

2026年度 第29回

企業電話対応コンテスト



申込受付期間

2026年

5/1^金

~7/20^月

参加企業 大募集!

参加企業の声 /

報告書を活用し、センター全体の課題や改善点を把握したうえで、改善活動に取り組んでいます。

各スタッフの電話対応のレベルアップのために参加しています。

自己満足にならないよう、外部からのご意見をいただく機会として参加しています。

お気軽にご参加が可能

普段の電話対応が審査の対象です

対応品質改善やCS向上に活用可能

審査結果の報告書をフィードバックします

- 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、申込みされた企業へ予告なしに電話をかけます。
- 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、審査結果や改善のアドバイスを報告書にしてフィードバック。優秀企業を表彰します。(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

詳細のご確認やお問合せ、ご参加のお申込フォームはこちらから

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/>



テレコム・フォーラム

4

April 2026



特集 若手従業員の定着率を高めるために必要な AI時代の人材育成方法

一般社団法人 渋谷区中小企業診断士会



DX推進活用事例 クラウド型の生産管理システムで業務効率化と技術継承を実現した多品種変量生産企業のDX戦略
日本電鍍工業株式会社



ICT COLUMN AIロボットの現状と将来性(第1回)
ロボット進化と汎用化のキー「ロボット基盤モデル」が注目を集める背景



指導者級資格保持者のための品質向上研究会レポート

電話対応での“感じのよさ”を丁寧さの原理から考える



2025年電話対応技能検定
検定実施機関表彰



連載

心理的安全性が高く、効果的な組織・チーム運営
心理的安全性の「よくある誤解」

お客さまから学ぶCS向上
あなたと話せて良かったと思える対応を

コミュニケーション力を鍛える
「選ぶ責任」

<巻末> 2026年度電話対応コンクール問題



若手従業員の定着率を高めるために必要なAI時代の人材育成方法

一般社団法人 渋谷区中小企業診断士会

近年、若手従業員や新規採用者の定着率の低迷が、多くの中小企業にとって大きな課題となっています。定着率向上や人材不足への対応を目的に、人材育成に力を入れる企業も増えていますが、「時間がない」「育成のノウハウがない」といった理由から、十分な成果を上げられていないケースも少なくありません。そこで今回は、DXを通じて中小企業の経営を支援する渋谷区中小企業診断士会の村松 真氏に、企業における人材育成の現状や、生成AIを活用した新人教育のポイントについて話をうかがいました。



中小企業診断士
村松 真氏

高止まりする若手の離職率と中小企業の人材育成の課題

厚生労働省が公表した「新規学卒就職者の離職状況」(2021年3月学卒者対象)によると、就職後3年以内の離職率は新規高卒就職者で34.9%、新規高卒就職者で38.4%にのぼります。規模が小さい事業者ほど離職率は高い傾向にあり、例えば従業員29人以下の事業所では、大卒・高卒ともに離職率が50%を大きく上回っています。

こうした状況から、採用後の人材育成への取り組みは不可欠となっています。しかし、多くの中小企業ではさまざまな課題を抱え、新人教育や人材育成を十分に実施できていないのが現実です。この点について、村松氏は次のように分析します。

「2025年版中小企業白書では、人材育成に関する課題として『育成に充てる時間的余裕がない』

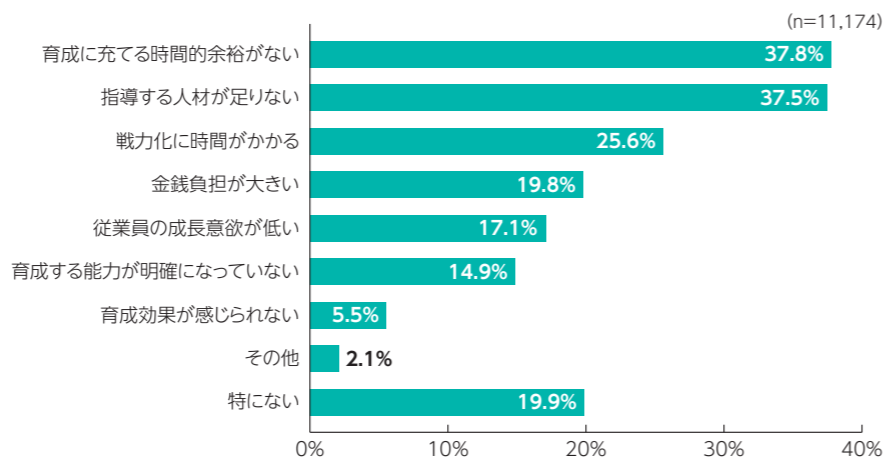
『指導する人材が足りない』と回答した企業の割合が、いずれも4割近くに達しています(図1参照)。人材育成の重要性は理解しているものの、日常業務に追われ、育成に十分なリソースを割けないという中小企業ならではの厳しい実情が浮き彫りになったデータだと言えるでしょう」(村松氏)

こうしたデータを踏まえ、村松氏は中小企業における人材育成の現状を次のように説明します。

「中小企業の人材育成はOJT中心で行われるケースが多く、教える側は自分が育ってきた時の感覚のまま指導しがちです。しかし、新人がそれを受け入れられず、

両者の間にギャップが生まれている場面をよく見かけます。そもそも仕事の内容や進め方自体が昔とは大きく変わり、お客さまの意識も変化しています。本来は仕事のあり方そのものを見直す必要があるのですが、それを保留にしたまま新人教育を行うという状況が人材育成にも悪影響を及ぼしているのです。例えば製造業では、属人化した技術が現在の市場ニーズに合わなくなっているにもかかわらず、十分な見直しはなされないまま技術継承が行われ、結果として若手従業員がやりがいを見いだせず、離職してしまうケースも少なくありません」(村松氏)

【図1：人材育成の問題点】



出典：2025年版「中小企業白書」(中小企業庁/株式会社帝国データバンク「令和6年度中小企業の経営課題と事業活動に関する調査」)

(注)1：複数回答のため、合計は必ずしも100%にならない
2：5年前と比べた人材育成の取り組みについて「変わらない」「やや減らした」「大いに減らした」と回答した事業者について集計したもの
3：人材育成の問題点について「従業員はいない」と回答した事業者を除く

人材育成に効果的な三つの活用方法

人材育成の課題を解決するためには、時代の変化、価値観の変化に合わせて育成方法も変える必要があります。近年はその一助として、生成AI及びそれをベースにしたツール(以下、生成AI)を活用する企業が増えていきます。人材育成の一部をAIに代替させれば、育成担当人材の不足も解消できますが、より有効に活用するため、村松氏は次の三つの活用方法(図2参照)について解説します。

「まず『教育コンテンツ』の作成に生成AIは向いています。例えば、ベテランのノウハウをコンテンツ化すれば、マンツーマン教育だけでは難しいベテランの知見を若手に継承するための環境を整えることができます。具体的には、ベテランに業務の手順や注意点などをインタビューし、そのデータを生成AIに取り込み要点をまとめさせます。それを人がチェックして図版や写真などを追加すれば、ベテランの暗黙知が可視化された、理解しやすいマニュアルが短時間で完成します。この方法なら、『育成に充てる時間的余裕がない』『指導する人材が足りない』といった悩みが解消できます」(村松氏)

二つ目として「よくある質問集(FAQ)」の作成支援への活用が効果的です。ただでさえ忙しすぎる先輩に、いちいち教えを請いにくいのが若手の正直な思いです。価値観のギャップも二の足を踏ませる要因です。そこで、社内のあらゆる情報をまとめて生成AIに取り込み、FAQ化(AI-FAQ)させれば、属人化した理解しづらい業務でも現場で役立つ教材になり得ます。また、誰もがいつでもどこでもAI-FAQにアクセス可能な環境が整うため、若手従業員の自律的な学習促進に結びつくと、村松

【図2：人材育成に生成AIを有効に活用できる三つの活用方法】

活用シーン	効果
教育コンテンツの作成	ベテランの暗黙知を可視化し、理解しやすいマニュアルを作成
FAQの作成	先輩に逐一聞くことなく、自律的に学ぶことができる
メンター(相談役)としての活用	複数のエージェント(仮想の先輩従業員)を作成して活用すれば、多角的な視点からアドバイスが受けられる

氏は説明します。

「最近では、『メンター(相談役)』としての役割を生成AIに期待する企業も増えていきます。例えば、生成AIを活用し、新人の相談役として専門分野や性格の異なる複数のエージェント(仮想の先輩従業員)を作成すると、新人が作成した企画に対して、あるエージェントは財務的な視点から評価し、ほかのエージェントはマーケティングの視点から評価するといったことが行えます。これにより、多角的な視点からアドバイスが受けられ、それをブラッシュアップすることが可能になります。このようなAIモデルを社内研修のワークショップで利用すると効果的だと思います」(村松氏)

