

CCAJ News

Vol.291

2021年6月号

Contents

- ◇ シリーズ Beyond CORONA ③
ニューノーマル時代の
コールセンター像

- ◇ コンタクトセンター Q&A
- ◇ 「テレワークの適切な導入及び
実施の推進のためのガイドライン」
- ◇ 「CCAJ 会員専用ページ」のご案内
- ◇ 新入会員のご紹介

シリーズ Beyond CORONA ③

コールセンター・エージェンシー トップ3が描く ニューノーマル時代のコールセンター像

コロナ禍の先にコールセンターが向かうべき未来はどのようなものなのか。3回目を迎える【シリーズ Beyond CORONA】では、リーディングカンパニー3社にお話を伺いながら、ニューノーマル時代のコールセンター像を考えました。

世界中に変容を強いてきた新型コロナウイルス感染症ですが、ワクチン接種など少しずつ光明も見えてきています。そこで、コロナ禍を越えて目指す新たなコールセンター業界の姿について、業界を牽引するトランスコスモス(株)、りらいあコミュニケーションズ(株)、(株)ベルシステム24の3社にお話を伺いました。

できることはすべて実施した 新型コロナ対策

トランスコスモス株式会社

2020年4月に発出された1回目の緊急事態宣言を皮切りに、全国に環境の変化を強いたコロナ禍。そのインパクトについてトランスコスモス株式会社 理事 デジタルカスタマーコミュニケーション総括 副責任者の金田浩充さんは、「社会インフラとして止められないサービスも多く、改めてコンタクトセンターのサービスの存在意義を噛みしめた2020年でした」と振り返ります。

当時、コンタクトセンターの現場では、全国に広がる各拠

点間で情報を共有しながら新型コロナ対策を進めました。シフトや導線の変更、密を避けた配置、備品ではアクリルパネル、体温計、消毒用アルコールな

ど、何をどうすれば有効なのか、相互に連絡を取り話しあうなかで、多くの取り組みが実践されました。すべての拠点に準備するための仕切り板などは、ベンチャー企業との協業で開発にも取り組んだとのこと。まったく未知の存在だった新型コロナに対して、「もし無駄になったとしても、できることはすべて実施しようという決意でした」と金田さんは話します。収入保障も含め、従業員の安全と安心の担保を第一義に取り組みました。「皆さんには、不安もたくさんあったと思います。一方で、社会から必要とされていることを意識できたコミュニケーターも多く、感謝される仕事であることも感じることができた経験だと思います」



金田浩充さん

コロナ禍の影響でデジタル化と在宅化が急進

運営側にもいろいろな変化がもたらされました。その中でも、デジタル化と在宅化の急進は、新型コロナが後押しとなりました。

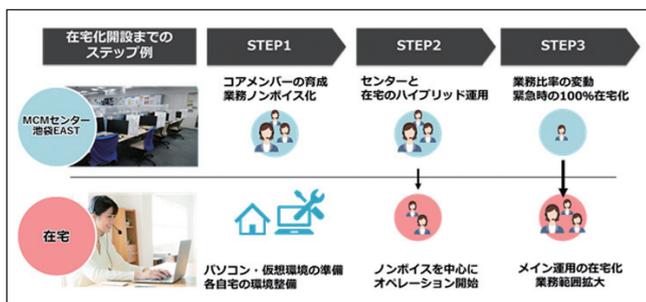
新型コロナ対策と顧客ニーズの変化によって、クライアント企業の意識も変わっていきます。非対面でのコミュニケーションを求める顧客に対する CX の実現のためのデジタル化や、業務継続とスタッフの安全のための在宅化が実現してきました。

自粛期間の長期化で、顧客接点としてのチャンネルも多様化し、ウェブやメールだけでなく、チャットやチャットボット、音声ボットなど、電話以外のデジタルコミュニケーションが加速しています。その中で、新たな顧客ニーズが生まれていきます。

