

コロナ禍で「電話対応」の重要性が再認識されています。

企業において、顧客との重要な接点の場となる「電話対応」。一本の電話——。その電話で言葉が紡ぐのは会社への信頼とお客様の満足です。日本電信電話ユーザ協会では企業の皆さまに顧客満足向上を進める経営にお役立ていただくため、企業電話対応コンテストを実施しています。ぜひご活用ください。

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

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	5月1日(土)～7月20日(火)	申込受付
	7月下旬～9月中旬	参加企業への電話
	11月	結果発表及び表彰
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 🔍 https://www.jtua.or.jp/education/contest/	
参加料	一般 14,300円(税込) 会員 11,000円(税込)	※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。「報告書及び審査結果」については、2021年11月上旬に発送を予定しています。	

2021
5/1
申込受付開始!

テレコム・フォーラム 2021 5

令和3年5月1日(毎月1日発行) 第40巻5号(通巻454号)
〒101-0031 東京都千代田区東神田2-6-9 テレコム東神田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

5

May 2021

特集 自然に囲まれ働く「リゾートテレワーク」のメリットとは
軽井沢リゾートテレワーク協会



キャッシュレス導入事例 どんなお店でも手軽にキャッシュレス決済を導入可能!～「Airペイ」の仕組みと、そのメリットとは～株式会社リクルート



ICT COLUMN コールセンター業務を変革するAIソリューション(第3回) AI導入で変わる、コールセンター運営とオペレーターの働く環境 -Part3-



電話対応でCS向上 新入社員の傾聴力、提案力向上に「電話対応コンクール」が役立つ 株式会社タカヨシ



ランプのような温もり、情熱を感じられる対応こそが太郎庵らしさ 株式会社太郎庵



連 載	ICTの「へえ～そうなんだ!」【新連載】 変わるスマホのある光景	お客さまから学ぶCS向上 「電話対応研修」で理想の職場環境づくりに貢献	コミュニケーション力を鍛える 「お客さまに寄り添う」
-----	-------------------------------------	--	-------------------------------

自然に囲まれ働く「リゾートテレワーク」のメリットとは

軽井沢リゾートテレワーク協会

コロナ禍により、特に大企業での採用が進んだテレワーク。そのテレワークをあえて自宅ではなく、都会から離れたリゾート地で行う「ワーケーション」「リゾートテレワーク」が、現在注目を集めています。東京から北陸新幹線で約1時間のリゾート地でのテレワークを推進する「軽井沢リゾートテレワーク協会」に話をうかがいました。

一貴協会について、簡単にご紹介ください。

「軽井沢リゾートテレワーク協会は、2018年7月、国の『テレワーク・デイズ』に合わせ、軽井沢観光協会、軽井沢町商工会などが中心となって設立した団体です。現在、主に民間施設24か所のテレワークスペースの活用などを通じ、軽井沢の“観光まちづくり”への寄与と“新価値創造”を目指しています」(土屋氏)

一軽井沢はテレワークという視点で、どのような特徴を持つエリアなのでしょう。

「軽井沢町は年間800万人以上が訪れる観光地として有名ですが、首都圏から新幹線を使い、わずかな時間でアクセスできることから、町外に自宅を持ちながら別荘で生活する『2拠点生活者』も少なくありません。つまりそうした背景から“滞在型の生活”に求められる商業施設や飲食店などのインフラもきちんと整っているのです。そのため軽井沢で企業研修を行う企業は多く、2018年に軽井沢アイスパークで企業研修を行った企業は

234社(前年167社)、5,858人(前年4,177人)と増えています。そしてコロナ禍の昨今、軽井沢はテレワークの拠点としてさらに注目を集めています」(鈴木氏)

高い標高と冷涼な空気が、"創造的な労働"に大きく貢献

一軽井沢をはじめ、リゾートでのテレワークには、どのようなメリットがありますか。

「軽井沢にいらっしゃってお仕事する方からは、都会での仕事では味わえない『どきどき感』『わくわく感』があると聞きます。その理由は、首都圏から標高約1,000mの軽井沢への移動は、冷涼な空気がもたらす『気候効果』や、標高差による『転地効果』につながり、脳の働きを活性化するためだと考えています。空気の良い軽井沢での仕事には、私自身も気分の高揚を感じます」(工藤氏)

「時間や交通費を使いリゾートテレワークをして、どういうメリットがあるのだろうと感じる方もいらっしゃるでしょう。ただ実際に、東京で時間をかけて通勤し会議

室で意見を交わすより、軽井沢で働くほうが、いいアイデアがわくんです。チームで働いても、やはり笑顔でコミュニケーションできて、会話が弾みます。そうした利点に着目する企業も増えてきており、例えばNTTコミュニケーションズも、ワーケーション体験トライアルとして軽井沢の駅前に拠点を設けています」(鈴木氏)

「仕事に追われ制約のある都会ではアポの時間は限られますが、大自然に囲まれ時間の制限が除かれたリゾートでは、雑談からもさまざまなアイデアが広がります。さらに、スポーツや自然散策、芸術などのさまざまなアクティビティと組み合わせることにより人生の付加価値が高まるばかりでなく、チームビルディングに利用することで連帯感や達成感が高まります」(土屋氏)

テレワーカー同士の出会いが新たなビジネスの創出に

一リゾートでのテレワークを推進する自治体にアドバイスがあれば教えてください。

テレワークを視野に入れ開設、充実した業務環境を提供



「いこいヴィラ」の内観



「HANALE KARUIZAWA」外観

「いこいヴィラ」は、当初からワーケーションやコワーキングを想定して開業した宿泊施設です。一般のホテルや旅館では“宿泊”がメインであり、スペースや設備において「滞在して仕事する」というお客さまのニーズに必ずしも応えられていない状況です。当施設では、2Fを宿泊エリアに、1Fはコワーキングや打ち合わせに使えるスペースにあて、ご家族の方が一緒にワーケーションであっても、仕事に集中できる環境を提供しています。さらに余裕あるネットワーク環境も用意し、回線が遅いのではという不安も払拭しています。テレワーク拠点はそれぞれが違った特徴を持っています。満足できるテレワークの実現のためには、「そこで何ができるか」を十分に吟味して選定することが大切ではないでしょうか。(専務取締役 本間 継一氏)

軽井沢駅至近の予約制ワークスペース「HANALE KARUIZAWA」は、日中もしくは夜間の貸し切りでのスペース提供を行っています。東京から1時間のリゾート地での会議やイベントが、オン/オフの切り替えによる新たな発想や活発な意見交換につながるというご感想をいただいています。(マネージャー 大河原 健氏)

