

参加企業 大募集!

報告書は対応音源とともに、
対応品質の指導・育成に
活用しています。

毎年参加することで
様々な課題を継続して
見つけることができます。

客観的評価により、改善点や
電話対応のトレンドを
知ることができます。

参加企業
の声

申込受付期間

2024

5/1^[水]

~7/20^[土]

企業電話対応コンテスト

普段の電話対応が
審査の対象です

リアルとオンラインの共存が進む中、ビジネスにおける「電話」の重要性が再認識されています。一方で若年層の電話離れによる「電話恐怖症」の実態を各メディアがクローズアップ。お届けする報告書の審査結果や改善アドバイスを、電話対応品質やCSの向上策にぜひお役立てください。

1 スタッフが架電

7月下旬から、専門スタッフが仮のお客様となって予告なしに申込みされた企業に電話をかけます。



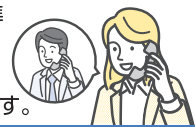
2 電話に出た方が対応

電話を受けた方はコンテストの電話とは知らずに通常の電話対応をします。



3 仮のお客様として会話

専門スタッフは事前にホームページなどを参考にして対応内容を準備し、それに基づき会話をします。



4 専門家が審査

録音した対応内容を、専門家が審査し、審査結果及び改善のアドバイスを報告書にしてフィードバックします。(11月)



概要

ユーザ協会の専門スタッフが「仮のお客様」となって業務中に電話をかけ、その際の電話対応について、専門家が客観的に評価を行い、優秀企業を表彰します。

参加料

一般

14,300円^(税込)

会員

11,000円^(税込)

※いずれも、1診断先あたりの参加料です。



詳細内容の
ご確認、お問合せ、
お申込みはこちらから

参加のお申込みは、日本電信電話ユーザ協会ホームページの「企業電話対応コンテスト」内の「お申込みフォーム」からとなります。

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/>



主催 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 2024 6

令和6年6月1日(毎月1日発行) 第3巻号(通巻491号)
〒101-0031 東京都千代田区東神田2-6-9 テレコムビル東神田 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

6

June 2024



特集

食品業界で進む「味のデジタル化」 AIで開発した商品も話題に

株式会社NTTデータ



DX推進
活用事例

2050年のビジョン実現のために
創業91年の醸造食品製造機械
メーカーが取り組んだDX
株式会社フジワラテクノアート



ICT COLUMN

デジタル時代を企業が生き抜くためのリスクリಂಗ施策(第1回)
今、リスクリグが注目される理由



電話
対応で
CS向上

日替わりで社員がオペレーターに従事
コールセンターを会社の最大の
武器に育てたい

株式会社アイグランホールディングス



お客さまの笑顔のために、まず自分が笑顔になる
不安を安心に変える
対応を目指して

株式会社トヨタレンタリース山形



連載

アサーティブなコミュニケーション
ハラスメントを予防する〈その1〉

お客さまから学ぶCS向上
未来へつなぐマナー

コミュニケーション力を鍛える
「言葉という財産を守る」

公益財団法人日本電信電話ユーザ協会

食品業界で進む「味のデジタル化」 AIで開発した商品も話題に

株式会社NTTデータ

近年食品業界では、これまで難しかった味覚の分析をデジタル技術で行う「味のデジタル化」が進み、AIを活用して開発された商品も登場しています。そこで、味のデジタル化が進んだ背景や現状などについて、食品業界のデジタル化を支援する、株式会社NTTデータの第二インダストリ統括事業本部 食品・飲料・CPG事業部の三竹 瑞穂氏、小林 弘明氏、上野 哲明氏に話をうかがいました。



第二インダストリ統括事業本部
食品・飲料・CPG事業部長
三竹 瑞穂氏



第二インダストリ統括事業本部
食品・飲料・CPG事業部
小林 弘明氏



第二インダストリ統括事業本部
食品・飲料・CPG事業部
上野 哲明氏

食品業界で注目を集める 味のデジタル化

食品業界では今、人手不足や原材料価格の高騰、食材ロスの削減など、さまざまな課題を解決するために、デジタル化が進んでいます。例えば人々の購買記録や人流などの膨大なデータを基にAIで需要予測を行い、的確な在庫管理や生産計画の最適化に効果を上げる企業が増えています。このような食品業界のデジタル化は味覚の分野にまで及び、近年は「味のデジタル化」を推進し、新商品の開発や開発の効率化を図る動きが生まれています。

「味のデジタル化とは、これまで人間の感覚に頼っていた味覚の分析をデジタルで行い、味覚を客観的な数値で再現する技術です。これまで味覚の世界は、一部のベテランの経験や勘、記憶に頼りがちな属人化しやすい領域でした。しかし、味のデジタル化で味覚が明確に定量化されると、必ずしも経験豊富な社員に頼る必要がなくなるため、技術継承の課題が解決されるとともに、

商品開発が活性化していくことが期待されています」(小林氏)

このほか、「味」をテーマにしたデジタル化に関連し、三竹氏は消費者の嗜好の多様化や原材料の高騰により、大きな流れが生まれつつあると指摘します。

「現在、食品業界を取り巻く環境は大きく変化しており、原材料価格の高騰や急激な為替の変動により、原材料の安定的な調達が難しくなっています。そのため、より安い調達先に変更したり、原材料そのものを変更するような動きが見られます。さらに、その対応にスピードも求められるため、人間の経験だけでは対応できず、デジタル化で生産効率を上げ、スピード感をもってレシピを開発するようなことが求められています。また、レシピ開発においても、新しい味の開発だけではなく、従来の異なる原材料で同じ味を再現するレシピ開発のニーズが高まっています」(三竹氏)

食品業界で見られる AIを活用した商品開発

レシピ開発においては近年、AI

を活用した開発が話題になっています。その一つとして昨年、サッポロビールの「男梅サワー 通のしょっぱ梅」が話題を集めました。

同商品は、新商品のコンセプトや必要な情報を入力すると、瞬時に目標とする配合の骨格^{※1}をもとに原料の組み合わせ、各原料が商品全体の中に占める割合(配合量)まで予測し、推奨配合と推奨香料からなるレシピを出力する、サッポロビール株式会社と日本アイ・ビー・エム株式会社(日本IBM)が共同開発したRTD^{※2}商品開発AIシステムを活用して、開発されたものです。同AIシステムは、同社がこれまでに商品化した約170商品で検討した、約1,200種の配合と約700種の原料情報を含むレシピを学習しています。このような商品開発におけるAIの活用メリットについて、三竹氏は次のように解説します。

「商品サイクルの短周期化が年々顕著になっています。消費者の嗜好の多様化がその背景にあると考えられますが、消費者の動



サッポロビールと日本IBMで開発したAIシステムから生まれた、サッポロビールの「男梅サワー 通のしょっぱ梅」

【図：トレンドエクスプローラー™の活用イメージ】



向をいち早く捉え、マーケットの変化に柔軟に対応するために、AIは不可欠な存在になりつつあります。人間が長い時間をかけて何度も試行錯誤して得られた味に近いレシピを、AIは瞬時に回答してくれます。また試作品数が減ることは、開発コストの削減にも結びつきます」(三竹氏)

