



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
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。
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。
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。
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。
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。

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。

「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。

テレコム・フォーラム 2023 12
令和5年12月1日(毎月1日発行) 第43巻12号(通巻485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ー協会

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ー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

12

December 2023



特集

中小企業のDX戦略を担う「人材育成・確保」に必要なこと

公益財団法人日本生産性本部



ロコ管理ツール活用事例

創業理念「お客さまの声を聞く」を重視したネット時代のロコマーケティング
株式会社福しん



ICT COLUMN

中小企業こそ取り入れたいAI技術(第2回) ChatGPTなど生成AI技術の台頭と普及



電話応対でCS向上

24時間対応のデジタルツールの拡充とともに「お客さま目線」に立ち「ありがとう」と言われる電話応対を目指す
三井住友カード株式会社



電話応対の課題を克服し、NTTグループ社員の「保険のかかりつけ医」を目指す
きらら保険サービス株式会社



連載

アサーティブなコミュニケーション
ベテランメンバーと率直に話す

お客さまから学ぶCS向上
見えなくても、伝わる

コミュニケーション力を鍛える
「もっと日本語で話ませんか」

公益財団法人日本電信電話ユーザー協会

公益財団法人日本電信電話ユーザー協会

0120-20-6660

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

マニュアル対応を超えた電話対応の検定に、
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/>

中小企業のDX戦略を担う「人材育成・確保」に必要なこと

公益財団法人日本生産性本部

テクノロジーの進化にともないビジネス環境が激しく変化中、企業のDX推進は必須の課題となっています。一方、その担い手となるデジタル人材は不足しており、思うようにDXの推進ができていないという企業が多く見られます。そこで今回は、公益財団法人日本生産性本部の主任経営コンサルタントである高橋 佑輔氏に、DXの効率的な進め方、デジタル人材の育成と確保の方法について話をうかがいました。



コンサルティング部
主任経営コンサルタント
高橋 佑輔氏

売上高50億円未満の企業は約6割がDX未着手

2023年はChatGPTを中心に、AIのビジネス活用が急速に進みました。同時にデータを収集・分析して、競争上の優位性を確立しようとする企業のDXが活発化しました。しかし、中小企業におけるDX推進はまだ不十分で、たとえ推進したくても、それを担うデジタル人材の不足が全国的に大きな課題となっています。

それは、各種調査にも表れており、独立行政法人 情報処理推進機構 (IPA) 発行の「DX白書2023」によると、「DXに取り組んでいない」と回答した日本企業は2022年度で29.1% (米国では10.6%)、事業規模別にみると、売上高50億円以上100億円未満の日本企業のDX未着手は32.1%であるのに対して、売上高50億円未満の企業では58.9%と、約6割が未着手となっています。

また、独立行政法人 中小企業基盤整備機構発行の「中小企業のDX推進に関する調査」(2022年)によると、DX推進上の課題として挙げられる回答の上位2つは、従業員20人以下の企業の場合は「予算の確保が難しい」「具体的な効果や成果が見えない」であり、従業員21人以上の企業では、「DXに関わる人材が足りない」「ITに関わる人材が足りない」となっています(図1参照)。

高橋氏はこの調査結果から見える中小企業の課題について、次

のように見解を述べます。

「従業員20人以下の企業では、デジタル化によるリターンについて十分な理解が及んでいない可能性があります。そのため、効果を勘案した見積もりを出せず、予算の確保が難しくなっています。つまり、デジタルリテラシーの不足が課題になっていると考えられます」(高橋氏)

少しずつ段階を経ながら取り組むことが重要

デジタルリテラシー不足という課題も、突き詰めるとデジタル人材の不足が原因だと言えるでしょう。このような企業がDXを推進する場合の重要なポイントについて、高橋氏は「少しずつ段階を経てステップアップしていくこと」と言います。そこで、DXのプロセスを「環境適成型(DX1.0)」と「価値創造型(DX2.0)」(図2参照)に分けて捉えることを推奨しています。

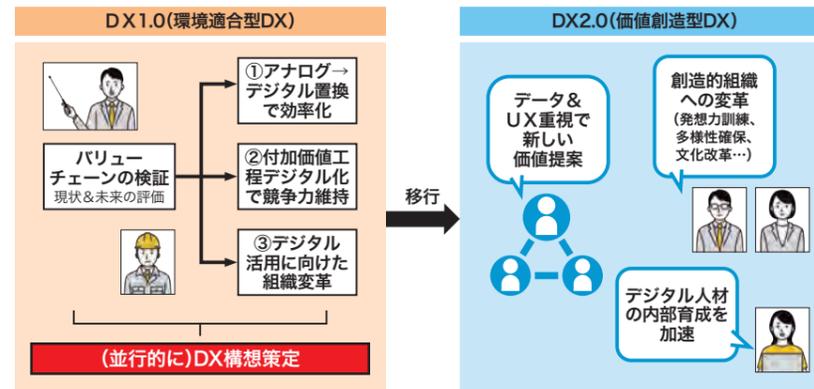
「DX1.0は、デジタル時代に企業を適合させる段階です。そこで最初

に行ってほしいのが、バリューチェーン分析です。これは事業活動を機能ごとに分類・分析するもので、例えば製造業の場合、「企画」→「調達」→「製造」→「販売」→「サービス」といっ

【図2：中小企業におけるDX推進のポイント】

できることからスタートして、デジタル時代に経営を適合させる！=等身大のDX

新しい価値創造で、自社に大きな成長をもたらす=金ピカのDX



た工程から、効率化すべき部分や強化すべき部分を特定するものです。その上でアナログを簡単にデジタルへ置換できるものから始め、少しずつ高度なデジタル化で競争力を高め、維持し、さらにデジタル化を効率的に進めていくための組織変革を行うとよいでしょう」(高橋氏)

高橋氏は「アナログのデジタル置換」について、手書きのチェックシートをExcelで整理するようなレベルのもので、少しでもデジタル化のメリットが感じられればそれでよいと言います。