「テレワークやワーケーションはブームになりつつあり、リゾートや各地で取り組みが始まっています。しかし、『テレワークに使える施設を作る』『そうした施設を宣伝する』といった“ハコモノ”中心の進め方で働く人だけを集めても、そこに生活や質の向上がなければ敬遠されます。地域DMO*が場所により頓挫したように、地域によっては一過性のものになってしまう可能性があります。軽井沢では民間企業による参入が後を絶ちませんが、協会を立ち上げたことにより個々施設と連携し意識や質の向上を図るとともに、テレワークに適する地域であることのブランディングを進めています。さらに、軽井沢は『屋根のない病院』と謳われたウェルネス気候が創造力や心身の安定に寄与してきたことから、別荘地やコミュニティ文化の成立にも貢献していますが、このように地域には個々の潜在力や物

語性がありますので、地域全体のビジョンづくりが必要と考えます」(土屋氏)

「また働く人同士が交流できるような仕掛けが必要です。例えば都会では成立しなかったビジネスマッチングにより、新たな価値が生まれ、それが新規事業として単なるテレワークを超えた成功につながることもなるでしょう」(鈴木氏)

一今後の展望について教えてください。

「協会も設立から3年目を迎え、もう『これから新たに何かをする』『テレワークの普及を推進する』という役割は一段落していると考えています。将来に向けては、より働きやすい環境の整備や、人々の連携を促していくことが重要でしょう。そうした活動を進めることで、さらに多くのテレワーカーが軽井沢に集まり、この町のリゾートテレワークを大きく発展させていくことになると考えています」(工藤氏)



電話会議の様子

「昨年、幼稚園から中学校までの私立学校も設立され、移住者が増加しています。さまざまなライフスタイルを選択できる比較的余裕を持つ世代が多いのですが、このことからさらに町としてのポテンシャルが上がりました。今後はビジネスや生き方改革に資するこの場所にインテリや学術・研究機関が集積し、いわばナレッジハブとしてさらに発展できるよう、活動を続けていきたいと思ひます」(土屋氏)

※ 地域DMO (Destination Management Organization) : 観光物件、自然、食、芸術・芸能、風習、風俗など当該地域にある観光資源に精通し、地域と協同して観光地域づくりを行う法人のこと。

軽井沢リゾートテレワーク協会

軽井沢リゾートテレワーク協会は、軽井沢観光協会、町商工会、軽井沢旅館組合などで構成される民間主体の団体。軽井沢の標高約1,000メートルの気候、自然、さまざまな人々が集うコミュニティといった魅力をアピールし、企業・団体に軽井沢でのテレワークを促し、働き方改革や地域の活性化を目的として活動している。



「HANALE KARUIZAWA」2Fに設置されたテレビスクリーン



軽井沢アイスパークチームビルディングセミナーの一環であるカーリングワーケーションの参加者

ユーザ協会 D10009

検索



どんなお店でも 手軽にキャッシュレス決済を導入可能!

～「Airペイ」の仕組みと、そのメリットとは～

株式会社リクルート

スピーディで便利、かつ割引やポイントなどのメリットがあるキャッシュレス決済は、その利用率が年々高まっています。しかし一方で「どうやったら導入できるか分からない」「費用や手数料が心配」という経営者の方もいらっしゃるでしょう。そうした不安を解決する決済サービス「AirPAY(以下、Airペイ)」を運営する株式会社リクルートの塩原 一慶氏に話をうかがいました。

—Airペイの概要について教えてください。

「Airペイ」は、カード・電子マネー・QR・ポイントも使えるお店の決済サービスです。iPadまたはiPhoneと専用カードリーダー1台があれば、全35種の決済手段に対応できます。

—具体的には、どのように使うのでしょうか。

お会計の際、iPadもしくはiPhoneでアプリを立ち上げ、金額を入力します。クレジットカードの場合はカードリーダーにカードを挿入し、暗証番号をご入力いただくか、ディスプレイにサインをし

ていただきます。タッチ決済が可能なクレジットカードの場合や、電子マネーの場合は、カードリーダーの読み取り部にタッチしていただき、処理音が鳴ると決済が終了します。実際に使っていただくと非常に簡単であることがお分かりいただけると思います(図1)。

月額費用は0円、低コストを実現

—加盟店のメリットについて教えてください。

まず、低コスト、かつ手間なくキャッシュレス決済を導入できることです。例えば、ご商売をされて

いる方がクレジットカード会社の加盟店になろうとすると、カードのブランドごとに審査が必要です。また審査に通っても、専用端末の導入に少なくない費用がかかります。しかし「Airペイ」はこれ一つでクレジットカードを含む複数のキャッシュレス決済を導入できますし、アプリは無償で提供しておりますので、お手元にiPad、iPhoneのいずれかがあれば初期費用の負担もありません。月額の費用もかからず、決済手数料は3.24%または3.74%と低廉です。また弊社から加盟店への振込手数料も0円です。売上の振込みは、メガバン

【図1：Airペイの利用手順】

- 決済方法選択・金額入力**
アプリを起動し、決済方法・決済金額を入力する
- カードの読み取り**
クレジットカードの場合は専用カードリーダーにカードを挿入。電子マネーの場合は処理音が鳴るまでタッチする
- 暗証番号またはサインを入力**
決済方法・決済金額を入力する
- レシート印刷・送信**
決済方法・決済金額を入力する

iPadもしくはiPhoneとBluetooth®接続の専用カードリーダーを使い、キャッシュレス決済を行う。決済はお客様の手元などでも可能なので、レジ前まで移動するといった不便をかけることもない

【図2：Airペイ導入で生まれるメリット】



クのご利用では決済から5～10日後が目安で月6回、それ以外の金融機関でも5～15日後が目安で月3回ですので、お店のキャッシュフローに大きな影響を与えることがないこともメリットになるでしょう。

—低廉とはいえ、手数料を気になさるお店の方も多いのではないのでしょうか。

ポイントが貯まることや手間なくスピーディであることに魅力を感じ、キャッシュレス決済をお使いになるお客様の比率は年々高まっています。そうしたお客様を呼び込み、売上増を図ることで、こうした手数料は十分にカバーできると考えています。また実際に導入いただいたお店からも「こんなにキャッシュレス決済を使うお客様がいたんだ」という声をいただきます。今までは「カード使えますか」と聞かないまま入店をためらうお客様もいらっしゃったはずですが、「Airペイ」の導入が進むことで、店頭にあるステッカーなどを見て「ここならクレジットカードでも電子マネーでも使える」と安心して来店するお客様もいらっしゃるでしょう。また一方で、さまざまな決済手段に対応することが、