三つの活用方法をさらに活かす運用方法

最近では、新人研修などに生成AIを導入し、実際に成果を上げている企業も増えていきます。前述した三つの活用方法について、より効果的に運用している事例を、村松氏は次のように紹介します。

「教育コンテンツを作成する際に課題となりやすいのが、社内制度や社会的ルールの変更です。変更があるたびに作り直す必要が生じ、『更新が追いつかない』『古い内容の教材がそのまま使われてしまう』といった問題が起こりがちです。しかし、生成AIによる作成手順を定めておけば、変更点を生成AIが即座に修正・更新し、教材を常に最新の状態に保つことができます。担当者が作り直しに追われ

ることもなくなり、作成工数が半分に削減された事例もあります。特に、セキュリティ教育や社会人基礎研修など、更新頻度の高い教材づくりに有効です」(村松氏)

自己学習を促すAI-FAQの活用については、明確なルールづくりが重要だと指摘します。

「先輩が忙しく丁寧に対応できなかったことで、新人が業務につまずくというケースはよく見られます。そうならないためには、新人はまずAI-FAQで確認するということを習慣化させて、それでも分からない点だけを先輩や当該部署に確認するという流れをルール化することが重要です。ルール化した結果、新人が自走しやすくなり、先輩も負担が減ることが多いため、社内FAQを構築した会社の中では、このルールを設けるのが一般的になってきています」(村松氏)

メンターとしての活用では、カウンセラー的な使い方でも効果を上げているケースもあると言います。

「生成AIが仕事や将来に関する悩みに応じる仕組みを導入し、『今日の〇〇部の判断に納得がいかない』『先輩の言動はパワハラではないか』といった相談に対応する事例があります。中でも上手く運用している事例では、一方的に答えを示すのではなく、『なぜそう感じたのか』『どのような言動があったのか』と対話を重ねることで、相談者の気持ちに寄り添った助言を行うAIメンターを構築しているケースがあります」(村松氏)

生成AI活用の成果を生む 三つのステップ

では、生成AIを導入して期待する成果を得るには、何から始めればよいのでしょうか。村松氏は、三つのステップ(図3参照)を踏むことで、より確かな成果が見込めると解説します。

「第1のステップは、従業員全員が『生成AIの扱いに慣れること』です。生成AIを導入したからといって、すぐに従業員の能力や生産性が向上するわけではありません。会社が利用ガイドラインや責任の所在を明確にし、その枠組みの中で自由に使える環境を整えることが重要です。生成AIの活用は、習うより慣れることが大切なのです」(村松氏)

特に、生成AIに文章で質問や指示を出す「プロンプト」の書き方については、意識づけが欠かせないと言います。

「生成AIと人間の思考プロセスは意外と似ています。期待する回答を得るには、AIが意図を理解できるだけの具体的な情報を与える必要があります。あいまいな質問では、人間と同じように、AIも的外れな答えを返してしまいます。よりの確かな回答を得るには、条件や前提となる情報を丁寧に入力することが重要です。さらに、社内で良い結果が得られたプロンプトをひな形として共有すれば、活用レベルの底上げにつながります」(村松氏)

生成AIの扱いに慣れてくると、次第に使いこなして個人差が表れてきます。

「第2のステップは、上手に活用できている従業員のスキルアップです。そうした人材に外部研修などの機会を与えると、モチベーションが高まり、生成AIを使って仕事の進め方を変え、小さな成果を生み出し始めます。その成果にインセンティブを与えることで、社内に生成AI活用の機運が

一気に広がります」(村松氏)

こうして個々の従業員が生成AIに習熟し、その有用性が社内で認識されると、会社の明確な意思決定のもとで組織的に業務へ活用する第3のステップへと進みます。「人材育成時間が半分になった」「技術継承の精度が向上した」といった具体的な改善は、この段階でこそ得られる成果です。このレベルに達して初めて、生成AIは本来の力を発揮すると、村松氏は語ります。

生成AI活用のリスクと対策

このように、生成AIは新人教育や人材育成に有効に活用できますが、同時にセキュリティ対策への配慮も欠かせません。

「生成AIが出した内容を、最初から正しいと信じ込むのは危険です。生成AIが虚偽の情報を、あたかも事実であるかのように提示する『ハルシネーション』と呼ばれる現象には注意が必要です。生成AIの回答は主にインターネット上の情報をもとに生成されますが、十分な情報が見つからない場合でも、それらしい答えを返す傾向があります。そのため、特に新人が生成AIを活用する際には、ベテラン従業員や担当者が内容を確認する仕組みを整えることが重要です。最初から完璧な成果を求めるのではなく、『AIが作成したものを人が確認・修正する』という意識を徹底する必要があります。また、有名キャラクターなどを無断で使用してしまうなど、著作権侵害のリスクにも注意が必要です」(村松氏)

さらに、無料のAIツールなどを個人アカウントで利用し、会社の機密情報を入力してしまう「シャドーAI」の問題も深刻です。中小企業では一般的な生成AIサービスを利用するケースが多いと考えられますが、利用条件によっては入力した情報がAIの学習データとして利用される場合があります。その結果、社内の機密情報が別

【図3:生成AI活用の三つのステップ】



の出力に反映されてしまう危険性も否定できません。こうしたリスクを防ぐためには、「生成AIに入力してよい情報」と「入力してはいけない情報」を明確にした利用マニュアルの整備が不可欠です。

生成AIは今後も進化を続け、業務を行いながら学習を支援するリアルタイム型の育成ツールなど、より高度な活用法が登場する可能性があります。新規採用者や若手従業員の定着を図る上でも、生成AIを適切に取り入れた人材育成は、今後欠かせない取り組みになっていくでしょう。



一般社団法人
渋谷区中小企業診断士会

●組織概要

法人名：一般社団法人
渋谷区中小企業診断士会
設立：2016年(平成28年)4月1日
代表理事：瀬尾千鶴子
事業内容：経営全般の相談、専門家派遣等の対応、各種セミナーの開催、補助金申請の支援など、渋谷区を中心として事業を営む経営者サポートサービスを展開

URL: <https://shibuya-smeca.com/>

関連記事もWebで!
「人材育成と技術継承」
ユーザ協会 ベテランからの技術継承

心理的安全性が高く、効果的な組織・チーム運営 《第2回》

心理的安全性の「よくある誤解」

「心理的安全性」が注目される一方で、「仲良し職場」「ヌルい職場」「部下に何も言えなくなる」といった誤解も広がっています。本稿では、よくある誤解を解きほぐし、心理的安全性の本質である「成果に向かって建設的に意見を言い合える環境」の正しい理解を目指します。



ヌルい職場という「誤解」

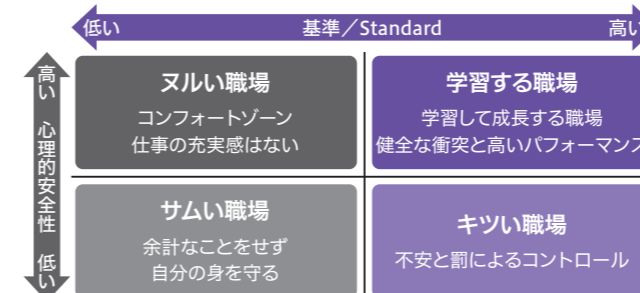
連載第1回では「地位や経験に関わらず、誰もが率直に意見を言い合える」という心理的安全性の定義を解説するとともに、その構成要素である「話助挑新=話しやすさ・助け合い・挑戦・新奇歓迎」について述べました。

連載第2回となる今回は、その「心理的安全性」の誤解についてお伝えします。よくある誤解は「心理的安全な職場にするには、部下に優しくすることだ」「部下の意見は、心理的安全性確保のためにも何でも受け入れなければならない」という誤解です。しかし、定義で示した通り「成果に向けて、互いにしっかりと話ができる」ことが心理的安全性であって、ヌルい職場というのは誤解にすぎません。

仕事の「基準」と「心理的安全性」の関係

「誤解」をひもとくためにも、図のような「心理的安全性」の高低を縦軸に、仕事の「基準」の高低を横軸にとった表を考えてみます。仕事の基準とは、品質やクオリティを上げようという姿勢や、納期をしっかりと守ろうとする姿勢、いわば妥協点が高く、ハイスタンダードな仕事を目指す職場だと考えてください。

【図：心理的安全性と職場の関係】



出典: Edmondson, A. C. (2018). The fearless organization: Creating psychological safety in the workplace for learning, innovation, and growth. John Wiley & Sons. より筆者が一部改変

そうすると、私たちの職場は、それぞれ次の4つの職場(図の左下から時計回り)へと分類できます。

- サムい職場(低基準×低安全性): 余計なことをせず自分の身を守る
- ヌルい職場(低基準×高安全性): コンフォートゾーン、充実感なし
- 学習する職場(高基準×高安全性): 健全な衝突と高いパフォーマンス
- キツイ職場(高基準×低安全性): 不安と罰によるコントロール

ここで、図左上の「ヌルい職場」を見てみましょう。ヌルい職場というのは、心理的安全性は高いけれども仕事の基準は低い職場のことです。この職場が「ヌルい」のは、心理的安全性が悪さをしているわけではありません。ヌルい職場から、心理的安全性を下げていくと、左下=サムい職場、より悪い職場になるだけです。

ヌルい職場の原因は、心理的安全性ではなく、低い仕事の基準にあります。今現在ヌルい職場なのだとしたら、やるべきことは、心理的安全性の高さを維持したまま、しっかりと仕事

の基準を上げることです。

しかし、一見、仕事の基準を上げると、心理的安全性は低下してしまいそうにも感じます。どのように考えたらよいのでしょうか?