そして次の段階については、旭鉄工株式会社の取り組みが参考になります。

自動車部品の製造を行う愛知県の同社では、市販の安価なセンサー部品を使用して製造ラインに自作センサーを導入し、稼働状況の見える化に取り組みました。その結果、100もの製造ラインで、2015年からの3年間で平均43%、最大280%の生産性向上を実現しています。これは稼働状況を見える化しただけで生産効率を向上させたDXの成功事例です。高橋氏はDXを成功させるために「デジタル化に取り組むべきポイントを見極め、無理なくできる範囲で取り組み、少しずつその効果を実感し、さらにステップアップしていくことが重要」と語ります。

DX1.0を経た後は、新しい価値創造を行い大きな成長を目指す

DX2.0へと移行します。この段階で重要になってくるのは「デジタル人材だ」と高橋氏は指摘します。

「DX1.0は外部のベンダーに委託しても問題ありません。しかし、DX2.0の段階になると自社部門間のデータ連携に加えて社外との連携も求められ、重要なデータを取り扱う機会も増えますので、社内のデジタル人材の育成を加速させる必要があります」(高橋氏)

DX推進リーダーの育成 他社との連携が成功のカギ

DX2.0の段階ではDX推進リーダーが重要になります。候補者は、デジタルリテラシーが高いに越したことはありませんが、新たなビジネスを設計・展開する能力や全社的にリードできる能力が大切です。DX推進リーダーとして育成するためには、外部研修やオンラインの学習などの受講がおすすめですが、受講だけにとどまらず、さらに重要なことは、「学んだことを社内実践できる環境を用意すること」と、高橋氏は指摘します。

「DXを学ぶには、社外へ出て新しい知識に触れ、刺激を受けることのできる越境学習が有効です。しかし、それだけでは学んだことが社内ではなかなか活かされません。その最大の理由が、学んだことを実践できる環境が社内にはないことです。例えばデータ分析を学んだのであれば社内のデータで試して

みる、また新しいデジタルツールの情報を得たのであれば社内の特定期間です。この環境だけは、必ず作る必要があります」(高橋氏)

以上の取り組みをしても、理想的なDXを推進するにはまだ人材が足りないという場合もあります。そのような場合、ベンダーに外注するほかにも手段はあると高橋氏は解説します。

「例えば、学術機関などと連携するようなケースがよく見られます。自治体や大学、研究機関と連携して技術やノウハウを共有し、付加価値を生み出していくことは積極的に行うべきだと思います。また、アメリカでは競合他社との連携も盛んに行われています。例えば観光業では、ライバル関係にあるホテルや旅館がパートナーシップを結んで観光DXに取り組み、観光地に新たな付加価値を生み出しているようなケースが見られます。このようなケースでは、自社だけでは得られないような人材を活用することも可能になります」(高橋氏)

今後、デジタル人材の不足はますます深刻化し、人材の市場価値はさらに高騰していくと予想されています。このような状況の中で中小企業がDXを推進するためには、やはり自社内での人材育成やほかの機関との連携がカギになってくるでしょう。



●財団概要
財 団 名：公益財団法人日本生産性本部
設 立：1955年(昭和30年)3月
所在地(本部)：東京都千代田区平河町2-13-12
会 長：茂木 友三郎(キッコーマン 取締役名譽会長 取締役会議長)
事 業 内 容：生産性をはじめとするさまざまな領域の調査研究に取り組み、提言活動を行うとともに、人材育成やコンサルティングといった手法を用いて日本の産業の生産性向上を図っている。

URL：https://www.jpcc-net.jp/
(ユーザ協会会員)



出典：独立行政法人 中小企業基盤整備機構「中小企業のDX推進に関する調査(2022年5月)」(複数回答 n=584)より作成

創業理念「お客さまの声を聞く」を重視した ネット時代の口コミマーケティング

株式会社福しん

東京・池袋を拠点に首都圏で31店舗を展開するラーメン・定食の中華チェーン「福しん」は、口コミ管理ツールを導入し、顧客とのコミュニケーションを積極的に推進しています。「お客さまの声を聞く」を創業以来の経営理念に掲げる、同社営業部企画課広報課長の宮下 雄一氏に、福しん流の口コミマーケティングについて話をうかがいました。



営業部 企画課
広報課長
宮下 雄一氏

今も昔も変わらない 顧客の声を聞く大切さ

ラーメン・定食の中華チェーンを営む「株式会社福しん」は1964年の創業以来、顧客の声を重視する経営を推進してきました。そのため、これまでハガキやアンケート用紙、電話などで寄せられた声を、業務改善に結びつけてきたと言えます。

「創業者はとにかく現場第一、顧客第一の人物で、引退してからも頻りに店に足を運びお客さまの生の声を聞いていました。その精神は各店舗にも引き継がれており、ハガキで寄せられたご意見に対して店舗責任者が丁寧に返信するなど、顧客第一のビジョンは当社の企業文化といっても過言ではありません」(宮下氏)

同社がアナログによる情報収集から脱却し、デジタル化を進めた

のは2018年からのことでした。Googleが提供している無料の情報管理ツール「Googleビジネスプロフィール(当時はGoogleマイビジネス)」に全店をオーナー登録し、ICTを活用したお客さまとの新しい関係構築に乗り出しました。

「Googleビジネスプロフィールの活用で、店舗に対する口コミや評価がスピーディーに得られるようになり、コメントへの返信や内容に対するレスポンスが大変スムーズになりました。当社では常時2名の担当者が顧客対応をしていますが、従来のホームページのお問い合わせフォーム、電話、店頭配布のアンケートハガキなどのツールに比べ、お客さまの意見がリアルタイムに得られ、迅速な対応ができると、現場の評価も上々でした」(宮下氏)

しかし同時に、チェーン展開を推進する「福しん」と、サービスとの相性の限界も見えてきたと宮下氏は語ります。

「同サービスは、1店舗に1プロフィール存在するため、当社の場合は31店舗でそれぞれ別の管理が必要でした。そのため、例えば31店舗全店共通のイベントを告知する際にも、同じ内容の告知を31回入力しなければならず、煩わしさを感じる事が度々ありました。口コミ投稿の確認も同様で、

31店舗別々に見ていく必要があったため、どうしても見逃しが発生してしまい、今後のチェーン店数の増加を考慮すると、根本的な解決を図る必要があると強く感じていました」(宮下氏)

