

0120-206660


 公益財団法人
日本ICTテレコムユーザー協会



被災時の初動対応からBCP策定まで 中小企業の事業継続力を高める実践ポイント

特定非営利活動法人 ITコーディネータ協会

近年、地震や台風、水害などの自然災害が激甚化・頻発し、多くの中小企業の事業継続が脅かされています。国は「事業継続力強化計画認定制度」などを通じて、企業の災害対応力向上を支援していますが、日々の業務に忙殺されている企業側の取り組みは、なかなか進んでいないのが現状です。そこで今回は、ITコーディネータ協会によるITコーディネータ向けの研修「中小企業の事業継続力強化計画策定支援の進め方」で講師を務めた赤羽 幸雄氏に、中小企業がICTを活用して最低限取り組むべき災害対策についてうかがいました。



ITコーディネータ
ケース研修インストラクター
防災士 北海道地域防災マスター
赤羽 幸雄氏

災害時に企業を襲う 三つのリスク

日本を取り巻く自然環境はこの100年間で激変しており、内閣府の「令和5年版 防災白書」によると、日本の年平均気温は過去100年間で1.30℃上昇しました。この数値は世界平均の0.74℃を大きく上回り、大雨や短時間豪雨の発生頻度の増加につながっていると伝えています。また、政府の地震調査委員会は、南海トラフ地震(マグニチュード8～9級)の30年以内の発生確率を70%～80%(令和5年公表時)と評価しています。

では企業が被災した場合、どのような影響が生じるのでしょうか。IT経営コンサルタントとして、防災対策や事業継続力の強化を通じて、企業経営の強靱化を支援する赤羽氏は、災害時に企業が直面する三つのリスクを指摘します。

「まず、通信システムの不全による安否確認の遅延です。固定電話はつながらず、携帯電話も輻輳状態に陥り通信が滞ります。SNSやインターネットが重要な連絡手段となりますが、利用環境が整ってなければ情報共有ができません。次に、ルールが整備されていないことによる現場の混乱です。被災時の対応手順や指揮命令系統が明文化されていないと、『誰が』『何を』『どの順番で』行えばよいかが分からず、復旧活動が停滞してしまうのです。私自身が被災者となった2018年の北海道胆振東部地震でも、大きな被害を受けました」(赤羽氏)

この震災では、日本初のブラックアウトが発生し、北海道全域が最長3日間の停電に襲われました。信号機・公共交通・物流などが一斉にダウンしたため多くの企業が混乱状態に陥り、上長からは「自宅待機」、経営陣は「出社せよ」と異なった指示が飛び交うなど、事業の継続を妨げるさまざまな事態が発生しました。また、トヨタ苫小牧工場の操業停止の影響が全国の工場に波及するなど、全国規模でサプライチェーンが麻痺し、経済活動に大きな傷跡を残したのです。

そしてもう一つのリスクが、「データの喪失」による業務停止

です。紙の資料は水害や火災に弱く、一度失われると復旧は困難です。一方、デジタルデータも決して安全ではありません。バックアップが複数あったとしても保全場所が同じだと、そこが被災してしまえばすべてが失われます。

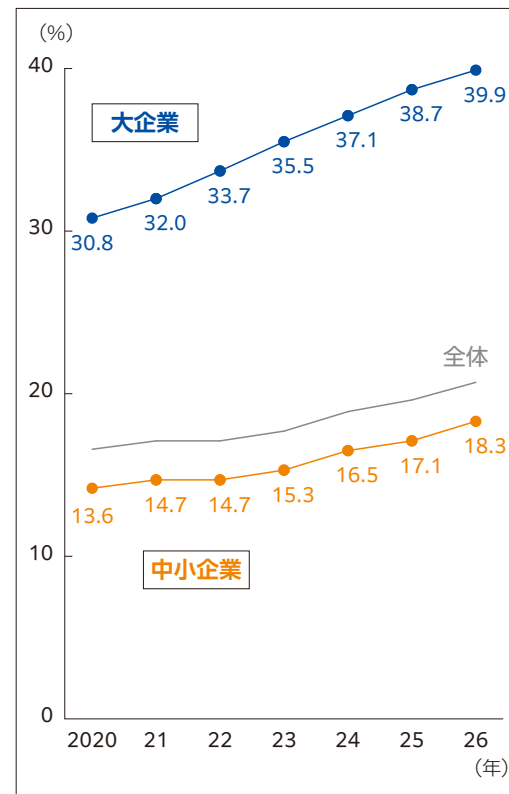
ICTを活用した 初動対応が重要

被害を最小限に抑え、速やかな復旧を果たすためには、「正確な情報」「適切な対応」「データ保全」が欠かせません。赤羽氏は、そのためには「初動対応」「復旧」「平時」の三つのタイムラインで考えることが重要だと指摘します。特に、正確な情報収集や迅速な情報共有が求められる初動対応では、防災アプリなどICTの活用が非常に効果的だと語ります。

「ICTの処理能力やスピードは人間の比ではありません。リアルタイムの災害情報を活用することで、初動の遅れや情報の錯綜、人手不足といった課題を大幅に軽減できます。現在は優れた防災アプリが数多くリリースされていますので、ぜひ全従業員のスマホにインストールしてください」(赤羽氏)

防災アプリは、気象庁や自治体などが発信する災害情報をスマホへリアルタイムで通知し、避難

【図：BCP策定率の推移 ―規模別―】



出典：帝国データバンク 事業継続計画(BCP)に対する企業の意識調査(2026年)

情報や危険箇所、気象警報などを迅速に把握できるツールです。無料で利用できるものも多く、中小企業でも手軽に導入できる防災対策の一つと言えるでしょう。

「講演会などでは、『Yahoo!防災速報』や『NHK ONE ニュース・防災』、自治体が提供する防災アプリなどを紹介しています。従業員の安全確認には、ビジネスチャットの活用も有効です。一斉連絡や自動集計機能により、災害発生から数分で安否や状況確認が可能で、例えば『LINE WORKS』や『Googleフォーム』などは比較的導入しやすいと思います。また、NTTの『災害用伝言版(web171)』は、安否確認の最後の砦となるサービスですので、ぜひ概要を理解しておいてください」(赤羽氏)

そして事業復旧のカギとなるデータ保全でも、デジタル活用は欠かせません。

「クラウドへのデータ保存は必須です。たとえ社屋が被害を受

けても、クラウド上にデータがあれば、速やかな復旧が可能になります。また『3-2-1ルール』の実践も重要です。三つのコピーを作成し、二つは異なるメディアに保存し、残る一つはオフサイト(遠隔地)に保管します。こうした対策を講じることで、自然災害だけでなく、サイバー攻撃にも高い耐性を持つバックアップ態勢を整えることができます」(赤羽氏)

平時の備えが 企業の防災力を高める

デジタル化と並行して、平時から具体的な防災策を全社で立案・共有し、適切な初動対応を実現するための「事業継続計画(BCP)」の策定も欠かせま

せん。BCPとは、人命の安全・業務の順位づけ・代替手段や連絡体制などが明記された計画書です。自然災害や感染症、サイバー攻撃などが発生した際に、事業を継続し、早期復旧を図るための重要な指針となります。

