

CCAJ News

2024年2月号

Vol.323

Contents

◇ 特集「コールセンターと SDGs」④
“グラデーション世代”が作り上げる
サステナブルなコールセンター

◇ 2024 年「新春賀詞交歓会」

特集「コールセンターと SDGs」④

“グラデーション世代”が作り上げる サステナブルなコールセンター

CCAJ News では、特集「コールセンターと SDGs」を連載しています。第一弾では、会員企業に実施したアンケートをもとに、各社の取り組みをご紹介します。その後、「有識者インタビュー」「会員企業の具体的な取り組み事例」と続き、今号では次世代を担う若手社員による座談会の模様をお届けします。

座談会では、当協会会員であるコールセンター・エージェンシー企業に所属する若手社員 3 名にお集まりいただき、今後のカスタマーサービスやコールセンターの在り方、ジェンダーフリーな働き方などを話し合っていました。SDGs への対応を通して目指すサステナブルなコールセンターとはどのようなものか、社会貢献の意識が高いとされる若い世代の目を通して、未来のコールセンター業界の姿を探ります。

アルティウスリンク株式会社、トランスコスモス株式会社、株式会社ベルシステム 24 の 3 社にご参加していただくとともに、広報委員長である宮坂南欧貴^{みやさかな おみ}さんに司会をお願いしました。ご協力いただきありがとうございます。

宮坂 CCAJ では、SDGs の推進を 2023 年度の事業活動方針に掲げています。コールセンターと関連性の高い、8 番の「働きがいも経済成長も」、5 番の「ジェンダー平等」、9 番の「産業と技術革新」という 3 つの目標に基づいた活動を行っています。それを受けて、協会報の CCAJ News では、本年度から SDGs 特集を続けてきました。その第 4 弾として、コールセンター業界で活躍されている若手の皆さんにお集まりいただき座談会を行うことになりました。業界を牽引するエージェンシー 3 社からお越しいただきましたが、奇しくも同じ 6 年目の同期ということですので、活発なお話を期待しています。まず、簡単に自己紹介をお願いします。

高橋 トランスコスモスの高橋陽菜^{たかはし ひな}と申します。これまで、金融や外資系化粧品などのセンター運営に携わってきました。今は、ホームセンター業界のお客さまのコールセンターで、DX 化などの提案も含めた運営・管理を行っています。

丸小野 ベルシステム 24 の丸小野一成^{まるおの いっせい}です。4 年間のコールセンターの管理者を経て、人材・教育関連業務、インサイドセールスなどを経験させていただき、現在は自動化ソリューションの導入コンサルティングを行っています。

花島 アルティウスリンクから来ました花島悠里佳^{はなしま ゆりか}です。昨年 9 月の経営統合前は、KDDI エボルバで KDDI 系のソリューション事業で、法人のお客さま向けのサポートを行ってきま

した。

宮坂 皆さん、緊張せずに自由にご発言ください。よろしく
お願いします。

求められるカスタマーサービスとは

宮坂 最初に、これからのコールセンターに求められるカスタ
マーサービスはどのようなものが考えられるかというテー
マで、お話しいただきたいと思います。

高橋 一番は、丁寧で正確でスピーディーなセンターだと
思っています。それは、センターの全員が同じ目標に沿って
進むことで実現するものなので、それぞれが目標を立てて成
長し続けられるカスタマーセンターが目標であると思ってい
ます。

もう一つが提案力です。クライアントとコミュニケーション
を取りつつ、ちゃんと信頼関係が築けているカスタマーセ
ンターが求められていると思います。

クライアントがホームセンターなので、取扱商品が広がっ
ていくためにもお客さまの声を大切にしています。ただ、
ちょっとした会話からも出てくる VOC は多数あるので、大
事な VOC が届けづらいところもあります。そこで七夕の
時に、メンバーがクライアントに届けたい VOC を川柳にし
て、短冊に書いて掲示しました。クライアントには一番良い
VOC を選んでいただき、賞品を渡しました。その後、VOC
を聞きたいがためにメンバーそれぞれの品質が向上しまし
たし、クライアントにも喜んでいただいて、双方に効果が出
た取り組みでした。