一方、上野氏は消費者ニーズの探索や、新商品コンセプトの企画段階においても、AIが活用できると話します。

「ターゲットとする味や香りの実現に向けた原材料・配合の効率的な探索という活用方法だけではなく、消費者の新しい好みやトレンド(流行や動向、傾向)をいかに素早く発見し、市場に商品を投入できるかという視点のアプローチもあります。例えば、弊社ではX(旧Twitter)における市場の反応や生活者の声などの膨大なデータからトレンドの兆しを発見し、さらに言語解析や生成AIも組み合わせながらトレンドの背景要素を深掘りし、商品企画や開発などに活かす『トレンドエクスプローラー™』(図参照)というサービスを提供しています」(上野氏)

デジタル化が叫ばれる時代に 食品業界が向かうべき方向

AIなど最新のテクノロジーを活用した取り組みは、食品業界の商品開発において大きな成果を見

せつつありますが、食品業界は利益率が低い傾向にあり、思い切った投資が難しいと言われてきました。そこで、NTTデータの3氏は食品業界における、大きな投資を行わないデジタル活用について、次のように語ります。

「まずは開発プロセスの一部でかまわないので、データ分析やAI活用をスモールスタートで試行してみてください。『市場分析』『消費者トレンド分析』『コンセプト策定』『レシピ開発』『試作評価』などのステップで、それぞれ利用可能なサービスが登場しています」(小林氏)

「最近では、デジタルサービスによる消費者コミュニティを活用した商品開発に取り組んでいる事例もあります。一般の事例にはありませんが、静岡県三島市でウイスキー製造を行うWhiskey&Co.株式会社では、ネット上のコミュニティにて三島ウイスキーを応援したい消費者を募り、ウイスキーの購入権に加え、ウイスキー製造の各種プロセス(蒸留やテイastingなど)にまつわる投票企画や体験イベントへの参加権、さらには三島市の街づくりにも関与することで独自の付加価値やコミュニティ醸成を追求しているユニークな取り組みを行っています。消費者ニーズが多様化する中で、デジタル技術の活用による商品のパーソナライズ化が、商品開発の

トレンドの一つであり、ローカルブランドの活路にもなるのではないかと考えます」(上野氏)

「看板商品を持つ企業であれば、現行商品を受け入れてくれる新しい市場の開拓に力を注いでも良いでしょう。現在はあらゆる販路が世界中に開かれています。ウェブやSNS、スマホアプリなどさまざまなチャネル(媒体や経路)を駆使して、長年培ってきた自社の『強み』を世界に発信し、未知の顧客発掘に努めるのも一つの戦略ではないでしょうか」(三竹氏)

食品業界に限らず、AIの活用は今後ますます広がると考えられます。それだけに将来の導入を見据えて、まずは社内に蓄積されたデータのデジタル化を開始してみたいいかがでしょうか。

※1 配合の骨格：例えば、アルコール・糖類・酸味料などの主要原料の割合。
※2 RTD：Ready To Drinkの略。ふたを開けてそのまま飲める低アルコール飲料のこと。

NTT DATA

●会社概要
会社名：株式会社NTTデータ
設立：2022年(令和4年)11月1日
本社所在地：東京都江東区豊洲3-3-3 豊洲センタービル
代表取締役社長：佐々木 裕
事業内容：電気通信事業、情報処理、情報通信に関する機器及びソフトウェアの開発、情報通信に関するシステムの開発など
URL：https://www.nttdata.com/jp/ja/

Webで読もう
ユーザ協会 D10043



2050年のビジョン実現のために 創業91年の醸造食品製造機械メーカーが取り組んだDX

株式会社フジワラテクノアート

岡山市の株式会社フジワラテクノアートは、麴を全自動で製造する装置において国内で圧倒的なシェアを誇る醸造食品製造機械メーカーです。その圧倒的なシェアに慢心せず、さらなる発展を遂げるために策定したビジョンの実現へ向けて取り組んだDXが、経済産業省の「DXセレクション2023グランプリ」に選ばれるなど高く評価されています。そこで、同社のDXを推進するDX推進委員会の委員長である頼 純英氏に話をうかがいました。



経営企画室 課長
DX推進委員会 委員長
頼 純英氏

シェア8割が招く危機感から「2050年ビジョン」を策定

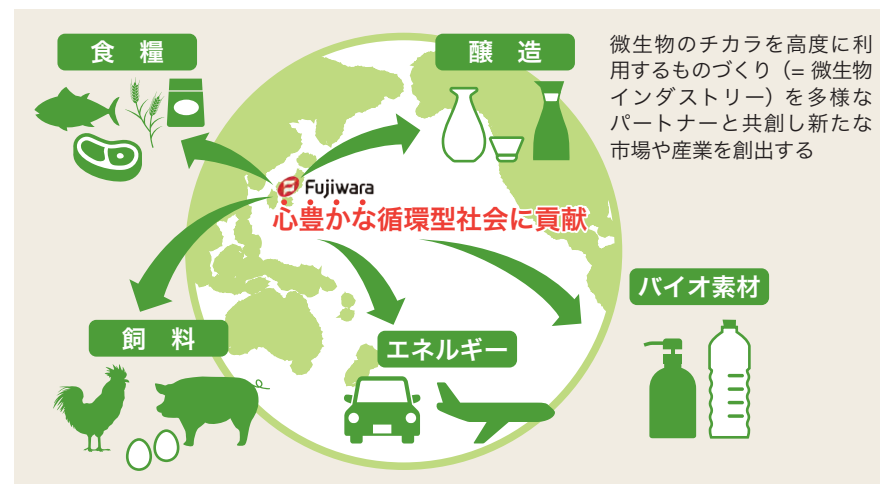
株式会社フジワラテクノアートは、醸造食品を製造する機械・プラントのメーカーです。同社の顧客は主に醤油や味噌、日本酒、焼酎などの醸造食品メーカーであり、同社が製造する機械・プラントは、顧客の立地や設備、取り扱う原材料などに合わせてフルオーダーメイドで作られています。納入後はメンテナンスなどのアフターフォローも行い、現在、醸造に欠かせない麴を機械で製造する全自動製麴装置では国内シェア8割となっています。しかし、経営陣は現状に満足することに対して大きな危機感を感じていたと、同社でDXを推進する頼氏は振り返ります。

「以前はシェア拡大を目標に全社一丸となっていました。国内シェア8割を獲得できたことで現

状に満足すると、さらなる進化を怠ってしまうのではないかと、経営陣は危機感を抱いていました。さらに醸造分野に加えて、社会や未来に向けてイノベーションを起こしたいという思いもあり、2050年の未来を描いたビジョン『醸造を原点に、世界で微生物インダストリーを共創』(図参照)が策定されました」(頼氏)

微生物インダストリーとは、麴菌などの微生物の力を高度に利用する産業分野のこと。同ビジョンでは、これまで醸造の分野で培ったノウハウや知見を食糧、飼料、エネルギー、バイオ素材などの分野でも活かし、世界が直面している環境問題やエネルギー問題、食糧問題などの課題解決に貢献することを目指しています。