心理的安全性と仕事の基準の「相乗効果」

筆者が経営する株式会社ZENTechで日本国内の3,000チームを対象にデータを分析し、発見した事実があります。それは「心理的安全性」と「仕事の基準」は大きく相関するという事です。心理的安全性が高いチームは仕事の基準が高いことが多い、仕事の基準が高いチームは心理的安全性が高いことも多いということです。

なぜでしょうか? それは「高い仕事の基準」が共有されている組織・チームのほうが、その目標を達成するために「であれば、もっとこうしませんか?」「この懸念は、先に対処すべきだと思います」と、意見が言いやすくなるからです。逆に心理的安全性が確保された状況であれば、不十分な成果や仕事に対して「もっと、ここまでやってほしい」と相手に対し、チームで保つべき高い基準を率直に伝えることもできます。

このように、心理的安全性と仕事の基準は相乗効果があるものです。別の言い方をすれば心理的安全性と仕事の基準を、螺旋階段のように登っていくと、それらが両立した「学習する職場」が作りやすいのです。

学習する職場を実現する本当の心理的安全性とは

ここまで心理的安全性とは、上司からもメンバーからも建設的に意見を言い合える状態だということを見てきました。「上司が高圧的に話し、部下が忖度する」でも「上司が言いづらく部下が好き放題」でも、どちらも心理的安全性が欠如しているということです。

それでは、心理的安全性と仕事の基準を両立した「学習する職場」とは、どのような職場なのでしょう? 学習する職場の特徴は「健全な衝突」です。成果に向けて仕事を前に進めるために、必要があれば、立場や状況に関わらず意見が言える職場です。

心理的安全性は「甘さ・優しさ・してあげること」ではなく、成果に向かうための「土台」です。異論を一つ言ってみるところから、異論を一つ受けとめてみるところから、心理的安全性づくりを始めてみてはいかがでしょうか。

石井 遼介氏

株式会社ZENTech 代表取締役。一般社団法人日本認知科学研究所 理事。武蔵野大学 しあわせ研究所 研究員。東京大学工学部卒。シンガポール国立大学 経営学修士(MBA)。神戸市出身。研究者、データサイエンティスト、プロジェクトマネジャー。組織・チーム・個人のパフォーマンスを研究し、アカデミアの知見とビジネス現場の橋渡しを行う。心理的安全性の計測尺度・組織診断サーベイを開発するとともに、ビジネス領域、スポーツ領域で成果の出るチーム構築を推進。



バックナンバーを一気読み!
ユーザ協会 心理的安全性



クラウド型の生産管理システムで業務効率化と 技術継承を実現した多品種変量生産企業のDX戦略

日本電鍍工業株式会社

多くの品目を扱いながら、需要や受注状況に応じて品目ごとの生産量が大きく変動する多品種変量生産型のものづくり企業は、生産管理が煩雑になるため、業務効率の低下を招きやすいという課題を抱えています。そんな課題を解決するクラウド型の生産管理システムを開発し、業務効率化だけでなく技術継承も成し遂げた日本電鍍工業株式会社の代表取締役・伊藤 麻美氏に、同社のDX戦略や成功ポイントについてうかがいました。

代表取締役
伊藤 麻美氏

属人化と 世代交代の壁に直面

日本電鍍工業株式会社は1958年の創業以来、めっき加工会社として日本のものづくり産業の一翼を担ってきました。しかし、かつての同社は昔ながらの職人気質が色濃く残っていて、アメリカ留学を終えて2000年に代表取締役に就いた伊藤 麻美氏は、あまりに前時代的な状況に戸惑いを覚えたと回顧します。

「当時、売上の9割を占めていた時計の受注が不調だったことや、経営者の放漫経営の結果、私が代表に就任する前年には、負債10億円を抱える危機的な状況に瀕していました」(伊藤氏)

同社の業務は伊藤氏が代表就任以降、時計依存から脱却し「多品種変量生産」へと移行しました。一点ものから始まり、年間数万点に及ぶめっき作業を、主に手作業で対応しています。そのため社内

で共有すべき情報は増えたものの、管理体制が昔ながらの体制のまま、さらに職人個人の技量や感覚に依存する工程が多く、「今日はAさんが休みだから、この作業は明日」「Bさんがいないと、この製品は出荷できない」といった、典型的な属人化現象が現場の当たり前の風景となっていました。

「忙殺されているベテランを見かねて、若手への業務移譲を提案するのですが、自分で抱え込もうとする姿勢を崩しません。理由を聞くと、『忙しすぎて技術を教えている暇などない』と言うのです。団塊世代の従業員がいつまでも現場に立てるのであれば問題はないのですが、引退までに残された時間は多くありません。また、世代間の価値観の隔たりが大きく、十分なコミュニケーションも取れていませんでした。このままでは20代、30代の若手に当社の技術が継承されず、経営が立ち行かなくなるのは明白でした」(伊藤氏)

妥協の運用から 本当に使えるシステムへ

こうした状況下、伊藤氏は2008年にオフィスコンピューター、2012年に汎用型の生産管理システムを導入し、業務の効率化と情報の共有化に取り組みしました。しかし、期待したほどの成果

は得られなかったと言います。

「多品種変量生産に対応するには、汎用型システムの汎用的な仕様は適しておらず、妥協を重ねながらの運用が続きました。例えば、入荷情報を入力すると伝票が出力されますが、項目や字数に制限があり、手書きの追記が必要で、内容や数値の記入ミスもよく起こりました。さらに、時代とともに工程はより複雑化し、新しい技術の登場により営業品目も多様化しましたが、システムを対応させるには、莫大な予算と時間が必要なため、踏み出せませんでした」(伊藤氏)

転機となったのは、2016年でした。ある事務機会社の当時の社長との出会いをきっかけに、生産管理システム改革に向けた提案を受け、クラウド型の生産管理システム「TKiS」の新規開発と、従来会計業務で利用していた業務ソフトを併用する新たなシステムの構築に着手しました。同提案は、金額では既存システムの入れ替えにかかる費用の3分の1ほどに収まったものの、前述のとおり、多品種変量生産と複雑化した工程に対応した生産プロセス・工程の管理が必要で、そのカスタマイズのために本稼働までの開発期間は約3年の月日を費やしました。

「システムの開発には、会社の

業務プロセスや収益状況といった情報を開発者と共有する必要がありました。そのため、信頼関係の構築は必須でしたが、事務機会社の社長をはじめ、携わっていただいた方々との人間関係に恵まれたことが、成功の最大の要因だったと感じています。また、従業員の努力も忘れられません。システムへのデータ入力作業は大きな負担でしたし、慣れないタブレットの操作も懸命に覚えてもらいました」(伊藤氏)

情報共有が生んだ 業務効率化と属人化の解消

TKiSの開発以降、「商談・受注・作業手配書の発行・めっき加工・製品検査・納品」という一連の工程間の情報が、タブレット上などで共有(画像①参照)できるようになったことで、全社的な業務効率化が一気に進みました。

「作業手配書は、受注が決定した段階で営業部がTKiSを使って作成します。そこには受注額や資材費などの営業情報に加え、製品の仕様や作業手順、注意事項などが入力され、各部署で共有されます。例えば、会計部門では、その数字を見れば利益率が一目



画像①：受注から納品までの工程をアプリ感覚で管理可能なTKiSは、若手を中心に全社的な支持を得ている

で把握できるようになり、原価計算の負担が大幅に削減されたと同時に従業員のコスト意識も向上しました。また、弊社は常に約600品目の資材を運用しており、従来は棚卸に一日の業務時間をすべて費やし、さらに残業も必要でしたが、TKiSでは最短20分で終了するようになりました」(伊藤氏)