宮坂 丁寧・正確・スピーディーという基本的な部分を積み
上げることと提案力で、成長し続けられるということですね。

花島 現在、社内ヘルプデスクのアウトソースを受ける仕事
を担当しています。法人系の業務のお客さまはパソコンや携
帯などの電子機器に強いので、チャットや FAQ などの比率
が上がりそうですが、電話の件数はあまり減りません。そこ
で、電話対応を段階的に減らして、チャットボットで解決し
なかったものだけ有人対応につながるという導線を提案して
いるのですが、チャットボットと聞くとも何でも解決してく
れるイメージをお持ちのクライアントが多くおられます。でも
実際は万能ではないしチューニングの工数や費用もかかるの
で、クライアントと調整しつつ、バランスを取りながら進め

ていくことが大切だと思っています。

そのためには、いろいろな部署と情報共有をしながら最適
な提案ができるように、社内で横連携できるスキーム作りが
求められていて、目指していかなければいけないところかと
思います。

宮坂 クライアントの考え方もあるので、一人ひとりに合わ
せてうまく対応できるか、そのための横連携ができるかが最
終的には重要ということですね。



みやさか なおみ
宮坂 南欧實 氏 (司会)

一般社団法人日本コールセンター協会 広報委員長
アルティウスリンク株式会社 経営戦略統括本部
コーポレートコミュニケーション本部
サステナ・マーケティング推進部
サステナビリティ推進ユニット 担当課長

「1997年もしもしホットライン（現・アルティウスリン
ク）入社。電力や化粧品、ホテル等のコールセンターの他、
教育研修、人財採用、広報・IR部門を経て、現在はサ
ステナビリティ推進を担当しています」

丸小野 今後のカスタマーサポートとしては、自己解決率を
上げることと同時に、本当にサポートを必要とする人へしっ
かり支援できるサービスの両面での提供が大切だと思いま
す。問い合わせの手段として電話を選択する場合には、自分
が何に困っているのかわからない中で電話する人が結構多い
のかなと思っています。カウンセリングのようなイメージでサ
ポートすることが必要だと思います。

最近の例ですが、エアコンが壊れたので何とかしたいとい
う問い合わせに対応するボイスボットを構築しようとしてま
した。ただ、シチュエーションがものすごくたくさんあって、
定型化するには難しいことがわかりました。エアコンが壊れ
たことに対して、単に修理を受け付けますというだけではな
く、再起動すると動くかもしれません、修理より交換が安い
ですよといった、お客さまの状況に合わせた選択肢を提供す

ることが求められています。困っているのはエアコンが使えないことなので、会話しながら答えを一緒に考えていくようになるのではないのでしょうか。人による対応は、最終的にそういう方向になっていくと、今後のカスタマーサポートのあり方として想像していました。

宮坂 聞かれたことを素早く正確に答えることと、何が本質であり何がその方のためになるかを見極めて提案することの両方が必要ということですね。皆さんのお話だと、相手に合わせたバランスと提案力がキーワードになってくるように感じました。

新型コロナで変わった 人とデジタルのバランス

宮坂 皆さんは、若手の中でも新型コロナウイルス感染拡大の前後を知っている世代になりますが、新型コロナでの変化をどのように感じていますか。

花島 コロナ禍でセンターの稼働を半分に減らすなどの対応をしていたので、電話が繋がらないこともありました。そういう中でもお客さまはすぐに回答が欲しいということで、メールやチャットなどテキストベースの対応が増えたことが、一番変わったところだと思います。



はなしま ゆりか
花島 悠里佳 氏

アルティウスリンク株式会社 KDDI 事業統括本部
CRM 第3本部 ソリューション運用1部
法人サポートデスクユニット スーパーバイザー

「2017年にKDDI エボルバ（現・アルティウスリンク）に入社しました。営業職志望で業界を問わず応募していた中の一つがKDDI エボルバでしたが、入社するまでコールセンターの会社だと知りませんでした。入社してから理解をしていって、現在はやりがいを感じています」

宮坂 何でもスマホ一つで解決したいというニーズが増えましたね。

丸小野 個人的にはインサイドセールスのセンターにいたので、一気に需要が伸びました。訪問できなくなって、すべて非対面で営業することで、逆に非対面だとできないことも明らかになりました。訪問がオンラインかという100かゼロかではなく、対面と非対面をバランス良く使い分ける意識がクライアントの中で根付いたと思います。

一般のお客さまでは、オンラインが一般的になったことで、電話をかけるのには特別な理由があることの方が多くなったと思います。デジタル化が進んで調べればわかる中で、わざわざ電話を選ぶということは、プラスアルファとして何か話を聞いて欲しいというのがあると感じています。回答を見つけたけどわからない、読みづらい、納得できない、不安といった気持ちから電話をして、それに答えてくれるからエッセンシャルワーカーと呼ばれたのだらうと思っていて、電話で話すことの重要性が新型コロナによって相対的に上がったと感じています。