【図：2050年ビジョン「醸造を原点に、世界で微生物インダストリーを共創」】

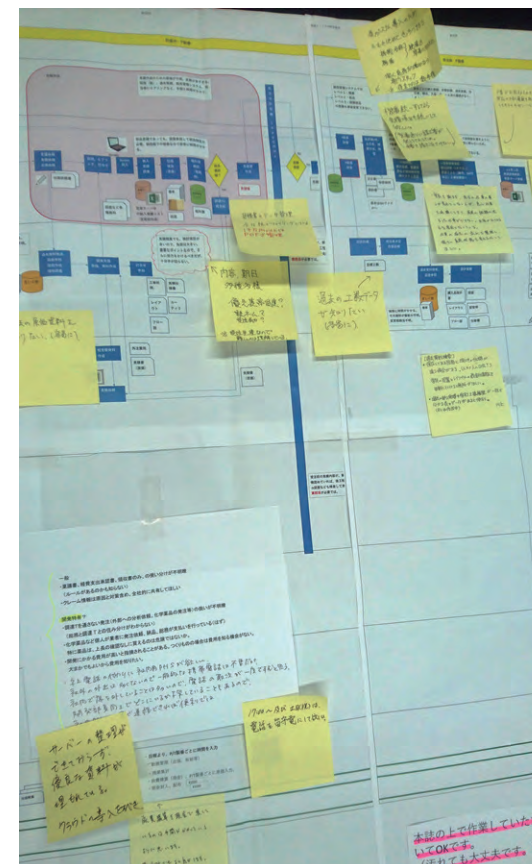


そのような壮大な目標を実現するには、個人の経験や現場の対応力のみに頼るのではなく、全社で情報共有し、組織として対応する仕組みを構築するためにデジタル活用が必須と考え、DX推進委員会を立ち上げました。

業務の課題を洗い出し 社員へのビジョン浸透を図る

DX推進委員会が最初に取り組んだのが、業務の棚卸しです。「当社の製品は大半がフルオーダーメイドで製造しているため、毎回材料や手順が異なります。そのため製造工程の共通化が困難で、ほとんどの業務がシステム化されていませんでした。そこで、今一度業務の課題を洗い出すために、業務の棚卸しを行いました。

【写真：業務プロセス図】



課題を量2量分もの大きな紙にまとめ、全社員で情報共有

具体的には、各部署の業務を聞き取りし、その内容を業務プロセス図にまとめ、社員全員が目にする場所に張り出しました。そして、各プロセスにおける課題や疑問に感じたことを社員が付箋紙に書き、直に貼りつけていきました(写真参照)」(頼氏)

この結果、抽出された課題は100項目にものぼり、その中から優先順位を検討し、システムの構想に活かされました。また、業務プロセス図を社員の目につくようにしたのは、社員一人ひとりの参加意識を高める狙いがあったと言います。

「業務プロセス図には、自分の部署以外のことも掲載されています。そのため、社員が自部署のことだけでなく、他部署の業務や課題を知ることができ、全体像を把握できるという効果がありました。おかげで社員の参加意識が高まったと思います」(頼氏)

社員の参加意識を高めると同

時に、DX推進において最も重要だったことは、社員へのビジョンの浸透だったと、頼氏は語ります。

「DXはあくまでもビジョンを達成するための手段ですので、まずは社員がビジョンを理解し、“自分ごと”として捉えてもらうことが大事です。経営陣は事あるごとにビジョンを語り、ワークショップなどを通じてビジョンの浸透を図りました。しかし、ベテラン社員の中には、これまでみんなで頑張ってきた国内シェア1番になったのに、なぜ今までのやり方を変える必要があるのかと反発される方もいました。そういった声にも真摯に耳を傾け、経営陣がねばり強く向き合って対話を

重ねることで、理解してもらいました」(頼氏)

3年間で21システムを導入 DX人材も急増中

同社は3年間という短期間で21のシステムやツールを導入しました。最初に導入したのはLINE WORKSで、多くの社員がLINEを日常的に使っていたこともあり、抵抗感なく受け入れられました。その後もさまざまなシステム導入により、あらゆる業務において業務改善が図られ、例えば製造部では生産管理システムの導入により、原価や進捗が全社で共有できるようになりました。

「この生産管理システムについては、欲張って必要以上に多機能なものを導入しても使いこなせないと考え、自分たちの業務にとって重要なポイントに絞って、必要な機能が十分に備わったものを導入しました。さらに、極力カスタマイズをせず、標準機能に

合わせて業務プロセスを変更し、改善につなげたいという思いもありました。カスタマイズすると費用もかかりますし、アップデートが困難になるという懸念がある上、カスタマイズに対応してくれたSEさんにしか分からないという事態が起こることも避けたいと考えました」(頼氏)

さらに、頼氏は思いがけない効果として、社内にデジタル人材が急増したことを挙げます。

「2018年時点でデジタルスキルと呼ばれる資格保有者は1名でしたが、2023年12月現在では延べ21人となっています。これにより、社内のDX推進体制が強化されました。今では2050年ビジョンの実現に向けてAIを活用して麴の画像を解析し、日本酒を造る杜氏をサポートする研究などにも取り組んでいます」(頼氏)

DXに失敗する多くの企業は、特定のメンバーだけでDXを進めてしまい、大半の社員が“他人ごと”と感じてしまう事態を招いているようです。しかし、同社では社員へのビジョン浸透をねばり強く実施したことで、社員がDXは“自分ごと”と捉えて、自主的に業務改革に取り組む環境が作られています。このような取り組みは、DXで業務改革を進めたいと考える中小企業にとって、学ばべき点が多いと思われます。



●会社概要

会社名：株式会社フジワラテクノアート
創業：1933年(昭和8年)6月15日
本社所在地：岡山県岡山市北区富吉2827-3
代表取締役社長：藤原 恵子
資本金：3,000万円
事業内容：醸造機械・食品機械・バイオ関連機器の開発、設計、製造、据付、販売及びプラントエンジニアリング

URL：https://www.fujiwara-jp.com/
【ユーザ協会会員】

Webで読もう
ユーザ協会 D20030



今、リスキリングが注目される理由

テクノロジーの進化は、あらゆる業種におけるビジネスモデルや働き方に大きな変化をもたらしました。こうした変化に伴い、業務に必要とされる新しい知識やスキルを学ぶリスキリングの必要性が高まっています。そこで、本連載(3回連載)の1回目となる今回は、リスキリングの基礎について解説していきます。

リスキリングとは何か

2024年2月26日～29日の3日間、スペインのバルセロナで開催されたモバイル業界の国際会議、「Mobile World Congress Barcelona (モバイルワールド コンgress バルセロナ) 2024」に参加してきました。一言で言うと「AI一色」という印象で、この業界で働く人たちはまだAI時代に向けてスキルを習得しておらず、リスキリングが重要だと、業界のリーダーたちが表明をしていました。日本でも2022年に岸田首相が所信表明演説において、リスキリング推進のために5年間で1兆円の投資を行うと表明し、国策として取り上げられるようになりました。

では、リスキリングとは何なのでしょう。メディアではリスキリング(学び直し)という表現が散見されます。しかし、これ(学び直し)は半分正解、半分不正解なのです。日本では学ぶ部分にのみ注目が集まっていますが、リスキリングは身につけたスキルを実践して、特に社内の成長事業や成長産業で新しい仕事に就くことまでを含みます。

リスキリングの元となっているリスキルという動詞は、「(従業員に)新しいスキルを再習得させる」という意味であるため、組織の変革ニーズに伴って組織が従業員をリスキルするのです。つまり、リスキリングは、「組織が実施責任を持つ業務」であると言えます。従業員視点に置き換えると、リスキリングは「新しいことを学び、新しいスキルを身につけて実践し、そして新しい業務や職業に就くこと」です。