口コミ管理ツールの導入で 店舗の一括管理と省力化を実現

Googleビジネスプロフィールの活用で感じていた課題を解決するため、同社は口コミ管理ツール「口コミコム」を導入しました。これは、世の中のさまざまな地図アプリや口コミサイトなどにアップされている情報を収集し、店舗情報の一元管理や分析などが行える多機能ツールです。

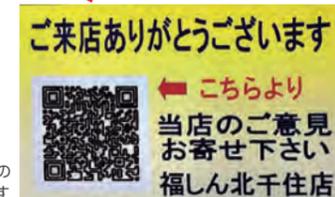
同社では現在、口コミコムを介してGoogleマップとデータ連携し、31店舗の定期的な一括情報発信などを行っています。また、オンタイムでの口コミ投稿管理も行っており、業務の省力化と正確性の向上を実現しています。ほかにも、店頭で設置したQRコードのアンケート(画像参照)と連動させるなど、よりリアルなデータ収集も行っています。

これらの取り組みにより、宮下氏はお客さまの声を重要性はもちろん、タイムリーなキーワードを使った情報発信の効果も実感したと言います。

「初夏を迎えた頃、競合他社に



QRコードは実際の
ものとは異なりませ
す



先駆けて『冷やし中華始めました』の告知を展開したところ、いきなり各店のGoogle検索件数が増加して驚かされました。この時、タイムリーなキーワードを使って季節商品をオンタイムで発信することの大切さを学びました。また、コロナ禍の初期、席と席の間のパーティションの設置が遅れていた店舗に対して、お客さまから厳しいご意見をいただいたことがありました。この時もリアルタイムで口コミをチェックしていたおかげで即刻対応することができましたが、お客さまからのご意見にリアルタイムで向き合うことの重要性を実感しました」(宮下氏)

デジタルでも欠かせない 人の温かさを感じる交流

「福しん」の口コミ管理ツールには、毎月約150通のコメントが寄せられています。内容は味の評価に関するものから店舗への提言などさまざまですが、同社では管理ツールの定型返信フォームは一切使用せず、担当者がすべての投稿に対し自分の言葉で返信(図参照)しています。

「返信する際はプラスアルファの情報提供を心がけるなど、AIの定型文では対応不可能な、温

【図：担当者が心をこめて投稿した返信の実例】



手もみラーメンと餃子で640円。味は見た目と同じ、想像どおりで普通。タンメンやニラそばのほうが美味しいのかな…
チェーン展開するレベルとは思えず。



AA様
この度は、福しんバス通り店をご利用いただきありがとうございます。お忙しい中、口コミを投稿いただきありがとうございます。味が想像どおりで普通と評価いただきましたが、福しんは飽きの来ない毎日でも食べられるラーメンを目標としております。ぜひ日常食として福しんをご利用いただけたらと存じます。また、野菜タンメンやニラそばも多くのお客さまからご好評いただいております。ぜひ一度お試しください。

かさが伝わる返信を心がけています。厳しいご意見の場合も同様です。例えば『××店の責任者である〇〇が確認いたします』など、誰がどう対応するのかをできるだけ具体的に示し、お客さまからの信頼感の醸成に努めています。最近では、問題点を指摘し低評価をつけられたお客さまが当方の返信を読まれて再来店し、指摘した点が改善されていたと高評価に更新してくださる例も見られます。当社担当者の手作りの返信コメントに対する追記も増え、口コミ欄が顧客と担当者との文通の場と化したケースもあります。口コミ管理ツールの導入で実現したお客さまとの新しいコミュニケーションは、『福しん』ファンの増加に確実に繋がっていると思っています」(宮下氏)

「お客さまの声を聞く」に徹した口コミ管理ツールを使いこなして成果を生んだ同社ですが、今後はツールに搭載されたさまざまな分析機能を活用していきたいと宮下氏は抱負を語ります。

『「口コミ相関分析」』『検索ワード分析』『アンケート分析』『★の数分析』など、さまざまな機能を有効活用していくのが、次の目標です。例えば、前述した『冷やし中

華始めました』の告知のような投稿機能の活用についても、当社はまだ十分に活用できていないと思っています。そのため、口コミコムのカスタマーサービスのサポートを得ながら各種分析機能を活用して、よりタイムリーなキーワードを利用し、MEO*対策を行い、来店促進につなげていきたいと思っています」(宮下氏)

口コミを有効活用して顧客とのより深い信頼関係を築きたいと考える企業にとって、同社のような人の温かみを感じさせる口コミマーケティングは、大きなヒントになりそうです。

* MEO: Map Engine Optimization (マップ検索エンジン最適化)の略称で、Googleマップでの検索結果において上位表示させること。



●会社概要
会社名: 株式会社福しん
創業: 1964年(昭和39年)11月
本社: 東京都豊島区目白5丁目31番3号
代表取締役: 高橋 順
資本金: 5,000万円
事業内容: 飲食店の運営、飲食店向けコンサルティング、中華食材の販売、不動産事業
URL: <https://www.fuku-sin.co.jp/>



ChatGPTなど 生成AI技術の台頭と普及

2023年に発表された、ChatGPTを始めとする生成(対話型)AI(人工知能)が一種のブームです。発表以来、急速に普及が進みましたが、これを企業が上手く利用している事例はまだ少ないのも実態です。そこで、今回はChatGPTなどの生成AI技術とAI活用方法を解説していきます。

今、話題の生成(対話型)AIとは?

