

企業電話対応コンテスト

ビジネスにおける「電話」の重要性を再認識！
電話対応品質やCSの向上、若手社員の「電話恐怖症」克服にぜひお役立てください。

参加企業大募集!

報告書や対応音源を品質改善の
グループディスカッションに
活用しています

日常対応の
客観的アドバイスは
CS向上に役立っています

参加企業の声

毎年の報告書を、
私たちの取り組みの「通知表」と捉えて
毎年参加しています

申込受付期間

2025年
5月1日（木）
～**7月20日**（日）

普段の電話対応が審査の対象です

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、その対応内容について、専門家が客観的に評価を行い、優秀企業を表彰します。

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、申込みされた企業に電話をかけます。



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。



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対応内容を準備し、それに基づき会話をします。



専門家が審査

録音した対応内容を、専門家が審査し、審査結果や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)



【参加料】 一般 **14,300円** (税込) 会員 **11,000円** (税込)
※いずれも、1審査あたりの参加料です

参加のお申込みは、企業電話対応コンテストページ内の「お申込みフォーム」から

詳細のご確認やお問合せもこちらから

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 2025 6
令和7年6月1日（毎月1日発行）第44巻6号（通巻603号）
〒101-0031 東京都千代田区東神田2-6-9 Daiwaフリースペース東神田 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 2025



特集 ICTで食品ロス削減を実現する フードシェアリングサービスに注目

株式会社コークッキング



SNS&ICT
活用事例 創業130年の老舗がSNSで挑む
若年層の顧客開拓と
ICT活用による業務改善
株式会社ヤマト屋



ICT COLUMN 健康経営のためにも取り入れたいスリープテック(第3回)
企業はどう活用すべき？
スリープテック導入のポイントと
成功事例



電話
対応で
CS向上 電話対応コンクールへの参加は、
社員一人ひとりの成長と会社のイメージ
アップにつながる
株式会社コーポレーション宮澤



新たな
コミュニケーション
の探求 事業の変化・成長スピードに合わせて
カスタマーサポートツールと
クラウド型PBXを導入
株式会社アイリスプラザ



連載

働き方の多様化で求められる労務管理
給与計算とは

お客さまから学ぶCS向上
電話対応で信頼を築き、CS向上を実現する

コミュニケーション力を鍛える
「失敗を力にする」

公益財団法人日本電信電話ユーザ協会

ICTで食品ロス削減を実現する フードシェアリングサービスに注目

株式会社コークッキング

食品の売れ残りの処理が環境に悪影響を及ぼし、経済損失を生む「食品ロス」の問題が深刻化しています。そこで近年、売り手側の飲食店や生産者と、買い手側の消費者をICTでつなぎ、廃棄される可能性の高かった食品をロスから救う、フードシェアリングサービスが注目されています。日本で初めて事業化に取り組んだ株式会社コークッキング代表の川越 一磨氏に、食品ロスの現在やサービスの可能性についてうかがいました。



代表者
川越 一磨氏

毎日10トントラックで 1,290台分の食品ロスが発生

食品ロスとは「まだ安全に食べられるのに、捨てられてしまう食べ物」を意味します。消費者庁消費者教育推進課は、2024年6月に、2022年度の日本の食品ロス推計量が472万トンだったと発表しました。この数字は国連世界食糧計画(WFP)による食糧支援量370万トン(2023年実績)の約1.3倍にのぼり、日本は毎日10トントラック約1,290台分の食品を廃棄している計算になるそうです。食品ロスはなぜ生まれるのか、川越氏は次のように語ります。

「食品業界特有の商慣行である『3分の1ルール』が、食品ロスの発生源の一つと考えられます。3分の1ルールとは、メーカーから卸売業者を通じて小売業者に納入できる期限を、製造日から賞味期限までの3分の1までとする業界ルールです。例えば賞味期限が

6カ月の商品の場合、卸売業者はスーパーなどの小売業者に2ヵ月以内に納品しなければなりません。2ヵ月を超えた在庫は卸売業者からメーカーに返品され、廃棄されてしまいます。また販売期間は、製造日から賞味期限の3分の2までと定められ、賞味期限まで3分の1を切った商品は店頭から撤去され、やはり廃棄されてしまうのです(図1参照)」(川越氏)

3分の1ルールは、食の安全性の担保に大きく貢献しています。店頭には常に賞味期限が十分に確保された商品が並び、消費者は安心して買い物を楽しめます。しかし同時に、賞味期限切れまでまだ日数が残っている商品も返品され、廃棄されているのです。

また、コロナ禍以降生活に定着したレストランのテイクアウトやコンビニのお弁当や惣菜、パンやケーキ屋さんなどの「中食小売り」では、商品の作り過ぎが食品ロスを生んでいると川越氏は指摘します。

「中食では、消費者の購買心理が食品ロスの発生に影響しています。店舗が食品ロスを出さないために適正量しか作らないと、閉店時間が近づくにつれ商品棚の品揃えはどうしても寂しくなります。しかし、常に豊富な品揃えを期待する消費者心理はその状況を許してくれません。一度品揃えの悪い店と認識した消費者に再来店を期待するのは難しく、小売店にとっては機会損失になってしまいます。そのため、どうしても商品を必要以上に用意し、その後廃棄する状況が生まれています。特に恵方巻きやクリスマスケーキ、バレンタインチョコなど、季節商品は多くの食品ロスが発生しています」(川越氏)

日本の食料自給率(カロリーベース)は約38%(農林水産省「食料需給表(令和5年)」)で、世界でも有数の食料輸入国でありながら、大量の食品ロスを生んでいる矛盾も気になるところです。

【図1：食品業界の3分の1ルール(賞味期限6ヵ月の場合)】



【図2：TABETEが創出する地域の食コミュニティ】



スマホのアプリを活用した 食品ロス削減ビジネス

近年「フードシェアリングサービス」と呼ばれる、ICTを活用した食品ロス削減を目指す取り組みが、世界的に注目されています。フードシェアリングサービスとは、売れ残りを避けたい飲食店など消費者を、スマホのアプリやECサイトでマッチングさせるサービスです。店舗は、食品ロスになりそうな商品の情報を発信し、情報を見て興味を持った消費者が購入を申込み、店舗へ引き取りに行きます。出品される商品は定価よりも割安な値段に設定されますが、店側は従来ゼロだったものを売上として計上でき、廃棄コストも削減できるなどのメリットがあり、消費者もお得な価格で購入できるメリットがあります。

フードシェアリングの活動は世界各地で広がっていますが、日本では同社が2018年に開始した「TABETE」が、日本初のサービスとなります。首都圏や大都市圏を中心に全国で展開しており、現在会員登録数が約113万人、登録店舗数は3,000店舗を超えています。「TABETE」の登録店は、持ち帰りを前提とした中食の店が中心で、地域に密着した店舗が多数派です。「TABETE」では、商品の売りに「レスキュー」という言葉を使用し、消費者・店舗双方の会員に、食品ロス問題を考える大切さを啓蒙しています。近所で助けを求めている店舗のレスキュー依頼(商品情報)をアプリで検索し、食べたい