「現在、大企業のBCP策定率は76.4%に達し、毎年着実に上昇しています(内閣府「令和5年度企業の事業継続及び防災の取組に関する実態調査」)。一方、別の調査になりますが、中小企業の策定率は令和8年現在18.3%に留まっています(帝国データバンク「事業継続計画(BCP)に対する企業の意識調査(2026年)」：図参照)。しかし近年では、BCPの策定を取引条件の一つとする大企業も現れているため、サプライチェーンの一員である中小企業にとっても、BCPへの取り組みは今後ますます重要になるでしょう」(赤羽氏)

中小企業庁では、BCP策定に取り組む中小企業を支援する「事

業継続力強化計画認定制度」を推進しています。認定されると「信用保証枠の拡大」「貸付金利の引き下げ」「税制優遇」「ものづくり補助金の加算」など、さまざまな支援を受けられますので、積極的に活用したいところです。そして、赤羽氏はBCPとデジタル活用の効果を最大限に引き出すには、平時からの備えが何より重要だと強調します。

「デジタルツールを円滑に活用するには、ある程度の慣れが必要です。実際にツールに触れる体験型研修会などを開催して、従業員の習熟度向上に努めてください。また、ビジネスチャットは、日常業務でも積極的に活用することをお勧めします。普段から使い慣れていれば、災害時に『使い方が分からない』といった事態を防げます」(赤羽氏)

このように平時から備えを積み重ねることは、災害への対応力を高めるだけでなく、組織の情報共有や業務効率化といった日常の経営基盤の強化にもつながります。企業防災は、将来に向けた投資であると同時に、企業価値を高める取り組みでもあります。

経済産業省推進資格



●概要
組 織 名：特定非営利活動法人 ITコーディネータ協会
設 立：2001年(平成13年)2月
所 在 地：東京都中央区日本橋浜町2-17-8 浜町平和ビル7階
代 表 者：野村 真実
事 業 内 容：ITコーディネータの資格認定・育成カリキュラムの策定・研修、ITコーディネータと経営者などとのマッチング、ならびにITの活用に関する研究・啓発活動
URL：https://plus.itc.or.jp/



一日80トンのブドウを迎える繁忙期の負担を軽減 持続可能な生産を支えるワインメーカーのDX戦略

北海道ワイン株式会社

国産ブドウ100%にこだわり、「北海道産ワイン」を造り続ける北海道ワイン株式会社。ブドウ栽培の担い手不足や、繁忙期の業務負荷といった課題を解決するためDXに取り組んでいます。今回は、道内の大学や行政とも連携したスマート農業の研究開発や、自社の主軸事業であるワイン醸造にデジタル技術を取り入れることでどのような未来を描いているのか、同社経営企画室でDX推進に取り組む眞崎 晃文氏にうかがいました。

経営企画室 次長
眞崎 晃文氏

大量の原料受け入れ業務が 現場の大きな負担に

北海道ワインは、道内2ヵ所の直轄農場に加え、多くの契約農場で栽培されたブドウを原料とするワインメーカーです。年間生産量は200万本を超え、その原料となる国産ブドウの受入量は日本一を誇ります。そのため、膨大な量の原料管理が課題となっていました。

「ブドウは農産物ですから、収穫時期が一定期間に集中します。品種によって多少の違いはありますが、9月から10月にかけての収穫期には一日あたり80トンものブドウを受け入れる日もあり、その計量や受け入れ処理に追われるため、従業員が残業を余儀なくされることも多くありました」(眞崎氏)

持ち込まれたブドウは品種ごとに計量され、何がどれだけあったかを記載した伝票を発行します。これらの作業はすべて手書きで

行われ、さらに作業終了後には担当者が伝票の内容を社内システムへ再入力します。そのため、作業効率が低だけでなく入力ミスが発生することもありました。こうした課題を解消し、業務の効率化と作業員の負担軽減を図るため、同社は「原料受入データ管理システム」を導入しました。

仕入れ時の計量・伝票作成と データ入力を自動化

「原料受入データ管理システム」は、2021年から経済産業省のデジタル化支援事業の採択を受けて開発を進めてきました。開発にあたっては、計量・演算機能を外部の開発業者が担当し、データ入力・管理システムなどとの連携部分は、社内の情報システム管理部門が自社開発で進めていきました。



原料受入データ管理システム
①農家から届けられたブドウを計量器へ ②受け入れたブドウを計量 ③計量結果は自動でシステムへ送られる



「9月・10月の収穫期は工場の人手が不足するため、ほかの部署から応援を出すこともあり、情報システム部門のメンバーも実際にブドウの受け入れを経験していました。そのため、現場を理解した上で、どこに負担があり、どのように改善すれば時短や負担軽減につながるのかを『自分ごと』として考えることができました。その結果、現場にとって本当に使いやすい、効率的なシステムになったと感じています」(眞崎氏)

また、支援事業の補助金を活用してデジタル化に対応した計量器を2台導入しました。この計量器から取得されたデータは「原料受入データ管理システム」へと自動送信され、伝票発行までを一連の流れで処理できます(写真①②③参照)。これにより、伝票の手書

写真④/ロボットハンドによる自動収穫の実証実験
提供：北海道大学 生研支援センター事業「オープンイノベーション研究・実用化推進事業」より

き作業が不要となり、作業時間が大幅に短縮されました。

「導入前と比較して、繁忙期の残業時間は一日あたり約2時間削減されています。また、ヒューマンエラーによる入力ミスもなくなり、作業効率も大きく改善しました」(眞崎氏)

官・学と連携した共同研究で スマート農業の可能性を探る

原料受入業務のDXを通して劇的な業務改善に成功する一方で、同社は持続可能な農業の実現を目指す取り組みにも力を入れています。北海道に限らず、高齢化による離農や新たな担い手の不足は国内でも深刻な課題であり、デジタル化によって負担が軽減できれば、農業の持続可能性向上にも貢献できると考えています。

「北海道大学で農業ロボットなどの研究をされている野口 伸教授(現・理事/副学長)とのご縁から、道内にある当社の直轄農場にてスマート農業や自動化の共同研究をしています。具体的には、北海道大学が開発したシステムを搭載した自動走行カートや、AIカメラによる植物の病気判定などの実証を行っています。ロボットハンドを用いた自動収穫も技術的には実現に近づきつつありますが、現時点ではまだ人の手のほうが作業スピードで勝っています(写真④参照)。今後は処理速度の向上や、一般の

農家の方でも扱いやすい操作性の実現が課題です」(眞崎氏)

また、収穫期までの草刈り、害虫駆除といった日常的な農場作業にも自動化の余地があり、期待を寄せています。

「農場は広大な土地ですので、春から夏にかけての営農期は草刈りや防除(病害虫からブドウを守るための栽培管理の一つ)が続きます。北海道とはいえ真夏は気温30度を超える日も続きますし、負担が大きいため、こうした作業をロボットが代替できれば、効率化だけでなく、農場で働く人への負担軽減にもつながると考えています」(眞崎氏)