その一方で、コロナ以前では難しかった在宅オペレーションが、社会的にも一般化していきました。「最初の頃は緊急避難的な在宅対応が中心でしたが、対新型コロナが長期戦になり、セキュリティの担保やサービスレベルの維持なども含めた高度な在宅対応へと進んでいます」

そのため、在宅推進のための知識やスキルアップへの対応に加えて、新たなバックアップ体制も整えています。2021年1月にスタートした東京・池袋のオペレーション拠点「マーケティングチェーンマネジメントセンター池袋 EAST」は、新型コロナ対策を徹底し、最新テクノロジーの導入、在宅バックアップ機能を配置した600席のコンタクトセンターですが、そこで全社の在宅オペレーションの集中管理も担当しています。センターと在宅のハイブリッド運用、緊急時の100%在宅化も可能となっています。

さらに、クライアントの在宅への理解を深めるために、「在宅コンタクトセンターサービス」という YouTube 動画を配信。在宅環境の見える化も実施しています。同社の公式 YouTube



在宅化開設までのステップ例

公式 YouTube の「在宅コンタクトセンターサービス」動画



には、就業希望者向けの動画もアップされていて、働く側への在宅の理解促進にもつながっているようです。現在、約2,000名の在宅コミュニケーションが業務を継続中で、今後も積極的に充実させる予定です。「職業選択の条件に、在宅の可否も含まれるようになってきています。最低限、どこでも均一なサービスを提供できる体制を整えます。さらに、CXにつながるオペレーションを実現するためのデジタル化も進めます」と話します。

独自の音声認識ソリューションである transpeech2.0 (トランススピーチ 2.0) を活用した解析やモニタリングをはじめ、顧客のウェブ上での行動履歴、回遊履歴を自動収集してコミュニケーションに連携する最新技術などの活用で、CS や売り上げの向上、オペレーション時のストレス解消を実現していきます。

情報格差解消を目指して

金田さんは、今後は1件1件のコンタクトがより重要になると指摘します。そのため、クライアントとの認識のズレがないようにディスカッションを続け、その中から CX の実現、VOC の活用をこれからも目指し続けます。「クライアントのニーズに応えることだけでなく、最新技術も含めたプロとしての啓発によって、新しい提案も続けていきたいと思います」

コロナ禍の先のコンタクトセンターの未来を伺うと「アナログにもデジタルにも対応できる顧客接点として、人と技術の融合を目指します」とのこと。デジタル化とあらゆるチャンネルの活用で、若年層から高齢者層まで対応できるセンターが目標です。さらに、その実現で情報格差問題の解決にもつ

なげていきたいと話します。「コールセンター業界は、女性や高齢者雇用をはじめとする幅広い層に対して、要望にあった雇用を提供してきました。地方へのセンター新設に伴う雇用の創出・維持による地域格差の解消にも貢献していると思います。適正な報酬、収入の安定によって教育格差やデジタル格差をなくすことが、社会全体の情報格差の解消にもつながります。これからもその役割を果たしていきたいと考えています」と締めくくっていただきました。

中期経営計画にも影響を与えた 新型コロナウイルス感染症

りらいあコミュニケーションズ株式会社

りらいあコミュニケーションズ株式会社では、5月に「中期経営計画 2023」を策定しました。中期経営計画の中に書かれている環境認識では、「ニューノーマル時代の社会変容や環境問題などの社会課題の解決に向けた対応の重要性が強まる」として、①人口構造の変化、②テクノロジーの進化、③気候変動への対応に加えて、④新型コロナの流行と新常态をメガトレンドに挙げており、新型コロナが大きな影響を与えていることがわかります。

りらいあコミュニケーションズ株式会社 経営企画本部長の滝原茂さんは「新型コロナの影響で、非対面・非接触の消費生活スタイルが一般的になるとともに、働き方も多様化を見せるようになりました。今回策定した中期経営計画 2023 では、新型コロナ対策をはじめとす



滝原茂さん

る当社の課題を解決するため、重点テーマとしてCXの創造、EXの創造、経営基盤の強化を掲げています。重点テーマごとに具体的な施策を挙げていますが、その一つがDX推進です。攻めと守りの両面から全社のDXを加速していきます」と説明しました。