メニューを見つけたら、「レスキューにむかう!」をタップし、クレジットカードで決済します。そのため店頭では店員にアプリの画面を見せるだけで、レスキューは簡単に完了します。また登録してあるお気に入りの店からは、出品と同時に「レスキュー依頼」が通知されるので、瞬時に情報取得が可能です。「開発当初はWeb版でサービスを展開しましたが、登録者数は伸びませんでした。Webだと、消費者はサイトを開き、レスキュー依頼の情報を自分から確認に行く手間が発生します。正直、中食情報を得るのにパソコンを一から立ち上げる消費者は少なく、行動パターンを見誤っていたのです。その後アプリ版とし、お気に入りの登録した店からリアルタイムにレスキュー依頼が飛んで来る、アプリならではの通知機能を実装したことで会員数は一気に増加し、これまでに約140万食のレスキューを実現しています」(川越氏)

地域の食品ロス削減に向けて 地方自治体との協働も増加

使い勝手の良さに加えて、中食中心のサービスならではの、地域に密着した展開も好評だと言います。

「商品は店頭で受け取るシステムですので、消費者も近所の方が多数を占めています。弊社アンケートによると、『TABETE』でその店を知った消費者の約6割が、通常来店客になっています。つまり『TABETE』を通じて、消費者は日常の食の選択肢が増え、店に

は常連客が増えるメリットが生まれています。フードシェアリングサービスが生む地域の食コミュニティの活性化が、食品ロスの削減に結びついていると考えています(図2参照)」(川越氏)

また、消費者庁の「食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針」には、「フードシェアリングの活用などによる売り切りの工夫を行う」と明記され、地方自治体からの協働オファーも増えているそうです。「TABETE」は、現在25の自治体と食品ロス削減に向けた連携協定を交わし、地域の飲食店でのサービス展開や、フードシェアリングの啓蒙活動などに取り組んでいます。

政府は2025年2月の消費者委員会で、「第2次食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針」案を提示しました。対2000年度比で、2030年度までに事業系食品ロス60%減を目標に据えています。官民一体で食品ロス削減に取り組む時代の到来を機に、フードシェアリングの活動に参加することを検討してはいかがでしょうか。



●会社概要
会社名：株式会社コークッキング
設立：2015年(平成27年)12月1日
本社所在地：東京都渋谷区本町2-33-2 3階 HANARE
代表者：川越一磨
事業内容：フードシェアリング(TABETE)事業、TABETEレスキューデリ事業、パターン・ランゲージ制作事業
URL：https://www.cocooking.co.jp/

関連記事もWebで!
「食品分野のICT」
ユーザ協会 味のデジタル化

創業130年の老舗がSNSで挑む 若年層の顧客開拓とICT活用による業務改善

株式会社ヤマト屋

創業130年を超える女性用バッグの老舗が展開する、SNSのユニークな活用法が注目を集めています。ファッションモデルを起用したInstagramの動画を起点に、ユーザー目線に立った製品情報を発信する、株式会社ヤマト屋の代表取締役社長・正田 誠氏に、SNSやICTの効果的な活用法と業務改善ノウハウについてうかがいました。

Web版ではより詳しい
内容をご覧ください
ユーザー協会 D20040



代表取締役社長
正田 誠氏

SNSで若年層開拓に挑むが 反応ほぼゼロの現実に直面

ミセス向けファッションバッグの製造販売を手がける株式会社ヤマト屋は、1892年(明治25年)に浅草の仲見世通りに和装小物小売業「大和屋」として産声を上げた、創業130年を超える老舗です。時代の洋装化に対応してバッグの製造販売を開始し、「軽い」「柔らかい」「丈夫」「日本製」を特徴とする同社のバッグは、長年にわたって多くのシニア女性の支持を得ています。

「ヤマト屋ブランドには『ヤマラー』と呼ばれる古くからのお客さまが多く、中には100歳を超えるファンの方もいらっしゃいます。顧客の平均年齢も70歳を超えており、若年層の顧客取り込みは、弊社の長年の課題となっていました」(正田氏)

2015年、同社は30歳代を意識した新製品を開発し、これまでの

支持層の孫まで含んだ三世代(祖母・母親・娘)をターゲットとした市場開拓に乗り出しました。しかし当時は製品をアピールする場がカタログ冊子などしかなく、新しいターゲット層にヤマト屋ブランドの魅力を届けるのは困難でした。そこで2019年にInstagramをスタートさせ、若い世代に製品の良さを効果的に訴求するSNS戦略に着手しました。しかし、現実には厳しかったと正田氏は振り返ります。

「Instagramを開始しましたが、消費者から期待したような反応を得ることができませんでした。ターゲット層の間で流行っているからとあえて挑戦してみようという安易な考え方で、どのようなコンテンツを制作して若年層を獲得するかといった基本的な戦略を立てずにスタートしてしまったのが、失敗の原因でした。当然コンテンツの内容も販売フェアの告知など、面白みに欠けた一方的な発信にとどまりました。スタート当初は、とにかく何か『情報を発信しなければならぬ』といった強迫観念にかられ、コンテンツの内容を吟味したり、クオリティを考慮する意識が足りなかったのです」(正田氏)

SNSで何をしたいのか 使う側の意識が重要

その後、同社はモデルプロダク

ションと契約し、Instagramの内容を一新しました。コンテンツの主役として30歳代のファッションモデル6人を起用したことで、ターゲット層が一目で分かるようになりました。バッグを手にした彼女たちが、使い勝手や魅力をユーザー目線で紹介する、ライブ感あふれるレポート動画が好評です(画像①参照)。また、定期的にプレゼント企画を実施し、正田氏が自ら出演するテレフォンショッピング風動画をアップするなど、顧客の興味を刺激するユニークなコンテンツ作りにも余念がありません。

「スマホによる撮影から編集作業、文字や音入れまで、コンテンツはすべてモデルである彼女たちの手作りです。完成した動画や画像はクラウドにアップされ、私が確認し問題がない場合は彼女



画像①/販売ターゲットと同世代のモデルを起用したInstagram



画像②/Instagramの投稿内容は、月1回のミーティングで決めていく

たちが投稿します」(正田氏)

同社はモデルプロダクションとの間で、画像の著作権が完全に同社に帰属する契約を交わしています。そのため、Instagramに投稿された画像は他媒体でも2次利用することが可能になっています。毎年2回製作される同社の製品カタログにもInstagramに掲載された多くの写真が使用されているほか、百貨店売り場のPOPや宣伝素材の多くも彼女たちの画像が使用されており、Instagramのコンテンツがあらゆる広報活動でも活かされています。これにより、写真撮影代などの経費削減につながるなど、Instagramを活用したマーケティング戦略の効果は、商品の認知度向上だけでなく多岐にわたっています。中でも最大の成果は、モデルたちから多くのビジネスが派生したことだと正田氏は語ります。

「彼女たちとは月1回ミーティングの機会を設け(画像②参照)、Instagramの構成案や、新製品企画の打ち合わせを行っています。ターゲット層である彼女たちの生の反応や提案は、この上なく貴重なマーケティングデータになります。近年は商品のカラーや素材選びも彼女たちに委ねることも多くなりました。また彼女たちのオリジナルブランドも登場し、今では約40アイテムが発売されてい