DXの成功体験により 高まる改善意識

「原料受入データ管理システム」の導入により現場の負担軽減が実現したことで、社内にも前向きな変化が生まれていると眞崎氏は話します。

「導入前は『本当にできるのか』と不安視する声もありました。私自身も、現場に混乱が生じるのではという懸念は持ちつつも、現場の労力に依存した経営には限界があると感じていたため、このシステム導入には大きな期待を寄せていました。結果として、負担軽減の効果を最も実感しているのは現場の従業員だと思います。この成功体験により、『ここも効率化したい』といった改善のアイデ

アも出やすくなりました」(眞崎氏)
こうした取り組みにとどまらず、眞崎氏自身も業務改善のためのツール開発に挑戦するようになりました。

「2025年頃から生成AIを業務に取り入れています。企画立案に活用するだけでなく、ワインの在庫管理などアナログで行われている業務にも使えたらと思い、Google Apps Script(Googleが提供する自動化ツール)を活用し、在庫管理用の表計算シートなどと連動して在庫量の変化を自動で管理できる仕組みを構築し、現場で運用しています。また、環境保全の取り組みの一環として、経理データから二酸化炭素排出量を算出するシステムも作成しました。その結果、電力依存の高さやタンク冷却に使う水のコストの負担など、当社が抱えるエネルギーリスクの存在にも気づき、その対策を進めているところです」(眞崎氏)

農業関連企業にとって、収穫期の繁忙は避けられません。今は人手で対応できていても、人口減少が深刻化する中、今後も同じ体制で維持できるとは限りません。だからこそ、一人ひとりの業務負荷を適正化するデジタル化への取り組みは重要です。



●会社概要
会 社 名：北海道ワイン株式会社
設 立：1974年(昭和49年)1月
所 在 地：北海道小樽市朝里川温泉1-130
代表取締役社長：眞崎 公宏
資 本 金：4億4,689万円
事 業 内 容：北海道産をはじめとする国産ブドウ100%使用の日本ワイン醸造・販売、営農指導やワイナリーツアーを通じたワイン文化の醸成にも取り組む

URL : <https://www.hokkaidowine.com>

未来を見据えたICT戦略と人材育成

ICT戦略の立案と経営層との連携、情シス人材の育成・定着、そしてDX時代における情シスの役割の変化——。本連載(全3回)の最終回では、ひとり情シスが直面するこれらの課題を整理しながら、中小企業が今後取り組むべき方向性を考えていきます。「会社のICTをどこへ向かわせるか」を考えるのは、情シス担当者だけの役割ではありません。経営層が当事者としてICT戦略に関わることで、はじめて企業のデジタル化は力強く前進します。

ICT戦略の立案と経営層との連携

ひとり情シスが抱える課題の一つに、「日々の運用に追われてICT戦略を考える余裕がない」というものがあります。戦略を考えると大げさですが、自社のICTを今後どのような方向へ進めていくべきかを整理し、定期的に経営層と共有する必要があります。

「システムの老朽化により営業の見積作成に時間がかかっている」「従業員が多忙でセキュリティ対策が十分に行き届いていない」「データが部門ごとに分散し、どれが最新かわからない」など、現状の課題を経営層にも伝わる言葉で整理して説明することが、中長期的なICT戦略を考える第一歩となります。

こうした取り組みは簡単ではありませんが、怠るとお互いの認識にズレが生じ、不信感などが芽生えることがあります。経営層から見ると「サーバーを買ってほしい」「セキュリティが必要です」など、都度個別の申請が上がってくるように感じられ、そのたびに説明を受ける時間が必要で、結果的に仕事に追われるという悪循環に陥りかねません。

一方で、経営層もひとり情シスからの提案を待っているだけの姿勢ではいけません。経営層自身も「ICTで従業員の負荷を軽減できる業務はあるか?」といった視点を持つことが重要です。その視点が加わることで、はじめて企業戦略の中にICT戦略が組み込まれたと言えます。

情シス人材の育成と確保

現在、中小企業のひとり情シスで最も多いのは、就職氷河期世代や団塊ジュニアと呼ばれる世代の人たちです。日本でも特に人口が多い世代で、企業の中核人材として長年にわたり現場を支えてきました。すでに50歳を超えた方も多く、パソコンやインターネットの黎明期をリアルタイムで経験してきた、技術的な

素養の高い世代でもあります。もし社内がこの世代のひとり情シスが活躍しているなら、絶対に手放してはいけません。

優秀なひとり情シスは転職市場でも価値が高く、声がかかる機会は少なくありません。退職の意思が示された時点では、すでに意思が固まっているケースも多いため、引き留めることは容易ではありません。そのため、日頃から定期的なコミュニケーションの場を設け、待遇への不満や業務環境の改善要望、定年延長や役職変更の可能性などを早い段階で話し合っておくことが重要です。

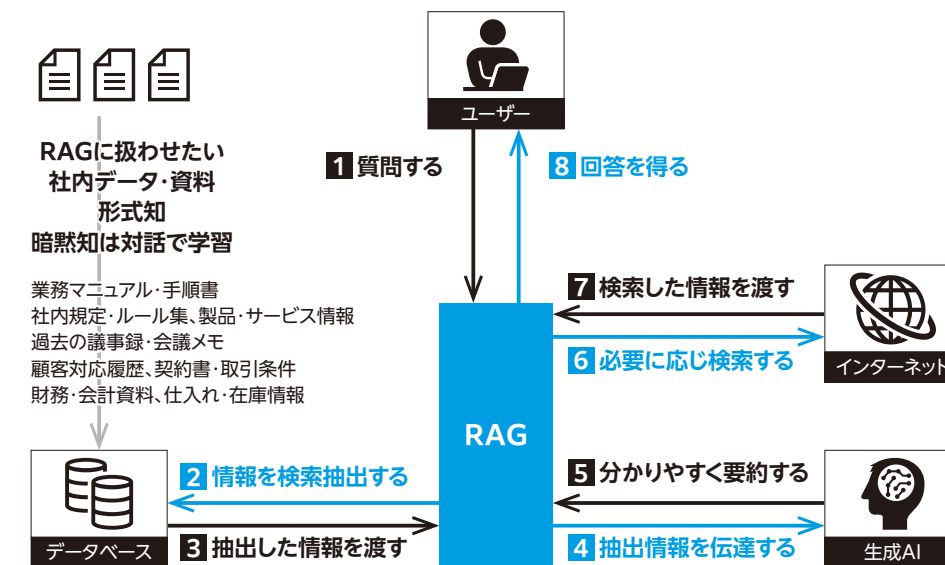
しかし、不測の事態としてひとり情シスが退職してしまうことがあります。人口減少が進む中、同等のスキルと経験を持つ若手の人材を外部から採用することは極めて困難になってきていますので、今後は社内でICT人材を育成する視点は欠かせません。その一つの流れとして、管理部門の担当者がICT業務を兼任するケースが増えてきました。その素地を作るために、管理部門の従業員に月一度のICT業務関連会議へ参加してもらうだけでも、基礎的な知識の蓄積につながります。全員とは言えませんが、従業員の中にはICTやデジタルで自身のスキルを向上させたいという人はいるでしょう。情シス人材が社内で増加する環境づくりをぜひ継続してください。