社会人の学びには、リスキリングに似た言葉でリカレント教育があり、両者の違いについては図にまとめました(図参照)。日本では2010年代からリカレ

ント教育を推し進める動きがありました。リカレント教育は生涯学習の一手法で、個人の関心が原点となって、時間と費用の捻出は個人が行います。

しかし、仕事を継続しながら私費で大学院に通学することが可能な従業員は限られているため、企業変革に伴うDXを完遂するためのデジタル人材育成という観点において、欧米ではリスキリングに注目が集まっていました。日本でも新型コロナウイルス感染症の広がりから働き方やビジネスモデルが変化し、本格的なデジタル活用が必要になり、世界に遅れてやっとリスキリングに注目が集まってきたと言えます。

【図：リスキリングとリカレント教育の違い】

	リスキリング	リカレント教育
期 間	短期間(12～18ヵ月)	長期間(回復)
背 景	テクノロジーの連携による自動化がもたらす雇用消失	人生100年時代の生涯学習
目 的	学習及びスキル取得	学習
実施責任	企業(国によっては行政主導)	個人(の関心が原点)
講座提供	民間企業(スタートアップ中心)	大学など、教育機関
学習分野	デジタル分野	広範囲
履修証明	マイクロ・クレデンシャル(オンライン上の学習履歴証明)	公的学位

出典：一般社団法人ジャパン・リスキリング・イニシアチブ作成資料

リスキリングが注目される背景と理由

早くからリスキリングが導入された欧米では、技術的失業を防ぐ最大の解決策としてリスキリングが注目を集めてきました。技術的失業とは、AIやロボット工学などのデジタル技術の浸透による労働の自動化によって、人間の雇用がなくなる社会的課題を指しています。デジタル分野で多くの雇用が生まれているため、こうした技術的失業は起きないという論調もありますが、新しく生まれているデジタル分野の業務を担うためには、現在の労働者の多くはスキルが不十分であるため、技術的失業が生まれるのです。

日本では、デジタル化の重要性は認識されつつも遅々として進まなかったことと同時に、リスキリングへの理解が進まない状況が続いていました。しかし、前述したとおり新型コロナウイルス感染症が転機となり、働き方におけるデジタル化が進み、非対面型のデジタル分野の新規事業創出を含む、DXなどの企業変革の必要性が高まってきたように思います。一方、肝心のデジタル人材はまだ希少であったため、人材を資本と捉えて企業価値の向上につなげる人的資本経営に対する注目度が高まり、DXを遂行するための人への投資の最大の施策としてリスキリングが着目されるようになりました。

現在、少子高齢化と地域の過疎化が重なり、日本全国で慢性的な人材不足に陥っている企業が多くありますが、リスキリングは慢性化する人手不足を解消する手段にもなります。特に飲食業などでは新型コロナウイルス感染症の蔓延による影響から回復基調にあるものの、最低時給を上げて募集をかけても人材を雇えない事態が続いています。こうした事態を打開するための一つの解決策として、リスキリングによって既存社員の成長を支援し、生産性を高めていくことが必要になってきています。

リスキリングの効果と導入メリット

リスキリングを導入すると、企業はさまざまな効果が期待できます。まず一つ目は、DXを成功に導く人材育成が可能となることです。高度なデジタルスキルを持つ人材を社外から採用することは給与レンジ^{※1}の課題もあり、現実的に難しいところがあります。社内でデジタル人材をリスキリングによって育成していくことは、時間はかかりますが、将来の新しい事業の担い手となる従業員が育つという利点があります。

二つ目は、従業員の退職を防止し、エンゲージメ

ント^{※2}向上をもたらすことです。特に今は「自分を成長させてくれる会社で働きたい」というニーズが高まっています。リスキリングを導入している企業においては、従業員の成長を支援していくため、会社に対する感謝の念が向上し、在職率が長くなる傾向が顕著に出ています。

そして三つ目に、社外の優秀な人材を惹きつけることできることです。特に米国で新たに始まっている採用のトレンドである、既存の従業員のSNSフォローや友人、知人などといった、従業員の人的ネットワークを活用して人材を採用するリファーマル採用を補強する効果に注目が集まっています。

まず、社内の従業員が社内でリスキリングをした経験や取得した資格などを自分のLinkedIn^{※3}などのビジネスSNSに投稿します。すると、「私の会社に入社すれば、素晴らしいリスキリング環境があり、自分の成長の支援をしてくれる」というメッセージを未来の候補者の方々に届けることになり、採用マーケティングの効果が絶大なのです。特にミレニアル世代^{※4}、Z世代^{※5}と呼ばれる若い世代は、会社の将来的な戦略や存在意義に共感できない、自分の成長環境がない、ということにとっても敏感で、彼らが退職する大きな理由となっています。そのため、自社の従業員をリスキリングすることが、優秀な人材を外部から採用することにもつながって行くのです。

今回は、中小企業のリスキリングを進めるための方法についてご紹介します。

- ※1 給与レンジ：基本給などの上限と下限の幅のこと。
※2 エンゲージメント：契約や約束、誓約などを意味する言葉。ビジネスでは、愛着や思い入れ、信頼関係などを意味する言葉として使われている。
※3 LinkedIn(リンクトイン)：世界最大級のビジネス特化型SNS。
※4 ミレニアル世代：アメリカで西暦2000年以降に成人を迎えた世代。成長過程でIT革命を経験し、デジタルデバイスに親しんだ「デジタルネイティブ世代」である。
※5 Z世代：生まれた時点でインターネットが利用可能であった最初の世代。ミレニアル世代の下世代であるため「ポストミレニアル世代」とも呼ばれる。

ごとう むねあき
後藤 宗明氏
一般社団法人ジャパン・リスキリング・イニシアチブ 代表理事 チーフ・リスキリング・オフィサー。2021年、日本初のリスキリングに特化した非営利団体、一般社団法人ジャパン・リスキリング・イニシアチブを設立。2022年、AIを利用してスキル可視化を行うリスキリングプラットフォームSkyHive Technologiesの日本代表に就任。石川県加賀市「デジタルカレッジKAGA」理事、広島県「リスキリング推進検討協議会/分科会」委員、経済産業省「スキル標準化調査委員会」委員、リクルートワークス研究所 客員研究員を歴任。政府、自治体向けの政策提言及び企業向けのリスキリング導入支援を行う。

Webで読もう
ユーザ協会 **D40055**





ハラスメントを予防する〈その1〉

ハラスメントには“グレーゾーン”の領域があります。制度や法律でカバーできないハラスメントのリスクに対しても、アサーティブなアプローチがあります。

グレーゾーンのハラスメントはコミュニケーションで解決できる

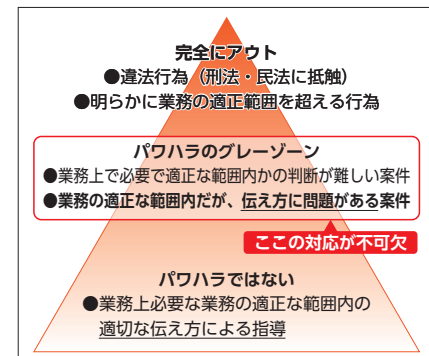
ハラスメントを予防するためにできることの一つに、いわゆる「グレーゾーンのハラスメント」を認識し、そこにきちんと対処できるようになっておくことが挙げられます。