3者の好循環でさらなる未来の創造へ

新型コロナに対処するための中心的組織として2020年5月に災害対策本部を立ち上げ、従業員の安全確保を第一に、お客様企業の理解を得ながら、環境や業務に応じた感染防止・



予防に取り組んできたと言います。具体的には、3密環境の回避、感染症予防、陽性者発生時の対応、代替手段による業務継続などを柱とし、今もその活動は続いています。「コールセンターは多様な人材が活躍する業界としての重要な側面も有しており、社会的使命だけでなく従業員とご家族が安心していただけるような対策を途切れることなく続けることが大事だと考えます」と語りました。

また、コロナ禍によって消費者、お客様企業、従業員ともに、大きな意識変化が起こったと指摘します。まず、生活様式そのものの変化で消費者からの問い合わせ内容やニーズが変わりました。例えば、ECサイトでは外出自粛や巣ごもり需要の影響を受け、高齢者の利用が増加。それに伴い登録方法や操作方法など比較的簡易なWebに関する問い合わせが増えてきたと言います。一方、これまでもWebを活用してきた消費者は、よりデジタルでの解決を求める傾向が強まっています。

そういった顧客動向の変化に合わせて、ノンボイス化も含めたDX推進によるCX向上を志向されるお客様企業が増えてきています。さらに、安全・安心な業務継続の促進、BCP、働き方改革などを実現するひとつのソリューションとして、在宅オペレーションの導入の動きも活発化しています。

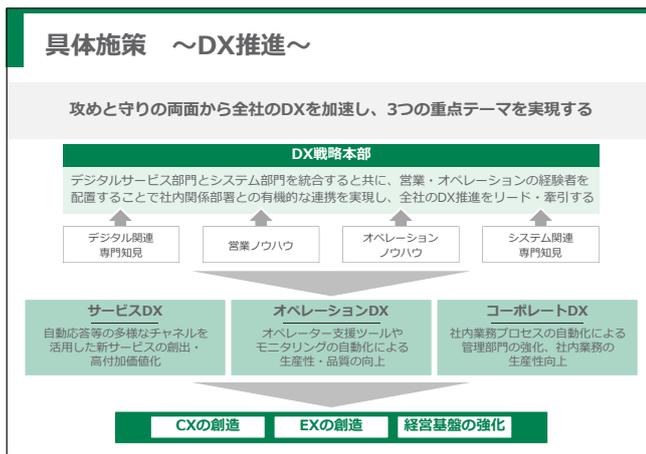
そして、コールセンターで働く従業員の意識も変わりつつあります。例えば、行政サービスやインフラ関連の業務は、コロナ禍においても運営を停止することができません。このように、コールセンターに対する社会的な認識の変化もあり、エッセンシャルワーカーとしての自負が芽生えた人も多かったと言います。

「消費者、お客様企業、従業員は、コールセンター事業を構成する重要な要素です。中期経営計画 2023 の中でも、3者の好循環を図ることで、人と社会を繋げる社会インフラの一

部を担う企業としての重要な役割を果たすことを示しています」と添えました。

これからも健康でやりがいのある職場として

中心的な施策の一つである DX 推進について伺うと、「DX 戦略本部を新設し、サービス・オペレーション・コーポレートという3つの側面から DX を推進します」とのこと。サービス DX は、自動応答等の多様なチャネルを活用した新サービスの創出・高付加価値化を目指すもので、お客様企業への攻めの DX となります。オペレーション DX は、支援ツールやモニタリングの自動化などによる生産性・品質の向上が目的で、オペレーターの能力向上やストレス軽減などにもつながる DX です。また、コーポレート DX は、社内業務プロセスの自動化による管理部門の強化、社内業務の生産性向上など、基幹システムの統合も含んだ全社的デジタル化であり、守りの DX と言えます。