ここまで業務改善が進んだ背景として、伊藤氏はTKiSの高いカスタマイズ性を評価します。

「導入以来、業務に応じてカスタマイズした項目は200カ所を超えました。例えば、『納期遅延が発生しそうな場合はアラートを出す』『在庫量が基準値を下回ったら関係部署に通知する』など、より働きやすい職場づくりが進んでいます」(伊藤氏)

こうした取り組みにより、工程の複雑さを理由に生じていた属人化の問題からも解放されつつあります。作業手配書には、めっきの仕様や加工方法などの具体的な指示から、作業上の注意事項

までが細かく記録されています。その中から作業に必要な情報のみを抽出して転載された指示書「セルカード」(画像②参照)が現場に送られ、詳細を確認したい場合にはQRコードから検索できる仕組みになっています。これにより、これまで習熟者でなければ対応が難しかった作業も、若手従業員がその場で確認しながら進められるようになり、着実なスキルアップにつながっています。

また、TKiSに保存されたデータは社内でも自由に



画像②：現場に送付されるセルカードは、めっき液にも漬けられるセルロイド製で発行される

閲覧できるため、従業員は受注金額や仕入れ値、利益率や利益金額などの情報を容易に把握できるようになりました。

「経営数字が共有されたことで、一人ひとりの心に『この製品は利益率が低いので、いつも以上に無駄が出ない働き方をしなければ』といった、原価意識やエンゲージメント(従業員の会社に対する愛着や思い)の高まりが見られるようになりました。これも大きな成果の一つだと感じています」(伊藤氏)

会社にとって貴重なノウハウを、残らない記憶から持続可能な記録へと進化させた同社のシステム運用実績は、業界の枠を超えてDXの成功事例としての有益な情報になると思われます。



●会社概要

社名：日本電鍍工業株式会社
設立：1958年(昭和33年)2月
所在地：埼玉県さいたま市北区日進町1丁目137番地

代表取締役：伊藤 麻美
資本金：1,000万円
事業内容：電気めっき加工・無電解めっき加工・アルマイト・電着塗装

URL：https://www.nihondento.com/

関連記事もWebで！
「DXで生産管理」

ユーザ協会 アジワラテクノアート



ロボット進化と汎用化のキー 「ロボット基盤モデル」が注目を集める背景

我が国では少子高齢化の進展に伴い、人手不足が深刻化しています。その解決策として工場のラインだけでなく、私たちの身近な家庭や医療、介護の現場などでもロボットの活躍が期待されています。従来のロボットは決められた動作を単純に繰り返すものと捉えられてきましたが、AIという頭脳を得て進化を遂げようとしています。本連載(全3回)の第1回は、ロボットの進化の鍵となるロボット基盤モデルとその背景について解説します。

普及するさまざまなロボット

ロボットは大きく「産業用ロボット」と「サービスロボット」に分類されます(図1参照)。

産業用ロボットは、分かりやすく言えば産業用途のロボットで、工場などで作業の自動化・効率化を目的としたロボットです。産業用ロボットは与えられた動作を正確かつ高速に長時間繰り返すことが得意です。1960年代に米国で初の産業用ロボットが開発され、主に自動車の組み立て(溶接、塗装など)に利用されました。

その後、ロボットの腕や足を動かすモーター技術や、ロボットを制御するコンピュータ技術の進歩で、小型の電子製品の組み立てなどの精密作業にも対応可能となりました。近年では食品工場での食品の盛り付けや、医療現場での検体検査や薬品の調合・計量など、活躍の場が広がっています。産業用ロボットは日本のものづくりを支える縁の下の力持ちとし

て、生産性向上や品質の安定化に貢献してきました。

一方のサービスロボットは、産業用ロボットを除き、人や設備の役に立つ作業を行うロボットです。人々の生活を代行・補助し、効率化・省力化・快適性向上が目的とされます。例えば、受付・案内ロボット(例: Pepper)、ロボット掃除機(例: ルンバ)、ペットロボット(例: aibo)があります。そのほかにも、農作物の収穫補助、手術・リハビリ支援ロボットなども開発されています。

近年では人手不足への対応や、コロナ禍を契機とした非接触ニーズへの対応として、特に物の搬送を目的としたサービスロボットの利用が拡大しています。レストランで食事を配膳するロボット、ホテルでアメニティを部屋まで届けるロボットなどを見かける機会も増えていると思います。

そして近年では、産業用ロボットよりもサービスロボットの市場規模が拡大しており、今後もこの傾向が続くと予測されています。総務省「令和7年版

情報通信白書」によれば、サービスロボットの市場規模は2022年の257億ドルから2028年には347億ドル(年平均成長率5.1%)に達する見込みです。

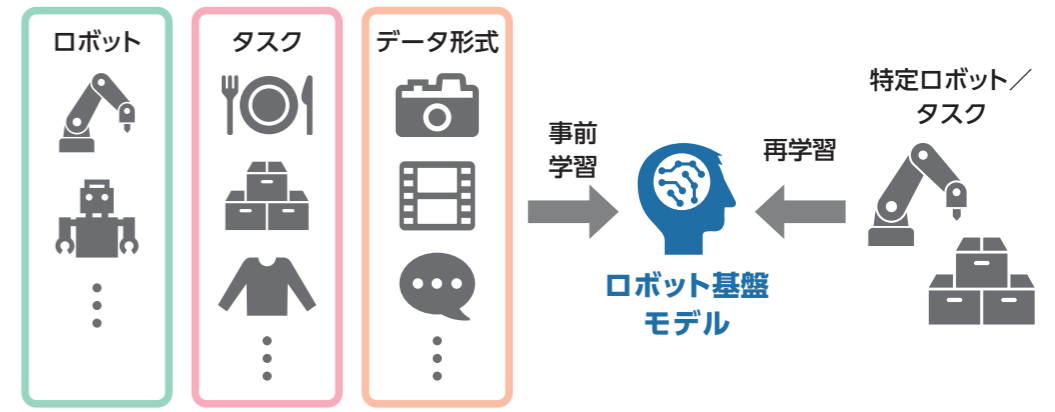
従来のロボットの弱点

ロボットはさまざまな用途で普及していますが、弱点もあります。主な弱点は教えられたことしか対応できない点です。従来のロボットは、その動作を技術者が一つひとつプログラミング(ティーチング)する必要があり、専門知識と多くの時間が必要です。多様な状況に対応するには特別なケースも含

めてプログラムする必要があり、現実的には対応範囲に限界があります。そのため、普段と物の配置が異なるなどの予期せぬ変化への対応は困難です。

つまり、ロボットの「頭脳」は人間と比べて自身で考える能力が乏しく、人間に教えられないと新しいタスク(作業・課題)や状況に対応できません。

【図2: ロボット基盤モデルの学習のしくみ】



ロボット基盤モデルとは

この弱点を解決するために「ロボット基盤モデル」が注目されています。ロボット基盤モデルは、幅広いロボットのタスクに対応できる汎用的な知識や行動能力を獲得するように設計されたAIモデルです。

ロボット基盤モデルは大規模かつ多様なロボットに関するデータで学習されていることが特徴です(図2の左側参照)。それによって、ロボット基盤モデルは一般的な知識や行動能力を獲得し、それを活かして新しいタスクや状況に対応します。

このようにあらかじめ学習しておくことを「事前学習」と呼びます。さまざまなタイプのロボット(片腕ロボット、双腕ロボットなど)、タスク(調理、物の移動、組み立てなど)のような作業・課題)、データの形式(画像、動画、ロボットのセンサーデータなど)を含むデータでモデルが事前学習されています。

さらに、ロボット基盤モデルは事前学習で獲得した知識をベースとしつつ、特定のタスクのデータを集中的に学習しなおすことで、特定の能力を強化することができます(図2の右側参照)。このことを「再学習」と呼びます。ロボット基盤モデルをベースとすることで、ゼロから学習するより、少ないデータで高い性能が得られます。

加えて、ロボット基盤モデルはChatGPTなどで用いられている大規模言語モデルなどと組み合わせる(または内包する)ことで、さらに能力を高めることが可能です。大規模言語モデルと組み合わせると、インターネット上に公開されている一般的な知識や常識もロボットの中に取り込むことが可能となります。

ロボット基盤モデルへの期待

ロボット基盤モデルの活用により、従来よりも未知の環境や新しいタスクにも臨機応変に対応する汎用性の獲得が期待されます。単なる指示通りの動作だけでなく、状況を理解し、人間のように賢く自然な振る舞いが可能になります。

例えば、工場のラインにおける物をつかんで別の場所に置く(ピックアップブレース)作業では、従来は決まった形状・固さの物体のみを扱っていましたが、ロボット基盤モデルを搭載したロボットは、さまざまな形状、素材、壊れやすい物体を状況に応じて適切に処理できます。家庭を例にすると、従来は床掃除といった決まった作業に特化したロボットが主流でしたが、将来的には掃除や調理など複数の家事を担うロボットの登場も期待されます。