違法行為、業務の適正な範囲を超えるような指導、明らかにパワハラ、セクハラに該当する言動は、相談窓口などにつながりやすいのですが、言い方や振る舞いに問題がある、ハラスメントかどうかの判断に迷う場合では、その場の対応に迷うことも多いものです。「グレーゾーン」とは、このようにブラック（完全にアウト）ではないが、ホワイト（ハラスメントに当たらない）でもない、という領域です（図参照）。この「グレー」領域の状況を放置していると、のちの「ブラック」に発展してしまうことがあります。

アサーティブなコミュニケーションは、自分がハラスメントを起こさないだけでなく、周囲のグレーゾーンの言動に介入する場面でも活用することができるのです。

ハラスメント予防を“言葉狩り”として捉えるのではなく、私たちの他者と関わり方やコミュニケーションの取り方として考えるとどうなるのでしょうか。

【図：グレーゾーンの領域】



事例 上司の言動がセクハラに

医療現場で働く主任の小笠原さん。50代の元気な嶋田師長と仕事をしています。先日嶋田さんが若いスタッフに対して、「彼氏はできたの?」「早く子どもを産みなさいよ」などとアドバイスをしていたのを耳にしました。小笠原さんとしては、嶋田さんに悪気があってのことではないことは分かりますが、「セクハラです」と直接的に伝えるのも気が引けます。これを嶋田さんだけの問題にせず、職場のコミュニケーションの在り方として、前向きな提案をしたいと考えています。

率直に、端的に切り出す

アサーティブに伝える時のキーワードは「率直」です。何を言われるだろうか、どんな反応が来るだろうかという怖れや不安は横に置いて、まずは率直に切り出すことを意識しましょう。

「今朝の会議の後、一つ気になったことがあります。今、お話してもよろしいですか」と率直に切り出します。回りくどい言い方よりも率直で真剣な口調で始めるほうが、こちらの真意を伝えやすくなります。

「実際に起きたこと」を話す

伝えるべきことは「実際に起きたこと」です。言いづらいからといって「スタッフに個人的な話題を振ってましたよね」などの曖昧な表現では伝わりません。セリフで、具体的に説明することを覚えておきましょう。

「先ほど〇〇さんに『彼氏いるの?』『結婚は?』とお話されていましたが、覚えていらっしゃるでしょうか?」

そこで嶋田さんも「あの時のあのことだ」と思い出すことができます。その上で、事実が引き起こす問題点を簡

潔に説明します。

「個人的なコメントを不快だと感じるスタッフもいますし、必ずしも“彼氏”ではない可能性もあり、セクハラリスクがあることを正直心配しております」

事実とリスクについての具体的な説明をすることで、何気ない行動が引き起こす事的重要性にハッと気づきやすくなるのです。

具体的な提案と協力の意を示す

最後に具体的な提案を一つしましょう。相手を“悪者”として責めるのではなく、問題を意識化し一緒に解決する“協力者”だと考えて提案をするのです。

「今後ですが、本人のプライベートに関わるコメントはなし、で、行きませんか。私も気づいたら声をかけるようにしますし、嶋田さんも、私の言動で気づいたことは何でも指摘してください。良い職場環境を作るために私も頑張りたいので、ぜひご協力をお願いします」

私たちは誰もが当事者であり、どんな時もハラスメントをする側になる可能性から逃れることはできません。だからこそ、グレーゾーンを見逃すことなく、小さな問題についても率直に話し合える関係を築く必要があります。アサーティブは、そこでも活用することができるのです。

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。



未来へつなぐマナー



押しつけと思いやり

マナーは100人いたら100通り、いいえ200通りのマナーがあるとお伝えしています。それは今、お客さまがどんなことをしてほしいのか、その方によってもその方の状況によっても違うからです。

講師になりたての私は電話応対やマナー研修で伝える情報収集、マナーの学びを深めようと必死でした。知識が増えることが嬉しいと同時に「マナー違反」をしているお客さまが気になって仕方がありませんでした。「あなたのために言ってるのよ」この言葉と一緒に多くの押しつけをしていたのです。

お客さまからの感想は「ありがたいはずなのに苦しい」という言葉でした。

答えは相手の中にある

「お客さまのことを思っているのは本当なのに、伝わらない。ならば、伝え方を変えなくては」という気づきをいただきました。意識したことは、私の話を聞いたお客さまが「誰でも、聞いたその場で、うんうん分かったと相槌が出るように話す」です。

以前、某小学校にて全校児童に向けてマナー講座を行いました。ある日、その講座に参加された小学6年生の方からお手紙をいただきました。

「今までたくさんの先生が来てくれたけど1年生が寝ないで話を聞いていたのが嬉しかった」「1年生が笑顔でうなずいていたのでびっくりした」「みんなが分かるように話してくれてありがとう」手紙にはそのようなことが書かれており、お客さまのほしい答えに辿り着くためには「斟酌力※」を磨いていくことの大切さを教えてもらいました。

これから頑張りたいこと

新型コロナウイルス感染拡大によって、生活様式が大きく変化しました。多様性という言葉も多く聞かれるようになり、一人ひとりの個性を認めることも大切な時代になりました。お付き合いのある企業や行政からもマナーに関するたくさんの質問をいただきます。変えたほうが良いこと、変わったほうが自然なこと、なぜそれまでそんなやり方をしていたのかをしっかりと考えた上で、今の時代のマナーをご提

ビューティフルマナー株式会社



案していけたらと思います。

マナーは相手のことを大切に思っている心の表現を、目で見える立ち振る舞い、耳で聞こえる言葉づかいで表現します。愛という漢字は人の心を受け入れるという漢字が隠れています。自分に関わる相手の心を受け入れて差しあげることが愛・マナーだと思います。これからも、お客さまから学び、それをしっかりと未来につなげるマナーとして提案し、ご恩送りを続けていきたいと思っています。

※斟酌力：事情や心情を汲みとって調整する力

岸田 輝美氏

ビューティフルマナー株式会社 代表取締役。電話応対技能検定指導者級資格保持者。電話応対コンクール全国大会審査員の経験あり。企業や学校へ出向き、マナー、電話応対、コミュニケーション研修などを行っている。チーム力アップの研修が大好きで、スポーツチームや競技団体の講演活動も積極的に行っている。

「今回の講師は、オフィスまろ代表の比嘉 辰子さんです。沖縄を拠点に活動されています。たくさんの資格を持ち、さらなる学びをいつも続けています。そばにいると温かい気持ちになる、安心感抜群の何度でも会いたくなる、私が尊敬する講師です」



岸田 輝美氏

Webで読もう
ユーザ協会 C10105



問題

個人情報保護法では、個人情報の利用目的に規定がありますが、次の中で誤っているものを一つ選びなさい。

1. 個人情報を取得する際には利用目的をできるだけ特定する必要がある。
2. 個人情報を取得する際の利用目的は本人に直接通知しなければならない。
3. 人の生命にかかわる場合や警察の照会などは目的外の利用が認められている。
4. 利用目的の変更は可能である。

※3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 2024.6

8





日替わりで社員がオペレーターに従事 コールセンターを会社の最大の武器に育てたい

株式会社アイグランホールディングス

株式会社アイグランホールディングスは本社を広島市に構え、全国規模で保育事業やフィットネス事業、児童発達支援事業を展開しています。同社の電話応対に対する考え方や取り組みについて、話をうかがいました。