ます」(正田氏)

中小企業ならではの 業務改善をICTで実践

同社では、マンパワーや資金力が限られる中小企業こそ業務改善が重要と考え、ICTの活用にも積極的に取り組んでいます。

「弊社では、作業時間を5分の1に短縮することを目標に、ICTを活用した業務改善に取り組んでいます。2022年には、JANコードによる在庫管理や商品出荷を実現しました。出荷伝票の作成など、これまで手作業で1時間かかっていた業務が5分程度で終了するなど、さまざまな成果が生まれています。また、縫製工場との間でやり取りされる検品データも、すべてデータベース化しています。そのため、万が一不良品が発生した場合でも、いつ、どこで、誰が縫ったバッグで、どのような不良が発生したのかが瞬時に分かるようになりました。このデータは毎月関係部署で共有されています。近い将来にはICタグを製品に縫い込むなど、トレーサビリティ※に注力し、商品管理などに費やす時間のさらなる改善に取り組みたいと考えています」(正田氏)

また、同社は羽田空港内で直営店を経営していますが、店舗には7台のカメラが設置され、本社で店舗の様子を把握することが可

能です。そのため、問題が発見された場合は即刻本社から連絡することが可能になり、店舗スタッフの業務負担を軽減することができました。今では朝9時から夜9時までの営業時間で、2名体制の勤務が実現しています。

一方で、中小企業の業務改善には、ICTを上手に活用しつつ、人の手で行う部分も残すといった、身の丈に合った考え方が大切だと正田氏は語ります。

「弊社の製品検査は、今でもプロの職人が一個一個、ミシン目が正しく縫われているか、手作業で行っています。一見カメラを設置してAIに学習させれば、すぐにでも業務改善が実現しそうなプロセスに思えますが、バッグの縫い目など細かな部分を隅々まで確認する作業は、人間の眼の方がはるかに優秀です。そのため、デジタルとアナログの使い分けが重要だと考えています」(正田氏)

創業130年の老舗が実践する、最新のSNSやICTとアナログならではの良さをバランスよく使い分ける業務改善は、中小企業の良い参考事例になると言えそうです。

※ トレーサビリティ: 製品が生産から消費者に届く(もしくは破棄)までの一連の工程を記録し、追跡可能な状態にすること。



●会社概要
会社名: 株式会社ヤマト屋
創業: 1892年(明治25年)
本社所在地: 東京都台東区蔵前3-14-5
代表取締役社長: 正田 誠
事業内容: ファッションバッグ、ポケットパブルバッグ、和装バッグ、その他装飾品の製造販売
URL: <https://www.yamatoya-tokyo.co.jp/>

関連記事もWebで!
「生の声がファン増加につながる」
ユーザー協会 福しん



企業はどう活用すべき？ スリープテック導入のポイントと成功事例

近年、健康経営を推進し、従業員の健康管理を経営戦略の一環として重視する企業が増えています。特に、睡眠は心身の健康と業務のパフォーマンスに大きく影響を与える要素として注目されており、ITやAI技術を活用した「スリープテック」の導入が進んでいます。しかし、導入を検討する企業の中には、「自社に適した活用方法や導入方法が分からない」といった課題を抱えるケースも少なくありません。連載最終回の今回は、企業で働く人の睡眠の実態とスリープテックを導入する際のポイント、実際に企業が活用した成功事例をご紹介します。

働き世代の睡眠の現状

一般的に、成人の健康維持には1日7～9時間の睡眠が推奨されています。しかし、2023年7月に開催された厚生労働省「健康づくりのための睡眠指針の改訂に関する検討会」の資料によると、1日の平均睡眠時間が7時間未満の人は、男性が70.2%、女性が76.8%となっています。年代別に見ると、男性で特に多いのは40代で83.8%、女性は50代で87%となっており、非常に多くの人が推奨範囲に達していませんでした。

さらに、6時間未満で見ても男性は37.5%、女性は40.6%となっています。つまり、多くの人が十分な睡眠時間を確保できておらず、「睡眠で十分な休養が取れている」とは言い難い状況です。

当社が独自に実施した「企業で働く人の睡眠調査」(調査期間：2023年7月4日～2025年1月29日)によると、20代から60代の働き世代の平均睡眠時間は6時間27分であり、推奨される7時間以上の睡眠を確保できていない人が多いことが明らかになりました。さらに、80%以上が主観的に睡眠時間の不足を実感しています。

スリープテックを活用すべき企業とは

働き世代の睡眠の実態が深刻な状況にある中、スリープテックを活用して従業員の睡眠をどうケアすればよいのでしょうか。健康経営を推進するすべての企業において、スリープテックの活用が推奨されますが、特に「睡眠で十分な休養が取れていない従業員が多い」「ストレスチェックの高ストレス者への対策が急務」「メンタルヘルス不調による休職・離職が多い」といった課題を抱える企業では、優先的に睡眠改善に取り組むことをおすすめします。

従業員が十分な休養を取れているかどうかは、健康診断やストレスチェックの問診項目「睡眠で十分な休養が取れていますか?」の回答結果を分析することで、睡眠に問題を抱える従業員の割合を把握することができます。ストレスチェックは個人を特定した対策が難しいと考えられがちですが、会社への情報提供の同意を得ていれば、データを活用した対策が可能です。

近年の研究では、ストレスが不眠を引き起こし、さらに睡眠不足がストレスを増大させるという相互関係が明らかになっています。特に、ストレスチェックのB項目(心身のストレス)は睡眠の質と深く関係しており、スコアが悪い場合は注意が必要です。

従業員の睡眠を改善するための五つのステップ

ここからは、企業がスリープテックを活用して従業員の睡眠を改善するための五つのステップを紹介します。

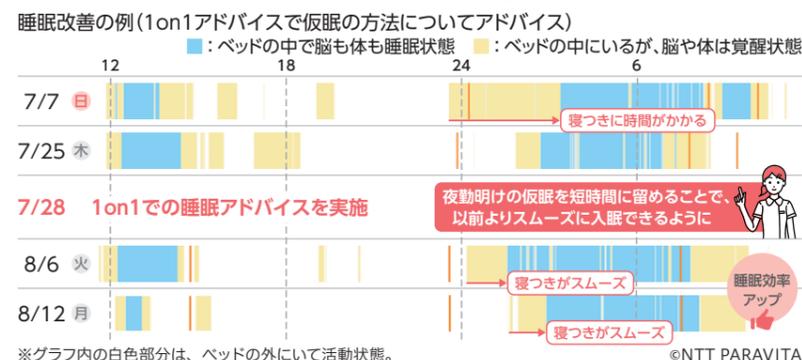
(1)睡眠の状態を確認する

まず、従業員が十分な睡眠を取れているかを把握することが重要です。健康診断やストレスチェックの問診項目「睡眠で十分な休養が取れていますか?」の回答結果を集計することで、従業員の睡眠の状態を確認できます。このほか、アテネ不眠尺度^{*}を使用すれば主観的な睡眠の満足度や日中の眠気 の程度を把握することも可能です。