最後に、コールセンター業界が目指すべき未来について伺いました。「人材の確保に関しては、新型コロナの影響で一時的な流入増になりましたが、労働市場の逼迫はこれからも続くと考えます。働き方や社会環境が早いスピードで変化していく中で、多様な価値観を尊重しながら成長を実感できる企業が求められます。そのためには、従業員がいきいきと働ける環境整備やコミュニケーションの活性化、成長のための機会提供などによって、健康でやりがいのある職場を目指していきたいと思います。CXの創造と並んで目指すのはEXの創造です。当社が目指す持続可能で信頼し合える社会を実現するために、CXとEXの両輪で取り組んでいきたい」と締めくくりました。

新型コロナ対策は現在進行形

株式会社ベルシステム24

株式会社ベルシステム24で、全社的なDX基盤整備を統括する業務統括本部DX企画局局長の川崎佑治さん。コロナ禍の影響による変化を伺ったところ、「問い合わせ内容自体に、大きな変化はありませんでした。EC関連などそれぞれのボリュームが変わった分野もありましたが、問い合わせ件数は減らず、世の中に必要とされている、と実感しました」とのことです。



川崎佑治さん

従業員について伺うと「多様な人材が働いているため、ひとづくりにはまとめられないですが、エッセンシャルワーカーとしての意識が共通して高まってきています。中期経営計画2022発表の際に社内でも流されたビデオの中に、「私たちの仕事は止められない、止めてはいけない」というコピーがあり、現場で自然発生している『誇り』といったようなものを代弁している言葉として、大きな反響がありました」と説明します。それも、理解あるクライアントやユーザーあつてのことで強調しますが、新型コロナへの対応は現在進行形と気を引き締めます。「様々な対策が世界中で行われている中で、我々も、クライアントと共同で、さらに進化していくべきだと思います」

新型コロナなどの非常時への対策には“早い対応”と“長期の視点”の両方が重要と指摘します。「安心して働くための対策は、すぐにも実施すべきです。当社では、50項目から



なる職場でのコロナ対策を策定して、それを実行することで従業員の安心感につなげていました。一方、数カ月など長期にわたる取り組みで実施する対策として、センターの在宅化があります。いかに、業務を止めず、継続運用するかについて、これまでと大きく変わりました。従来は、主に自然災害などの局所的な災害に対してでしたが、今回のコロナによって、全国に影響がある場合に、どのように事業継続を行うかです」とのことです。

大きなメリットを生んだ発想の変化

在宅オペレーションに関しては、クライアントも従業員も熱意が増えています。センターと在宅のハイブリッドな運用で、BCP 対応も見据えた柔軟な対応が可能となります。川崎さんによると、コールセンターの業務は、そもそもがテレ（遠隔の）コミュニケーションであり、社内業務も同じように離れていても実現できるはずの方針で、以前から在宅コンタクトセンターを推進してきました。そのため、緊急事態宣言時には、すでに社内のデジタルコミュニケーションが浸透していたとのこと。

これまで、ビッグデータの解析、計数管理、内部向けの開発をはじめ、Slack や Zoom を活用したオンラインコミュニケーションの活性化に取り組んできた川崎さん。「DX 実現のためのテクノロジーは積極的に導入しますが、実際に従業員が利用するための運用準備が不可欠で、これは年単位での準備になります」。コロナ禍でも、全国の拠点間で Slack や Zoom を活用したオンラインのコミュニケーションを積み重ねることで知恵や知見が集まり、それが 50 項目のコロナ対策へ集約されたといいます。「未知の感染症への不安に、従業員が積極的に対応したことで、ベルシステム 24 の底力を発揮できたと思います」

もう一つの事例に、在宅でのデジタルコミュニケーション活用があります。「今までと、発想を大きく変え、勤務形態が違っても、管理者にもコミュニケーターにも負担がないように、管理手法を統一したのです」。例えば、センターでも在宅でも、管理者への質疑応答をチャットに統一。解決までの履歴が残るため、後から参照したり、共通で使える情報として活用できるようになりました。チャットへの慣れが必要でしたが、大きなメリットを生みました。「有効性は、実際にやってみてわかったことで、その他にもいろいろな変化が起きています。こういう進化も現在進行形です」