株式会社アイグランホールディングス
代表取締役会長兼社長
グループCEO
重道 泰造氏



株式会社アイグランホールディングス
管理本部
人事総務部 課長
住田 篤俊氏



株式会社アイグラン
保育運営部
コールセンターチーム リーダー
岡 みさき氏

Q 事業概要と電話応対の体制をお聞かせください。

A 当社は1966年に創業し、2001年に保育事業、2014年にフィットネス事業、2021年に児童発達支援事業を開始しました。保育園は北海道から鹿児島県まで全国に454の施設を展開しており、フィットネスジム28施設、児童発達支援施設28施設と合わせて、全国で510の施設を約5,100名のスタッフで運営しています。保育園の施設運営数においては、全国最大規模の事業者となっており、毎日1万2千数百人の園児が登園されています。電話応対については、本社にコールセンターを設けて、9名体制で運営しています。保育園の利用者などからのお問い合わせは直接それぞれの園で受け付けており、当コールセンターでは主に社員からの問い合わせに対応しています。全国の社員から1日約300件の問い合わせがあり、内容は業務や福利厚生など多岐にわたります。(重道氏)

コールセンターのオペレーターは 日替わりの交替制

Q 電話応対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 事業が拡大していく中で、電話応対品質を一定レベルに高める必要があると考え、2021年にコールセンターを立ち上げました。現在9名のオペレーターのうち専任は4名で、5名は全国にある施設の運営業務を知ってもらうため、各部署の社員が研修も兼ねて日々交替で務めています。本社勤務の社員は、現場の課題やお客さまの思いなどを肌感覚で捉えることは困難です。とはいえ、施設運営を理解することが仕事の質を高めることは間違いありません。そこで研修の一環として電話応対を体験してもらっています。まれにクレームの電話を受けることもあります。当社はいわば人の命をお預かりする仕事ですので、その真剣さを体験できる貴重な機会と捉えています。さらに電話応対を通じて、直接会うのが困難な全国の社員と交流できるという利点もあります。

また、フィットネス事業においては、社外に覆面調査を依頼しています。毎月テーマを設けて、お客さま役の調査員がジムに電話をかけ、テーマに沿ったチェックポイントを判定し、後日フィードバックするというものです。この取り組みは、悪い点を探すというより



オペレーター 9名のうち専任は4名、交替で5名が務める

は、より良い応対のヒントを提示するという方向で進めています。(重道氏)

「電話応対コンクール」は年中行事、 2015年から毎年多数のメンバーが参加

Q 「電話応対コンクール」に対する取り組みと 成果を教えてください。

A 電話応対コンクール（以下、コンクール）には、2015年度から毎年参加しています。日常勤務でコールセンターに入る一般職のメンバーを中心に、当社の事業拡大とともに、2015年の10名から、2022年は49名、2023年は55名と多数の社員が参加しています。(住田氏)

当社にとって、コンクールはもはや年中行事になっていて、お祭りのように楽しみにしている社員も多いです。私は入社6年目ですが、毎年参加しています。コンクールでは、社歴などに関わらず参加者が一つの目標に向かって臨みます。部署の垣根を越えてアドバイスし合ったりすることで交流が深まったり、一体感が生まれるという効果も得られます。(岡氏)

以前、県大会を見学したことがあり、その時の課題がお年寄りに道案内するというものでした。そこでは流ちょうに話すのではなく、いかにお年寄りに寄り添えるかが評価のポイントとなっていました。この相手に寄り添うということが、当社の行動規範「正確性と相手の立場に立って思いやる心」にも合致しているので、社を挙げて積極的に参加しようと考えました。(重道氏)

コールセンターをアイグランの 最大の武器に成長させたい

Q 最後に、今後の取り組みについてお聞かせください。

A 若手社員がクレームの電話を受けると、驚いて戸惑ってしまうことがあります。もちろんフォローはしますが、貴重な機会と捉えて、今後の業務に活かしてほしいと思っています。コンクールについては、広島はここ数年で全国大会の優勝者を2回輩出するなど、非常にレベルが高く、当社も県大会までは進めるのですが、全国大会の壁が立ちふさがっている状況です。この壁を早く打ち破りたいですね。(岡氏)

人事総務部としましては、会社の顔として重要な機能を果たしているコールセンターと、今以上に向き合うことが求められています。社内外からのクレーム応



電話応対で現場の課題やお客さまの思いを受け取り、今後の業務に活かしていく



全国に28の施設を運営するフィットネス事業

対などにも、よりしっかりと取り組まなければなりません。今後もコールセンターと緊密に連携して、社員やお客さまに満足いただけるようなサービスを提供していきたいと考えています。(住田氏)

アイグランは、「未来に貢献できる企業でありたい」を企業理念に掲げて事業を展開しています。保育事業もフィットネス事業も我が国の未来に貢献できる事業であり、社会に必要とされ続けるサービスを提供することが使命と考えております。そういう中でコールセンターは当社の最大の武器になってほしい、象徴になってほしいと思っています。そのために、体制を強化すべく専任メンバーの増員を検討しています。(重道氏)

AIGRAN

会社概要

会 社 名：株式会社アイグランホールディングス
創 業：1966年（昭和41年）
設 立：2013年（平成25年）
本社所在地：広島県広島市西区庚午1-7-24
代表取締役会長兼社長、グループCEO：重道 泰造
事業内容：保育事業（認可保育園・事業所内保育園）、フィットネス事業、児童発達支援事業
URL：https://aiguran-holdings.jp/
[ユーザ協会会員]

Webで読もう
ユーザ協会 C20081





株式会社トヨタレンタリース山形

山形県内16店舗でレンタカー事業を展開している株式会社トヨタレンタリース山形。観光やビジネスで車を利用するお客さまへの対応について、基本的な考え方や取り組みなどをうかがいました。



代表取締役社長
渡邊 清則氏

Q 貴社の概要と電話対応の体制について お聞かせください。

A 当社はカーリースとレンタカーを主な事業とする企業です。山形市内に本社を置き、山形空港や庄内空港、山形新幹線の主要駅などにある16の店舗でお客さまのニーズにお応えできる体制を整えています。また、法人のお客さまが中心となるカーリース事業では、リース導入が車両管理の事務工数低減や維持費の削減など経営の効率化につながり、そしてビジネスが成功するようにとご提案を進めております。(漆山氏)

レンタカーの予約はウェブでも受け付けていますが、今のところ電話のほうが多くなっています。お問い合わせの内容は、季節によってもさまざまですが、冬場は特に不慣れな土地での運転に不安を感じるお客さまが多いので、丁寧な対応が望まれる状況です。店舗のスタッフは、来店対応やバックヤード業務などを行いながら電話対応することになりますので、常に気持ちを切り替えて電話を取るよう心がけています。(大滝氏)

お客さまから、 来店するのが楽しみと思っただくために

Q 電話対応に関する考え方や取り組みについて 教えてください。

A 電話対応教育については、研修などさまざまな機会を設けて取り組んでいます。私たちが目指すのは、親切な対応であることです。正しい言葉づかいやスムーズな会話もちろん重要ですが、ともしれば事務

的な対応になりがちです。笑顔が伝わる対応を行うことで一人でも多くのお客さまに、来店するのが楽しみと思っただけになる。それこそが最高の対応ではないかと考えています。(渡邊氏)