DX推進と情シスの役割の変化

かつての情シスは「ICTインフラを安定的に維持・管理する」ことが主な使命でした。しかし今後は、デジタル技術を活用して業務プロセスを変革し、会社の競争力を高めることへの貢献が求められます。

具体的には、業務の自動化(RPAや生成AIの活用)、データ活用による意思決定支援、デジタルを活用した新サービスの開発支援などが挙げられます。こうしたDXの取り組みを推進するためには、情シス担当者が

【図：RAGの仕組み】



技術の最新動向を把握しながら、経営層と現場をつなぐ「橋渡し役」としての機能を担うことが重要になります。

実際、ひとり情シス協会が昨年末に実施した「中小企業AI活用調査」では、生成AIの普及拡大を背景に、92.8%のひとり情シスが新たなスキルを習得する必要があると感じていることが明らかになりました。しかし、最初からDX推進者として大きな成果を求める必要性はありません。まずは日々の業務から時間を確保し、社内を見渡し、ユーザー層との対話を少しずつ増やし、DX化のネタを探すことから始めましょう。

知識を「組織の資産」に変える仕組みづくり

いくら優秀なひとり情シスがいても、その知識がすべて本人の頭の中だけにある限り、属人化のリスクは消えません。これは、退職目前のベテランの従業員のノウハウも同じです。情報をドキュメント化し、組織の資産として蓄積していく仕組みが不可欠です。

近年はChatGPTなどを活用している方も多いと思いますが、社内固有のノウハウや方法などは教えてくれません。そこで注目されているのがRAG*です。社内に蓄積されたマニュアルや手順書、各種資料などを参照しながら生成AIが回答する仕組み(図参照)で、中小企業の情報共有や知識資産の管理として比較的取り組みやすいと言われています。

ただし、どの企業でもすぐに実現できるわけではありません。標準化されたフォーマットや、社内工程に対応した手順書の整備が前提となります。RAGを導入する際には、たとえ導入が思うように進まなくても、その過程で社内の情報整備が進むこと自体に価値が

あります。ひとり情シス協会ではRAGのプロジェクトの事例報告「AIしくじりひとり情シス」として失敗や苦労話をまとめた冊子を発行し、Amazon.co.jpにて販売していますので、ご関心のある方はご覧ください。

ひとり情シスと経営者へ伝えたいこと

3回にわたって解説してきたように、ひとり情シスは中小企業のICT基盤を一手に支える重要な

存在です。その力を最大限に発揮してもらうためには、担当者個人の努力だけでなく、経営層のICTへの理解、社内の協力体制、外部リソースの活用、そして人材を大切に作る組織文化が欠かせません。デジタルと経営がますます密接になるこれからの時代、こうした体制を整えることこそが企業の競争力につながると確信しています。

また最後になりますが、「ICTをどこまで導入すればいいのですか?」と経営者からよく質問されます。その際に私は必ず「ICTを使わずに改善できることをまず考えて実行してください」と伝えます。顧客管理や情報共有、セキュリティ対策でも、現状の環境のまま改善できることはあるでしょう。それでは対応が不十分で、運用に限界がある、手間がかかるとなったら、ICTツールの導入を最後の手段として検討してみてください。

※ RAG: Retrieval-Augmented Generation (検索拡張生成)の略。AIが質問に回答する際、学習データだけでなく、指定された社内文書や最新データベースから関連情報を検索し、それを根拠にして回答を作成する仕組み。



しみず ひろし
清水 博氏

横河・ヒューレット・パカード入社後、米国HP社に出向し、アジア太平洋本部でマーケティングダイレクターなどを歴任。米国、フランス、タイ、シンガポール駐在、日本法人マーケティング責任者を歴任。デル・テクノロジーズ社にて上席執行役員、全社マーケティング統括、中堅企業事業責任者としてビジネスを倍増させ世界トップ部門となる。著書に「ひとり情シス」(東洋経済新報社)などがあるほか、中堅中小企業のひとり情シス支援に取り組み、一般社団法人ひとり情シス協会の事務局を担当。

バックナンバーを一気読み!
ユーザー協会 ICTコラム





「声かけ」からつくる心理的安全性

心理的安全性づくりと言うと、制度や風土といった大きな話に聞こえるかもしれません。しかし実は、今日の「一言」から始められるのです。今回は、職場の声かけを2種類に分けて捉える考え方をご紹介します。

報告がなくなる会話

ある職場で、機器のトラブルを発見した部下が、上司に報告した。そんなシーンを思い浮かべてください。上司は部下の報告に対してこう返事をします。「なんでそんなことやらかしたんだ」「気をつけろって、いつも言ってるよね」。

上司に悪気はありません。むしろ再発を防ぎたい一心で、指導のつもりで言っています。しかし、報告した部下から見ると、どんな景色が見えるでしょうか。勇気を出して報告したのに、怒られるだけで助けてもらえない。ここで部下が学ぶのは「報告するだけ損だ」ということです。

こうして、報告は減っていきま。トラブルそのものが消えるわけではなく、報告されなくなるだけ。問題は水面下に隠れ、大きくなってから発覚する。再発を防ぎたいはずの一言が、かえって組織のリスクを育ててしまうのです。

声かけには2種類ある

このすれ違いは、上司の人柄の問題ではありません。言葉の選び方の問題です。職場の声かけは、その働きによって大きく2種類に分けられます。

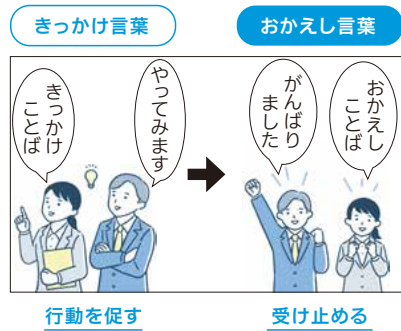
一つは「きっかけ言葉」。望ましい行動を、行動の前に促す言葉です。もう一つが「おかえし言葉」。起きた行動を、行動の後に受け止める言葉です（図参照）。

これらは、二つでセットだと考えてください。「きっかけ言葉」は行動を促しますが、行動は一度起こしただけでは定着しません。もしも、せっかく促した行動が罰や不安で迎えられるれば、二度目はないでしょう。

例えば、「いつでも相談してね」と言われて相談に行ったら「後にして」と冷たい反応だったら、「それでも次は相談しよう」とはなかなか思えないでしょう。忙しい時でも「相談ありがとう。今はちょっと難しいのだけど、急ぎでなければ明日の10時からではどう？」と、「おかえし言葉」があるのとは大違いです。