お客様満足度の向上につながると考えております(図2)。

お店とお客様の双方に「便利」を実感してもらえるサービスを

—開発の動機や、開発にあたってのご苦労をお聞かせください。

いろいろな決済手段がある現在、支払うほうも「どれが使えるの?」と迷いますし、お店でもレジのまわりにさまざまな端末を並べることになります。この“不便”をなんとかしたかったというのが、そもそもの開発の動機です。苦労したのは、いかに決済をスムーズにするかというところで、決済でカードをリーダーにタッチする、挿入する時、必ず待ち時間が生じます。この時間でリーダーはセンターと通信し、認証するわけですが、この時間がわずかでも長いとお客様のご不満につながります。開発においては、リーダー内部での処理時間、アプリ、サーバーのデータベースなどあらゆる部分でチューニングを行い、待ち時間の短縮に努めました。

—今後の展望について教

えてください。

我々は「Airペイ」を含む「Air ビジネスツールズ」を通じ、“商うを、自由に。”というビジョンを掲げています。POSレジの基本機能が無料で使える「Airレジ」、受付管理アプリ「Airウェイト」などで、規模や業種を問わず、お店の困りごとを解決し、生産性向上、CS向上を実現したいと考えているのです。今後もお店、お客様の双方に「これ便利だね」と実感していただけるサービスの提供を目指し、進んでいきたいと思っています。

※Bluetooth：近距離無線通信の規格の一つ。情報機器やオーディオ機器などを無線で接続し、機器間で音声やデータをやり取りすることができます。



株式会社リクルート
SaaS領域プロダクトマネジメント室
決済プロダクトマネジメントユニット
ユニット長
塩原 一慶氏



ユーザ協会 D10010 検索



AI導入で変わる、コールセンター運営とオペレーターの働く環境 -Part3-

この連載ではこれまで2回にわたり、最先端のAIソリューション導入で実現するコールセンターの業務効率化、低コスト化、CS向上などについてご案内してきました。最終回の今回は、AIによる「FAQ」の効率的な運用とその効果について、引き続きNTTコミュニケーションズ株式会社へのインタビューを通じてレポートします。



プラットフォームサービス本部
アプリケーションサービス部
AI推進部門 第一グループ
主査 松本 崇氏



プラットフォームサービス本部
アプリケーションサービス部
AI推進部門
落合 孝士氏

AIソリューションの活用で業務効率化とCS向上を

—コールセンターが現在抱える課題について、あらためて教えてください。

松本：人手不足と外国語対応です。人手不足により稼働の逼迫と、長い待ち時間によるCS低下が生じます。外国語対応のニーズは高まっていますが、人材の確保は容易ではありません。

落合：サービスの多様化は、オペレーターが即答できない細かい問い合わせ増につながります。回答のためのマニュアル確認には時間がかかりますし、自己解決できないオペレーターからの“問い合わせ先”となるベテランやSVの負担も大きくなります。

—そうした課題をAIはどう解決できるのでしょうか。

松本：「COTOHA Chat & FAQ」は、AIチャットボットがお客様がテキスト入力した日本語の質問の意味を理解し、FAQの回答の中から適切なものを選び表示します(図1)。もし質問が複雑で適切な答えが見つからない時は、オペレーターに対応を引き継ぐこともできます。この時それまでの会話ログも

引き継ぐことができるため、お客様は同じ質問を繰り返す必要がありません。また、どんな質問が多かったか、適切に答えられなかったのはどの質問かなどの分析も可能なので、FAQの品質向上も図れます。24時間365日の対応も可能となり、CS向上にもつながります。

日本人オペレーターによる外国語リアルタイム対応も実現

—外国語対応の人材不足について解決できることはありますか。

松本：AI翻訳サービスと連携した「COTOHA Chat & FAQ マルチリンガル機能」により、日本語のFAQコンテンツのみを登録しておくだけで、13言語(英語、中国語(簡体字)、中国語(繁体字)、韓国語、タイ語、ベトナム語、ドイツ語、スペイン語、フランス語、ポルトガル語、インドネシア語、ロシア語、イタリア語)にリアルタイム翻訳して問い合わせに対応できるようになります。オペレーターが対応を引き継いだ際も、お客様の外国語とオペレーターの日本語を双方向リアルタイム翻訳できるので、コスト増につながる外国語対応のオペレーターを配置しなくても外国のお客様への対応が可能となります。2021年度中にこのマルチリンガル機能はAI音声認識によりお客様の音声入力に対応する予定です。

—オペレーターの回答業務支援に、AIはどのように活用できるのでしょうか。

落合：「COTOHA Search Assist」は、AIを使い、FAQやマニュアルを検索するソリューションです。オペレーターは質問を入力するだけで回答が得られるため、膨大なマニュアルから自力で答えを探す必要はなく、お客様の待ち時間の短縮によるCS向上が実現できます。また、自己解決の範囲が広がることでベテランやSVの負担も軽減できますし、テレワークなどでほかのスタッフとのコミュニケーションが難しい場合でもきちんとしたお客様対応が可能となります(図2)。

【図2：COTOHA Search Assist 導入の効果】



学習済みのAIなので、導入後、即稼働も可能に

—導入に向けて注意しなければならないことはありますか。

松本：「COTOHA Chat & FAQ」に使われているAIエ

導入事例 NTTコミュニケーションズ株式会社

社内の情報システム問い合わせ窓口を導入、対応負荷を軽減

デジタル改革推進部情報システム部門

パートナーを含め2万5,000人ほどのスタッフから社内ITの問い合わせを受ける「デジタル改革推進部情報システム部門」で、2020年8月より「COTOHA Chat & FAQ」を採用しています。実は弊社では社内ポータルサイトに社内向けのFAQを設置していますが、設計が古く、答えにたどり着くため何度もクリックする必要がありました。そのため、それを嫌がるスタッフによる情報システム部門への電話問い合わせが恒常化しており、その負荷の削減が課題となっていました。当初は社内ポータルサイトのリニューアルによる対応を考えていましたが、より使い勝手を良くするため、リニューアルにあわせ「Teamsアダプタオプション」という機能を使い、社内情報共有やテレ

