫であり続けたい

最後に、今後の目標についてお聞かせください。

「富山信用金庫には、『信頼され親しまれる金融機関として郷土の繁栄と中小企業の発展に奉仕する』という基本方針があります。信頼され、親しまれる金融機関を目指す姿勢が地域の皆さまに評価されて、今の富山信用金庫があると思っています。2022年は120周年という節目の年でしたが、これからも130周年、150周年とお客さまに選んでいただけるよう、基本方針に基づき、どうすれば地域の発展に奉仕できるかを考えていきます」(梅川氏)



組織概要

組織名：富山信用金庫
創業：1902年（明治35年）
本店所在地：富山市室町通り1丁目1番32号
代表者：理事長 山地 清
店舗数：29店舗
従業員数：243名（2022年3月31日現在）
URL：https://www.shinkin.co.jp/tomishin/
〔ユーザ協会会員〕

Webで読もう
ユーザ協会 C20054





「一言が消えていく」

日本語は、世界有数の豊かな言葉です。美しく花開く文化と自然の中で、漢字、仮名文字が織りなす表現の世界は、多彩で繊細で、時に力強さと情感にあふれたものでした。その価値ある日本語が、ここに来て力を失っていることへの危惧を覚えます。第103回でも、そのことに触れましたが、今回は消えていく一言の視点から考えます。



言葉が動作を守る

昭和から平成にかけて、消えていった美しい日本語がたくさんあります。「最近この言葉聞かなくなったね」「その言葉はもう死語だね」皆さんもこうした会話をなさることがおありでしょう。その度に、昔人間としては淋しい思いをするのです。消えていった言葉の例を挙げれば、傘傾げ、膝送り、目迎え、目送り、という言葉がつい昭和まではありました。でも若い人の多くは、初めて耳にする言葉でしょう。雨の日に狭い道ですれ違う時には、お互いに傘を傾けて、雫が相手にかからないように気をつかうのです。また混んだ車内で、間隔を開けて座っている人に、「恐れ入ります。少しお膝送り（詰め合わせて）をお願いしたいのですが」と声をかけます。また、お客さまを迎える時や見送る時には、動作だけではなく、しっかり目でお迎えし目でお見送りするように、というマナーの一言です。このように、一つ一つの動作に、相手を思いやり、状況を慮る言葉がありました。若い人にこのような話をしても「時代が違いますよ」と一蹴されてしまうでしょう。でも、動作が言葉を生み、言葉が動作を守っていくのです。

そうは言いましても、昭和、平成、令和と、言葉を生む社会状況が大きく変わりました。

これらの言葉が消えてゆくのはやむを得ないのかも知れません。しかし、以下に挙げる言葉は、営業や接客、電話対応などで、今も必要とされる言葉のはずです。にも拘わらず言葉が淘汰されたり疲弊して、適切に機能していない場面が多いのです。



営業などの訪問時によく使う常套句

「貴重なお時間をいただきまして」「何分ぐらいお時間いただけますでしょうか」「お目通しいただけますと嬉しいです」「お出かけ前のお忙しいところをすみません」「差し出がましいことを申し上げまして」「立ち入ったことをうかがいますが」「お食事時に失礼します」「お口汚しでしょうか」「お口に合わないかも知れませんが」「いただき立ちで失礼ですが」「お言葉に甘えてつい長居をしてしまいました」「お引き止めてはかえってご迷惑でしょうか」「何のお役にも立てませんで」



電話でよく使う常套句

「突然のお電話で失礼いたします」「夜分遅くに申し訳ございません」「朝早いお時間に失礼とは思いましたが」「おくつろぎのところを申し訳ございません」「お手すきの時で結構ですので」「ご説明が行き届きませんで」「口幅ったいことを申しました。お許しください」「お取り込みのところを申し訳ございません」「はっきりおっしゃっていただきありがたかったです」「大変勉強になりました」「うかがったことを活かして精進いたします」

これらの言葉は、皆さんが常日頃お使いの常套句の一部でしょう。常套句でありながら、適切に継承されず、使えない人が増えている言葉でもあるのです。



言葉に冷淡なICT社会

建築設計事務所で働く女性リーダー

に聞いてみました。「常套句にそんなに拘らなくてもいいんじゃないですか。彼らなりにちゃんとお客さまとコミュニケーションをとって上手くやっていますから」とあっさりしたものでした。

電話と言えば、チャットやSNSでしか通話したことのない彼らにとって、敬語や前記の常套句を覚えることは、かなりハードルの高い努力となります。というよりはその必要を感じないでしょう。30代半ばのリーダーからして、私どもが抱く言葉への拘りは、理解できないのかも知れません。彼らの目標は、如何にしてIT競争に打ち勝つかにあるのでしょうか。しかし、日本語の未来はそれでよいのでしょうか。経済も政治も教育も暮らしも、そして最先端の科学も、人間の営みのすべては、言葉によって作られています。言葉が貧困になった時に、すべての土台は崩れます。人と人をつなぐのも言葉です。ICT社会は、その言葉に冷淡すぎます。前述の心を伝える常套句のすべてを失くした、用件だけを伝えるコミュニケーション社会を想像してみてください。

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 C10062



《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など)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会員さま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/>

会員特典

「eラーニングサービス」を ご活用ください

おかげさまで多くの皆さまにご利用いただいている「eラーニングサービス」は、テレワーク中の自宅や通勤途中のスマートフォンからでも手軽に学習できるので、大変ご好評をいただいています。

このサービスの講座数は50余り。「ビジネススキル」や「ビジネスマナー」、「ハラスメント」や「情報セキュリティ」といった若手社員や全社員向けの基礎的な講座に加え、中堅社員向けの「チームマネジメント」や育成担当者向けの「指導と育成」など魅力的で充実した講座内容となっております。

最新の講座内容やご利用方法、開講スケジュールなどについては、ユーザ協会ホームページに掲載しています。ユーザ協会の会員さまであれば、すべての講座を無料で受講いただけますので、ぜひご活用ください。

※詳細は、ユーザ協会ホームページ上部の「各種お申込み」より「eラーニング」をご覧ください。



只今、第10回申込み受付中!

■スケジュール

	第10回	第11回
申込み締切	1月18日	2月8日
学習期間	2月15日～3月8日	3月10日～3月31日

■学習コンテンツ(抜粋)

区 分	講 座	内 容
新入社員向け	ビジネススキル	ホウ・レン・ソウ/仕事の進め方
	ビジネスマインド	職場のルールを守る/モチベーション
	ビジネスマナー	社会人の心得/正しい言葉づかい
若手～中堅社員向け	RPA	RPAによる生産性向上(基礎編/応用編)
	ケースドラマ	ケースで考える仕事の基本
	チームマネジメント	仕事の管理/チームビルディング
育成担当者向け	コミュニケーション	傾聴の技術/人を動かす技術
	指導と育成	OJTの進め方/コーチングの進め方
ICT推進者向け	RPA	RPAによる生産性向上(基礎編/応用編)
全員共通	情報セキュリティ	最新事情と企業の取り組み/オフィスでの情報セキュリティ
	ハラスメント	ハラスメントとは
	SDGs	SDGsで変わるこれからのビジネス

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や電話対応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