このように、起きた行動をきちんと受け止め「次もまたやろう」と思える声かけ。それが「おかえし言葉」です。

【図：2種類の言葉（きっかけ言葉・おかえし言葉）】



参照資料：原田 将嗣(著)、石井 遼介(監修)『心理的安全性をつくる言葉55』（飛鳥新社）2022年

相手が「よし、やろう」と思えない依頼、何をすればいいかよく分からない依頼は「きっかけ言葉」として働きません。行動した相手を萎縮させる応答は、「おかえし言葉」として逆効果です。冒頭の上司は、部下の「報告」という望ましい行動を、意図せず罰で迎えてしまっていたのです。

報告が「次もまた」に変わった現場

ある製造業の開発部門での出来事です。部長は日頃から、メンバーにこう声をかけていました。「トラ

ブルや困ったことがあったら、報告・相談大歓迎だから教えてね」。これが「きっかけ言葉」です。

開発工程の終盤、担当者が意を決して報告に来ます。「ある操作をすると、不快な振動が出ることが分かりました…」。完成間際の悪い知らせに、部長はこう返しました。「今発見できて、それはちょうど良かった」。起きた行動を受け止める、「おかえし言葉」です。

すると、担当者からこんな言葉が返ってきました。「そう言ってもらえると、次も言いやすいです」。適切な「おかえし言葉」が、次の報告へつながった瞬間です。そして注目したいのは、この最後の一言もまた、部下から上司への立派な「おかえし言葉」だということ。上司も「こういう、心理的安全な対応ができて良かったな」と思え、行動が続きます。声かけは、上司からメンバーだけのものではありません。誰もが今日から使える、チームづくりの道具なのです。

明日、誰かに何かを頼む時「きっかけ言葉」を、誰かの報告を受ける時「おかえし言葉」を、意識してみてください。あなたの一言が、チームの次の行動をつくりま。

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。2026年8月「書くカウンセリング」上梓。

お客さまの感情に応えるということ

大同生命保険株式会社



生命保険会社である当社は、日々さまざまな「感情」を持ったお客さまからお電話をいただきます。生命保険は、いわば人生とともにあるものです。結婚、出産、就職、病気、けが、後遺症、そして死亡。人生の節目や困難な場面を支えるのが生命保険であり、大切な出来事に関わるからこそ、お客さまのお話には強い感情が伴います。

「丁寧」な対応のはずなのに

ある日、入院給付金のご請求について、女性のご契約者さまからお問い合わせのお電話がありました。その方は何度も入退院を繰り返されており、請求手続きが複雑になっていたため、どのように請求すればよいかを確認したいとのことでした。

最初に対応した年次の浅いコミュニケーションは、入院状況やお手元の書類について、一つひとつ丁寧に確認していきました。しかし、入退院の回数が多かったことから確認事項も増え、「この入院も〇〇でのご入院ですね」といった質問を何度も繰り返すことになりました。するとお客さまは突然、「何回同じことを聞くの！ 私はその病気です！ ばかにしてるの！」と声を荒らげられました。コミュニケーションはどう対応してよいか分からず戸惑い、

お客さまはそのまま電話を切られてしまいました。

お客さまの「変化」

しばらくして、同じお客さまから再度お電話がありました。今度は別のコミュニケーションが対応したのですが、驚くことに何事もなかったかのように会話が進み、穏やかな雰囲気のまま終話となりました。

何が違ったのでしょうか。通話を確認すると、最初の対応は会社のルールに沿って正確かつ丁寧に行われていました。一方、2回目の対応では、「何度ものご入院でご心配でしたね」「お加減はいかがでしょう」といった気づかいの言葉が自然に添えられており、お客さまの病状やお気持ちを察していることが伝わっていました。後日、そのお客さまからは感謝のお声までいただきました。

宮本 真紀氏
大同生命保険株式会社 カスタマーサービスセンター 部付課長。コールセンターのコミュニケーションとして約10年間お客さま対応に従事。電話対応コンクールには8回挑戦し、2016年から熊本県大会4連覇、2019年には全国大会優勝を果たす。2023年度には「コンタクトセンター・アワード2023」個人表彰部門で「リーダー・オブ・ザ・イヤー」を受賞。現在は社内外での研修やYouTube 配信を通じて、電話対応の価値と魅力を伝えている。電話対応技能検定指導者級資格保持。

「今回の講師は、広島県 府中市 市民生活部 環境衛生課 生活環境係主査の河原 朗さんです。日々、市民の方のさまざまな相談に親身に対応されているっしやいます。コンクールをこよなく愛し、選手としてもがんばっています」



宮本 真紀氏



バックナンバーを一気読み！
ユーザー協会 お客さまCS

問題

話し言葉では、主語と述語が正しく対応していない文で話してしまうことがあります。次の四つの選択肢のうち、正しい文になっているものはどれですか。一つ選びなさい。

- 「この商品の魅力は、実際に使ってみると便利な機能が多いと感じました」
- 「私がこの仕事を続けている理由は、人と人とのつながりを実感できるからです」
- 「当社の強みは、お客さまからのニーズに応じて、商品をカスタマイズできます」
- 「今回の研修で学んだことは、仕事の進め方がもっと工夫できるのではないのでしょうか」

※2級問題より

正解は13ページをご覧ください。

テレコム・フォーラム 2026.10



バックナンバーを一気読み！
ユーザー協会 心理的安全性



電話対応でCS向上

傾聴力やお客さま第一に考える風土づくりにコンクールの活用を継続

株式会社明電舎・沼津事業所

「より豊かな未来をひらく」という企業理念のもと、発電所、上下水道施設、鉄道、工場など、社会を支えるインフラに関わる事業を展開する株式会社明電舎。電話対応教育に関する取り組みについて沼津事業所の皆さまにうかがいました。

Webでは+αの情報も読むことができます
ユーザー協会 C20126



人事統括本部 沼津事業所 総務勤務課 杉本 映美氏
人事統括本部 沼津事業所 総務勤務課 内藤 幹子氏
電力機器工場 スイッチギヤユニット製造部 生産管理課 土屋 乃琉氏

事業概要と電話対応部門の役割についてお聞かせください。

A 当社は、電力インフラ、社会システムの水処理、産業システムなどの分野で、電気機器やシステムを提供する重電機器メーカーです。国内には四つの事業所・工場があり、事業所ごとに製造する製品が異なりますが、沼津事業所では主に、大型変圧器や遮断器、水処理関連設備や電鉄・鉄道関連設備向けの電気機器、変電所などの配電盤などを製造しています。

電話でのやり取りがあるのは、主に取引先やインフラ事業者、協力会社などです。電話対応はお客さまとの最初の接点となるため、沼津事業所でも企業の信頼を左右する重要なコミュニケーション手段の一つと位置づけられています。

現在、納入済み製品の不具合や製品に関するお客さまからのお問い合わせについては、カスタマーセンターでいったん受け、製品や内容、事象に応じて該当部門へ取り次ぐ形としています。(杉本氏)