(2)睡眠の知識を醸成する

従業員が正しい睡眠習慣を身につけるためには、知識を深めることが不可欠です。睡眠セミナーや社内研修による睡眠教育の実施、社内ポータルなどでのコラム発信など睡眠の知識を習得する機会を提供することも有効な手段と言えます。

【図：輪番勤務のある従業員の睡眠改善事例】



(3)睡眠計測を行う

スリープテックを活用して実際に睡眠データを計測することで、より具体的な改善策を打ち出すことが可能になります。睡眠計測したデータを基に、企業としてどのような改善策が必要かを検討し、次のステップにつなげることが重要です。

(4)事業場内の産業保健スタッフによるサポートを実施する

睡眠計測の結果を基に、企業の産業保健スタッフが個別にフォローを行うことで、より効果的な睡眠改善が可能になります。具体的には、産業医や保健師による個別アドバイスによって、生活習慣の見直しをサポートしたり、ストレスチェックの結果と照合し、高ストレス群に該当する従業員の場合は睡眠改善を検討するような方法が考えられます。

(5)外部サービスを利用する

社内から従業員のサポートを完結することが難しい場合は、外部サービスを活用することも有効です。睡眠は個人差があり、1日に必要な睡眠時間は年齢や性別によっても異なります。専門知識を持つ外部の機関に委託することで、睡眠に課題を持つ従業員の生活リズムに合わせた睡眠改善が期待できます。

スリープテックを活用した企業の睡眠改善事例

ここからは、スリープテックを実際に導入した事例を紹介します。日勤と夜勤を繰り返す輪番勤務を行うA社では、勤務形態の影響で睡眠時間が不規則になり、不眠や睡眠不足が原因で体調を崩す従業員が毎年数名発生していました。

人間の体には体内時計があり、昼に活動し、夜に眠る仕組みになっています。しかし、交代勤務ではこのリズムが崩れやすく、通常の勤務よりも疲労が蓄積し、回復にも時間がかかります。特に夜勤明けは、本来なら活動時間である日中の時間帯にあたる

ため、眠ろうとしても寝つけないことが少なくありません。そして、ようやく仮眠が取れたとしても時間帯が午後遅くになると、正常なサイクルである夜間の睡眠時間になっても眠気が生じず、スムーズな入眠が難しくなるという悪循環に陥ることもあります。

そこで同社はスリープテックを活用した睡眠改善プログラムに取り組んだ結果、参加者26名のうち

21名に改善が見られ、不眠症の可能性が高かった従業員18名のうち17名が改善するなど、大きな効果が得られました。上の図は、そのうちの一人の事例になります。この図は白が活動状態、青が睡眠状態、黄はベッドにいながら脳が寝ていない覚醒状態になります。

この従業員の7月7日は9時半に夜勤が終了し、11時頃から仮眠に入ったもののダラダラとベッドで過ごした覚醒時間(黄)が長かったため、夜も寝つきが悪くなり、結果的に睡眠効率の悪い一日を過ごすこととなりました。その後、同従業員は「仮眠時は遮光カーテンやアイマスクを利用し、明るさを調整する」「仮眠は2時間以内にとどめ、15時以降の居眠りや仮眠を避ける」などのアドバイスを受け、8月6日以降は睡眠効率が大幅に改善されました。同社では現在、多くの従業員がスムーズに入眠できるようになり、体調不良を理由に輪番勤務から離れる従業員がゼロになったという成果も得られています。

このようにスリープテックを活用し、自社の課題に適切な対策を講じることで、従業員の健康と活力ある職場づくりを実現することが可能になります。

^{*} アテネ不眠尺度：世界保健機関(WHO)が中心となって設立した「睡眠と健康に関する世界プロジェクト」が作成した世界共通の不眠症の判定方法。8つの質問に対する回答を最大24点で数値化し、不眠度を測定。企業などの複数のWebサイトで簡易的に自己判定が行えるページがあります。



ほらだ しずか
原田 静香氏

NTT PARAVITA株式会社 広報・プロモーション担当。睡眠改善インストラクター。ウェビナーやイベントの企画と運営、プレスリリース作成・メディアとのリレーション構築、各種コンテンツの作成など幅広い業務に従事し、睡眠の大切さを発信しています。





給与計算とは

給与計算は、従業員との信頼関係の基盤です。今回は、給与計算の基本的な仕組みや注意点、デジタル給与払いなどの最新動向、よくある誤解について解説します。

給与計算の基本

給与計算とは、従業員の労働の対価として支払う賃金を正確に算出する業務です。基本給に加えて、残業代、各種手当、控除などを正しく計算する必要があります。給与計算は毎月定期的に発生する業務であり、ミスがあれば従業員の信頼を損ない、場合によっては法的トラブルに発展する可能性があります。

給与計算には「支給対象期間」と「支払日」があります。○日締め、○日払い、というように表現されます。例えば末日締め・翌月25日払いであれば、4月1日から4月30日までの給与を、5月25日に支払うということになります。これは会社ごとに決まっています。

勤怠の締めと、給与の締めが異なる場合もあり、その場合、基本給と残業代などの対象期間が異なるということもありますので、注意が必要です。

給与計算の方法

給与計算はまず「支給額」を計算します。基本給や各種手当など、労働契約に基づいて、いくら支払うかを計算します。

具体的には、基本給など毎月支払うことが決まっている金額、それを基に残業代や深夜手当、休日手当などの契約外の賃金と必要な割増賃金を計算します。それから欠勤や遅刻などがあり、所定労働時間働かなかった分は控除します。

計算方法は、法律を最低限の決まりとして、会社ごとに決まっています。その決まりは就業規則や賃金規程など、雇用契約の内容に記載しておかなければなりません。開示してある方法で、自分の勤怠から自分の給与を計算できるようにしておくことが必要です。そうでなければ、会社の給与計算

が合っているか、チェックできませんよね。あまりチェックする人もいないように思いますが、「しない」と「できない」は大きく違います。

なお、計算方法が周知している内容と合っていないと、未払い賃金となるリスクがあります。賃金規程はしっかりと作成しましょう。

次に控除額です。控除は二種類に分けられます。法律で決められたもの(法定控除)と、会社独自のものです。法定控除は、社会保険の自己負担額と税金があります。社会保険は厚生年金・健康保険・介護保険・雇用保険、税金は源泉所得税と住民税。両方とも、本人が納めるべきものを会社が徴収し、代わりに納めています。

また、会社独自で定めた控除がある会社もあります。例えば社宅控除や、賄い代の控除などがある会社が多いと思います。また、社割で購入し、給与天引きで支払える会社などもありますね。このような法定以外の控除を行う場合は、労使協定が必要です。どのようなものを控除するのかをまとめて、労使協定を作成しておきましょう。

さて、これで支払額と控除額を計算しました。この差額が、いわゆる手取り額となります。この金額を本人に渡し、給与計算業務は完了となります。

賃金の支払い方法、原則は、手渡し?