ンジンと辞書は、既に学習済みなので、お客様ごとに事前学習やチューニングを全く行わない状態でも高い回答精度(70%以上)を出すことが確認できています。回答のベースとなるFAQのデータをご用意いただく必要がありますが、弊社で用意している新型コロナウイルス関連、総務・IT関連などのFAQテンプレートをご活用いただくことも可能です。またSaaS※でのご提供となるため、オペレーターへのエスкаレーションや管理ポータルでの統計情報分析などの利用にはインターネットに接続したパソコンが少なくとも1台、必要となります。

落合：こちらでも事前学習済みなので、業界特有の単語を登録する以外手間がかかる部分は少なく、導入へのハードルは低いと考えています。

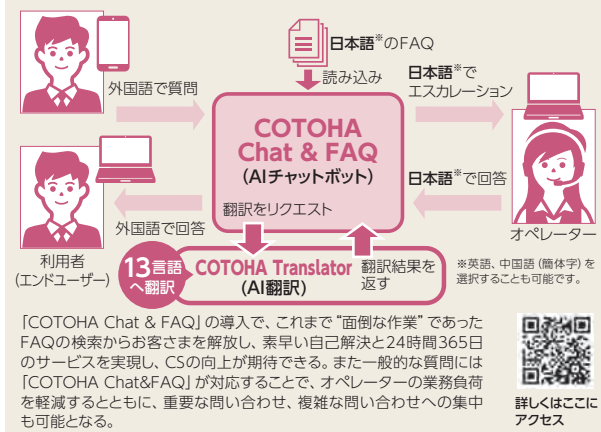
—今後、これら二つのソリューションはどのような発展を考えていますか。

落合：「COTOHA Search Assist」としては、より回答の精度向上を目指しています。

松本：現在「COTOHA Chat & FAQ」の利用にはあらかじめFAQを用意する必要がありますが、現在「COTOHA Search Assist」の機能を取り入れ、AIとAPIでシステム連携し、AIチャットボットがSearch Assist上のドキュメントを直接参照して答える仕組みを開発しています。これが実現すれば、よりお手軽にお使いいただけるようになるでしょう。

※SaaS：「Software as a Service」の略で、アプリケーションソフトをサーバー(主にクラウド)で動かし、インターネット経由で利用者に提供すること。

【図1：COTOHA Chat & FAQの仕組み】



ワークに広く使われている「Microsoft Teams」に「COTOHA Chat & FAQ」を組み込む形としました。導入後は「Microsoft Teams」の左のメニューにこのサービスの愛称である「FAQ_おおるりちゃん」が表示され、クリックするとチャットのウィンドウが開き、質問を入力することでポータルサイト上の回答ページがリンクで案内されます。今後は利用状況を見ながら回答範囲の拡大と精度の向上を目指していきたいと思っています。



「FAQ_おおるりちゃん」が表示されるトップ画面



FAQ_おおるりちゃん



ユーザ協会 D40007 検索





ICTの「へえ～そうなんだ!？」 《第1回》 変わるスマホのある光景

今号より、さまざまなICTツールとその便利な使い方、トレンド情報などを織り交ぜてお届けします。

スマホが日本で発売されてから10年以上経ちました。今では、一人複数台のスマホを使うのも珍しくなく、老若男女にとって、なくてはならないツールとなりました。同時に、スマホは社会の光景を急激に、そして、大きく変えてきました。その事例を挙げると枚挙にいとまがないのですが、今回は身近な事例を二つ取り上げてみたいと思います。

変わる電車の中の光景

電車に乗って移動する時、電車内では何をしますか？
電車内を見渡した時、乗客のほぼ全員がスマホを操作している、という光景はすっかり日常の光景となりました。それを見た人によっては、“少し異様な光景”といったように表現されますが、本当にそうでしょうか。
かつて、電車の中では、寝る人を除けば、新聞を読む人、本を読む人、イヤホンを使ってラジオを聴く人、参考書を読んで勉強する人、音楽を聴く人、ゲームをする人、話をする人……それぞれに見た目でやっていることが分かりました。しかし今は、新聞・ニュースも、本も、ラジオも、参考書や問題集も、音楽も、そして友達との会話も、すべてスマホに入っているアプリを使って、スマホを通じて行われているのです。傍から見ると、「スマホを操作している」かもしれませんが、やっていることは皆違うのです。このことへの理解が進んでないために“少し異様

な光景”となるのかもしれません。
このうち、「話をする人」は、携帯電話が普及した時、電車内での通話が迷惑行為として社会問題化し、「電車内での携帯電話の通話はお控えください」とアナウンスされるようになりました。その後、“着メロ”も、迷惑と感じる人が増え、マナーモードの普及によって使われることも少なくなりました。そして、メールやチャットが普及し、今では、電車内で通話したり、音を発したりする人もほとんどいなくなりました。人々の意識が変わり、さらに、機能やアプリといった技術力で代替手段が整い、電車内でのスマホの音に関するマナーは一気に向上しました。“人の意識”と“技術”の両方で、社会課題が解決できたうちの一つかもしれません。

変わる学びの光景

小中高校生がスマホやタブレットを見ていたとしたら、「遊んでばかりいないで勉強すればいいのに」と感じる人は少なくないのではないのでしょうか。確かに、ス

マホのゲームも、友人とのLINEでの会話もSNSへの投稿も楽しいし、そればかりになってしまいがちです。しかし、その一方で今、学びの現場では、スマホの利用がどんどん加速しています。
2020年、新型コロナウイルスの影響で学校が休校となり、オンライン授業が広まりました。さらに、文部科学省が進めているGIGAスクール構想（小中学校の児童・生徒のために一人一台のコンピューターと高速ネットワーク環境を整備して、教育ICTを進めるプロジェクト）が前倒しとなり、2021年度春から本格的に学校教育現場でインターネットが活用されるようになっていきます。
これまでは、子どもたちに「インターネットは危険だ」「スマホはできるだけ使わないほうがいい」と規制・制限を多くかけていました。そして、授業では先生主導で使うことはあっても、児童・生徒は部分的にしか使えず、子どもたちからインターネットをできるだけ遠ざけようとしていました。ところが今、学校でしっかり情報リテラシー、情報モラルを身につけた上で、子どもたちが自ら学ぶ時に積極的に、かつ自由に「スマホやタブレットが使えるようになろう!」に変わろうとしています。
机に向かいながらスマホを操作している子どもを見ても、頭ごなしに「遊んでいないで、勉強なさい!」なんて言わないように、一緒になって新しい学びのスタイルを身につけてみてはいかがでしょうか。