高橋 コロナワクチンの窓口も担当したのですが、コロナ禍でサービスの提供形態が変わってきて、ネットがすごく発達して、メールやチャットなどのテキストベースの問い合わせが増えました。年齢が高い人からもチャットで問い合わせが来るなど、年代に関係なくデジタルを活用されているように思います。また、ホームセンターのコールセンターに、説明書がすぐ見られるように商品にQRコードを付けて、そこからダウンロードできるようにして欲しいというご要望が届くなど、もっとデジタル化して欲しいという声も増えたと思います。

宮坂 電話をしたい人もいる一方で、デジタル化を進めてくれたらもっと便利なのだという声が一般的になっているのかもしれないですね。こういった話題は、SDGsの“技術的革新”にもつながっていくと思います。

ジェンダーフリーの目標は 誰しもう働きやすいセンター

宮坂 もう一つの目標である“ジェンダーフリー”についてですが、もともといろいろな人を受け入れやすいコールセンター業界ですので、LGBTQについても前向きに取り組んでいます。皆さんの受け止め方はいかがですか。

花島 新卒で配属されたセンターにも、LGBTQで女性の格好をしている男性の方がいました。会社としては好きな格好をしてもらうことは全然構わないのですが、それが気になってしまう人がいることもわかります。社内研修動画などを活用して、まず理解していただくことが大切だと感じました。

あと、当社では社内制度としてパートナーシップ制度で結ばれた方たちにも、異性婚の人たちと同じようにお祝い金が出ますが、まだあまり浸透していないように感じます。ジェンダーフリーを進めるためにも、そういった取り組みをきちんと伝えていくことも、会社の役割だと思います。

宮坂 コールセンターは多様な人材が活躍でき、服装も髪型も比較的自由に働いていただけることが良いところなので、それを認め合えるような雰囲気を作っていくということですね。

高橋 当社でも研修や研修動画で周知しているのですが、苦手だったりどう接すればいいかわからない人もいます。一番大切なのは、普通に接することだと思うので、そういう意識が浸透するような環境づくりに取り組んでいます。

個人的には、LGBTQという言葉も差別になっているのかもしれないし、そういう言葉もなくなるぐらい、誰に対しても平等に接していける意識や行動が広がると良いなと思っています。



たかはし ひな
高橋 陽菜 氏

トランスコスモス株式会社
CX 事業統括 DCC 総括 第三S 本部
第二U・事業所責任者

「きっかけは、大学時代にトランスコスモスのインターンシップに参加したことで、マネジメントに興味があったので入社しました。働きやすい職場作りと楽しく仕事することを心がけていて、今は部下の成長を見ることがやりがいにつながっています」

丸小野 LGBTQについては、公表して楽になったという方も、一切、触れないでほしいという方もいるように思っていて、このあたりのバランスがすごく難しいと思っています。当社では、LGBTQに関するイベントに参加するなど会社全体で全面的に応援しています。公表したい方・したくない方どちらの立場にも立ったバランスがとれた環境が大事だと考えています。

ジェンダーフリーに限らず、誰でも使いやすいユニバーサルデザインみたいに、LGBTQの方でも障がい者の方でも、男性女性、お子さんがいる・いない、年齢などに関わらず、みんなが働きやすい職場を目指していければ良いと思っています。

宮坂 SDGsの8番目の目標である働きがいにもつながるお話ですね。

未来に向けて 目指すべきコールセンターとは

宮坂 SDGsは2030年をゴールと定めていますが、若い皆さんには、その先まで続くサステナブルなコールセンターを目指していただきたいと思っています。そのためにも、こんなコールセンターだと働きやすい、こういうセンターが実現して欲しいなど、将来への思いを自由な発想で教えてください。

花島 コールセンターとしては、フルタイムで毎日就業できる方に多く入社いただきたいので、契約社員の方が、有期雇用から無期雇用を経て正社員になってがんばりたいという時に、キャリアアップを目指していただけるフォロー体制を用意しています。そういう制度を積極的に打ち出して活用していただくことが必要だと思います。