労働基準法第24条では、賃金の支払い方を定めています。その中には、「本人に直接・通貨で」という原則があるのです。実は、振り込みのほうが例外なのです。しかし今、給与は振り込みが当たり前になっています。そして最近「デジタル払い(資金移動事業者口座への支払い)」も、例外として可能になりました。「資金移動事業者」とは、電子マネーやアプリを通じた送

金など、少額の送金が可能な銀行以外のサービスのこと。「○○ペイ」というようなサービス名がつけられていることが多いですね。

給与を受け取る資金移動事業者は、厚生労働省の認可を受けていることが条件となります。2025年4月現在、四つの事業者がその許可を受けています。まずこのサービスを使うこと、それから本人の同意、労使協定、また、送金上限などもありますので、導入する際には注意が必要です。

給与について

最近、「交通費が課税対象になる」かもしれないというニュースがありますが、社会保険料はもともと交通費も対象になっていたことをご存じでしょうか? また4、5、6月は残業をしないほうがいいと聞いたことはありませんか? この期間の平均で一年の社会保険料を計算するためこのように言われています。ただ、会社の締め支払いに注意してください。末締め・翌月払いの場合、4、5、6月に支払われる給与というのは、3、4、5月に働いた分になります。

このように、意外と知られていない細かいルールがたくさんあるのが給与計算です。労働基準法、各社会保険の法律、税金の法律が絡み合って給与金額は決定されています。

市川 恵氏
1980年東京都生まれ。日本大学芸術学部演劇学科卒業。役者となる夢破れ一般企業に入社し、採用業務に携わる。転職を重ねフリーターや派遣社員を経て、2010年社会保険労務士試験に独学で一発合格。2012年社労士事務所を開業。現在は約60社の労務顧問のほか、講演やセミナーを行っている。2019年から配信しているPodcast「人事労務の豆知識」は登録者2万人。2021年からは社労士向けのオンラインサロン「#社実研」を運営している。




電話対応で信頼を築き、CS向上を実現する

株式会社プロフェッショナルアカデミー

予期せぬチケット問題と初期対応

1998年6月、フランスで開催されたサッカーワールドカップにて、観戦チケットが手配できていないという事件が起きました。これは、当時私が勤めていた旅行会社にとっても予期せぬ事態でした。私のお客さまも新婚旅行としてサッカー観戦ツアーで渡仏する予定でしたが、残念ながらチケットは取れなくなったのです。当然お客さまから厳しいクレームをいただきました。私は電話でお詫びをし、その後すぐに直接お詫びに伺いたかったのですが、会ってくれませんでした。その日から毎日2回、お詫びと状況説明の電話をかけ続けることにしたのです。

毎日の電話で信頼を築く

最初は無愛想な対応が続きましたが「電話を通じてお客さまの心に寄り添い続けよう」と心に決め、諦めずに毎回丁寧に説明し状況をお伝えしました。2週間が経過したころにはお客さまの反応も少しずつ変わっていき、3週間後、ようやくお客さまと直接お会いすることができたのです。お会いした際「こんなにしつこく電話をかけてくる人はいないよ。でも、良い意味だね」とおっしゃっていただきました。この言葉をいただいた時、毎日かけて

いた電話が、お客さまとの信頼関係を修復してくれたのだと実感しました。顔の見えない声だけの対応でしたが、何かできることをしたいという思いがお客さまに届いたのだと安堵しました。

電話対応を通じて得られた感謝の言葉

最終的にチケットは入手できませんでしたが、お客さまから出国前に「親身に対応していただき本当にありがとうございました。フランスの新婚旅行を楽しんでいます」と連絡をいただきました。帰国後には「サッカー観戦ができないのなら、行かないほうがいいのではと思っていただけですが、フランスでいろいろな経験ができて楽しかった。本当に行ってよかったよ、ありがとう」と感謝の言葉をいただいたのです。

この経験を通じて、私は電話対応がいかに重要であるかを痛感しました。電話でのコミュニケーションは顔が見えないため、お客さまの表情や感情が直接分かりにくく、より一層、言葉選

阿蘇 裕恵氏
株式会社プロフェッショナルアカデミー 電話対応技能検定指導者級資格保持者。現在、これまでの経験を活かし、電話対応研修や新入社員研修など人材教育の講師として活動しています。

「今回の講師は、ActiveManagement株式会社の田中 映理子さんです。電話対応技能検定の指導でも活躍されています。何事にも丁寧に取り組み、凛とした立ち居振る舞いがとても素敵なお方です」



阿蘇 裕恵氏



問題

取引先で担当者1名と名刺交換を行いました。不適切なものはどれですか。次の中から一つ選びなさい。

1. 担当者が入室するまで着席していたが、立ち上がって名刺交換を行った。
2. 相手の名刺は、自分の胸の高さで受け取った。
3. 自分の名刺は、相手の名刺を受け取ってから差し出した。
4. 自分の名刺を渡す時に、相手とアイコンタクトを取り、会社名と名前を言った。

※3級問題より

もしもし検定
チャレンジ!
電話対応技能検定

このコーナーでは「電話対応技能検定」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。



電話対応コンクールへの参加は、社員一人ひとりの成長と会社のイメージアップにつながる

株式会社コーポレーション宮澤

株式会社コーポレーション宮澤は、群馬県沼田市で不動産の売買、賃貸を行う企業です。少数精鋭で、お客さまに寄り添った対応を目指す同社の取り組みについてお聞きしました。

Web版ではより詳しい内容をご覧いただけます

ユーザ協会 C20103



代表取締役社長
宮澤 孝幸氏



専務取締役
宮澤 美恵子氏



高橋 敦子氏



唐澤 ひろみ氏



石崎 由実氏

Q 事業概要についてお聞かせください。

A 当社は、土地・建物の売買・仲介から不動産の鑑定評価とコンサルティング、賃貸住宅・貸店舗・事務所駐車場の仲介と管理、住まいの新築・リフォームなどを行っています。電話対応はお客さまとの最初の接点となり、また、入居中のお客さまからのお問い合わせは良い関係を維持する面でも重要なので、スタッフは全員緊張感を持って対応しています。2月から4月ぐらいまでは人が活発に動く時期のため、問い合わせが多くなる傾向があり、最近ではメールでのお問い合わせも増えてきています。(宮澤社長)

敬語の使い方やビジネスマナーが課題に

Q 電話対応に関する考え方や課題について教えてください。

A “お客さまの満足と社員の成長”という点に重きを置き、電話対応に取り組んでいます。お話を傾聴し、常にお客さまに寄り添うことを大切にした対応が我が社の目指すところ。例えば、賃貸物件を探しに来た方に対しては、ご希望をよく聞き、自分が借りる立場になって考え、物件を紹介しています。

電話対応については、敬語を含めて正しい言葉づかいができるようになること、そして正しいビジネスマナーを身につけることが、以前からの課題でした。話し方の癖はどうしても出てしまうものですが、話し方

は人の印象の9割を占めるということ意識し、一つひとつの言葉を大事に捉えて少しでも向上できるように取り組みました。社員それぞれの持ち味を活かし、互いに刺激し合いながら、対応スキルの向上に取り組んでいます。(宮澤社長)