電話対応コンクールで学んだ電話スキルを日々意識し、電話対応をしている

経験不足の若手社員に向けたフォロー体制を

電話対応に関する課題と対策について教えてください。

A 当社では、電話対応に限らず、あらゆる対人コミュニケーションにおいて「相手の立場に立った対応」を基本としています。電話は顔が見えないため、正確さや丁寧さに加え、声のトーンや話すスピード、間の取り方も重要であり、明るく誠実な対応を心がけるよう指導しています。そのため、新入社員研修では電話対応を社会人としてのコミュニケーションの基礎を学ぶ重要な機会と位置づけています。新入社員研修は約1ヵ月間実施し、電気の基本教育や実技教育に加え、会社の事業内容や制度の理解、コミュニケーション、ビジネスマナー、電話対応などを学びます。また、新入社員のみならず、若手社員は経験が浅い中、技術用語や専門用語、略語が多く用いられる社内外の電話対応において内容を正確に聞き取り、適切な担当者へつなぐ力が求められます。こうした課題の背景には経験や知識の不足もあるため、先輩社員によるフォロー体制を整え、実践を通じて着実にスキルを習得できる環境づくりを進めています。(内藤氏)

実践的な訓練の機会として活用

電話対応コンクールへの取り組みについて教えてください。

A 電話対応スキルの向上を目的に、10年以上前から電話対応コンクール（以下、コンクール）へ継続的に参加しており、毎年20名弱の社員が挑戦しています。特に新入社員にとっては、日常業務だけでは得られない実践的な訓練の機会となっており、電話対応の基本や顧客対応力を磨く場として位置づけています。2025年度の静岡大会では、参加者の中から1名が優



特高油入変圧器



新入社員研修・階層別教育



秀賞を受賞しました。それが土屋さんです。新人時代からは見違えるほどの成長で、予選に向けて入念に練習を重ねる姿が非常に印象的でした。(杉本氏)

入社当初は電話に対して強い苦手意識がありました。今の部署に配属された直後、先輩社員からかかってきた電話では製品名や部品名、略語が飛び交い、何を言っているのか分かりませんでした。聞き返すこともできず、「誰かから何か言われました」という程度の伝達しかできない状態でした。失敗を重ねる中で、分からないことを聞き返し、相手の名前を確認し、適切な担当者につなぐという流れがつかめるようになりました。これは意識が変わったというより、電話対応自体に慣れたことが大きいのではと感じています。

また、コンクールへの参加も大きな転機となりました。実際の業務でコンクールの課題と同じ問い合わせを受けることはありませんが、「電話対応としての理想的な形」を学べたことで自信につながりました。さらに、大会参加をきっかけに職場内で声をかけられる機会が増え、周囲とのコミュニケーションが活発になるなど、電話対応スキルの向上だけでなく、人とのつながりを広げる貴重な経験にもなったと感じています。(土屋氏)

コンクールへの参加は、社員教育や職場の雰囲気にも良い影響を与えています。人事部門としても、コンクールへの参加が、傾聴力や「お客さまならどう感じるか」を考える風土づくりの一環になっていると捉えており、参加者の活躍は本人やその職場だけでなく、人事部門にとっても大きな刺激となりました。(内藤氏)

応対品質全般の向上に取り組む

最後に、直近の取り組みと今後の目標について教えてください。

A 普段、電話は相手の表情が見えないため、「迷惑だったのではないか」「怒っているのではないか」といった不安を与えないよう、明るく聞き取りやすい声で応

対することを意識しています。また、コンクールで、コールセンターや窓口業務など電話対応のプロフェッショナルの応対に触れ、相手を安心させる言い回しや声の大きさ、高さなど多くの学びを得ました。そうした経験を活かし、今後は、丁寧で正確な応対に加え、社内電話のように迅速なやり取りが求められる場面でも必要な言葉が自然に出てくるよう経験を積み、より円滑なコミュニケーションを実現していきたいと考えています。(土屋氏)

当社では、電話対応を含むあらゆる顧客接点において、お客さまから信頼される企業であり続けることが重要だと考えています。デジタル化が進む中でも、人だからこそ伝えることができる安心感や誠実さを大切にしながら、応対品質全般の向上に取り組んでいきます。(杉本氏)

コンクール参加の目的は優秀な成績を収めることではなく、電話対応に苦手意識を持つ社員が、業務の中で積極的に電話対応に取り組めるきっかけをつくることです。コンクールへの参加を引き続き重要な教育施策の一つとして位置づけ、継続していきます。(内藤氏)

MEIDEN

Quality connecting the next

●会社概要
会社名：株式会社明電舎
設立：1917年(大正6年)6月
本社所在地：東京都品川区大崎二丁目1番1号 ThinkPark Tower
代表取締役 執行役員社長：井上 晃夫
事業内容：電力システム事業、産業機器事業、電動車関連技術事業、公共インフラ事業ほか
URL：https://www.meidensha.co.jp/
[ユーザー協会会員]

関連記事もWebで！

「新入社員教育」

ユーザー協会 イソザキ



CTIシステムや音声認識、AI自動要約ツールの導入で 応答率や生産性向上を推進

株式会社コメ兵

リユース品を中心とした、ジュエリー・貴金属、ブランド時計、バッグ、ブランド衣料などの買取・販売を手がける株式会社コメ兵。カスタマーサクセス部のお二人に、問い合わせ対応のデジタル化を通じた顧客体験の向上への取り組みについて話をうかがいました。

Webでは+αの情報も
読むことができます
ユーザー協会 C20127



営業本部 営業企画統括部
リテール統括部 カスタマーサクセス部
鶴田 竜司氏



営業本部 営業企画統括部
リテール統括部 カスタマーサクセス部
坂田 希代子氏

Q 御社の業務内容とお客さま対応部門の課題についてお聞かせください。

コメ兵は、リユース品を中心とした高価格帯商品の買取・販売を行う企業です。販売では、EC在庫を近隣店舗に取り寄せて実物を確認した上で購入できる「お取り寄せサービス」など、実店舗とECを連携させたOMO (Online Merges with Offline) 施策を展開するほか、自社ECサイト、ラクマ、メルカリ、eBayなど外部モールや越境ECにも出店しています。(鶴田氏)

カスタマーサクセス部では、販売、買取、代表電話、Webチャット、LINE査定など、KOMEHYOのサービス全般に関わる幅広い問い合わせを担当しています。オペレーターの役割は、一次受付としてお客さまが何に困り、何を知りたいのかを正確に把握することです。その場で回答できる内容なら解決まで対応し、商品状態の詳細確認や専門的な査定金額の案内が必要な場合は、商品保管店舗や専門鑑定士へつなぐなど、折り返し対応を行っています。近年は、買取サービスに関する問い合わせが増加し、販売と買取の問い合わせ比率はほぼ半々の状況です。電話対応部門には約30名のオペレーターが在籍し、10～14席で全国から1日150～200件の問い合わせに対応しています。また、LINE査定担当スタッフは11名在籍し、月間約7,000件の対応を行っています。

お客さま対応に関して、以前はいくつかの課題がありました。10年近く前になりますが、その頃、活用していたシステムはオペレーター全員の電話が一斉に

鳴る仕組みでしたので、「誰かが出るだろう」という心理が生まれやすく、個々の受電件数に偏りがありました。また、今のような通話状況なのかをリアルタイムで把握しにくく、応答率を改善するための具体的な打ち手を取りづらいう状況でした。(坂田氏)