一方で、今の社会情勢としては、正社員にこだわらず勤務は週3日で残りは好きなことにあてたいといった方も多と思います。スキマ時間に働きたいという今の需要に対して、うまくマッチできるような施策が打てないか考えています。また、声が低いから電話には出たくないとか、コールセンターの経験はあるけど年齢が高くてパソコンやネットワークがよくわからないといった、コールセンターで働く上でのちょっとしたハードルがあることもあります。そういうケースでも、電話ではなくチャット専任になれるように業務を分解したり、パソコン関連の研修期間を延ばすなど、センター側の工

夫で、もっといろいろな人と一緒に働けないかと検討しているところですよ。

高橋 今のセンターは、主婦でお母さんの方が多いのですが、皆さん、いろいろな人生経験があり、対応品質が良い方ばかりです。ただ、お子さんや家庭の事情で遅刻や早退になったり、働けないということもあるので、施設の中でお母さん方をサポートできれば良いなと思っています。託児所とコールセンターが一体になっているとか、そういった環境が充実しているセンターを目指していきたいと思っています。

丸小野 センターと託児所が一体化しているというのは、スタッフがどちらを主体に考えるかによって対応も違ってくると思います。そういう発想がなかったのも、おもしろいですね。



まるおの いっせい

丸小野 一成 氏

株式会社バルシステム 24

ソリューション推進本部

コンサルティング部・エキスパート

「コールセンター業界を志望したのは、お客さまの声の入口であり、企業の最終的な回答を返す出口であると考えたからです。そこにいけば、最初と最後、上流と下流が交わる地点に関わることに魅力を感じてバルシステム 24 に入社しました」

採用の課題で言うと、Google 翻訳のような自動翻訳機能を活用して、チャットでの対応を、海外の人をお願いするのはどうでしょうか。例えば、日本語の質問が自動翻訳されて英語で出てくるので、それに対して英語で答えると日本語の回答になるといった仕組みです。在宅で北海道から沖縄まで採用できるようになりましたが、チャットなら世界中のいろいろな人と働けるのではないかと思います。将来的には、言葉の壁を越えて専門知識を活かしていただいたり、時差を利用することで 24 時間対応が楽になるなどの可能性があると思います。

宮坂 それこそデジタル化の一環で、働きがいでなく産業と技術革新という目標にも合っていますね。

丸小野 電話に関する DX で、以前から思っていることがあります。Google でお店検索をすると混んでいるかどうかが表示されますが、同じようにセンターの混雑状況が見えると良いなと思っています。電話をかける前に混んでいることがわかれば、急ぎじゃないから後でかけようとか、少しなら待ってもいいとか、こちらの状況を見て、お客さま側である程度判断していただけるし、双方の温度感のようなものがリアルタイムにつながると思います。

宮坂 今混んでいますというのが、一目でわかるというのは、すぐにもやって欲しいですね。

丸小野 待ち呼が溜まっているセンター側の状況を伝えたいという思いがあって個人的にもすぐにも実現してほしいと思っています。

双方向でのコミュニケーションでもっと考えると、アニメの“竜とそばかすの姫”のようにアバターで仮想空間に入って、一緒に話したり行動したりできればいいなと思います。電話で見えない相手と話すのではないので、問い合わせ先の混雑状況がアバターの数でわかったり、お互いのジェスチャーもちょっと見えて楽しいし、便利だと思います。

宮坂 デジタル化というと、ややもすると顔が見えない、テキストベースになりがちですが、技術的にもっといろいろできれば可能性は広がりますね。

丸小野 対面と Zoom の中間くらいの空間ができると良いと思っています。可愛い猫のアバターだときつい言葉を言われても怖くないとか、逆に怖いアバターだとクレームを言いつらいとか、いろいろとおもしろいことが起きると思います。

花島 私もお二人と同じで、いろいろな人を受け入れやすいことがコールセンター業界の良さだと思っているので、そこを伸ばすことでどのような人とも一緒に仕事ができるような環境を作っていけば、採用課題の解決策につながるのかなと思っています。

もう一つが、センター環境の整備で、丸小野さんがおっしゃったリアルタイムでセンターの内情が見られるというのも、アバターを使うというのも、応答率 100%・解決率 100%を目指してデジタルの活用と有人対応をうまく組み合わせようというのが、これからのコールセンターの在り方の一つだと思います。

多くの価値観が混じる

グラデーション世代

宮坂 せっかくの機会ですので、皆さんに聞いてみたいことはありませんか。

丸小野 私たちは、ゆとり世代でもないし Z 世代でもなくて、調べてみたら Z の前の Y 世代らしいのですが、15 年くらいの幅があってわかりづらいので、どういう特徴があると思っているのかを伺いたいです。