生成AIは、別名でジェネレーティブAIと呼ばれています。この生成AIはコンピューターが既存の情報から新しい情報を生み出す技術です。人が学ぶように、AIも情報を学び、新しい回答やアイデアを考え出します。

簡単に言うと、生成AIは学んだ情報から新しいことを考える「先生」のようなものです。人間が学校や社会でこれまで学んだ知識で新しいアイデアを考えるように、AIも学んだ情報で新しいアイ

アを創り出します。

生成AIでも今、一番注目度の高いのがChatGPTです。ChatGPTはテキストを使って会話するAIです。人が打ったテキストや質問に対して、テキストの答えを返してくれるような存在と考えるとよいでしょう。

なぜそのようなことができるのかですが、ChatGPTは、インターネット上の大量のテキスト情報を学習しています。この学習のおかげで、さまざまなトピックや質問に答えることができます。

ChatGPTがほかの生成AIよりも早く注目された

【図：生成AIの主な活用方法】

	生成(対話型)AIの種類	活用方法
1	チャットボット	ウェブサイトやモバイルアプリなどを通じて、人間とテキストベースで対話するAIシステム。カスタマーサポートや情報提供などの目的で使用され、質問に回答したり、タスクを実行したりする能力を持つ。
2	パーソナルアシスタント	スマートスピーカーやスマートフォンなどのデバイスに搭載されたAIアシスタント。音声入力を通じて人間と対話し、日常の作業の管理や情報の提供、音楽の再生、天気予報の確認などを行う。
3	仮想アシスタント	人間のようなバーチャルの分身キャラクターやイラストなど仮想の人間による生成AI。仮想の人間は実際の人間との対話を通じて情報提供やエンターテインメントを提供する。例えば、人工的な人間の外見を持つAIアバターが登場し、人々とのコミュニケーションや感情の表現を行う。
4	対話システム	より高度な自然言語処理や人工知能技術を用いて、自然な対話を行うAIシステム。人間との対話を通じて情報を収集し、応答を生成するだけでなく、文脈を理解して会話を継続したり、作業を行ったりする能力を持つ。最近の進歩により、より自然な対話体験を提供することが可能になってきた。

理由は、より人間に近いテキストをスムーズに生成できることや、質疑応答、文章生成、翻訳などさまざまなことができ、開発者が簡単に利用できるAPI*が提供されている点です。

現在、ChatGPTを含む生成AIの活用方法は目的や応用範囲が広がり、主に「チャットボット」「パーソナルアシスタント」「仮想アシスタント」「対話システム」の4つの種類(図参照)があります。

ChatGPTの得意分野

ChatGPTを含む生成AIの得意分野は①文章作成、②要約、③ブレインストーミング、④プログラミングなどがあります。

まずは①文章作成ですが、テーマやキーワードなどを与えれば瞬時に作成できます。活用例としては、ビジネスメール、報告書などです。

②要約については、仕事で使う資料などを要約文章としてまとめることができます。

③ブレインストーミングでは、自身のアイデアに対する意見を聞いたり、新たなアイデアや企画書などの提案を受けることができます。

④プログラミングに関しては、簡単なプログラムであればコードを生成することが可能です。例えば、ホームページに問い合わせフォームを作成する際にサンプルコードを生成させることができます。

このようにChatGPTの得意分野で利用すると、作業時間を短縮できたり、新たなアイデアが発見できたりと、さまざまなメリットを実感できます。

企業におけるChatGPTの活用方法

ChatGPTをビジネスで活用する際のメリットは多岐にわたります。以下にその主なメリットを挙げ、具体的な事例を解説していきます。

①カスタマーサポートの強化事例

とある家具販売企業がChatGPTを導入した結果、深夜や休日にも関わらず顧客からの製品に関する問い合わせに即座に対応できるようになりました。これにより、時間外でも顧客が迅速に問い合わせできるようになり、顧客満足度が向上してリピート購入の増加が見られる結果となりました。

②内部コミュニケーションの効率化事例

とあるIT企業が社内のドキュメント検索ツールとしてChatGPTの使用を開始しました。これにより、新しいITプロジェクトの際、関連する過去のプロジェクト情報を瞬時に取得でき、プロジェクトの進行に

関する情報が瞬時に適切に見つかり、業務のミスの減少や作業効率の向上を実現しました。

③情報検索の高速化事例

とある書店が在庫の有無や推薦書籍の情報を顧客に提供するためにChatGPTを導入しました。これにより従業員一人ひとりが勤と経験則で書籍を探していた時間が短縮され、顧客への問い合わせに対して迅速な対応が可能となり、顧客満足度が向上し、売上も向上しました。

④トレーニングツールとしての事例

とある製造業者が新入社員向けのトレーニングとしてChatGPTを活用しました。これにより、製造ラインや機械の操作方法、安全手順などの質問にChatGPTが即座に回答することができ、研修期間の短縮と効果的なトレーニングを実現。その結果、技術伝承がスムーズになり、高度な製造業務ができるようになりました。

⑤マーケティング・セールスの強化事例

とある地域密着型のレストランが新メニューの推薦や予約受付の自動応答をChatGPTで対応することにしました。これにより、予約の際に推薦するメニューをお客さまごとに提案できるようになり、お客さまの満足度が向上し、予約率の増加や季節ごとの旬な食材を使った新メニューの開発がスムーズになりました。

上記のような好事例はごく一例ではありますが、生成AIの代表であるChatGPTを上手く活用した企業は、顧客満足度の向上、そして社員の生産性向上により業務課題の解決につなげています。

ぜひ、生成AIやChatGPTを有効に活用してください。

* API : Application Programming Interface (アプリケーション・プログラミング・インターフェース)の略称で、ソフトウェアやプログラム、ウェブサービスの間をつなぐインターフェース(境界線や接点)のこと。使用すれば、異なるソフトウェアやプログラムを連携させられるようになる。



阿部 満氏

富士ゼロックスIT関連企業にて、日本最大のネットワークセキュリティ業界のマーケティング関連に従事。その後、京セラ関連IT企業にて、事業開発部長、経営企画部長、コンサルティング部長に従事。ITコーディネータ協会職員を経てブリッジソリューションズ株式会社を創業。一般社団法人AI・IoT普及推進協会代表理事兼事務局長、一般社団法人ITC-EXPERT代表理事兼会長。

Webで読もう
ユーザ協会 D40050





ベテランメンバーと率直に話す

経験や年齢が上の相手に対して、遠慮しすぎることなく、自信を持ってはっきりと自分の意思を伝えるには、どのような点に気をつけたらよいのでしょうか。今回も前号に続いて、ケーススタディで解説します。

ベテランメンバーに遠慮してしまう

自分よりも年齢も経験も上のメンバーに対して、指示や指摘が難しいという声をよく耳にします。例えば、チームの責任者として、ベテランメンバーに指示を出さなければならない時。一回りも二回りも年上の社員に対して、仕事の進め方を変えてもらう必要がある時など、どんな風に伝えたらよいか迷ったことはないでしょうか。