このようにロボット基盤モデルを搭載したロボットは、従来は導入が難しかった複雑な環境やタスクにも対応し、幅広い場面での活躍が期待されます。米McKinsey & Companyによると、さまざまなタスクに対応できる多用途ロボットの市場規模は2040年に3,700億ドルに達すると予測しており、今後の発展が注目されます。



こんどう ひろふみ
近藤 浩史氏
株式会社日本総合研究所 先端技術ラボ 次長兼エキスパート。2011年、日本総合研究所に入社。2018年よりAI技術の調査・研究を担当し、SMBCグループ向けのAI技術を用いた実証実験に携わる。現在、生成AIを中心としたAI技術の中長期的な動向に関する技術リサーチとAIの調査・研究チームのマネージャーも担当。共著に「AI時代の人的資本経営」(日本能率協会マネジメントセンター、2025年)。

バックナンバーを一気読み!
ユーザ協会 ICTコラム



電話対応での“感じのよさ”を 丁寧さの原理から考える

2026年1月9日(金)、電話対応技能検定の指導者級資格保持者(第1期生～第36期生)を対象とした「品質向上研究会」が開催されました。今回は、十文字学園女子大学教授の滝島 雅子氏による講演「電話対応のための待遇コミュニケーション ～声・ことば・心で伝える『感じのよさ』～」についてレポートします。



講師
十文字学園女子大学
教育人文学部文芸文化学科教授
元NHKシニアアナウンサー
滝島 雅子氏

コミュニケーションにおける “感じのよさ”を探る

電話対応技能検定の指導と審査の品質向上のための研究会が1月9日にオンラインで開催され、80名が参加しました。専門委員会 稲葉委員長の講話の後、十文字学園女子大学教授の滝島 雅子氏が講演を行いました。滝島氏はNHK入局後、アナウンサーとして報道番組を中心に担当し、2012年からはNHKメディア研究部で放送における言葉の使われ方の調査・研究を行ってきました。講演について滝島氏は、“人間関係”と“場”に重点を置いて交流を捉える「待遇コミュニケーション」を中心に電話対応で留意すべきポイントなどを整理し、敬語表現を含めた“丁寧さ”や“感じのよさ”実現のための方法を皆さんと一緒に考えたい、と語ります。

まず、事前アンケートの“電話対応における感じのよさ”に対する回答を取り上げ、明るい声などの「音声表現スキ

ル」、丁寧な言葉づかいなどの「内容の伝え方」、心が通う対応や共感など「気持ち・態度」のように回答を分類し、音声だけで丁寧さや感じのよさを伝えないといけない電話の特異性を示します。そして、文化庁の文化審議会が2018年にまとめた『分かり合うための言語コミュニケーション(報告)』について説明しました。報告書を引用して滝島氏は、言語コミュニケーションの四つの要素として「正確さ」「分かりやすさ」「ふさわしさ」「敬意と親しさ」があると言います。中でも「ふさわしさ」は、場面や状況、相手の気持ちに配慮した話題や言葉を選び、適切な手段・媒体を通じて伝え合うことであり、今日の講義で取り上げるべき内容だと語ります。

意識と内容、形式が重要となる、 待遇コミュニケーションの考え方

では、どうすれば感じの悪さを回避できるのでしょうか。それを考える際の観点として滝島氏は、「待遇コミュニケーション」を紹介します。待遇コミュニケーションとは、「人間関係」と「場」に重点を置いてコミュニケーションを捉えようとする考え方です。これは早稲田大学大学院日本語教育研究科の蒲谷宏教授が長年研究しているテーマであり、コミュニケーションする話し手(表現主体)と聞き手(理解主体)が場面を認識し、「意識(きもち)」と「内容(なかみ)」、「形式(かたち)」を連動させつつどのようにコミュニケーションするのかを考える枠組みと定義されています(図1)。相手への敬意や配慮を一方向的に示すのではなく、相互作用の

【図1：待遇コミュニケーションの観点】

待遇 コミュニケーション の観点	(1)だれがだれとコミュニケーションを行うのか(コミュニケーション主体はだれか)
	(2)いつ、どこで、どんな状況で—「場」
	(3)だれが、だれに、だれのことを—「人間関係」
	(4)どういう人として—「立場・役割」
	(5)なぜ・なんのために—「意識(きもち)」
	(6)なにを—「内容(なかみ)」
	(7)どのように—「形式(かたち)」

【図2：「意図」に基づく伝え手の行為の類型化】

「意図」に基づく伝え手の行為の類型化 (蒲谷ほか1998)	
①自己表出を意図とする表現行為：自己表出表現 例)「いい天気だな」	電話対応の 「コミュニケーション」
②理解要請を意図とする表現行為：理解要請表現 例)「私は会社員です」	
③行動展開を意図とする表現行為：行動展開表現 例)「それを取っていただけますか」(依頼)	

【図3：行動展開表現の諸相】

行動展開表現 の諸相 ↓ 【行動】 【決定権】 【利益・恩恵】 という三つの観点 から特徴を把握で きる	<ul style="list-style-type: none"> 許可求め表現：「～してもいいですか」 依頼表現：「～してくれますか」「～してもらえますか」 誘い表現：「～しませんか」 申し出表現：「～してあげましょうか」 忠告・助言表現：「～したほうがいいですよ」 宣言表現：「～します」「～させてもらいます」 指示・命令表現：「～してください」「～しなさい」 許可与え表現：「～してもいいですよ」
--	--

「行動」は誰が行動するか、「決定権」は行動するかどうかを誰が決めるか、「利益・恩恵」は行動が誰にとって得なのか、の観点に注目し分類する

中で調整しながらそうした意識を作り上げるものと捉えるのが待遇コミュニケーションだとも言えます。これは当たり前のように感じますが、日常業務の中で見失いがちな観点ではないか、と滝島氏は示唆します。

丁寧さの原理から考える感じのよい表現

続いて、電話対応の中で丁寧さや感じのよさをどのように実現させていくのかに話題は移ります。蒲谷教授ほかの共著『敬語表現』では、伝える側がどのような意図を持ってコミュニケーションを取るかに注目し、①自己表出表現、②理解要請表現、③行動展開表現の三つの表現行為に分けられる、としています。そして、電話対応で多くみられるのが「行動展開表現」だと言います(図2)。さらに行動展開表現を行動、決定権、利益・恩恵の三つの観点から分類し、「～してもいいですか」のように相手に許可を求める言い方を「許可求め表現」、「～してくれますか」「～してもらえますか」を「依頼表現」、「～しませんか」を「誘い表現」などに分けて把握することができるとしています(図3)。

そして、電話対応の現場で多い「依頼表現」の構造を詳しく説明しました。「書いてくれますか」とお願いする場合、書くのは相手、書くかどうかを決めるのも相手、書いてもらうことで利益・恩恵を受けるのは自分です。依頼表現というのは、自分の利益・恩恵のために相手に動いてもらう表現であることが分かります。依頼は相手に負担や迷惑をかけることであり、そうした構造を持つことが分かると、申し訳ないという気持ちになり、言葉を添えるということにつながるわけです。講義では、それ以外の表現について、行動、決定権、利益・恩恵が誰にあたるのかの個人ワークと解説を行いました。

さまざまな行動展開表現の中で最も丁寧なのはどの表現なのでしょうか。蒲谷宏教授の著書『待遇コミュニケーション論』にある「丁寧さの原理」によると、「行動」は自分、「決定権」は相手、「利益・恩恵」は自分という構造になる表現が最も丁寧な表現になります。この考え方に照らして考えると、「これを使ってもよろしいでしょうか」などの「許可求め表現」は、「行動」は自分、「決定権」は相手、「利益・恩恵」は自分という構造になっており、行動展開表現の中では最も丁寧な表現だと捉えることができます(図4)。最近、この種の「～てもよろしいですか」といった「許可求め表現」が使われる場面をよく耳にしますが、相手に対していかに感じよくできるかを大事にする社会環境において、この表現が選ばれている理

【図4：許可求め表現】

許可求め表現	最も丁寧
例)「これを使ってもよろしいでしょうか」	
【行動】「使う」のは「自分」	
【決定権】「使ってもいいかどうかを決める」のは「相手」	
【利益・恩恵】「利益・恩恵を受ける」のは「自分」	
★現代社会で「～てもよろしいでしょうか」といった許可求め表現が多用されるのは、「丁寧さの原理」に照らして最も丁寧であるため	