高橋 SNS に強い人が多いと思います。クライアントの SNS での情報発信力が弱くて、私だったらこうやって投稿して商品を広めたいのにと考えることがあります。一つの投稿でもすごく広がることもあるので、一つひとつを大切にしたいと思っています。世代としても、SNS をよく見ていることが特徴だと思います。

花島 私はそんなに SNS は強くないです。

私たちの世代は、転職ありきで就活していて、一つの会社にそんなに長くはないだろうと思っていたことが特徴の一つかなと思っています。キャリアアップよりもプライベートをしっかりとしたいという人が多かったように思います。

丸小野 SNS に強いことも、キャリアアップ志向が少ないことも、そうだと思います。ただ、SNS を全然やらない人もい

るし、ガチガチにがんばりたいという価値観も残っていて、いろいろなことがグラデーションのように少しずつ混ざっているように感じていました。それで、世代としての特徴をつかみづらいと思っていたのですが、グラデーションとしていろいろなことを持っていることが特徴になるのだろうということを改めて感じました。

宮坂 グラデーション世代というのはわかりやすいですね。いろいろなことを取り入れられるから柔軟性があって、人によってそれぞれの重みもちよっとずつ違ってくるのでしょうか。

今日は、業界のこれからを担う皆さまの率直な意見をお伺いできて、非常に参考になりました。また、キャリアアップ志向が少ないと言いつつも、しっかり考えて取り組んでいきたいという気持ちが伝わって、とても頼もしく感じました。コールセンター業界は、皆さんのような若手の方がいることでまだまだ変わる、進化していけることを私も実感できました。ありがとうございました。

*

今回の座談会では、特集テーマの SDGs から少し離れるものの興味深い話題が数多く出されました。そこで、325 号（2024 年 4 月号）で、モチベーション維持の方法やキャリアプランなど、本号でご紹介できなかった内容を座談会レポートとしてご紹介します。



◎これまでの SDGs 特集

《特集「コールセンターと SDGs」①》Vol.314 (2023 年 5 月号)

コールセンターにおける SDGs の現在地 ～会員企業の取り組みと課題～

<https://ccaj.or.jp/ccajnews/pdf/ccajnews314.pdf>

《特集「コールセンターと SDGs」②》Vol.315 (2023 年 6 月号)

コールセンター業界が取り組むべき SDGs とは ～グローバル・コンパクト・ネットワーク・ジャパンに聞く～

<https://ccaj.or.jp/ccajnews/pdf/ccajnews315.pdf>

《特集「コールセンターと SDGs」③》Vol.319 (2023 年 10 月号)

コールセンター業界が取り組む SDGs ～コールセンターができること、コールセンターだからできること～

<https://ccaj.or.jp/ccajnews/pdf/ccajnews319.pdf>

2024年「新春賀詞交歓会」

2024年1月5日(金)、東京のホテルグランドヒル市ヶ谷で、「新春賀詞交歓会」を開催しました。当日は、来賓・役員・会員あわせて200名を超える皆さまにご参加いただき、盛会となりました。CCAJ Newsでは、会長挨拶、来賓祝辞の抄出と当日の様様をご紹介します。

一般社団法人 日本コールセンター協会

呉 岳彦 会長 挨拶

年始のご挨拶の前に、令和6年能登半島地震の被害に遭われた皆さまにお見舞いを申し上げます。

昨年は、新型コロナが5類に移行して行動制限が解除されたことで、当協会の活動も一気に活発になりました。定時総会や会員交流会など、フェース・トゥ・フェースの対面形式を再開しました。1月にはアメリカ・シアトルでの海外視察ツアーを予定するなど、通常モードが加速していく年になると思います。



また、業界において重大なコンプライアンス事故が発生したという反省点もございました。当協会においても、関連するガイドラインの改定・公開を行っていますが、会員の皆さまにも信頼される業界を構築するようにご尽力いただきたいと思います。

2024年ですが、コールセンター業界を取り巻く環境の変化、テキスト対応や在宅の増加、生成AIの進化、会員企業の事業内容などを見据えて、「日本コールセンター協会」から「日本コンタクトセンター協会」へ名称変更することとなりました。変更時期は、2024年6月を予定しています。当協会が新たなスタートを切る年となります。変わらぬご支援、ご協力をお願いいたします。