年齢や経験が上、押しが強い、プライドが高いなどということで、ベテランメンバーに必要以上に気がつかない、下手に出て話をすることは効果的ではありません。反対に正論という武器で相手を説得しようとしても、反発を招くだけです。アサーティブは「率直に」「対等に」が原則です。とすれば、どのようなことを意識すればよいのでしょうか。

例えば… 新しいマニュアルに従ってほしい

自分は現場の作業チームでリーダーをしています。年上でベテランの竹下さんは、新しくなった作業マニュアルに従わず、これまで通りのやり方で進めています。何度かお願いしていますが、なかなか新マニュアルに従ってくれません。どう話せばよいのでしょうか。

率直に話し始める

職場の多様性が広がるということは、立場や経験値が必ずしも一つの尺度で測れない関係性が存在することで、これまでのように、「経験がある者がいない者に指示を出す」であれば

なりやすいことが運ぶのでしょうか、ここでは経験も年齢も「下」の自分が「上」の人に指摘をしなければなりません。

まずは話し始めを工夫しましょう。遠慮して遠回しになったり、前置きが長くなりすぎたりしないように、「率直に」話し始めることを意識します。

「竹下さん、新しいマニュアルについて、一つご相談があるのですが、今いいですか」

こんな風に、端的に率直に話し始めるとよいでしょう。

お願いは行動レベルにして具体的に伝える

「ちゃんとマニュアルに従ってほしい」などの表現はおすすめしません。竹下さんは竹下さんなりに「ちゃんと」業務に取り組んでいるからです。

曖昧な表現を極力避け、具体的な行動レベルにしてお願いをしましょう。

「…のリスクを避けるために、X工程については必ず××の手順で進めていただきたいのです。竹下さん、ご協力をいただけますか」

相手に今後どのように行動してほしいのかを、具体的な行動レベルに落とし込んで伝えるようにしてください。

自分の責任を認め協力を旨を伝える

「相手が100%悪い」「100%変わるべきだ」という考えでは、コミュニケーションは進んでいきません。自分自身も問題解決の当事者であると考え、自分の責任を認めます。

「自分の方でも、新しいマニュアルや手順の重要性について、竹下さんにきちんと説明してこなかったと思いま

す。その点については、こちらにも責任があります」

自分の側の責任を謙虚に認めることで、相手と敵対するのではなく、問題解決に向けての協力関係が築きやすくなることを覚えておきましょう。

その上で、自分も相手に協力する旨を伝えます。

「マニュアルで使いづらい点などがありましたら、ぜひ聞かせてください。皆が使いやすいマニュアルになるように、私もしっかりとフォローしていきたいと思います。引き続きよろしくお祈りします」

相手は問題解決の協力者

多様化する職場環境の中で、一つ普遍的なものがあるとすれば、それは、複雑かつ難しい問題を解決するには、異なる者同士が協力するしかない、ということではないでしょうか。

世代の違い、経験の違い、年齢の違いをマイナスに捉える必要はありません。相手は問題を起こした“悪者”ではなく、問題を解決するための“協力者”である。その視点をもって粘り強く話し合うことで、職場の協力関係や信頼関係の土台を作っていくことも可能になってくるでしょう。

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。



見えなくても、伝わる

電話対応業務に携わり、約20年が経ちました。初めてヘッドセットを身につけて、コールセンターにかかってくる電話を取った時は、手と声が震えていたことを思い出します。そんな私でも業務に慣れてきて、電話対応が楽しいと感じ始めた時に、自分の対応を見直すきっかけになった出来事が起きました。

あんた本当に俺の話を聞いているのか?!

ある日、私はいつも通りヘッドセットをつけ、今日一日の目標の対応件数を自身に課し、仕事に就きました。その日の朝一番に取った電話は、クレームの電話でした。

私は正直「目標の件数があるから、早く終わらせたい」という思いがよぎりましたが、相手の男性のお客さまは、大変な剣幕で怒鳴り、それどころではなくなりました。

私は焦りながらも、パソコンで内容を入力して、前回の問い合わせ履歴を画面に表示させたり、次にご案内する内容を調べたりなど、必死で対応していました。すると、お客さまがひとしきり話された後に「あんた本当に俺の話を聞いているのか?! さっきからパチパチうるさいんだよ!」とおっしゃったのです。もちろん相槌を打ちながら

対応していたのですが、軽快に打つキーボードの音が、さらにお客さまを不快にさせてしまったのです。私はものすごく恥ずかしくなりました。まるで今の自分の姿を見られているようでした。すぐにキーボードから手を離し、丁寧に謝罪し、対応を終えることができました。

自分でも納得

後日、その対応の通話録音を聞いたところ、キーボードを打つ音が大きくて、お客さまに丸聞こえだったほか、私が打っていた相槌は「お客さまに向き合った音」ではなく、パソコンに向き合い、事務的で気持ちがこもっていない音でした。そこにキーボードのパチパチする音が加われば、その対応に苛つかない人はいないはずだと、自分でも納得し、猛省しました。

見えないからこそ

電話対応は音声だけなので、お客さ



まに私たちの姿や様子は見えません。しかし、見えないからこそ、お客さまは電話から聞こえてくる声と音で、電話の向こうにいる私たちの状況や向き合う姿勢まで読み取るのです。一生懸命対応していたつもりでしたが、それは、対応件数をこなす対応でしかなかったのでしょうか。

“見えなくても、気持ちが伝わる”。このことを常に忘れず、電話対応では、対面の時以上に声に気持ちを込めて話すようになり、「心」を伝える対応の大切さを学びました。大切なことを気づかせてくれたお客さまには、今でもとても感謝しています。

ラハマ 暁子氏

株式会社ラハマ農園 販売部部長 兼取締役。電話対応技能検定指導者級資格保持者(20期生)、第7・8期指導者部会委員。長年コールセンターで電話対応コンクール・電話対応技能検定(もしもし検定)の指導に携わる。現在は、自社農園で栽培した農産物を直販する部門で、スタッフの教育・指導を行いながら、電話対応を始めとするビジネスマナーやもしもし検定を、学校や地域に普及する活動も行っている。