由は「丁寧さの原理」からみても明白だと滝島氏は語ります。

さらに、「丁寧さの原理」によって、「許可求め表現」が構造上最も丁寧であるということ踏まえると、「あたかも許可求め表現」を使うことで、相手に対してより丁寧な印象を与えることができると解説します。「あたかも許可求め表現」とは、本来許可を求める必要はない場面でもあたかも許可を求めるような表現を使うことです。例えば、何かを取ってほしいことを相手に伝える場合、「取ってください」は「行動」=相手、「決定権」=自分、「利益・恩恵」=自分の「指示・命令表現」ですが、これを「取っていただいてもよろしいですか」という「あたかも許可求め表現」に変えることで、相手により丁寧な印象を与えることができます。丁寧さを追求すると、「～てもよろしいですか」という“あたかも”許可を求めるような表現にたどり着くとも言えます。

電話対応において“感じのよさ”を 実現するために

午後の講義では、ディスカッションやグループワークなどの実践を行いました。丁寧さと効率性の両立に関するワークでは、電話を受ける本数を重視する環境においても言葉を尽くさないと丁寧さにつながらないといったジレンマを抱える意見がありました。滝島氏は、傾聴力が大事という意見を受けて、相手の意図を察することが大切で、それが丁寧さと効率性の両立のヒントになるとコメントしました。また、すべて「～てもよろしいでしょうか」のようにへりくだり過ぎるのは問題があるという意見に関し、確かにどんな場合でも許可求め表現にすればよいわけではなく、お客さまに行動を求める場合に言い換えが有効な場面もあり、日頃から言葉の引き出しを用意することが大事、と解説しました。普段、電話対応部門で指導する立場の受講者からは、オペレーターを指導する際、「丁寧語にするとよいと伝えてきたが、今後は行動、決定権、利益・恩恵の観点から論理的に示すことができる」といった声が多く聞かれるなど、大変有意義な講義となりました。

出典：蒲谷宏・川口義一・坂本恵 『敬語表現』大修館書店、1998年
蒲谷宏 『待遇コミュニケーション論』大修館書店、2013年
文化審議会国語分科会 『分かり合うための言語コミュニケーション(報告)』、2018年





あなたと話せて良かったと思える対応を

標題の言葉は私が新入社員の時に受けた応対品質研修で一番心に残っている言葉で、今も最も大切にしている言葉です。

以前働いていたコンタクトセンターでは、製品の修理受付や部品販売、技術的な相談など、さまざまなお問い合わせやご依頼を承っていました。私は修理受付窓口で配属され、修理のご依頼やお問い合わせを担当しました。お客さまは一般ユーザーや販売店など多岐にわたり、内容は複雑で専門用語も飛び交います。当時の私は、言われた言葉をオウム返しすることで精一杯でした。時には知識不足からくる不安な気持ちがそのまま声に出てしまい、お客さまからお叱りを受けることもありました。

お客さまからの評価が励みに

そんな中で励みになったのが、お客さまアンケートでした。これは、修理訪問を行った際に、お客さまにサービスを評価してもらうものです。

「お話を丁寧に聞いてくれました」「高齢の私にも分かるように、ゆっくり親切に対応してくれました」などのお言葉を目にした時の嬉しさは、今でも鮮明に覚えています。また、自分が大事にしている「一人ひとりに寄り添った対応」は間違っていないと、自信を取り戻すことができました。

お客さまが私たちに期待していること

年月が経ち、スーパーバイザーの立場になった私は、アンケート結果に基づいて、コミュニケーターやお客さまへのフォローも行うようになりました。

ある日、お客さまから厳しい評価が届きました。通話録音を確認すると、新人コミュニケーターが確認事項に時間を要し、マイナスな表現が多かったために、お客さまの不満が高まっていることに気づきました。私はお客さまにお電話をし、改めてお詫びするとともに、不満点を丁寧にヒアリングしました。

すると、お客さまは今回のご不満点に加えて、「この会社が好きで期待している分、今回は少しがっかりした」とお話しされました。しかし同時に、早急に折り返し連絡したことに対する感謝の言葉もいただきました。

齋藤 ひかり氏
日本電話ユーザ協会 電話応対技能検定指導者級資格保持者。
以前は企業のスーパーバイザーとしてセンターのKPI管理及び運営改善、コミュニケーター育成等を担当。

「次回の講師は、SOMPOコミュニケーションズ株式会社の松丸 祐子さんです。ご自身の高い応対品質や指導者級のスキルを活かし、現在は社内の人材育成に広く関わっていらっしゃいます。いつも明るく前向きでつらつとした、素敵な指導者です」



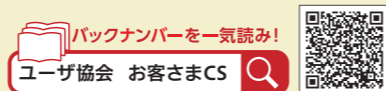
齋藤 ひかり氏

言葉を受け止め、向き合い続けること

その後、改めて通話録音を聞きながらコミュニケーターへフィードバックを行ったところ、一生懸命対応していたつもりが、結果として会社側の都合を押し付けてしまっていたことに本人が気づき、「お客さまを尊重した対応をしたい」と前向きな気持ちに切り替わるきっかけになりました。

この経験から、「クレームは宝の山」とはまさにこのことだと実感しました。厳しい評価をいただいた時こそ改善のチャンスが潜んでいること、お客さまに対する真摯な対応が、その会社やサービスのファンづくりにつながることを学びました。

これからも「あなたと話せて良かった」と思っていただけのお客さまを増やしていけるよう、いち指導者として邁進していきたいと考えています。



「選ぶ責任」

考えてみますと、人の一生は選択と決断の連続のような気がします。良き人を選び、仕事を選び、学問や研究テーマを選び、師を選びます。生涯の伴侶を選ぶのも大事な決断です。病院や医師、介護者も選びます。職場でも暮らしの中でも、買い物一つでも、選択をし決断をしながら、私たちは生きています。その中でも難しく責任を伴うのが、他人の能力、技能を判断し選別する審査でしょう。今回はこの「審査」について考えます。



審査員に求められるもの

審査とは、書類や創作物、芸能や運動能力、技能、人柄、知識などさまざまな分野で、一定のレベルに達しているか、他に比べて抜きん出ているかをはかるものです。体操競技やフィギュアスケートなどのスポーツ全般。音楽や舞踊などさまざまなパフォーマンス、その世界のコンクールやコンテスト、芥川賞、直木賞といった文学賞にも、数多くの門があります。そして当然ですが、電話応対技能検定や電話応対コンクール、企業電話応対コンテストも審査を経て決まります。それだけに、審査に当たる人は、鑑識眼、美意識、評価力、具眼、見識を備えての責任感が求められます。



フジコ・ヘミングは審査員を断った

美しい音色で、聴く者の心を揺さぶった世界的ピアニスト、フジコ・ヘミングをご存じでしょう。一昨年、92歳で亡くなりましたが、彼女は生前こんな言葉を残しています。

「私はコンクールの審査をよく頼まれますが、一切お断りしています。なぜなら、日本の審査員たちは、余りに部分に拘り過ぎるからです。小さなミスでも許しません。その点では、フィギュアスケートはすごい。常に部分ではなく全体を見て評価しています」。こう語ったフジコさんは、そのあと一つの例を挙げました。2008年、スウェーデンで行われた世界選手権で優勝した浅田 真央さんのことです。「彼女は、フリーの演技の冒頭で転倒し、フェンスに激突して、出血するかなり

な怪我を負いました。しかし、すぐに立ち上がり、そのあとを完璧な演技で滑り舞い、見事に世界女王の座を勝ち取ったのです。音楽の世界ではあり得ないことです」。このフジコさんの話を聞いた時、私は電話応対コンクールだったらどうだろうかと考えました。

絶句を許さなかった全国大会

もう何年も前のことですが、私はある県で行われた電話応対コンクールの全国大会を視聴していました。審査員ではありませんから、気楽な気分で、私が常日頃考えている良い電話応対の5原則を頭に置きながら聴いていました。①お客さまの要望をしっかり聴いて、訊き出しているか ②ポイントを押さえて、分かりやすい言葉で答えているか ③「間」を大切に丁寧に話しているか ④親しみやすく温かくで自然な話し方か ⑤この人に会ってみたいと思うか。全国大会ともなれば、そのレベルには大きな差はありません。それでもその時、私は一人の選手に注目していました。決して完璧ではなかったのですが、実に自然で聴きやすいのです。「この人はいいなあ。絶対に上位入賞だ」と思いながら。ところが後半にきて、残念なことに彼女は絶句しました。10秒ぐらいたったと思いますが、言葉を忘れたのです。その日の審査結果発表で、彼女の名前は、20位までの入賞者の中にはありませんでした。当時の評価では、「絶句」は許容しがたいミスだったのでしょうか。そのために、自然な話し言葉で話す温かくて分かりやすい彼女の応対は、^{そじょう}俎上に乗ることもなく消えてしまったので