Q 課題に対してどのように取り組み、効果を上げられたのでしょうか。

オペレーターの稼働の偏りや通話内容の把握のため、CTIシステムの刷新を検討し、2020年に新しいCTIシステムを導入しました。当時、オペレーターの席数が6～7席程度でしたので、小規模なコンタクトセンター向けのそのシステムは当社の環境に適しており、採用を決めました。導入後は、着信の制御が可能となり、オペレーターへの負荷が偏りにくくなったほか、管理者がリアルタイムで通話状況を確認できるようになり、応答率の向上とともにオペレーター一人ひとりの意識改善につながりました。(坂田氏)

対応品質においては、まだ対応すべき課題がありました。例えば、クレーム対応時の確認に時間がかかることが挙げられます。オペレーターの対応内容を確認するには録音を聞き直す必要があり、管理者が状況を把握するまでに時間がかかっていたのです。さらに対応後の記録作成にも時間がかかるとともに、記録内容に

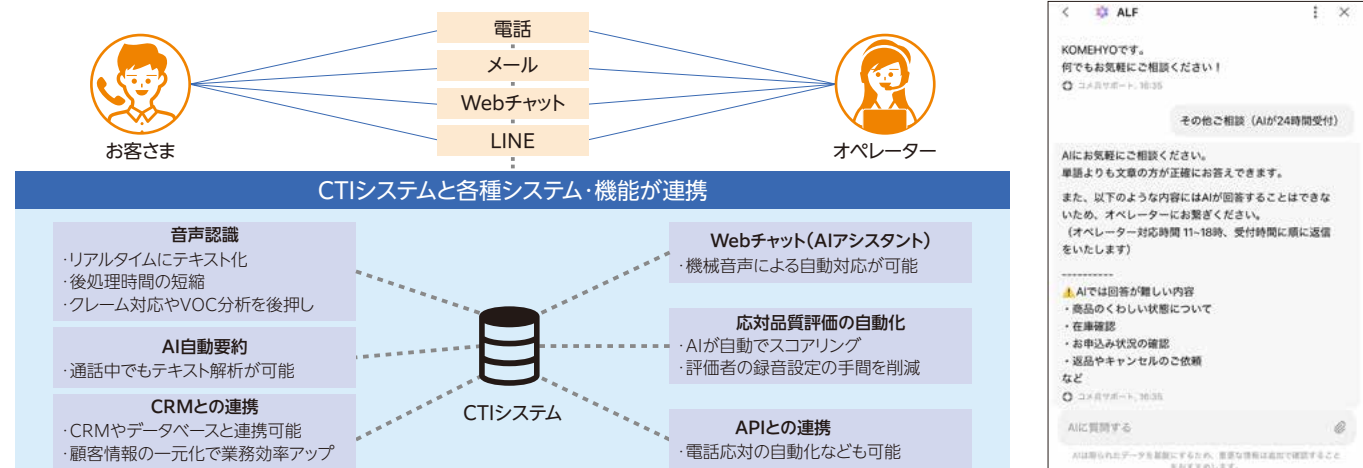
対応者の主観が入り、内容の詳細さについても個人差が出ていました。

そこで約2年前、業務効率化を目的として、音声認識とAI自動要約のツールを導入しました。会話内容がリアルタイムでテキスト化さ



同社のサービスに関わる幅広い問い合わせに対応

【図：カスタマーサクセス部におけるコンタクトセンターシステム活用イメージ】



れることで、状況把握、エスカレーション、フォロー対応を迅速に行えるようになりました。また、自動要約の機能を活用することで、後処理時間を短縮しながら、より客観的な記録を残せるようになりました。オペレーターの生産性が上がった結果、より多くの電話対応に時間を充てられるようになっています。(鶴田氏)

Q Webチャットなどの導入・効果についてはいかがでしょうか。

公式オンラインショップにおいてはAIによるチャット窓口を設置しています。こちらは2025年末にテスト導入し、2026年4月から本格導入しました。公式オンラインショップはここ数年、アクセス数が増加していましたが、相談窓口の分かりにくさや、夜間対応、人員確保の面で課題がありました。そこで、AIによる一次対応を自動化し、オペレーターはより専門性の高い問い合わせに注力できる体制を構築するため、導入を決めました。AIアシスト機能によって問い合わせ内容や顧客属性に応じた回答ができるなど、対応品質が高く、必要に応じて有人対応へ引き継ぐことができ、問い合わせの導線が分かりやすいことが導入の決め手となりました(図参照)。

AIチャットの活用により、対応品質の平準化を図ることができ、多言語にも対応しているため、海外の顧客からの問い合わせにも受けつけることができます。また、FAQや利用ガイドを読み込ませることで、KOMEHYO特有の問い合わせも応えられるようになりました。(鶴田氏)

リユース業界では、「本物ですか」「安心して購入できますか」といったような、お客さまの不安に関する問い合わせが少なくありません。電話であれば会話の中から不安を感じ取ることができそうですが、テキストコミュニケーションでは顧客心理を把握しづらい面があります。そのため、チャット設計では、単に質問に答えるだけでなく、お客さまが本当に知りたいこと、

不安に思っていることを先回りして案内することを重視しました。導入後、オペレーターはAI対応後の履歴を確認してから有人対応に入れるようになり、お客さまが何を質問し、どのような回答を受け、どこでつまづいたのかを事前に把握できるため、対応の精度向上につながっています。(坂田氏)

Q 今後の展開について教えてください。

今後も、さらにAI活用を進めていく方針です。具体的には、音声AIの導入、営業時間外対応の自動化、後処理業務の自動化、業務のデジタル化・オートメーション化などを検討しています。人材確保が難しくなる中で、業務効率を高めること、多言語対応を強化すること、そして顧客体験を損なわないことを両立させていく必要があります。私たちが目指すのは、単にお客さまの問い合わせに回答するだけでなく、お客さまの疑問や不安を的確に受け止め、最適なサービスへ案内し、販売や買取といった実際の利用につなげていくことです。「顧客の創造」の実現に向けて、お客さまの求める基準を超える対応を行うため、デジタルと人の力を組み合わせながら、今後もさらに取り組みを進化していきます。(鶴田氏)

KOMEHYO

●会社概要

会社名：株式会社コメ兵
設立：2020年(令和2年)5月
本社：愛知県名古屋市中区大須三丁目25番31号
代表取締役社長：山内 祐也
事業内容：中古品・新品の宝石・貴金属、時計、バッグ、衣料、きもの、カメラ、楽器などの仕入・販売
URL：https://www.komehyo.co.jp/
[ユーザー協会会員]

関連記事もWebで！
「応答率の向上」
ユーザー協会 株式会社アイリスプラザ





「声離れが進む！」

若者の活字離れという言葉が問題化し始めたのは、昭和の末期頃でしょうか。テレビ文化が華やかに賑やかに幕を開け、漫画・劇画のブームと相まって、若者の足を書店や図書館から遠ざけました。そして今、インターネットの普及、メッセージングアプリの台頭、爆発的なスマートフォンの浸透、そして驚異的なAIの登場が、人声という血の通った通信手段を、マイナーなツールにしてしまいました。声離れが進んでいるのです。今回はこの声離れについて考えます。