「電話応対研修」で理想の職場環境づくりに貢献

株式会社文華堂

“人に会えない今”も、 これからも「電話」は不可欠

近年、ビジネスシーンにおいて、いろいろな伝達手段が増えてきました。しかし「電話」はコロナ禍で人に会えない今はもちろんのこと、これからも不可欠な伝達手段だと再認識しています。
私は経営者として、日々いろいろな企業と電話でやり取りしています。例えば、朝一番にA社に電話をすると、電話の向こうから「おはようございます。〇〇社の△△でございます」と明るく、少し高めの歯切れの良い元気な声が聞こえてきます。思わず私まで、ちょっと高めの声で応対しています。続いてB社に電話をします。相手の声のトーンは少し低めで、ビジネスライクな応対です。すると、私まで相手と同じような声のトーンで応対しています。
電話応対は企業の現状を映す鑑だだと思います。社格が高く、お客さまから信用・信頼され、発展していく企業は言うまでもなく電話応対を大切にしています。残念ながら、経営者・幹部は自社の現状が今どのような状況下にあるのかについて、（電話応対を含めて）意外と関心が薄いのではないかと感じることがあります。だからこそ、電話応対技能検定指導者級資格を持つ

私たちが、電話応対を通じて現状評価をする仕組みを使って改善提案をすることがもっと必要だと思います。

変わりゆく“社風”について

お客さまとの電話で、私はよく同じ職場の女性と間違えられることがあります。不思議なもので何年も同じ空間で一緒に仕事をしていると、声のトーンや言葉づかい、間の取り方などが似てくるものです。曹洞宗開祖、道元禅師のお言葉に「霧の中を行けば覚えざるに衣しめる 良き人に近づけば覚えざるに良き人となるなり」があります。このお言葉のように、爽やかに温かく切れが良くて元気で明るい電話応対を実践していけば、周りも自然にそのような社風が変わっていきます。「電話応対研修」はそのような職場環境をつくるために最適なカリキュラムです。私はこのカリキュラムを活用し、多くの企業が目指す理想の職場環境の

実現に貢献したいのです。

難局を乗り越えてCS向上に寄与

今後、電話応対・受付業務などもAIの活用範囲に入ることが予想されます。しかし、複合的絡みがある仕事は、人の能力がまだまだ必要とされることでしょう。これからは「誰に、何を、どのタイミングで、伝えたい目的、内容は、そして電話よりもメールのほうが適しているか、FAXのほうがいいのか……」などを瞬時に精査する能力がもっと求められると思います。
ビジネスもプライベートもすべて良き人間関係から発展していきます。これからも自分らしさに磨きをかけ、自ら信頼し得る自己をつくりあげるために仕事を通して学んでいきます。そして、明るくしなやかに日々の細事を重ね、自身及び職場の仲間共々、総力でコロナ禍を乗り越えてCS向上に寄与し、未来づくりに邁進します。

伊東 由美子氏
株式会社文華堂 取締役会長、株式会社華苑 代表取締役。2002年、夫である前社長の伊東 顕氏他界により文華堂7代目代表取締役就任。20年7月、同社取締役会長就任。同年12月、株式会社華苑を創業。企画・営業・総務・人事・経理の実務をはじめ研修講師としても活躍中。電話応対技能検定指導者級資格保持者。



伊東 由美子氏

「今回の講師は、株式会社イーウェルの高橋 千鶴さんです。アンガーマネジメントファシリテーター[®]としても活動され、社内指導者の育成や、部門マネジャーとして活動されています」
※怒りの感情と上手につき合う方法を教え、講演、研修、トレーニングなどを行うことができ、日本アンガーマネジメント協会の認定資格です。

ユーザ協会 C10021 検索



チャレンジ! もしもし検定

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

取引先の鈴木部長が病気で入院していることを聞き、お見舞い状を送ります。以下の文章で、会社として出すビジネスのお見舞い状に使われる言葉として問題がないものはどれですか。選択肢から1つ選びなさい。

急啓 立春の候 平素は格別のお引き立てを賜り、厚く御礼申し上げます。
本日貴社に訪問した折、鈴木様が入院されたと伺い案じております。
その後、お加減はいかがでしょう。
十分にご静養のうえ、一日も早いご回復を重ね重ねお祈りしております。
まずは取り急ぎ書中をもってお見舞い申し上げます。
草々

※差出人と宛名は省略

令和3年2月5日

1. 急啓
2. 立春の候
3. 平素は格別のお引き立てを賜り、厚く御礼申し上げます。
4. 一日も早いご回復を重ね重ねお祈りしております。

※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 2021.5

8

ユーザ協会 D40008 検索





新入社員の傾聴力、提案力向上に「電話応対コンクール」が役立つ

株式会社タカヨシ

新潟発の総合印刷会社として100年の歴史を持つ株式会社タカヨシ。目の前の人が困っていることに役立つことこそがタカヨシらしさだと考え、お客さまの課題を解決する製品、サービスの提供で大きく成長してきました。今回は、松田氏、佐藤氏に新入社員の傾聴力・提案力を高めるコツをうかがいました。



東京営業部
営業1課
課長
松田 憲氏

Q 事業概要についてお聞かせください。

A「タカヨシは1920年（大正9年）創業の総合印刷会社で、昨年100周年を迎えました。新潟に本社があり、東京、仙台、名古屋と全国に4拠点あります。パンフレットやラベル、カタログなど、世の中にはさまざまな印刷物がありますが、お客さまが必要としているのは印刷物という『モノ』ではなく、印刷物によってもたらされる『コト』にあると考えます。当社はお客さまと一緒に事業を成功させるパートナーとして、ウェブやイベント、消費者キャンペーン事務局など印刷だけにとどまらない幅広い解決策を提案しています。新潟のゆるキャラ『レルヒさん』も当社が手がけたのですが、率先して新潟の魅力を全国に発信する企業でもありたいと思っています」（佐藤氏）

新入社員が「顧客満足とは何か」を体感できるよう、電話応対コンクールを活用

Q 新入社員教育に「電話応対コンクール」を活用されているようですが、どんな効果がありますか。

A「若手社員の教育の一環として電話応対コンクールに取り組んでいます。電話応対コンクールは、要するに『顧客満足度を上げる競技』ですよね。お客さまの置かれている状況や困りごとを正確に聞き出し、それを理解し、解決方法を提示してお客さまの満足度を高めることが競技の主旨だと思っています。それも、3分間という短い時間で、いかにコミュニケーションが取れたかを客観的に評価していただくというのは貴重な経験になります。タカヨシでは、新入社員と有志の社員を対象として5月に研修を開始し、9月にブロック大会に出るまで一つ一つのケースに丁寧に向き合い、言葉の選び方一つに対してもメンバーで深く議論しています。接客応対は、理論というより感覚としてつかむものなのでマニュアル化はできません。電話応対コンクールで求められるスキルは、営業活動においても求められているものです」（松田氏）