ラハマ 暁子氏

「今回の講師は、つながり計画代表の中野 英行さんです。電話対応技能検定指導者級資格保持者(16期生)。電話対応のみならず、社内のコミュニケーションの活性化を図るための、LEGOブロックや音楽を使ったワークショップなどを展開し、幅広く活躍されています。博学で、ユーモアあふれる偉大な方です」

Webで読もう ユーザ協会 C10091



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

ビジネスシーンのお客さまとの会話において、間違った使い方をしやすい言葉づかいの問題です。選択肢の中で、適切な使い方をしているものはどれですか。次の中から一つ選びなさい。

- 1. 「お名刺、頂戴いたします」
2. 「ご助言、参考になりました」
3. 「こちらが資料になります」
4. 「お体をご自愛くださいませ」

※3級問題より



24時間対応のデジタルツールの拡充とともに「お客さま目線」に立ち「ありがとう」と言われる電話対応を目指す

三井住友カード株式会社

三井住友カード株式会社は、三井住友フィナンシャルグループ（SMBCグループ）において、クレジットカード業務を中心とした事業を展開しています。同社の電話対応に対する考え方や取り組みについてお話をうかがいました。



オペレーションサービス本部
コールセンター長
上利 義幸氏

オペレーションサービス本部
コールセンターグループ長
石津 佐知子氏

状況です。電話以外のお客さまサポートツールとしては、ウェブサイトにもAIチャットボットを設けています。（上利氏）

主語は常に「お客さま」、 「お客さま目線」に立った電話対応を徹底

電話対応に対する考え方や取り組みについて お聞かせください。

A 1人でも多くのお客さまに対応できるように、日頃から生産性と対応品質の両立を目指してコミュニケーションの指導を行っています。特に重視しているのは、お客さまに合わせた柔軟な対応です。お急ぎのお客さまには最低限の簡潔な案内を行い、お困りごとがあって不安な気持ちを抱えたお客さまにはしっかり寄り添ってサポートをするというように、メリハリのあたる対応を行っています。現在「デジタルサポートセンターへの変革元年」と位置づけて、お客さまにウェブサイトやアプリでの手続きをお願いしています。その際、不安感や不満を持たれる方もいらっしゃいますので、そういった気持ちも受け止めて対応するように心がけています。（山路氏）

10年ほど前までは、正しい言葉づかいで流ちょうに話すことを特に重視していました。しかし、現在ウェブサイトを始めとする多様な手段で手続きや確認ができる反面、問い合わせ内容が複雑化しています。従来のきれいな言葉づかいでの対応であることはもちろんですが、今求められるのは、「お客さま目線」に立った対応であると考え、スキルアップに取り組んできました。具体的には、コミュニケーション数人で一つの音源をピックアップしてお客さまの真のニーズを把握する研修などを行っています。さらに「お客さまがどう感じているか」「お客さまにとって分かりやすかったか」というように、普段から常に主語を「お客さま」にして考えることを意識しています。（河野氏）



コールセンターのモニターにはお客さまの感謝のコメントなどを表示



オペレーションサービス本部
コールセンター 部長代理
山路 智子氏

オペレーションサービス本部
コールセンター
河野 成代氏

2020年から「電話対応コンクール」に参加、 チームの団結力強化の効果も

「電話対応コンクール」に対する 取り組みと成果を教えてください。

A 「電話対応コンクール（以下、コンクール）」には2020年から参加しています。きっかけは、弊社の役員が教えてくれたことでした。調べてみると、一定の時間内にお客さまに簡潔に伝えることを体現されていて、私たちが目指す「お客さま目線」の意識や柔軟な対応、簡潔な説明などのスキルアップにつながると考え、コンクールへの参加を決めました。大阪のコールセンターからは、2021年度は1次予選に20名、2022年度は14名出場し、どちらも1名が全国大会に出場しました。（河野氏）

コンクールの効果についてスーパーバイザーからは、「第一声が格段に良くなった」という報告がありました。実際、お客さまアンケートにも「対応が良かった」という回答が増えています。出場者に加えて、周囲のメンバーも、出場者へのサポートを通じてあらためて電話対応について考えるきっかけになり、チームの団結力も高まりました。実は今年度、私自身も初めて選手として参加させていただき、3分という短い時間内で無駄なく的確にお客さまのニーズをつかむこと、寄り添う気持ちを伝えるための言葉選びや、会話の組み立てなど、電話対応の奥深さを実感しています。（山路氏）

ウェブのコンタクトツールを充実させつつ 電話対応品質向上を図る

最後に、今後の取り組みについてお聞かせください。

A コロナ禍の出勤制限によって受電体制が厳しくなった際に、お客さまへの影響を最小限に留めるため



コミュニケーターは
全国3拠点で
約1,000名を数える



勉強会は1回30分ほど。
参加しやすいよう
工夫されている

にも、デジタル化の推進に注力しました。AIチャットボットやFAQページを充実させたり、ウェブサイト上で完結する用件を増やすなど、コンタクトツールの拡充を図りました。お客さまには想定以上に受け入れていただき、ウェブサイトでの完結率も非常に上昇しましたので、今後も引き続き注力していきたいと考えています。とはいえ、電話で話したいというお客さまももちろんいらっしゃいますので、そういったお客さまに対していかに寄り添った対応ができるか、対応品質の向上に努めていきます。（石津氏）

デジタル化が進む中、お客さまからのお問い合わせについても、簡単なものはAIチャットやFAQで解決できています。しかし、難易度の高いものや複雑化している用件などは、電話対応が必要となりますので、我々としては常にサービスの知識や対応スキルを高めていく必要があります。今後もスキルアップを重ねて、最後にお客さまから「ありがとう」と言ってもらえるような電話対応を実践したいと考えています。（上利氏）



会社概要

会社名：三井住友カード株式会社
設立：1967年（昭和42年）12月
本社所在地：東京本社 東京都江東区豊洲二丁目2番31号 SMBC豊洲ビル
大阪本社 大阪府中央区今橋4-5-15
代表取締役社長：大西 幸彦
事業内容：クレジットカード業務、デビットカード・プリペイドカード・その他決済業務、ローン業務、保証業務、その他付随業務
URL：https://www.smbc-card.com/company/index.jsp
[ユーザ協会会員]