コンクール参加で対応を振り返り、次に活かす習慣が身につく

Q 電話対応コンクール(以下、コンクール)に取り組んだきっかけと経緯を教えてください。

A コンクールを意識したのは15、6年前のことです。電話の対応でお客さまに良い印象を与えるにはどうしたらよいかという課題があったので、群馬支部さんを介してプロの講師をお招きし、話し方の癖、トーン、敬語の正しい使い方などについてアドバイス



電話対応はお客さまとの最初の接点となるため、一つひとつの言葉を大切にしている



電話対応コンクール2024全国大会での競技の様子



2024年度のコンクール地区大会では、唐澤さん(中央)が優勝、高橋さん(右)が準優勝、石崎さん(左)が3位入賞という優秀な成績を収めた

をいただきました。電話対応診断も積極的に活用し、電話対応スキルの向上に関する意識が社内で高まったところで、地区大会へ参加しました。異なる業種の方の対応に触れることでさまざまな刺激を受け、多くの学びを得られたと感じています。(宮澤専務)

私がコンクールに初めて参加したのは12年前ですが、当初指摘されたのは、語尾伸びと繰り返し使ってしまうがちな言葉の癖についてでした。こうした癖は自身では気づけないため、指摘されてようやく意識するようになったことを覚えています。話す声の大きさや速度、伝えたいことをどう表現するかなどもそうですが、コンクールに挑戦することで、自分の伝え方を振り返って次に活かす習慣が身についたことが大きな収穫でした。最近ではZoomなどでの勉強会をほかの参加者の方と一緒に受ける機会が増えています。社内だけの参加の場合は対応が同じような方向になりがちですが、社外の対応を知ることで、「こんな受け止め方があるんだ」「こう返答すると確かにお客さまは安心するだろうな」といった気づきを得ることが出来ます。(高橋氏)

コンクールに参加して、私も電話対応に対する意識が変わりました。コンクールではさまざまな職種のスタッフを演じることになるわけですが、困っているお客さまに安心していただくため、“相手に寄り添う”姿勢を意識するようになりました。また、一つのことを伝えるために何通りもの言い回しがあり、どの表現を選んだかで相手の感じ方や捉え方が変わりますので、その場に応じた言葉づかいで丁寧に伝えるという考え方が身についたように思います。(唐澤氏)

私が常に意識しているのは、また電話したい、来社してみたいと思っただけの対応を目指すということです。その意識を高めるため、毎月1回、社員それぞれが「お客さまに満足していただけたか」「目標を達成することができたか」「成長ができたか」について自己評価を行い、それを基にミーティングで話し合い、共通理解を深めています。また、この点では自分が一番になれるという「社内ナンバーワン」を発表し、さらに、テレコム・フォーラム誌に掲載されている電話対応技能検定の問題を基にしたクイズに皆で答えることなどで知識を深めています。(石崎氏)

また、企業電話対応コンテストには3年続けて参加し



電話対応のミーティングでは自己評価を基に話し合い、共通理解を深める

ています。普段の対応を直接評価していただけるので、すぐに改善が図れる点が良いと感じています。参加するスタッフは通常業務もある中で大変だと思いますが、そういう時こそ成長できるということも平日頃の様子から実感しています。今後も、結果に関わらず努力のプロセス自体を大切にしていきたいと思っています。(宮澤専務)

一本一本の問い合わせに細心の注意を払う

Q 最後に、今後の目標について教えてください。

A お客さまの中には、ありがたいことにコンクールに参加するなど電話対応に力を入れている会社だということをご存知の方もいらっしゃると思います。ですから、一本一本の問い合わせに細心の注意を払ってお客さまに寄り添う気持ちを維持し、「さすがだね」「感じが良いね」と言っただけの対応を心がけています。(唐澤氏)

話し方にはその人の人柄と教養が滲み出るものです。コンクールに参加し経験を積むことで、何より社員一人ひとりの成長と、会社のイメージアップにつながります。通常業務と並行してコンクールの準備や練習を行うことは時間的・精神的・体力的にも負担となるものですが、そうした頑張りも評価しています。これからもこの取り組みを大切にしていきたいと思っています。(宮澤社長)

土地・建物



会社概要

会社名：株式会社コーポレーション宮澤
創業：1987年(昭和62年)2月
本社所在地：群馬県沼田市東原新町1542-16
代表取締役社長：宮澤 孝幸
事業内容：土地・建物の売買・仲介、不動産の鑑定評価とコンサルティングほか
従業員数：5名
URL：https://www.c-miyazawa.com/
(ユーザ協会会員)

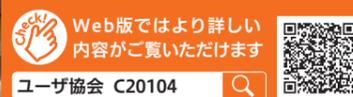
関連記事もWebで!
「お客さまに寄り添った対応を」
ユーザ協会 穴吹ハウジング



事業の変化・成長スピードに合わせて カスタマーサポートツールとクラウド型PBXを導入

株式会社アイリスプラザ

アイリスグループの一角として通信販売の業務を行うアイリスプラザ。“見える化”を進める上で課題となっていたコンタクトセンターの環境・設備に関する取り組みや導入効果についてうかがいました。



アフターサービス部
コンタクトセンター
センター長
吉田 修也氏

コンタクトセンターの様子

Q 御社の業務内容とコンタクトセンター部門の課題についてお聞かせください。

アイリスプラザは「いつもあなたのそばに」をコンセプトに、消費者の生活をより豊かにするパートナーを目指して事業を展開しています。現在、会員数は400万人に達し、アイリスオーヤマ商品を中心に家電や食品をはじめ、家具、ペット用品、日用品など30種のカテゴリの商品を約50,000点取り扱っています。アイリスオーヤマの公式通販サイトのほか、大手ECサイトに店舗しており、私たちコンタクトセンターでは商品購入前の相談や購入後の返品、お届け日の確認、その他サービスの相談といった問い合わせの対応を電話やメール、チャットで受け付けています。

これまでの対応業務における課題は多岐にわたりますが、事業の変化・成長スピードに対してコンタクト



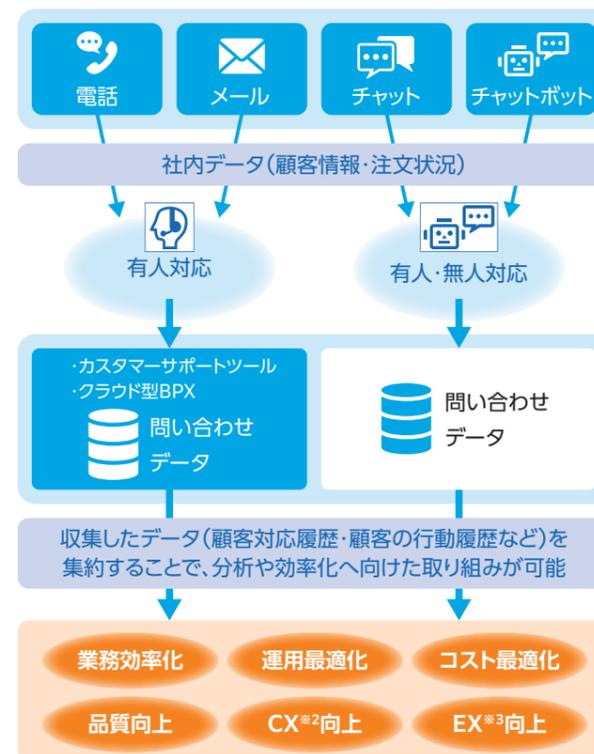
同コンタクトセンターではアフターサービスに関する問い合わせやご意見の受付が主で、商品サポートは別のコンタクトセンターが担当している