経済産業省 商務・サービスグループ
サービス政策課 サービス産業室 室長

山口 徳彦 氏 祝辞

先ずは、元旦に発生した令和6年能登半島地震で多くの方がお亡くなりになりました。ご冥福をお祈りしますとともに、被災者の方々に心よりお見舞い申し上げます。全省庁一丸となって人命救助と復旧支援に努めておりますが、経済産業省としても、エネルギーライフラインの復旧や物資支援等に尽力しております。

さて、昨今サービス産業は人手不足と、賃上げを実現できていないという点で、製造業よりも深刻な状況と認識してお



ります。原因の一つとして、日本の労働生産性の低さが指摘されておりますが、協会の皆様が一丸となって努力され、コールセンター業界においてもAI導入による経営効率化、リスキリング等の人材育成を進めることで、現状の困難な課題を打破していただくことと大いに期待しております。

昨年、残念ながら会員に不祥事がありましたが、協会の皆様が一丸となって再発防止に向けた取組みを迅速に行われたことに大変感謝しております。不祥事が起きれば業界全体のイメージダウンになります。年初にあたり、会員の皆様には今一度、社内において従業員への周知徹底と再発防止のための指導をお願いし、本年ますます業界が健全に発展されることを祈念しております。

総務省 総合通信基盤局 料金サービス課
消費者契約適正化推進室 室長

安西 重浩 氏 祝辞

能登半島地震において、犠牲となられた方々にお悔やみを申し上げますとともに、被災された方々に心よりお見舞い申し上げます。

ウィズコロナから新たな段階に移行していく中で、貴協会におかれましてはコロナ禍で培った知見を生かしながらリアルな交流機会を再開するなど、改めて業界のプレゼンス向上に向けて取り組まれていることに敬意を表します。

私ども総務省では、電気通信サービスに関する消費者ト



ラブルを減らすための政策を推進しております。電気通信消費者相談センターには、年間1万7000件の消費者の声が届いていますが、そこから見えてくるものは、消費者の信頼を得る上でコールセンターの役割がいかに大きいかということです。技術の進展等によりサービスが高度化、複雑化する状況のもと、一人ひとりの消費者が自分にとって真に必要なサービスを理解し、選択することが難しくなっております。知識や経験に合った消費者視点での丁寧な説明を、引き続き行っていただくことをお願いいたします。コールセンター全体の質の向上に向けて取り組まれている協会および会員の皆さまには、今後とも中心的・先導的役割を担うことを期待しております。

新春賀詞交歓会 懇親会

会長挨拶、来賓祝辞に続き、松原健志副会長による乾杯発声で交歓会がスタートしました。歓談の合間に、新入会員6社からの挨拶がありました。中締めとして、飯島健二理事による挨拶で閉会となりました。



【ご来賓】

経済産業省、総務省、消費者庁
 北海道、青森県、新潟市、広島市、久留米市
 (公社)日本訪問販売協会、(公社)日本通信販売協会、
 (公社)消費者関連専門家会議、(公社)日本広告審査機構、
 (一社)日本ダイレクトメール協会、(公財)日本電信電話コーザ協会

◎ UD (ユニバーサルデザイン) フォントを使用しています

◎ FSC® 認証紙
 FSC® 認証材、再生資源、その他の管理原材料から作られています

FSC 認証ロゴ
 (本誌には掲載)

◎ ベジタブルオイルインキ
 環境にやさしい植物油インキを使用しています



日本コールセンター協会電話相談室

03-5289-0404 受付時間 10:00 ~ 16:00 (土曜・日曜・祝日を除く)

◎本誌のバックナンバーはPDFでもご覧いただけます。

<https://ccaj.or.jp/ccajnews/> (無料)

CCAJ News Vol.323



CCAJ News Vol.323
 (2024年2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 宮坂 南欧實

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

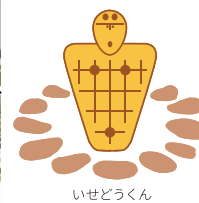
コールセンター・バックオフィス IT・デジタルコンテンツ 関連産業は 北秋田市へ!

人材確保 有効求人倍率 0.49 (一般事務員)

※ハローワーク鷹巣2023年5月現在

- ◇羽田空港から最短70分
- ◇充実したサポート

- ◇リスク分散
- ◇勤勉で粘り強い人材



お問い合わせ 産業部 商工観光課
 TEL:0186-62-5360
 E-mail:syoukou@city.kitaakita.akita.jp