アイコンは Bell の「B」、System の「S」をベースに、抽象的な形と色で BellSystem24 に関係する多様な人々や視点を表現しています。また、人と社会を結びつけることがブランドの基本であることも同時に表しています

持続可能な働き方の提供はコールセンターの役割の一つ

コロナ禍でさらに加速している DX の浸透によって、コールセンターを巡る環境には、どのような変化があるのでしょうか。「ユーザーから変化が見える部分と、見えない部分があると思います。

まず実感できるのは、チャンネルの多様化と高機能化で、電話がより繋がりやすくなるとか、テキストでのコミュニケーションが増えるといった点です。さらに、デジタルデータを活用することで、顧客のニーズや嗜好に合わせた対応がさらに進んでいます。音声テキスト化し、分析を加えることで顧客情報の嗜好などがもっと詳細なものになりますし、コミュニケーターの感情解析などでストレス軽減にもつながります。そういったサービスの向上によって、ユーザーの気づかないところでの利便性が向上していくでしょう」とのことです。

さらに川崎さんは、「コミュニケーションを進化させることは、コールセンターの役割の一つだと思います。また、持続可能な働き方を提供することもコールセンターに求められています。男性でも女性でも、ライフステージが変わっても一生の仕事にしてほしいです。学生、W ワーク、育児や介護などの都合、転居、拠点の通勤圏外など、いろいろな制約から自由になってほしいと思います。在宅コンタクトセンターもその後押しをしてくれると思います。多様な働き方を提供することで、多様な人材と出会いたいと思います」と話します。同社では、今年 5 月に 30 年ぶりにロゴを刷新しました。デザインの特徴の一つに「アイコンの 4 色は多様性を表現」があります。そこにも多様性への思いが込められています。

*

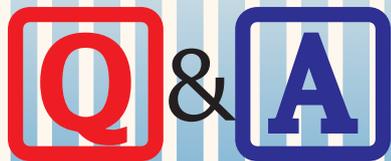
特集【シリーズ Beyond CORONA】の取材にご協力いただいた皆さま、本当にありがとうございました。

今回は、2021 年 10 月発行の 295 号での掲載を予定しています。お楽しみに。

コミュニケーション・ヒューマンリソース
センターマネジメント・スクリプト・システム etc.

あなたの疑問・質問に **お答えします!**

CONTACTセンター



Q 以前、チャットボットを導入していましたが、呼量も減らず、効果が出ているのか分からず閉じてしまいました。新たにチャットボット導入を検討しています。チャットボットで効果を出すために、導入時に気を付けた方がいいことはありますか？

A チャットボットを導入する際に、「全体呼量の〇%を削減する」というざっくりとした目標を設定してしまうと、効果が見えづらくなります。「チャットボットを入れたことで、入電数を削減できた!効果が出た」と言えるためには、どの問い合わせ内容（コールリーゼン）を、チャットボットで自動対応することにしたか、を明確にしておかないと分析しようがありません。

コールリーゼンごとに分解して、「そもそもチャット対応に向いているのか?」「オペレーターによる有人チャットが良いのか?」「チャットボットで自動化が適しているのか?」……とステップに従って考えていくことが大切です。その積み上げで得た効果こそが「全体呼量の何%が削減できた」という結果に繋がります。

オンライン通販のお客さま窓口を例にステップを考えてみます。コールリーゼンを問い合わせ件数の多い順番に並べると、①配送状況など注文内容の確認、②定期購入に関わる手続き、③ログインに関する問い合わせ、④製品に関する問い合わせ、この順番で多かったと仮定します。

なお、コールリーゼンが取れていない場合は、WebのFAQ 検索結果順位などが参考になります。

続いて、どのコールリーゼンに取り組むかを見定めます。すべてのコールリーゼンがチャット対応に適しているわけではありません。基本的には呼量の多いコールリーゼンから検討を進めていくのですが、例えば、②の「定期購入に