センターの環境・設備が追いついていないことが根本的な問題だったと考えています。数年前から、オペレーターの生産性などについての“見える化”ができていないという課題がありましたが、それでも当時の体制・人員で電話やメールでのお問い合わせに十分対応できていました。しかし、2020年のコロナ禍以降、状況が激変したのです。コロナ禍でマスクが不足する中、アイリスオーヤマが国内での生産をいち早く始めたというニュースが広まり、お問い合わせが急激に増加しました。当時は、お問い合わせいただいたうちの半数ほどしか対応できない時期もありました。コロナのピークを過ぎ、お問い合わせ数も落ち着きましたが、認知度の上昇とともにお問い合わせ内容も多岐にわたるようになりました。そうした期待に応えるためにも、人海戦術的な対応ではなく効率的な対応環境を構築し、改善につなげる必要があったのですが、そのころ使用していたシステムはオンプレミス型(情報システムを自社で管理する形態)であり、複数のツールを継ぎ足して活用している状態でしたので、すぐに手を打てる環境ではありませんでした。そこで、応答内容の分析と情報の可視化という着眼点を持ち、課題解決のための取り組みを始めました。

Q ツール・システム導入までの経緯をお聞かせください。

まず、電話やメールに関連して何を“見える化”できると良いのかそれぞれの課題を洗い出し、既存システムでほしいデータが取得できないかを試した上で、外部にも目を向けてシステム刷新を進めました。先ほども触れましたがデータ収集が定量的にできていない点が問題として挙がりました。電話については、特に、オンプレミス環境でIVR^{※1}を一部活用してはいたものの、IVRからオペレーターに接続するまでの待ち時間がブラックボックス化するなどで数値が十分に取れず、結果として改善につなげられない部分があったのです。メールに関しては、返信や解決までの処理件数な

【図：問い合わせ管理システムの構成イメージ】



問い合わせ管理やFAQの構築などが可能なカスタマーセンターのシステム。カスタマーサポートツールを基幹に、クラウド型PBXと連携して活用している

ど問い合わせに対して回答が完了しているかどうかの評価軸しかなく、また、対応のアンケートも取得自体が目的化され、データを活かした次へのアクションにつなげられていませんでした。こうした点を踏まえ、問い合わせ管理やFAQの構築などが可能なカスタマーサポートツールを基幹ツールとして、電話についてはクラウド型PBXの導入をそれぞれ決定し、1年半ほどで現場運用を開始しました(図参照)。

Q 導入後の効果はいかがでしょうか。

以前の電話対応システムではIVRの情報を基に適切なオペレーターへ配分する「スキルルーティング設定」ができない、一部の着信に関しては着信時に番号が表示されず、お客さまにヒアリングしてから対応を行うため通話時間が長くなり、ご迷惑をおかけするという問題がありましたが、システム刷新でそれらを解決できました。そして、見えなかった部分“見える化”できたことが何より大きな効果と考えています。電話については通話時間だけではなく、保留時間、待ち時間、後作業時間など、メールについてはお客さまへ返信するまでの時間や解決するまでの対応回数といった項目ごとに、予測分析やオペレーターの生産効率につながる指標について定量的な目標を設けることができ、CX向上、サービスレベルの向上に向けた取り組みができるようになりました。これはオペレーターの生産性向上にも役立っています。例えば平均処理時



公式通販サイトや複数の大手ECサイトで販売されるアイリスオーヤマの商品

間(AHT)を上げると、システム刷新前と後では、10～15%短縮しています。もともとオペレーターの実力値としてその素地があったものの、目標が示されたことで具体的なアクションにつなげやすくなったのだと思います。

Q 今後の展開について教えてください。

一例を挙げると、IVRに電話番号宛てに送受信できるメッセージサービスであるSMS^{※4}を連携させてメッセージ送信することを考えています。電話の内容によって送信するSMSの内容を変えたり自動音声で回答することで、オペレーターが対応できなかったお客さまにも対応できるようになります。また、メールでのAI活用も検討しています。お客さまのこれまでの問い合わせ傾向から回答例を事前に用意し返信することができます。チャットに関しては、すでに導入しているツールをカスタマーサポートツールとつなぎ、“見える化”を進めたいと考えています。これまでの課題の完遂を目指すとともに、AIなどを活用した業務の平準化と効率化、CXの向上に向けた取り組みを進めたいと考えています。

※1 IVR: Interactive Voice Responseの略。顧客からの入電の際、あらかじめ用意された音声による案内や顧客の入電理由に応じた番号入力で、コミュニケーションへ対応の振り分けを行うシステム。
 ※2 CX: Customer Experienceの略。商品やサービス購入前の段階から購入後のサポートまでの一連の期間に、お客さまが企業に対して持つ評価のこと。
 ※3 EX: Employee Experienceの略。従業員が働くことを通じて得られるすべての経験・体験のこと。
 ※4 SMS: Short Message Service(ショート・メッセージ・サービス)の略。電話番号宛てに送受信できるメッセージサービスのこと。



●会社概要
 会社名: 株式会社アイリスプラザ
 創業: 1991年(平成3年)3月
 所在地: 宮城県仙台市青葉区中央2丁目1-7 アイリス青葉ビル7F
 事業内容: インターネット通信販売業
 URL: <https://www.irisplaza.co.jp/>
 [ユーザ協会会員]





「失敗を力にする」

人間は失敗する生き物です。でも失敗でダメになると、失敗によって大きく存在感を示す人がいます。発明王トーマス・エジソンは、失敗をめぐる多くの箴言^{しんげん}を残しています。「私は失敗など一度たりともしたことはない。ただ、数多のうまくいかないやり方を見つけてきただけだ」。凡人には真似のできないことですが、今回はこの失敗について考えます。



「私、失敗しないので」

この言葉、どこかで聞いたことがあるな、と思われる方が多いでしょう。テレビ朝日系列で評判になったドラマ「ドクターX～外科医・大門未知子～」で、米倉 涼子さんが演じるフリーランスの外科医・大門 未知子が、手術前に必ず口にするかっこいいセリフです。そして、このドラマでは、どのような難しい手術でも、彼女は決して失敗しないのです。この決め台詞は、脚本家の中園ミホさんのオリジナルですが、偶然にも前出のエジソンの箴言にある言葉と一致するのです。そのスケールや舞台は全く違うにしても、このドラマがヒットした理由はこのひと言にあったような気がします。



失敗なのかミスなのか

自身を振り返れば、仕事でも日常の行動でも、数多くの失敗やミスをしてきました。この二つはどう違うのでしょうか。失敗とは、何らかの目的を持って挑戦したが、力不足などでうまくいかないこと、ミスは、不注意などでうっかりやってしまう失敗を言います。ものを取り違えたり、計算を間違えたり、約束を忘れてきたり、これらはみんな不注意によるミスです。加齢とともにこれが増えてきました。一方、失敗には常に大きな責任が伴います。目指している試験に失敗する、難しい交渉ごとに失敗する、ロケットの打ち上げに失敗する。これらの失敗は自分にも組