電話対応の課題を克服し、NTTグループ社員の“保険のかかりつけ医”を目指す

きらら保険サービス株式会社

きらら保険サービス株式会社は、NTTグループ社員や家族を対象に、がん・医療保険や損害保険を扱う総合保険代理店です。今回は、「お客様コンタクトセンター」を代表するお二人に、電話対応における課題や、今後の目指すべき姿についてお話をうかがいました。



お客様コンタクトセンター長 榎谷 渉氏
お客様コンタクトセンター 企画担当 営業担当部長 林 謙一氏



無料相談の様子

オフィスに訪問して対面でお話をしていたのですが、リモートワークが進むにつれて、会社に行っても人がいない、お客さまに会えないという状況になりました。一方で、リモートワークの普及に伴いオンライン

によるお客さまへのアクセスが容易になってきています。「お客さまに会えなくなった」と悩むのではなく、オンラインツールに切り替えることで、接点を持ちやすくなったと言えます。これに加えてオンライン相談のメリットは、顔を合わせられる上に、移動時間がかかりません。お客さまの立場でも「わざわざ職場や自宅まで来られるのは」という抵抗もなく、ご自宅から安心して相談できるようです。また、電話の場合は、資料送付後に電話口でご説明しても、どの部分を説明しているか分からないということがありましたが、オンラインでは画面上に資料を提示でき、チャットなどでその場で資料を送ることもできます。応対品質の面でも、電話は音声だけのやり取りなので、注意深く対応する必要がありますが、オンラインではお顔や表情が見えるので、多少フレンドリーな表現になっても違和感がなく、逆に親近感が増すように感じています。また、当社オリジナルの「証券分析シート」(図参照)も提供しており、お客さまが契約されている他社の保険商品含め、保障(補償)内容の見える化シートを作成し、丁寧な説明を行っています。さらに生活環境やライフステージの変化による保険の見直しを行うタイミングとして、ご契約者さまの誕生月に「保険ドック」というご案内をお送りし、この相談も「オンライン無料相談」で実施しています。(榎谷氏)

一方で、応対品質にはどのような課題がありますか。

オンライン相談はまだお問い合わせ全体の一部で、大半は電話です。3年前から、外部の会社に電話対応

診断を実施していただいているのですが、「お客さまの要望に的確な回答ができていない」「基本動作の徹底ができていない」といった指摘を受けており、電話対応スキルのレベルアップをしていかなければなりません。そのためには、「お客様コンタクトセンター」として“目指すべき応対品質”がどのようなものを定義し、それをオペレーター社員に示して、理解してもらう必要があると考えています。加えて、毎年の電話対応診断では、オペレーター一人ひとりに対して診断結果のフィードバックレポートをいただいているので、その結果を基に弱点を補強する研修を実施する予定です。応対品質の標準化や均質化を実現し、センタ全体のレベルアップを図りたいと考えています。(林氏)

センタの応対品質の底上げに、もしも検定を活用。検定に向けた勉強が良い刺激に

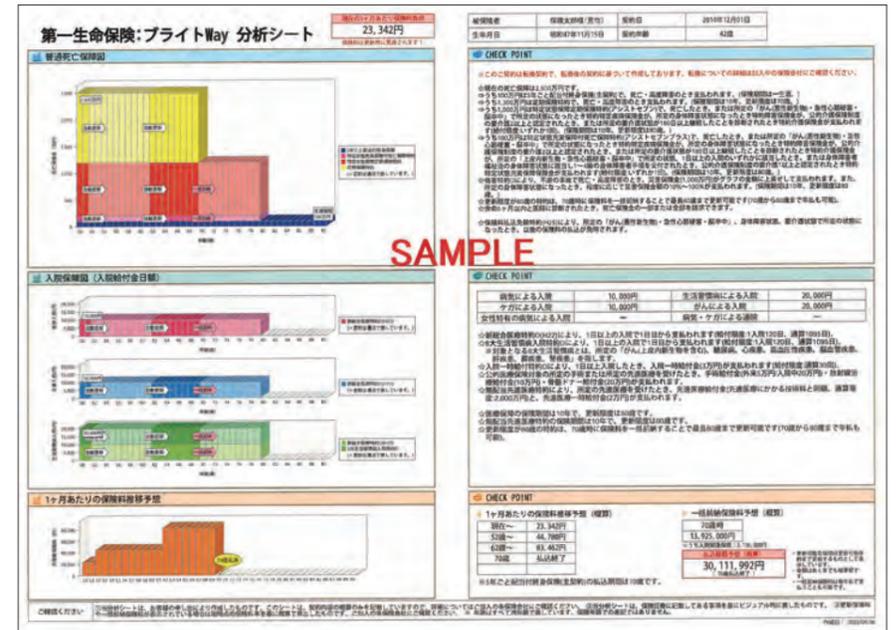
「電話対応技能検定(もしも検定)」を活用した経緯と、効果を教えてください。

もしも検定は、応対品質の底上げの一環として4級から取り組んでいます。きっかけは、やはり3年前の電話対応診断で、当時は、「金融機関として、この電話対応品質は非常に厳しい状況である」という評価を受けてしまいました。どのように改善するかを模索する中で、講師の方から「もしも検定」を紹介されました。取り組んでみると、確実にスキルアップできようになっており、個人の意識づけにとっても役立っていると感じます。(榎谷氏)

電話対応だけでなく、個人情報保護に関することや、ビジネスマナーまでトータルで学べるところがいいですね。社員は、「こういう常識があるのか」や「こう



お客様コンタクトセンター



【図：保険証券に記載されている内容をビジュアル的に表した分析シート】

実際に受検した人からも「想像していた以上に広範囲で、日常にも役に立っている」という声があがっています。(林氏)

良い提案がより説得力のある提案になるよう、総合的な応対力を高めたい

最後に、今後の取り組みや抱負をお聞かせください。

お客さまに「きららがすすめる保険に入ってよかった」と思ってもらえるためには、お客さまの求めに応じるだけでなく、気づいていないリスクに対する備えを提案できなければなりません。そのためには保険商品に詳しくなるのはもちろんのこと、お客さまの話をよく聴いて、理解し、分かりやすく説明できるようになる必要があります。良い提案がより説得力のある提案になるよう、総合的な応対力を身につけ、高めていきます。(榎谷氏)