電話は書き言葉のツールになった

昭和、平成の電話対応は、話し言葉によるコミュニケーションツールとして、ビジネスに、プライベートに、日本中隈なく広がり普及し、政治に経済に娯楽に、大きな役割を担ってきました。「声は人なり」というコピーが評判になり始めたのもこの頃です。人と人をつなぐ「声」が注目されたのです。時代が進んで平成から令和になると、通信手段は大きな変革期を迎えました。SNSの普及で、話し言葉に代わって書き言葉が、メインツールになったのです。

さらに、AI時代を迎えて、1000年の昔から私たちが守り受け継いできた話し言葉自体が、本来の機能を失いつつあるのです。電話の多くが、語彙の少ない書き言葉で済ませるようになり、音声は豊かな表現力を失くしつつあります。

匿名性の強いインターネットでは、誤解からくるトラブルも増えていると聞きます。



人類の歴史は話し言葉に始まる

ご存じの通り、人類のコミュニケーションは20万年の昔から、伝えることを主目的とした話し言葉に始まります。書き言葉の歴史はほんの5000年ほどです。それはまだまだ不完全なものかも知れません。私は学者ではありませんので、確たる証拠は持ち合わせませんが、でも、あれだけ文字言葉が栄えた日本の歴史を見ても、話し言葉にこそ、深い知恵と情とがあったのではないかと思えるのです。そしてその話し言葉を支えたのが「声」

です。それは情と共に伝えられてきたはず。それだけに、AIというまだまだ発展途上のツールに簡単に乗り換えることに、私は不安を覚えます。



良い声を作るポイントは響き

素敵な声、きれいな声、聴きやすい声を作る最も重要なポイントは、声の「響き」だと思います。私はアナウンサーの現役時代、「いい声ですね」と言われたことは一度もありませんでした。むしろ自分の声にはコンプレックスを持っていました。しかし、現役を退いてから、電話の相手の方から「流石アナウンサー、いい声してますね」と、お褒めをいただくことがしばしばあるのです。しかし、私自身は自分の声がいい声だと思ったことは一度もありません。

中堅アナ時代、アナウンスの指導に当たっていた大先輩のアナウンサーが、自他ともに美声との評価の高い有名アナウンサーを指導している場に同席したことがあります。

その指導は辛辣でした。「いい声出すな！いい声出したら伝わらない！」。聴いている私が怖くなるような厳しい指導でした。所詮いい声には縁がなかった私ですが、アナウンスでも電話対応でも、いつも気をつけていたことは、普通の自分の声で、聴き手に向けて普通に伝えよう、ということでした。「普通に」くらい難しいことはありません。でもその意識が、声を出すのに一番楽でした。体調の良い時には、それなりに響く声が出ていました。



魅力的な声を作るポイント

あっという間に、私たちの周りにAIが溢れてきました。AIが人間を真似るのではなく、人間のほうがAIを真似る感があります。いくら真似てもAIには出せない人間の声を鍛えていかなければなりません。声帯医学の権威、米山 文明さんの指導を受けたことがあります。

良い声を作るには、「発声器官と全身の鍛錬が必要だ」と断言されました。一例を挙げれば、基本は母音の「アエイウエオアオ」です。自分の出しやすい高さで「ア・ア・ア・ア……」と、スタッカートでもよいので発音してみてください。声帯がピンとします。これを続けることで若々しい声と体が作られます。米山さんの話をもう一つ。フランスの作曲家レイナルド・アーンの言葉です。「音程が狂っていても、声が悪くても、とことん自分の感情を込めて歌う人の歌は、それなりに人の心打ち、よく聴こえるものです」。声は心の表現なのです。



岡部 達昭氏

日本ICTテレコムユーザー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！
ユーザー協会 コミユカ 鍛える

チャレンジ！電話対応技能検定の答え：(2)

ホームページには、詳しい解説を掲載しています。[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！
2026サイバーセキュリティ対策講座【第3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：2026年10月27日(火) 13:30～15:30

【第1部】サイバー空間における脅威の情勢と事例から学ぶセキュリティ対策

講師：警視庁サイバーセキュリティ対策本部 担当官

内容：◆警察庁による最新の統計情報に基づき、ランサムウェア、フィッシング詐欺、特殊詐欺などの発生状況について、具体的事例を含めて解説します。
◆サイバー犯罪の撲滅に向けた警察の取り組みや、職場で取るべき防止対策について解説します。

【第2部】昨今のセキュリティ脅威と中小企業が取り組む対策

講師：独立行政法人情報処理推進機構（IPA）セキュリティセンター リスクマネジメント部
セキュリティ制度グループ 主任 入来 星衣氏

内容：◆昨今のサイバー空間における脅威情勢と、IPAが支援する中小企業向けの対策を実施するためのツールや制度について分かりやすく解説します。
◆今年度末に運用開始が予定されている「サプライチェーン強化に向けたセキュリティ対策評価制度」の概要や組織として取り組む内容などについても解説します。

【ユーザー協会からのお知らせ】

※都合により、内容を変更する場合があります。

【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 ユーザー協会会員：無料
一般(お一人様)：5,500円(税込)

お申込み方法

10月23日(金)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/1509074>

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。電話対応技能検定4級は、IBT方式(インターネット方式)で受検できます。
パソコンがあれば、職場でもご自宅でも受検できます。

電話対応技能検定4級は、社会人として必要なコミュニケーションスキルやビジネスマナーの基礎を身につけられる資格です。敬語の使い方、電話の基本、ビジネスマナー、さまざまなコミュニケーションツールの特徴など、仕事や日常生活で役立つ知識を幅広く学ぶことができます。検定料2,200円(税込)で受検することができ、検定時間も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の方や、転職活動中の方にもおすすめです。



【おすすめポイント】

- Point1 社会人として必要なコミュニケーションの基礎全般、敬語やマナーなど幅広く学ぶことができます。
- Point2 どなたでも受検いただけます。就職活動や転職活動のスキルアップにも役立ち、履歴書にも記載できます。
- Point3 公式問題集などを活用しながら自学自習で学べます。IBT方式なら、ご自宅から気軽に受検できます。

【出題の範囲】

- ・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
- ・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
- ・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(IBT方式)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)
お支払い方法	クレジットカード決済・コンビニエンスストア決済・ペイジー決済 ※インボイス対応の領収書が発行されます。お支払いは個人払いのみとなります。
検定実施方法	パソコンからお申込み・受検いただけます。 パソコンにはカメラ機能が必要です。 ※スマートフォンは実施対象外。タブレットは推奨していません。
検定実施日時	偶数月の第1水曜日～第3水曜日 6:00～22:00
検定結果	試験終了後、可否と得点が即時に表示されます。

詳しくはこちら⇒
<https://www.jtua.or.jp/education/moshimoshi/>

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



ICT関連情報



イベント・セミナー



電話対応教育



各種特典サービス

ご登録は「QRコード」またはユーザー協会HPトップメニューの「各種お申込み」から



ユーザー協会

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。