新入社員を対象として、一般的な電話対応とレンタカー業務に関わる対応研修を行っています。さらに、電話対応の技能向上を目的として、レンタカー担当スタッフを対象に、社内での電話対応コンクールを実施しています。集合研修以外ではOJT研修にも力を入れています。新入社員はまず店舗に配属され、現場での業務を体験しながら学びます。例えば、業務と業務の間の空いた時間を使って、店頭対応や電話対応を先輩社員とロールプレイ形式で行うといったことです。こうした地道な積み重ねが効果を上げています。(漆山氏)

ユーザ協会の事業をフル活用し、 社員一人ひとりの成長を促す

Q 電話対応コンクール、企業電話対応コンテスト、 電話対応技能検定を活用した経緯と効果を 教えてください。

A 2008年に初めて企業電話対応コンテスト(以下、コンテスト)へ参加しました。その際、課題の一つとして電話の第一声についての指摘がありました。それまでは、「はい、お電話ありがとうございます。トヨタレンタリース山形〇〇店△△でございます」というように長い名乗りをするのが決まりでしたが、評価コ



電話対応のほか来店対応や
バックヤード業務までこなす店舗スタッフ

メントは「お客さまのニーズに合っておらず、言葉を表面的に発しているだけで感謝の気持ちが伝わらない」というものでした。そこで、名乗りをコンパクトにしつつ、感謝の



常務取締役
管理部長
レンタカー事業部長
庄司 俊晴氏



管理部総務人事グループ
グループ長
漆山 倫久氏



管理部総務人事グループ
係長
大滝 佳子氏

気持ちは伝えようと考え、取り組みました。すると、「名乗りが良くなった」「元気に気持ちのいい対応だった」といったように、お客さまからの評判も良くなりました。その後のコンテストのサービス部門での2回の最優秀賞受賞なども、こうした取り組みの結果と考えています。また、電話対応コンクールは2010年から取り組み、県内4つの地区から1~2名ぐらいずつ参加するようになり、4年目で初めて全国大会へ出場者を出すことができました。その後も2016年、2019年、2020年に全国大会へ出場しています。(漆山氏)

日常業務を行いながらの電話対応コンクールの練習は参加者にとって負担の多いものですが、徐々に周りのスタッフへアドバイスできるようになるなど、自分の電話対応技能の向上が自覚できるといった感想を多くの参加者から聞いています。また、周囲からの親身なアドバイスを受けて参加者のモチベーションが上がるといったように、社内全体で支え合う良い環境ができていていると感じています。(庄司氏)

当社では、対面の店頭対応の向上にも力を入れています。コロナ禍以降は休止となっていますが、トヨタ自動車の主催で毎年「トヨタレンタカー店頭対応コンクール」が実施されており、東北代表として全国大会に出場する社員も数名おります。電話対応コンクールもそうですが、こうしたイベントへの参加も重要な学びの機会であり、ほかの方の対応から学んだ社員一人ひとりの成長が、結果的には会社の役に立つものと捉えています。(渡邊氏)

電話対応技能検定(もしもし検定)については、2015年から取り組みを始めました。2017年11月に企業内導入実施機関の認定を受け、現在、延べで4級109名、3級59名、2級10名、1級3名、指導者級3名といった取得状況となっています。(漆山氏)

電話をとることが楽しいと感じる社員を増やしたい

Q 最後に、今後の取り組みや抱負についてお聞かせください。

A 電話対応は、店頭対応とは違った意味で難しい面があります。心配な気持ちを抱えて電話をかけてくる



集合研修やOJT研修でお客さまへの対応を学ぶ

方に対し、どう応えるか。対面も電話も同じですが、お客さまへの対応で心がけるべきは、不安を安心に変えることです。私がよく言っているのは、「お客さ

まの笑顔のために、まず自分が笑顔になろう」ということです。我々の仕事は車の販売ではなく移動の道具の提供ですので、お客さまの移動時間が安全で楽しく、快適なものとなるよう、入念に準備し気持ちよく送り出すことが大切です。時々「出発の際に声をかけられ、仕事に向かう励みになった」といったありがたい葉書をお客さまからいただくことがあります。そうしたサービスの在り方が私たちの目指すところであり、そのためにこれからも対応スキルの向上に励んでまいります。(渡邊氏)

電話対応コンクールの様子を目にする度に電話対応の重要性を感じます。電話対応への取り組みを通じて、企業文化・風土として築き上げてきたものがありますので、それをもっとお客さまに喜んでいただけるものにしていきたいと考えています。(庄司氏)

電話対応技能検定(もしもし検定)の社内事務局担当の立場で言いますと、この検定は奥が深く、マナーや電話対応教育のツールとして大変役立つものです。現在、指導者級が3名おりますが、将来的にはそれぞれの地区で常に指導できるよう指導者を増やしていければと思います。(漆山氏)

若いスタッフは特にですが、電話対応への苦手意識を持っている人が多いようです。指導する立場になっている私自身、社内研修や電話対応コンクールの参加をきっかけに苦手意識と向き合い、電話対応を前向きに捉えられるようになりました。ですから、電話をとることが楽しいと感じるスタッフが一人でも増えるよう、これからも電話対応教育に取り組んでいきます。(大滝氏)

トヨタレンタリース山形

会社概要

会 社 名：株式会社トヨタレンタリース山形
設 立：1967年(昭和42年)7月
所 在 地：山形県山形市鉄砲町3-1-33
代表取締役社長：渡邊 清則
事業内容：レンタカー事業、カーリース事業
事業所数：山形県内4ブロック 16店舗
URL：https://rent-toyota.co.jp/
[ユーザ協会会員]

Webで読もう
ユーザ協会 C20082





「言葉という財産を守る」

「日本語には正しい日本語、間違った日本語というものはない。それは変化しているだけなのだ。言葉については軽々に言い張るんじゃないぞ」。新人の頃に先輩に言われた一言が、ずっと気になっていました。それにしても、このところその変化が激しすぎませんか。今回は日本語の変化について考えます。



「万物は言葉によって成った」

「始めに言葉ありき。言葉は神とともにありき。言葉は神であった。万物は言葉によって成った」。新約聖書ヨハネの福音書第1章に出てくるこの一節をご存じの方は多いでしょう。私も、少年時代に通っていたキリスト教会の日曜学校で、この言葉を教えられた記憶があります。長じて再びこの言葉に出会った時には、政治も経済も、哲学も文学も、歴史も科学も宗教も、そして生きてゆく営みのすべてが、言葉なくしては生まれぬことに大いに納得したものでした。「言葉」は、人類の行動や状況を伝え、場や時に応じて、思考や意思、感情を表現する貴重な手段であり続けてきました。中でも日本語は、自然と一体化した、世界有数の豊かで繊細な言葉なのです。



言葉が人類の歴史を作った

ところがここに来て、コンピューターの急速な進歩が、言葉と人間と自然の關係に水を差し始めました。言葉の役目は、話す、聴く、書く、読むことにあります。もっと具体的に言えば、ただ話すのではなく、用件や行動、自然との関係や心情を、それを必要とする人に伝え、納得してもらう力です。20万年前に人類が言葉を身につけたころの言葉は、生きてゆく上で必要な、命にかかわるものだったはずです。その後の幾万年の葛藤や星霜を経て、言葉は世界の各地で、それぞれに進歩し続けました。話すだけでなく、考えをまとめたり、記録する文字も生み出