す。絶句は通常の電話応対でもあり得るつまずきです。大事なことは、そのつまずきをどうリカバリーできるかにあります。それと部分に拘り過ぎない覚悟です。



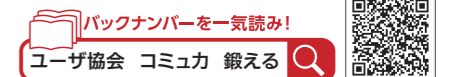
審査員がコンクールを変える

64回を重ねて、電話応対コンクールは変わり始めました。AIの登場が、コミュニケーション社会を激変させつつあるのです。敬語や言葉づかいが変わり、心のこもった挨拶や謝罪、お礼やお願いの言葉を聞くことが少なくなりました。カタカナ語や省略語が増えました。その結果、言葉が伝わらなくなったのです。この状況を、どこまで許容し、何を是とし何を否とするか。審査員の責任を持った判断に期待します。審査員は十分に時間をかけて討議してください。フジコ・ヘミングさんの言葉を借りれば、AI時代という大きな全体を見て、心が伝わる電話応対を目指す必要があるでしょう。



岡部 達昭氏

日本電話ユーザ協会電話応対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。



チャレンジ! 電話応対技能検定

このコーナーでは「電話応対技能検定」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。

問題

「大」は、「おお」「だい」「たい」などと言葉によって読み方が変わります。次の4つの選択肢は、いずれも「大」の入った言葉が3つずつ並んでいます。「おお」「だい」「たい」の読み方が1つずつあるのはどれですか。一つ挙げなさい。

- | | | |
|---------|--------|-----|
| 1. 大漁 | 大寒(暦の) | 大潮 |
| 2. 大志 | 大役 | 大物 |
| 3. 大部屋 | 大安 | 大騒動 |
| 4. 大それた | 大規模 | 大乱 |

※3級問題より

正解は13ページをご覧ください。

2025年電話応対技能検定 検定実施機関表彰

Webで読もう
ユーザ協会 C40002



日本電信電話ユーザ協会では、毎年、電話応対技能検定の発展に貢献された検定実施機関を表彰しています。2025年（表彰対象期間は2024年11月～2025年10月）は右記の二つの選考項目について、それぞれの実施機関に表彰状を贈呈いたしました。そのうち4社の代表者に、電話応対教育に関する考え方、検定への取り組みや今後の目標などをうかがいました。

株式会社NSGコーポレーション

ビジネス環境が変わる中で マナーや接遇の重要性を伝えていく

当社では人材育成のための教育及び研修事業、マナー教材の企画・制作・販売や就業につなぐ一般労働者派遣事業、有料職業紹介事業等を行っており、電話応対技能検定の認定機関としても活動しています。

企業が求める電話応対の在り方が様変わりする中、研修ではAIなど新しいビジネスツールを取り上げるとともに、日本語における慣用語、マナーや接遇が現代のビジネスシーンにおいて重要であること、そしてそれらがどのようにつながっているかを伝えるようにしています。

本検定については、マナーや電話応対の研修評価を点数で可視化できることから多くの企業にお勧めしていますが、継続的にお付き合いのある企業ではほとんどの社員の方がすでに検定を受検しているため、受検者数は減少傾向にあります。そうした状況下で、品質向上をとともに考えてご要望に沿った研修を行うなど企業努力を続けてきました。そうした取り組みが実を結び、1～3級の受検者数と4級の受検者数について評価いただけたのは嬉しいことと感じています。今後も、予定が組みやすいよう講習会日を固定し、自由に受検方法（オンライン・対面）を選べるようにするほか、受講者・受検者が利用しやすい工夫を進めていく予定です。



代表取締役社長
櫻本 登志雄氏



会社概要	
会社名	株式会社NSGコーポレーション
本社	千葉県千葉市中央区
所在地	新千葉2-1-5 小川第一ビル203号室
事業内容	人材育成のための教育及び研修事業ほか

株式会社Safari

電話応対のポイント 具体的な技術として解説する

株式会社Safariは、広告制作のクリエイティブ部門と、人材育成やキャリアコンサルティングを行う研修部門の2事業を展開しています。

電話応対の指導の際に気をつけているのは、従来心の持ち方として説明した部分を、具体的な「技術」へ「翻訳」して伝えることです。例えば「お客さまに寄り添って」という抽象的な指導は時に受講者を迷わせることもあるため、臨床心理学の知見を応用し、発せられた言葉を「事実・感情・思考」に分解して聴くなど、感覚を論理的に解説します。感情労働になりがちな電話応対を、確かな技術として伝えることで、オペレーターが疲弊せず誇りを持って業務にあたれるよう支援しています。

検定の講義では、受講生一人ひとりの特性を認め、強みを伸ばすことに主眼を置いています。それにより、「変わりたい」「成長の実感がほしい」という内発的な動機づけがなされ、3級合格後、上位級の受検を希望する方が多くなりました。また、最近では電話を主業務としない方の受検も増えています。こうした変化は、検定があらゆる業務に通じるコミュニケーションの基礎として評価されている結果だと感じています。今後も働く人々が電話応対スキルを自信に変え、変化の激しい社会で活躍できるよう全力を尽くします。



取締役
西岡 幸恵氏



会社概要	
会社名	株式会社Safari
本社	東京都中央区日本橋
所在地	蛸殻町1-17-2 ライオンズマンション 日本橋704
事業内容	広告・宣伝事業／人材育成・研修事業

【選考項目】

■1級～3級合計の受検者数

- 第1位：株式会社NSGコーポレーション
- 第2位：株式会社Safari
- 第3位：株式会社マナフィス

■4級の受検者数

- 第1位：株式会社NSGコーポレーション
- 第2位：株式会社マナフィス
- 第3位：株式会社ムジコ・クリエイト

株式会社マナフィス

想いを声にのせて 安心と信頼につながる対応へ

2009年から電話応対技能検定の実施機関として活動しています。その後、株式会社マナフィスを設立し、企業や病院、教育機関を中心に研修や検定講習を実施してきました。電話応対において、言葉や声は重要な要素ですが、研修では形を整えることよりも“安心と信頼につながる自然な会話”を何より大切にしています。「話せて良かった!」と感じていただける対応が目標です。

電話応対からビジネスマナーまで幅広く学べる電話応対技能検定は、多くの組織で導入されています。合格後は、これから受けるメンバーを積極的にサポートし、上位級にもチャレンジする方が増えています。こうした日々の積み重ねにより、チーム全体に学び続ける姿勢が広がっていることを嬉しく思います。また、育成方針の変化や業務の都合により、組織内での実施が難しくなることもあります。そのような場合でも、検定情報の改訂などをお伝えする中でタイミングが合い、改めてお考えいただけることもあります。

2026年も、インターネットで受検できる4級IBT方式のご案内を続けながら、マークシートでの団体受検も実施する予定です。コミュニケーションツールの選択肢が広がる中で、検定を通じて、想いが伝わる温かい会話の価値をお伝えできればと思います。



代表取締役社長
臼井 奈美氏



会社概要	
会社名	株式会社マナフィス
本社	東京都東大和市桜が丘
所在地	1-1425-3-615
事業内容	人材育成・研修事業

株式会社ムジコ・クリエイト

全社員で目指す 「好印象でムラのない対応品質」

1961年の創設以来、青森県内に指定自動車教習所である弘前・青森・八戸・浪岡モータースクールの4校を設置し、以降、青森ドローンスクール、ドライビングアカデミー弘前、地域交通支援センターを設立したほか、ムジコサポート事業は東京営業所を中心とし、全国に向けて企業向け交通安全教育を提供しています。

電話応対技能検定に関しては、実施機関として登録後、受付スタッフや教習指導員、送迎担当者を含む全社員が4級を受検し、現在75名が3級に合格しています。こうした取り組みにより、以前は電話応対の際に、復唱確認やクロージングでの不明点確認のほか、名乗りもできていないことがありましたが、最近では応対の基本が徹底され、お客さまへ思いやりの一言を添える場面も増えてきたと感じています。また、履歴書に書ける資格として高校生・大学生を対象とした社員以外の検定業務も行っています。

応対については、どのスタッフが応対しても好印象で、対応品質にムラがないことを目標としています。電話応対が好印象だったという理由で入校を決めたケースもあるため、対応品質はもちろん、社員の人間力の向上も大切にしています。今後も電話応対で高評価を得られるよう、対応品質の向上に取り組む所存です。



代表取締役社長
新戸部 洋輔氏



会社概要	
会社名	株式会社ムジコ・クリエイト
本社	青森県弘前市和泉
所在地	1-3-1
事業内容	自動車教習所事業ほか

テーマ

言葉を交わし、想いをつなぐ

今年度の問題のねらい

今年度の問題の舞台は、生花店です。

誰かに花を贈りたいと思った時、ネットで購入するだけでなく、事前に生花店に電話をかけて希望を伝えたり、直接訪ねてお店の人と話しながら、贈る状況に合った花を選び、購入することがあります。