回答者

石井 智宏 氏

モビルス株式会社
代表取締役社長



CCAJ スクール
「AI チャットボットの構築・運用の基礎知識と、チャットボット作成の体験ワーク」講師

関わる手続き」で「解約したい」という問い合わせは、コールセンターでオペレーターが丁寧にヒアリングするなど人が電話で受ける方が、解約を防げる可能性が高まると考えられます。こういったコールリーゼンは、最初からチャット化対応のリストから外すという判断もあり得ます。

各コールリーゼンに関わる「オペレーション」を分解していくことで、どのコールリーゼンを優先的に取り組んでいくのかを決めていきます。順番は、「電話対応の見直し」「オペレーターによる有人チャット対応」「チャットボットによる自動化」「システム連携による自動化」、このように検討していきます。

いきなりチャットボットの導入を検討するのではなく、順番に沿って、それぞれの段階で、どのような施策が可能かを分析していくことがポイントです。

チャットボットやシステム連携などを進めるほど初期投資がかかるため、それだけのROIのインパクトが出るかを見定めながらの導入をお勧めしています。例えば①の配送状況確認で考えてみます。「有人チャット対応で効率化できるか?」⇒注文番号をもとにドライバーを含めた配送状況の確認が必要なので、お待たせ時間も含めてチャット対応が理想的です。次に、「チャットボット化できるか?」⇒個々の注文番号による確認が必要なため、システム連携を行わない限り自動化は無理。ただし、必ず聞かないといけない点は一律なので、初期ヒアリングはボットで聞いておくことはできます。オペレーターチャットでの折り返し対応が理想的です。最後に「システム連携による自動化はするべきか?」⇒現在のコール数ではシステム連携による全自動化はROIが出ないので、やらない。

以上の流れで、コールリーゼンごとに、ステップを踏んで検討していくことで効果の出るチャットボット導入に繋がります。

「テレワークの適切な導入及び実施の推進のためのガイドライン」を公表／厚生労働省

厚生労働省は2021年3月25日に、テレワークの導入等を推進する観点から、従来の「情報通信技術を利用した事業場外勤務の適切な導入及び実施のためのガイドライン」の名称も含めて改定した「テレワークの適切な導入及び実施の推進のためのガイドライン」を公表しました。

【ガイドラインの趣旨】

本ガイドラインは、使用者が適切に労務管理を行い、労働者が安心して働くことができる良質なテレワークを推進するため、労務管理を中心に、労使双方にとって留意すべき点、望ましい取組等を明らかにしたものです。

【テレワークの形態】



①在宅勤務	通勤を要しないことから、時間を柔軟に活用することが可能となり、仕事と家庭生活との両立に資する
②サテライトオフィス勤務	自宅の近くや通勤途中の場所等に設けられたサテライトオフィスでの勤務は、通勤時間を短縮しつつ、作業環境の整った場所で就労可能
③モバイル勤務	労働者が自由に働く場所を選択できる、外勤における移動時間を利用できる等、働く場所を柔軟にすることで業務の効率化を図ることが可能

※「ワーケーション」も、情報通信技術を利用して仕事を行う場合には、②③の一形態として分類できる

【ガイドラインのポイント】

テレワーク導入に際しての望ましい取り組み、人事評価や費用負担等の労務管理上の留意点、労働時間管理のあり方のほか、安全衛生、セキュリティ対応等の幅広い問題について考え方を示しています。コールセンター業務のテレワークにおいて参考になる点を一部ご紹介します。

1. テレワーク導入に際しての留意点

●テレワークの対象業務

一般にテレワークを実施することが難しいと考えられる業種・職種であっても個別の業務によっては実施できる場合があり、仕事内容の本質的な見直しを行うことが有用な場合がある。