「電話応対はとても奥深いものだと思います。お客さまに向き合うことは、自分自身に向き合うことになるので、最後は人間性が試されます。これは、コンクールに何回も挑戦したことで気づくことです。入賞しようという気持ちが先に来ると、ほかの人よりもいいことを言おうとします。この言い方だと目立たない、審査で高得点を取れないなどと考えて、普段使わないような言葉を入れるのは、自己満足であって顧客満足ではありません。自我をそぎ落として、お客さまの悩みに寄り添い、解決策を手際よく提示すればお客



電話応対の
練習風景



社長室 兼
人事・
広報戦略室
係長
佐藤 翠氏

さまの満足度が上がります。これを日常的にできるようになるには、かなりの熟練が必要です。電話応対コンクールは、お客さまの困りごとに対してどのように役立てるのかを考える習慣がつけられるだけでも、とても意味があると思います」（佐藤氏）

見積りのスペックを聞きだすだけでなく、制作の目的や用途を聞き取る訓練が大切

Q 御社の電話応対教育の特徴についてお聞かせください。

A「タカヨシには電話応対の専門部署はなく、事務所にいる全員が電話応対をします。中でも、営業担当は、さまざまなお問い合わせに対応するため、お客さまの潜在的なニーズを聞き取る傾聴力、課題解決に向けたコーディネート力、期日までに制作するディレクション力が求められます。若手の場合は見積りに必要なスペック情報は聞き取れるのですが、何のために作るのか、作ることで何を達成したいのかまで引き出すことは難しいと感じています。限られた時間の中で、お客さまの状況や目的、用途をどれだけ聞き取ることができるかが営業の鍵となるので、繰り返しトレーニングすることで傾聴力や提案力を高めたいと思っています」（松田氏）



印刷を手がけた製品と
営業スタッフ



本社外観

自社工場

SDGs※の活動や社員一人ひとりの成長により、地域の役に立つ会社でありたい

Q 最後に、今後の目標についてお聞かせください。

A「一昨年から全社的にSDGsに取り組んでおり、来期からはそれぞれの事業活動がSDGsのどのゴールに貢献するのかを明確にした上で、部門ごとに目標設定をすることになっています。このSDGsの活動を通して、地域への貢献度を高めていきたいですね」（松田氏）
「目の前のお客さまの役に立つ、それが企業の成長に貢献し、ひいては地域の役に立つ。それが広がるとSDGsにもつながると思っており、その姿勢は創業当初から変わっていません。今後、さらに伸ばしていくには、社員自身が成長することが大事だと思いますので、人が成長することによって成長する会社でありたいですね」（佐藤氏）

※SDGs:Sustainable Development Goals(持続可能な開発目標)の略称。
2015年9月の国連サミットで採択された、国連加盟193ヵ国が2016年から2030年の15年間で達成するために掲げた国際目標。



会社概要

会 社 名：株式会社タカヨシ
創 業：1920年（大正9年）
本社所在地：新潟県新潟市江南区亀田工業団地1丁目3-21
資 本 金：6,000万円
代表取締役：高橋 佑
事業内容：印刷業務（商業印刷、パッケージ、ラベル印刷、フォーム印刷、化成品など）、コミュニケーション業務（広告、SP、クロスメディアなどの企画・制作など）
URL：https://www.takayoshi.co.jp/
[ユーザ協会会員]

ユーザ協会 C20015 検索



ランプのような温もり、情熱を感じられる対応こそが太郎庵らしさ

株式会社太郎庵

シンボルマークのランプのように、お客さまに温もりと情熱を感じてもらえる接客対応を大切にしている株式会社太郎庵。老舗菓子店でありながら、地元会津の日本酒蔵とのコラボ商品を開発するなど、新たな取り組みで地域の活性化にも貢献しています。今回は、太郎庵が接客対応で大切にしていることを高橋氏にうかがいました。



支援部
マネージャー
高橋 康子氏

事業概要についてお聞かせください。

A「太郎庵は、福島県会津地方の歴史や文化をお菓子で表現するというコンセプトのもと、1949年（昭和24年）に創業しました。会津坂下町という小さな町にありながらも、日本で一番のお菓子屋さんになりたいという思いを込めて、『太郎庵』という名前にしたそうです。会津では男の子が生まれると、菅原 道真公のように立派に育ってほしいと『会津天神』と呼ばれる張り子の人形を贈る風習があります。この張り子にちなんで作られた『会津の天神さま』というチーズとバターのクリームが入っている栄養満点のブッセが子どもから大人まで人気の商品です」

太郎庵に来るとほっとする、ワクワクすると感じてもらえる対応を

御社の接客対応の特徴についてお聞かせください。

A「太郎庵のシンボルマークはランプなのですが、ラ



ンプは温もりの象徴であると同時に、燃えている炎が情熱の象徴でもあります。私たちはランプのように温かく、情熱を持ってお客さまに寄り添い、『太郎庵に来るとほっとするな、ワクワクするな』と感じていただけるような対応を目指しています。また、電話対応はお客さま対応の一つと捉えているので、研修では『いつも笑顔でいること』『身振り手振りで伝えること』声でも微笑みが分かるような『笑声が大事であること』を伝えています。コロナ禍で常にマスクをした状態で接客をするようになり、目で感情を伝えることに一層気をつけるようになりました。マスクで隠れてしまうと、これまで、口元の情報量がどれだけ多かったのかを実感しますね」