しました。それが多様な文化の発展につながってきたのです。



コンピューター社会と言葉の衰退

今コンピューターは、21世紀の歴史を激変させつつあります。通信技術一つをとっても、パソコン、スマホの普及が、政治、経済、暮らしやビジネスを大きく変えました。その便利さは、私たちに計り知れない恩恵をもたらしました。しかし、得たものの陰には支払ってきたさまざまな代償があります。その一つが「言葉」です。知らぬ間に「言葉」という巨額な代償を払っているのです。位置づけが変わったのです。その失いつつある言葉の変化に対して、私たちはあまりにも寛容すぎませんか。



「ビタビタに ちゃく 着ってやろう!」

この言葉、何を言っているか分かりますか？ 2年前、北京での冬季オリンピック大会。そこで大活躍した日本の少女が、インタビューに答えた言葉です。言いたいことは分からなくもありませんが、晴れの舞台上で話す言葉でしょうか。

この少女は、普段仲間内でしゃべっている言葉で答えただけです。責められることではないでしょう。問題は、彼女の周りには場をわきまえて話すという教育が全くなかったことです。若者たちの間にこうした日本語が蔓延していることに、大人社会はさしたる反応もしませんでした。その寛容さに、私は日本語の危機を感じるのです。



日本語が払った代償とは何？

日本語の変化を危惧する声は、昭和の末期から平成、令和にかけて上がり始めました。①は語尾伸び、語尾上げの話しぐせです。その症状は、若者だけではなく、言葉を生業とする作家や芸能人、教育者、知識人層にまで広がり収まりません。不自然なイントネーションや長音は言葉の意味まで変えてしまいます。②は貧しくなった語彙です。日本の成人の持つ語彙数は4～5万語と言われますが、使いこなせる語彙が、近年、急激に減少傾向にあります。生成AIの進歩で、辞書を引かなくても簡単にほしい言葉が手に入るからでしょう。③はアクセントの平板化です。話し言葉に情感がなくなりました。これも省エネの一つです。④は専門用語を含めて、日本のあらゆる出版物にカタカナ語が異常に増えていることです。外国語を多用することで権威づけを狙っているのでしょうか。⑤は省略語の多さです。口に乗やすい短さにして宣伝効果を狙っているのでしょう。令和はこういう時代です。電話という貴重なアナログの利器で、言葉という財産を一緒に守りましょう。

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 C10106



チャレンジ! もしもし検定の答え: (2)

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!

会員は参加無料!
オンライン講座開催!!

【オンライン】2024 サイバーセキュリティ対策講座を開催! 巧妙な手口で急増するさまざまなサイバー攻撃などを学び、 万全の対策を!!

近年、新型コロナウイルスの影響で、より世界的にデジタル化が進んだことで、サイバー攻撃の脅威はかつてないほど高まっています。また企業においては、ビジネスメール詐欺が急増しており、その手口も巧妙になっているため、多角的な視点でのサイバーセキュリティ対策が求められています。本講座では、さまざまな分野のプロフェッショナルから、対策のノウハウ、サイバー犯罪などの情勢、内部不正による情報漏えい対策、万一被害を受けてしまった場合の備えなどを学んでいただきます。

経営者・管理者の皆さまの参加はもちろん、社内研修の代行としてもご活用ください!

●カリキュラム (予定)

【第1部】サイバー空間をめぐる脅威の情勢、ビジネスメール詐欺などへの対策【50分】

講師: 警視庁 サイバーセキュリティ対策本部 担当官

内容: 2023年におけるサイバー空間ではどのような犯罪が多かったのか、事業継続のために求められるサイバーセキュリティ対策について解説します。

【第2部】自社セキュリティを見直そう! 「情報セキュリティ自社診断」の活用について【30分】

講師: 東日本電信電話株式会社 ビジネス開発本部 CXビジネス部 セキュリティサービス担当 岡安 翔太氏
内容: 情報セキュリティの強化には、自社のセキュリティ対策状況を可視化し、リスクを把握することが不可欠です。本講演では、最近のセキュリティインシデント事例を参考に、“今”必要なセキュリティ対策について解説します。

【第3部】Microsoft Office から Microsoft 365へ、サポート期限切れのリスクを解説!【50分】

講師: 日本マイクロソフト株式会社 チャンネルパートナー営業本部 パートナーディベロップメントマネージャー 加藤 聖也氏

内容: 2025年10月14日に Office 2016/2019のサポートが終了します。サポート期限が到来した Office を継続して利用することで、どのようなリスクがあるのかを解説します。

※: 本セミナーの録音・録画は禁止とさせていただきます。ご協力の程をお願いします。

●日時: 2024年6月20日(木)
13:30~16:00

定員 300名

受講料 ユーザ協会会員: 無料
一般: 5,500円(税込)

お申込み方法

6月18日(火)までに
右記QRコードまたは
以下申込みサイトから
お申込みください。

<https://coubic.com/jtua-kinki/4346028>

聴講方法

「Zoomウェビナー」にてライブ配信します。
URLなど詳細は、お申込み直後予約確認メールにてお申込みメールアドレス宛にご案内します。



■主催: 公益財団法人 日本電信電話ユーザ協会 ■共催: 東日本電信電話株式会社、西日本電信電話株式会社
【お問い合わせ先】公益財団法人 日本電信電話ユーザ協会 東京支部 TEL: 03-6275-0831 E-Mail: ut-tokyo@jtua.or.jp

社会人としてのビジネスコミュニケーションの基礎を学べる

「電話対応技能検定(もしもし検定)4級」にトライしませんか?

「電話対応技能検定(もしもし検定)4級」は、社会人としてのビジネスコミュニケーションの基礎知識を学習できる検定です。ビジネスにおける会話の仕方、敬語の使い方や、電話での対応方法に加えて、ビジネスメールやリモート会議、接遇やお客さま訪問時の対応などの基本的なビジネスマナーや個人情報の取り扱いなど、幅広い内容になっています。(詳しくは下のQRコードから)

検定料1,100円(税込)で受検することができ、試験時間も40分で完了。

社会人の方はもちろん、就職面接を控えた大学生や高校生などの方にも適した検定です。



もしもし検定4級おすすめポイント

- Point1** ビジネスにおける会話の仕方は、社内・社外だけでなく、電話と対面でも異なります。社会人の基本的なマナーや、立場・状況に応じたコミュニケーションスキルの知識を見直す機会になります。
- Point2** 4級で必要な知識やスキルを身につけることで、日々のコミュニケーションや、会議など人前での発言で気をつけるポイントを、意識できるようになります。
- Point3** 法人・個人に関わりなく、どなたでも受検が可能です。就職面接を控えた学生や転職活動中の方にもおすすめです。
- Point4** 公式問題集などで自学自習して試験を受けられます。試験は毎月実施していますので、思い立った時に、お気軽に受検していただけます。

【もしもし検定4級試験概要】

検定試験の方法	筆記検定試験
試験の内容	マークシート方式の筆記試験
出題の範囲	3級教育課程と同レベルとする。 ・教養ある社会人として欠かせない人格のマナー ・話し言葉・聴くこと・話すこと・気遣うこと ・敬語と言葉づかいの基本 ・発声・発音の基本 ・電話と対面コミュニケーションの違い ・さまざまなコミュニケーションツールと電話メディアの特徴 ・個人情報保護法(概要) ・電話対応の基礎 ・電話の受け方・かけ方、取り次ぎ、伝言
出題数	合計 20問

4級試験情報は、右記のQRコードよりご確認ください。



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の「各種お申込み」内の「メルマガ登録」ボタンから