●テレワークの対象者等

雇用形態の違いのみを理由としてテレワーク対象者から除外することのないよう留意する必要がある。

2. 労務管理上の留意点

●テレワークにおける人事評価制度

オフィスに出勤している労働者を高く評価すること等も、労働者がテレワークを行おうとするものの妨げになるものであり、適切な人事評価とはいえない。

●テレワーク状況下における人材育成

社内教育等についてもオンラインで実施することも有効である。

3. テレワークにおける労働時間管理の工夫

●長時間労働対策

「メール送付の抑制等」「システムへのアクセス制限」「時間外・休日・所定外深夜労働についての手続き」などの手法が考えられる。

4. テレワークにおける安全衛生の確保

●メンタルヘルス対策の留意点

「テレワークを行う労働者の安全衛生を確保するためのチェックリスト(事業者用)」を活用する等により、健康相談体制の整備や、コミュニケーションの活性化のための措置を実施することが望ましい。

*

以上は一部を抜粋したものです。テレワークの導入・実施にあたってはガイドラインをご参照ください。

(厚生労働省 テレワークの適切な導入及び実施の推進のためのガイドライン)

https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/koyou_roudou/roudoukijun/shigoto/guideline.html

CCAJ News テレワーク特集

特集「コールセンターにおけるテレワークを考える」

Vol.275 人材の確保と定着のためのテレワーク環境整備

Vol.278 在宅勤務(ホームエージェント)を実現するソリューション

Vol.279 先進的な実践事例から学ぶ明日のテレワーク

特集「シリーズ Beyond CORONA」

Vol.290 コールセンターの可能性を広げる在宅オペレーション

「CCAJ 会員専用ページ」をご存知ですか？

当協会の Web サイト上には「会員専用ページ」を設けており、コールセンター運営にお役立ていただけるコンテンツを掲載しています。会員企業に所属している方でしたら、どなたでもユーザー名とパスワードを取得し、ご覧になれます。

● CONTENTS

1. SV 意見交換会レポート
2. 地方自治体のコールセンター誘致助成制度 (エクセルデータ版)
3. コールセンター業務における個人情報保護に関するガイドライン (解説つき)
4. コールセンター / テレマーケティング用語集 (エクセルデータ版)
5. いまさら聞けない コールセンター基礎力問題集
～全問解けたらちょっと嬉しい～
6. コールセンターに必要なマネジメント項目と役割分担
7. スーパーバイザー (SV) 職務定義
8. コールセンターの課題・問題 100 回で積み重ねた解決策

ユーザー名とパスワードの取得方法などは「CCAJ 会員専用ページ」からご覧ください。

https://ccaj.or.jp/member_top.html



新入会員のご紹介

Support

株式会社バッファロー・IT・ソリューションズ **BUFFALO**

代表取締役社長 牧 寛之

東京都千代田区丸の内 1-11-1 パシフィックセンチュリープレイス丸の内 15F

<https://buffalo-its.jp/>

★ウイルス (0.1 μm) を 99.8% 除去 感染予防対策にウイルス対策用空気清浄機 Airdog !! ★

◇ AirdogX8Pro なら 139 畳 (約 214 m²) のスペースが 30 分でキレイに。お手入れ簡単! ◇

広さによって選べる 2 タイプをご用意しております。事業所の広さに応じて最適な機種や台数をご提案させていただきます。

Airdog はフィルター交換が不要、水洗いのみのお手入れで、ランニングコストが 0 円。

◇ AirdogX5s は全国 6,000 カ所以上の医療機関に導入! ◇

コールセンターをはじめ、宮内庁、宇宙関連事業施設などにも導入されております。

連絡先：(株)バッファロー・IT・ソリューションズまで! bits-ec@melcoinc.co.jp / 0120-979-283

購入はコチラから <https://www.toconnect.co.jp/shop/g/gAIR-X5-BITS010/>

◎これまで本誌に掲載していた理事会・委員会報告は、協会の Web サイトで順次公開しています。

◎ CCAJ News のバックナンバーは Web サイトからご覧になれます。(無料) <https://ccaj.or.jp/ccajnews/>

CCAJ News Vol.291

(2021年6月発行)

発行：一般社団法人日本コールセンター協会

編集発行人：広報委員長 須藤大輔

〒101-0042 東京都千代田区神田東松山下町 35 アキヤマビルディング 2 TEL : 03-5289-8891 URL : <https://ccaj.or.jp>