ランプのような「太郎庵らしさ」をどのように継承しているのでしょうか。

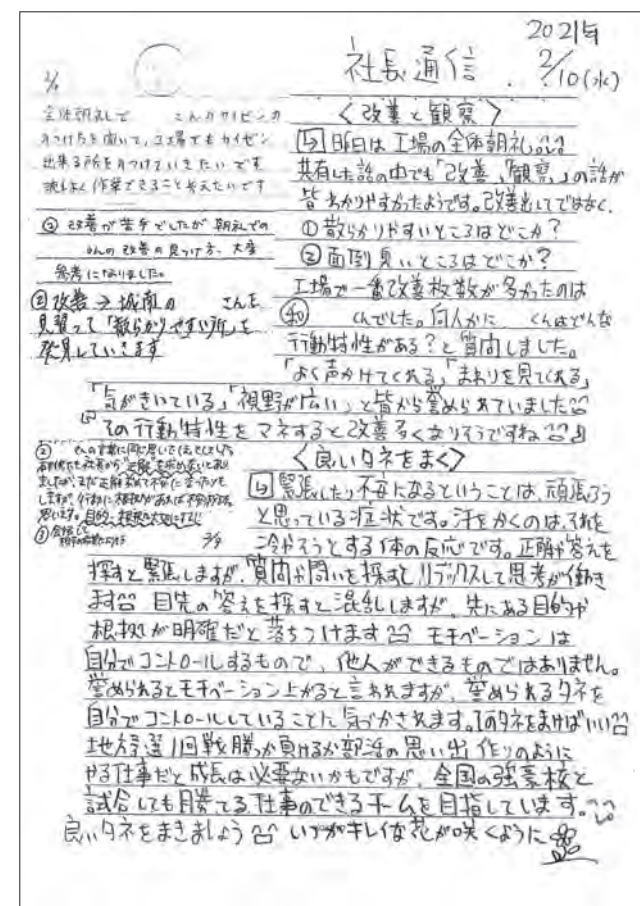
A「社員が提出する日報に対して、社長がコメントを返すという『社長通信』（右ページ参照）が、1年365日、お正月も休まず毎日配信されます。それによって、太郎庵での大切な価値観や理念、行動基準を共有し、社員全員が分かるようになっていきます。レジの使い方など機能的なことはマニュアルで伝えることができますが、文化や価値観など情緒的なことはマニュアルにはできません。お客さまのお言葉や先輩たちの事例、背中を見て学ぶものだと思います。社長通信は手書きで書かれており、ファクシミリで各店舗に配信されます。アナログですよね（笑）。社内の

業務はチャットツールなどでやり取りもしていますが、やはり手書きだと気持ちがよく伝わるような気がします。デジタル化で無駄を効率化することも重要だと思いますが、アナログの良さを大切にするとしたら太郎庵らしいと思っています」

「電話対応コンクール」に出場した若手社員全員の成長を強く実感できる

電話対応教育について取り組んでいることを教えてください。

A「若手の教育の場として『電話対応コンクール』を活用しています。コンクールには3年目くらいの若手社員が出場するのですが、地区大会や県大会までの数ヵ月間、過去の出題問題でトレーニングを重ねています。実際にはお客さまはさまざまな状況下で電話をかけてこられるので、研修でもお客さまがどのような状況、心情であるかを聞き取ることから始めています。コンクール出場の成果は、『参加者全員に必ずある』と思っています。というのも、言葉の一つ一つに対して深く考える習慣がつくので、お客さまの心情に寄り添えるようになるからです。また、電話への苦手意識がなくなることはもちろん、普段の業務やお客さ



「社長通信」



店舗スタッフ

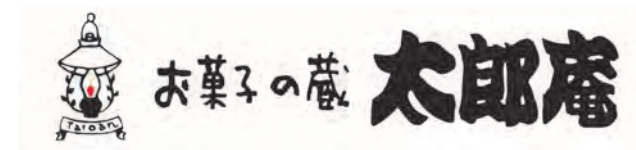
工場スタッフ

まへの対応に自信がつき、良い意味で『大人になったな』と実感します。トレーニングは業務時間外になることもあるので、参加の判断は最終的に各自に任せています。ただ、前向きに取り組む社員が多いので、学びたい、向上したいという風土が会社の中にあるのかもしれないですね」

結婚相手のご両親から「太郎庵で働いている人なら安心だね」と言われるような会社になりたい

最後に、今後の目標についてお聞かせください。

A「お客さまにとっても、地域にとってもランプのように『太郎庵があると安心する』と思われるような存在になりたいです。それと同時に地域をリードするような会社が理想です。それには、会津の良さ、古き良きところを残しつつも、チャレンジする姿勢が大切だと思っています。新しい試みや新しい商品を期待されるような会社、地元の人が誇りに思ってくれるような会社、例えるなら、社員が結婚する時に、お相手のご両親から『太郎庵で働いている人なら安心だね』と言われるような会社になりたいですね」



会社概要

会社名：株式会社 太郎庵
創業：1949年（昭和24年）8月
本社所在地：福島県河沼郡会津坂下町字福原前4108-1
代表取締役：目黒 徳幸
事業内容：和菓子、洋菓子製造販売
URL：https://www.taroan.co.jp/
【ユーザ協会会員】

ユーザ協会 C20016

検索





「お客さまに寄り添う」

「お客さまに寄り添って」というこの曖昧な言葉が、ビジネス書や雑誌などで盛んに使われるようになったのは、平成の頃かと思います。「寄り添う」という言葉が、お客さまを大切にしているという印象を与えるのでしょうか。辞書を繙きますと、「相手の体に触れんばかりに近くに寄る」（新明解）、「ぴったり側へ寄る」（大辞林）などと書かれています。今回は、この使いやすそうでいて、その目的の曖昧な「寄り添う」について考えます。



「体に触れんばかりに…」

「寄り添う」という言葉自体は昔からよく使われていました。「病人に寄り添って、昨夜は一睡もしなかった」、「母は父に寄り添うように歩いていた」など、普通によくある光景で使われていました。最近は日常会話ではあまり使用頻度は高くありませんが、前述したように、ビジネス書やマナー本では「お客さまに寄り添って」というフレーズの人気は高いのです。きれいな言葉とは思いますが、私はほとんど使ったことがありません。その動作の目的がピンとこなかったのです。辞書の説明に従えば、「お客さまの体に触れんばかりに近くに寄った」、「ピッタリお客さまの側に寄った」、と妙な解釈になってしまいます。そのちぐはぐさは、本来は動作を表していた言葉を「心」に結びつけ、「お客さまに寄り添う」を成立させたからでしょう。それはそれで大事な意味を持った言葉になりました。



寄り添うなんて とんでもない時代

「お客さまの心に寄り添う」とは、お客さまの気持ちを察して親切にする。心配りをする。ここ数年、批判されることの多い「忖度」なども、相手の気持ちに寄り添い過ぎた弊害なのかも知れません。哲学者の和辻 哲郎に言わせれば、「日本人は元々相手の立場を尊重して心配りができる人間」なのだそうです。それが暮らしの欧風化に伴い、自分勝手な人間が増えてしまったと言うのです。折しも新

型コロナのパンデミックです。寄り添うなどはとんでもない時代になりました。スウェーデンには、人が会おうと、親愛の情を表すのにすぐハグをする文化があります。ハグをするとオキシトシンという快感ホルモンが出て双方ハッピーになれると言うのです。でもそのハグも、コロナ禍でおそらくは激減しているのでしょう。