そこで今年度の問題では、あなたに生花店の店員になってもらい、電話による注文に対応していただきます。お客様は、花を贈りたいという思いを持ち、どのような花にするかをある程度考えた上で電話をかけ、購入まで進むことを前提としています。生花店の店員としてお客様のお話をよく伺い、その場や状況に合った花（商品）をご案内してください。

自然な言葉のキャッチボールを通じて「このお店に電話して良かった」と思ってもらえる対応を目指してトレーニングを行い競技に臨んでください。

今年度の問題が、日常の電話対応力向上の一助となることを期待しています。

■今年度の問題のポイント

- ① お客様の要望を聞き、正しく理解する。
- ② ①の要望に相応しい商品を案内する。
- ③ 受け取りなどについて確認する。

状況設定

店舗名称：フラワー・ド・ユーザー（ふらわー・ど・ゆーざー）

対応日時：2026年11月13日（金）午前11時

対応者（競技者）：榎田 真（くしだまこと）

お客様（模擬対応者）：電話をかけてきたお客様

※対応者、お客様ともに男女は特定しておりません

▶ フラワー・ド・ユーザーの情報

所在地	福岡県福岡市東区千早3-9-34	営業時間	午前10時～午後7時 (年末年始は休み)
電話番号	フリーダイヤル 0120-20-6660 受付時間 午前10時～午後7時	E-mail	user@jtua.or.jp
ホームページ	https://www.jtua.or.jp	従業員	12名
		企業理念	贈る心に寄り添い、 お客様の想いを花で表します
業務内容	一般的な花の小売り以外に、 ●フラワーギフト（花束・アレンジメント）の制作・販売 ●その他、用途に応じたご提案・コーディネート		

問題

あなたは、フラワー・ド・ユーザーの店員の「榎田 真（くしだまこと）」さんです。花を贈りたいというお客様から電話がかかってきます。お客様は、贈る目的や相手、状況、予算などについて考えを持った上で電話をかけていますが、お店の方とのやり取りを通じて、最終的に購入する花（商品）を決めたいと考えています。あなたは、まずお客様のご要望などを伺い、それに対して店員としてこの店で取り扱っている商品の中から、その場や状況に合うと思われる花（商品）を案内してください。また、この電話対応により購入が確定しますので、花を受け取りに来店する日時なども確認してください。なお、このお客様はフラワー・ド・ユーザーを過去に利用したことがあり、この生花店のセンスを信頼した上で電話で注文をしています。

<注意事項>

1. この問題は花の専門知識を競うものではありません。商品の案内にあたっては、具体的な花の名前に言及することは必須ではありません。花束・アレンジメントなど、次頁以降に記載されているこの店の商品の形状などを踏まえて案内してください。また、花以外の商品の内容、例えばラッピング、リボン、メッセージカードなどについて確認する必要はありません。
2. お客様はこの電話をかける際、このお店のHPを見ていません。また、来店し花を受け取ることにしています。
3. お客様への確認の際、氏名の漢字の確認は不要です。
4. その他（競技について）
 - ① 競技時間は3分以内です。競技者の第一声から始め、終話（通話を終了した時点）までを計測します。
 - ② お客様の発言を聞き、この問題に記載された内容に基づき対応してください。
 - ③ 本文中の店舗名、サービス内容、電話番号などは、すべて架空のものです。
 - ④ お客様情報は各大会においてそれぞれ設定します。

▶ お客様情報の例

贈りたい相手・理由	ピアノの発表会に出る娘へのプレゼント
贈るシチュエーション	発表会を見に行き、発表会の後に会場のロビーで渡したい
予算	税込で5,500円程度

▶ 対応スクリプト

模擬対応者	対応者（榎田 真）
	(電話のベルが鳴る)
	1「.....」
2「お花をお願いしたいと思って電話しました。」	
	3「.....」
4「.....」	
	5「.....」
6「.....」	
	7「.....」 (終話)

※この頁と次の頁は、この店のHPからの抜粋です。ただし写真は、花の形状と色合いをイメージするための参考情報です。

フラワー・ド・ユーザーで取り扱っている商品

花の形状からの分類

花束

切り花を束ね、ラッピングを施した、手渡しに適したフラワーギフト

特徴

- 贈る場面や相手に合わせて色合いや雰囲気調整できる
- 贈呈の際に、華やかな印象や落ち着いた印象などを演出しやすい
- 持ち運びしやすい

利用シーン

- 誕生日などの記念日のお祝い
- 卒業・結婚・出産・転居などのお祝い
- 送別・異動・退職などの節目を迎える方への感謝
- 公演・発表会のお祝い
- お悔やみ用

価格帯 [税込]

- 下限～上限:2,200円～22,000円
- 中心価格帯:3,300円～5,500円

花束



バラ、かすみ草



白、黄色のバラ



ユリ、カスミ草など

アレンジメント (器付き生花)

器に吸水性スポンジを入れ、そのまま飾れるフラワーギフト

特徴

- 贈る場面や相手に合わせて色合いや雰囲気調整できる
- 花瓶が不要で、受け取ってすぐ飾ることができる
- 花器により可愛らしさを演出できる
- 形が安定しており、室内への設置に適している

利用シーン

- 誕生日などの記念日のお祝い
- 卒業・結婚・出産・転居などのお祝い
- 送別・異動・退職などの節目を迎える方への感謝
- 開店・開業のお祝い
- 公演・発表会のお祝い
- お悔やみ用

価格帯 [税込]

- 下限～上限:3,300円～33,000円
- 中心価格帯:4,400円～8,800円

アレンジメント



バラ、チューリップ、ガーベラなど



バラ、ガーベラなど



バラ、ストックなど

色から得られる一般的なイメージ

赤・ピンク系



華やか・愛情・感謝・祝意

黄色・オレンジ系



明るい・元気・親しみ・前向き

白・グリーン系



清潔・落ち着いた・誠実・控えめ

カラフル系



楽しさ・にぎやか・個性

紫・青系



上品・厳か・大人向け

花を贈る目的・用途からの分類

記念日・お祝いの贈り物

(誕生日／結婚記念日／卒業・結婚・出産・転居などのお祝い／プロポーズ など)

よく選ばれる形状 花束／アレンジメント

伝えたい気持ち 愛情、祝福、特別な日の記念

色合い・印象 赤やピンクを中心とした明るい色合いで、特別な日を彩る華やかな印象が求められることが多いです。

送別・異動・節目の贈り物(送別会／異動・退職のお祝い／感謝を伝える場面)

よく選ばれる形状 花束／アレンジメント

伝えたい気持ち 感謝、ねぎらい、新しい門出への応援

色合い・印象 赤やピンク、オレンジを中心とした明るい色合いを用いながらも、華やかすぎず、落ち着いた印象が求められることが多いです。

開店・開業・周年のお祝いなどへの贈り物(店舗・会社・事業の節目)

よく選ばれる形状 大きめのアレンジメント(直接手渡す場合は花束)

伝えたい気持ち 祝意、繁盛祈願、今後の発展への期待・祈念

色合い・印象 赤・黄色・オレンジなどの明るく目を引く色合いで、空間を華やかに彩る存在感のある印象が求められることが多いです。

公演・発表会・舞台への贈り物(舞台公演／演奏会／発表会など)

よく選ばれる形状 花束／アレンジメント

伝えたい気持ち 応援、努力への称賛、成功を祝う気持ち、ねぎらい

色合い・印象 ピンクや黄色などの明るい色を取り入れた彩りのある色合いで、舞台や写真の中でも映える華やかな印象が求められることが多いです。

お悔やみ・お供えの花(法要／命日／墓参り)

よく選ばれる形状 花束／アレンジメント

伝えたい気持ち 哀悼、故人への敬意、遺族への慰め

色合い・印象 白を基調に、淡い紫やグリーンなどを合わせた落ち着いた色合いで、静かで控えめな印象が一般的です。

それぞれのイメージ



カーネーションの花束



バラの花束



バラ・ダリアのアレンジメント



ガーベラなどのアレンジメント



テッポウユリの花束

ご注文・お支払い・配送について

■ご注文・お支払いについて

<店頭受け取りの場合>

- 在庫商品は当日お渡し可能です。
- ご希望の花材指定の場合は、前日14時までにご注文いただくと確実にご用意できます。
- お支払いは受取時(現金・カード)または受取前までの銀行振込にてお願いいたします。

<配送希望の場合>

- 前日14時までのご注文で翌日配送可能です。
- 配送の場合は、配送日前日までに、店頭(現金・カード)または銀行振込にてお支払いをお願いいたします。

※法人様のご注文は受取方法にかかわらず請求書払いも承ります(要相談)。

■配送について

配送料:無料／配送エリア:福岡市東区内

2026年11月カレンダー

日	月	火	水	木	金	土
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					