会社概要
会社名: きらら保険サービス株式会社
創立: 2001年(平成13年)7月
本社所在地: 東京都港区芝浦1-2-1
代表取締役社長: 炭谷 正樹
事業内容: 損害保険代理事業、生命保険の募集に関する業務、生・損保に関わる受託業務
URL: https://www.ki-ra-ra.jp
【ユーザ協会会員】





「もっと日本語で話ませんか」

IT社会になって、英語の世界共通語化が進み、教育現場でも企業社会でも、英語を重視する傾向はますます高まっています。さまざまな公文書や私文書類でも、カタカナやローマ字で表される外国語の比率は増える一方です。そのことは取りも直さず、母語である日本語の存在感の低下を表しています。今回は、「もっと日本語で話ませんか」をテーマに、日本語の大切さについて改めて考えます。



分かり難い横文字の略語

文化庁が2022年度に実施した「国語に関する世論調査」の結果が、この秋に公表されています。その中で、「SNS（ネット交流サービス）、DX（デジタルトランスフォーメーション）、AED（自動体外式除細動器）などの、横文字の略語の意味が分からなくて困ることがありますか」という問いがありました。その問いに対して、「よくある」「時々ある」と答えた人が85.1%に上ったと報告されています。この驚くべき高い数字は、ITに弱い高齢層が足を引っ張っているためだろうと一瞬思いました。ところが意外なことに「よくある」と答えた人が、若年層の20代で67.1%、30代でも79.5%もあったというのです。

この結果に私は愕然としました。SNSもDXもAEDも、新聞、雑誌、テレビ、ラジオ、それにネットなどで、ここ数年、頻繁に出てくる言葉です。注釈がついている場合もありますが、85%を超える人がよく分からないと答えているのです。それも、AEDのような、時に命に関わるような、緊急性のある言葉までが、平然とそのまま使われているのです。



カタカナ文字言葉が好きな日本人

それにしても、日本人は何とカタカナ文字、ローマ字表記の横文字、英語を主とした外来語が好きなのでしょう。欧米の文化が入ってきた時、かつての先人たちは、その国の言葉を日本

語に訳すのに大変な苦勞をしたと聞きます。「情報」という言葉を例に挙げますと、「情報」のとはドイツ語のナッハリヒテンという言葉です。それを訳す時に、この言葉は単なる「告知」とは違う、伝え手の「思い」「情」がある。悩んだ末に、訳者の森 鷗外が選んだのは「情報」という言葉でした。これはかなり有名な話ですが、訳者については異説があるようです。しかし、母語を活かしながら、言葉の深い意味を表現する先人の努力には胸打たれました。

世界共通語化している英語や専門語などに習熟することは、もちろん必要でしょう。しかし今の日本の現状を見ますと、カタカナ表記の外国語や先端の専門語、あるいは流行語をあえて多用して、背伸びして話す人が増えているように感じます。言葉はその逆で、聴いてすぐ分かるように話すことこそが、教養ある人の心得です。あえて使うのであれば、注釈を入れて話す必要があるでしょう。



日本語の特徴

衰退の危機を感じる日本語の現状で、もう一つ考えなければいけない問題があります。明日の日本を考えた時に、子どもたちの言語教育環境が大きく変わりつつあることです。

日本語は、およそ1,400年の歴史の中で、外国から攻められ奪われることなく、独自の発展を遂げてきました。世界の言語はおよそ6,000種類と言われます。それぞれの言葉を母語として使っている人の数は、中国語が8億

8,500万人で第1位、2位が英語で4億人、3位はスペイン語で3億3,200万人。日本は9位で1億2,500万人が、日本語を母語として大切に守り続けてきました。日本語は、ひらがな、カタカナに漢字を交えて話しますから意味が分かりやすく、文章は効率的で独特です。それに語彙の豊かさは世界有数です。また、表意文字と表音文字を併せ持ち、音節言語で発音しやすいという特徴があります。敬語という言語形式も持っています。この優れた日本語が、今、カタカナ語に侵食されているのです。

「日本では、2020年から、小学3年生から英語教育が始まりました。未来を背負う子どもたちが、自国語を十分マスターしないうちに、英語教育を始めることは、将来的にその国固有の言語の衰退を招きます」。これは日本語学者の宮島 達夫さんの警句です。

ご存じのように日本では引き続き英語教育を推奨しています。小学校だけではなく、中学校でも、英語の授業時間が国語の時間数を超えているのです。「言葉を失くした国は亡びる」という警句を、言葉を生業とする私たち皆が考えなければならぬ時だと思えます。



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 C10092

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!

会員特典! 「DX入門」追加!

「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。「DX入門」を新たに追加しました。「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なども継続提供しており、魅力的で充実した講座内容となっています。

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9回申込み受付中!

■スケジュール

	第9回	第10回
申込み締切	12月15日	2024年1月18日
学習期間	2024年1月14日～2月4日	2024年2月15日～3月8日

■学習コンテンツ (抜粋)

区分	講座	内容
新規 DX入門	DXビギンズ	DX事例/本質を掴むポイント
	IoT入門	IoTの活用方法/活用事例
	AI入門	AIとは/AI関連技術の紹介
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
	ビジネスマナー	社会人の心得
ICT推進担当者向け	RPA	RPAによる生産性向上
	Web集客入門	今知っておくべきWeb集客
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

新刊『電話対応技能検定(もしもし検定) 3・4級公式問題集(第6版)』を発売します!

「電話対応技能検定(もしもし検定)」唯一の公式問題集です。2022年から2023年に実施された3級・4級試験より重要な問題を選んで収録しました。最新の出題傾向を知るために全受検者必携の一冊です。

書名: 電話対応技能検定(もしもし検定) 3・4級公式問題集(第6版)
編者: 公益財団法人 日本電信電話ユーザ協会
体裁: A5判・カバー巻き、280ページ
発売: 2023年12月15日
定価: 本体1,700円+税



ユーザ協会会員の皆さまには「電話対応技能検定」の関連書・DVDを割引いたします。詳しくはユーザ協会ホームページをご覧ください。
<https://www.jtua.or.jp/publishing/>

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