織にも、時には国家的にも深い傷を残します。そしてこの失敗というリスクがあるからこそ、成功に大きな価値と感動をもたらすのでしょう。



世界遺産に許されない失敗

話は変わりますが、平成5年に、法隆寺とその周辺の建築物とともに、日本で最初の世界遺産に登録されたのが国宝姫路城です。白鷺城とも呼ばれる白亜の名城の大修理が、平成21年から5年半の月日と24億の工費をかけて行われました。中でも白亜の城を蘇らせる7万5千枚の瓦の漆喰工事は、大変な難工事だったようです。足場の悪い城壁にとりついて、左官職人たちは国宝を守ることに命を懸けていました。その様子が、NHKの「プロジェクトX」で2月8日に放映されました。それは、絶対に失敗の許されない重い仕事だったのです。誰にも転嫁することもできない責任を、一人ひとりの左官職人が背負って、黙々と漆喰を塗っていきます。見ていて涙が出ました。

何を指すかの確かな目標と、自分がやるのだという責任感があれば、失敗はしないのだ。「プロジェクトX」を見ながら、失敗という言葉の意味を、改めて考えました。



先達が残した失敗に関する名言

企業家として、政治家として、科学者として、スポーツ選手として、大きな功績を残した先達たちは、次のような名言を残しています(以下、敬称略)。

「失敗とは、成功する前に止めること。成功するまで続ければ必ず成功する」(松下 幸之助)。「私の現在を成功と言うなら、私の過去はみんな失敗が土台づくりをしている」(本田 宗一郎)。「失敗したことがない人は、新しいことに挑戦したことがない人だ」(アインシュタイン)。「失敗とどうつき合うかが大切だ。失敗の原因を第三者に向けるのではなく、自分に何が足りなかったか問うべきだ」(イチロー)。「成功で私を判断しないで欲しい。失敗から何度這い上がったかで判断して欲しい」(ネルソン・マンデラ)。「人生は敗者復活戦だ」(2022年、甲子園で優勝した仙台育英高校野球部監督の須江航)。「かつて私は、選手たちに失敗しない方法を教えてきた。しかし今は、失敗してそこから学ぶ時代になった」(サッカーの日本代表監督として、ワールドカップを二度にわたって指導してきた岡田 武史)。

「AIは失敗しない」と言われます。であれば、人間は失敗から学ぶようではありませんか。

※箴言：「戒めの言葉」や「人生の教訓となる短い言葉」。



岡田 達昭氏

日本電気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。

バックナンバーを一気読み!
ユーザ協会 コミュニカ 鍛える



チャレンジ! 電話対応技能検定の答え:(3)
ホームページには、詳しい解説を掲載しています。[電話対応技能検定 過去問]で検索!

会員は参加無料!
オンライン講座開催!!

【オンライン開催】組織で働く皆さま必見!
2025サイバーセキュリティ対策講座【第2弾】を開催!

皆さんの職場が狙われています。今すぐ適切な対策を! 開催日時: 2025年6月19日(木) 13:30~16:00

●カリキュラム(予定)

【第1部】サイバー空間における脅威の情勢とランサムウェア攻撃から学ぶセキュリティ対策(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:警察庁が公表した最新の統計資料に基づき、サイバー犯罪の情勢について解説します。2024年に岡山県所在の医療センターがランサムウェア攻撃を受けた事案の調査報告書に基づき、脆弱性管理・パスワード設定・権限付与・社員教育実施など、組織が取るべきサイバー対策について解説します。

【第2部】基本から再確認!今日から直ぐにできるサイバーセキュリティ対策の基礎知識【第2弾】(50分)
講師:(公財)日本電気電話ユーザ協会 近畿事業推進部長 川畑 文雄
内容:2月の【第1弾】を振り返りつつ、会社と日常生活を守るサイバーセキュリティ対策の基本を再確認します。会社でできるサイバーセキュリティ対策の基本、日常生活も守る個人でできるセキュリティ対策の基本を具体的に解説します。セキュリティ対策の基本を再確認して、今日から実行できるようになりましょう。

【ユーザ協会からのお知らせ】今後のICTセミナーなど

※都合により、内容を変更する場合があります。

〈次回案内〉2025年10月と2026年2月を目途に本講座を開催します。内容は、日々巧妙化していくサイバー攻撃に対応するべく、その時々タイムリーな情報を提供させていただきます。ぜひシリーズで受講してください。(別途ご案内)

【お問い合わせ先】各支部のホームページをご確認ください。TEL:0120-20-6660(最寄りの支部につながります)

定員 300名(オンライン)
受講料 ユーザ協会会員:無料
一般(お一人様):5,500円(税込)
お申込み方法
6月17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/4832064
聴講方法
「Zoom」にてライブ配信いたします。
視聴URLなど詳細は、1週間前、1日前
のリマインドメールにてお申込みメールア
ドレス宛にご案内いたします。



IBT方式によりパソコンでも
受検可能になりました!

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4級」にトライしませんか?

「電話対応技能検定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。対象範囲は、敬語の使い方、電話の基本、基本的なビジネスマナーなど、幅広い内容となっています。検定料2,200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。



★この6月から始まる「IBT方式(インターネット方式)」により、
ご自宅や職場のパソコンでも、手軽に受検いただけるようになりました。

【電話対応技能検定4級おすすめポイント】		【出題の範囲】	
Point1	対象範囲が社会人としてのコミュニケーションの基礎全般のため、敬語やマナーなど広く学べます。	・教養ある社会人として欠かせないマナー ・話し言葉、聴くこと、話すこと、気づかうこと	
Point2	どなたでも受検いただけます。就職面接を控えた学生の方や、転職活動中の方にもおすすめです。	・敬語と言葉づかいの基本 ・さまざまなコミュニケーションツールの特徴	
Point3	公式問題集などで自学自習して試験を受けられます。IBT方式ならご自宅からお気軽に受検いただけます。	・電話対応の基本 ・個人情報の取り扱い など	

【電話対応技能検定4級試験概要】

出題数・検定時間など	四択20問・40分	
検定料	2,200円(税込)	
お申込み・お問い合わせ	https://www.jtua.or.jp/education/moshimoshi/quaternary/	
4級検定試験の方法	マークシート方式	IBT方式(インターネット方式)
検定実施日時	奇数月の第1水曜 13:30	偶数月の第1水曜日~第3水曜日 6:00~22:00



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

タイムリーにお届け
ICT関連情報
電話対応教育
イベント・セミナー
各種特典サービス

ご登録は「QRコード」または
ユーザ協会HPトップメニュー
の「各種お申込みから」



「ゆ〜協メルマガ」
隔週水曜日発行のメールマガジン

ICT・DX・情報セキュリティ・AIなどの最新情報や導入事例、電話対応教育に関する最新動向や活用事例、各種イベント・セミナーや会員特典情報などをタイムリーにお届けします。

ユーザ協会