テレワークやオンラインが常態化しても、マスクでお互いの顔半分が隠されても、人間である限り、心の寄り添いを求める気持ちはなくならないでしょう。ただ、寄り添うとはどういう状態なのか。どうすれば寄り添うことができるのか、そこが曖昧なままです。現実には、寄り添われると迷惑なことだってあるのですから。



寄り添うとは、相手を 知ろうと努めること

以前、家電製品のお客様相談室で働いている旧知の女性と、「寄り添う」って何？という話をすることがあります。「私って電話大好き人間なんですよ。電話がなかったら生きていけません」そう言いながら、彼女は次のような話をしてくれました。

「今こそ電話の出番だと思えます。オンラインコミュニケーションツールのZoomやWebexもありますけれど、話に集中できるのはやはり電話だと思うのです。以前は電話で話すと言うと、ほとんど私のほうが喋っていた気がします。でもコロナ禍以後、電話で話す機会が増えてから変わりました。今は相手の話を聞くことに集中しているんです。そうしたら、随分長い付き合いの友人、知人で

も、その人のことを自分が如何に知らなかったかに愕然としたのです。寄り添うって、相手の人のことを知ろうと努めることなんだと、つくづく思います」



寄り添って深まる 電話での会話

これまで気がつかなかったコミュニケーションの世界がそこにはありました。あえて姿が見える必要はありません。対面と電話の間に位置するZoomやWebexでの会話は、結構余計な気を使います。しかし、電話での会話は、心ならずも疎遠に過ぎていた人とのブランクを、容易に埋めてくれます。「互いに距離を保ち、握手をせず、それでも人を孤独にさせないように、電話やメールで愛情と友情を示してほしい」以前にご紹介した、ドイツのメルケル首相の言葉にもつながります。人は寄り添えた時に距離が縮まります。会話が深まります。貴重な情報交換が行われます。さり気ない電話での会話の中で、電話だからこそ安心して話せる会話があるのです。あなたの大切な人、大切なお客さまとの間で、メールやラインにはない、「寄り添えた」という信頼感、充実感が育つのでしょうか。

岡部 達昭氏

日本電信電話ユーザ協会電話応対技能検定 専門委員。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。



ユーザ協会 C10022 検索

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!

2021年度 第24回「企業電話応対コンテスト」を実施します 前回より1ヵ月早い、5月1日から申込受付を開始!

日本電信電話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、その際の電話応対について専門家が客観的に評価を行います。結果は「報告書」及び「審査結果」として、改善のアドバイスを参加企業へフィードバックします。企業における電話応対サービスの向上、CS（顧客満足）経営の指針としてご活用いただけます。



コロナ禍のもと電話応対の重要性が再認識されております。皆さまのご参加をお待ちしております。詳しくは、ユーザ協会ホームページをご覧ください。

企業電話応対コンテスト

検索

第60回電話応対コンクール全国大会の実施方法について

電話応対コンクールは、電話応対スキルの向上を目的として参加企業の皆さまにご活用いただいています。その日本一を決める全国大会については、北海道での実施予定でしたが、新型コロナウイルスの感染拡大防止の観点から、選手が各都道府県からリモートで参加する方法で実施します。選手の競技内容については、録音した音源をインターネット上で配信します。また、表彰式の模様についてはインターネット上でライブ中継します。
■実施日 2021年11月2日(火)

電話応対技能検定(もしもし検定) 特例措置期間を延長

新型コロナウイルスの感染拡大などにより、「もしもし検定」を受講・受検できなかった方について、2020年2月～2021年2月の期間において特例措置を設けておりましたが、感染拡大は未だ沈静化されないことから、特例措置の期間をさらに1年間延長して、2020年2月～2022年2月とします。

1. 4級合格者が3級を受検する場合の筆記試験の免除期間を延長します。
 2. 1級～3級の事前研修に関する有効期間を延長します。
 3. 指導者級養成講座の事前研修の有効期限を延長します。
- (詳しくは、ユーザ協会ホームページの「電話応対技能検定(もしもし検定)」トップページをご覧ください)

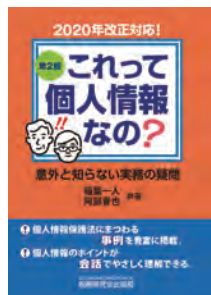
なお、指導者級資格保持者の資格更新期限については、特例措置を設定しませんが、今後、新型コロナウイルスの影響拡大などにより、検定の実施、資格更新に必要な講習が行われなくなった等の場合は、別途、更新手続きについてご案内します。

電話応対技能検定(もしもし検定) 関連書籍のご紹介 『2020年個人情報保護法改正対応! 第2版 これって個人情報なの? 意外と知らない実務の疑問』発売中

もしもし検定の委員 稲葉 一人先生の新刊本のご案内です。2020年の法改正を受けて、内容を追加しました。仮名加工情報、個人関連情報等新たに追加されたルールの解説、オプトアウトによる第三者提供の改正点についても触れています。もめごとの事例から学ぶ章を設け、実際にどのようなトラブルが起こり得るのか、その時の対処法について解説していますので、一般の方でもこの法律がどのように自分たちに関わるかを理解でき、不正な利用を未然に防ぐことができます。もしもし検定の試験項目である、個人情報保護法の勉強に最適な一冊です。

著 者: 稲葉 一人
共 著: 阿部 晋也
定 価: 2,200円(税込)
体 裁: A5判・並製・208頁
発 行: 税務研究会出版局
発行日: 令和2年12月20日
ISBN: 978-4-7931-2574-4

■申込方法: 下記ホームページよりお申込みください。
・税務研究会・税研オンラインストア(税研会員は割引価格が適用されます。送料が別途かかります)
https://www.zeiken.co.jp/store/book/detail/3981
・Amazon
https://www.amazon.co.jp/dp/4793125743/
・楽天ブックス
https://books.rakuten.co.jp/rb/16540868/



編集後記

4月号より、読者モニターの皆さまのご意見をもとに表紙を約5年ぶりにリニューアルしました。イメージ写真と文字・罫線の色で季節感を表現し、各記事の写真を1点ずつ掲載して強調したタイトルと組み合わせることで中身が分かるようにデザインしました。いかがでしょうか。記事内容につきましても、より分かりやすく、皆さまにお伝えできるよう記事構成を工夫し、トピックスなどを掲載していきたいと思ひます。ぜひお手にとってご覧いただければ幸いです。