

その電話対応が、
ビジネスを勝利へと導く。

お客様からのお問い合わせやご要望に、
正確・迅速・親切にお答えし、ご案内する。
ビジネスの成功やお客様満足度の向上は、
一本の電話対応から生まれるかもしれません。
電話対応技能検定（もしもし検定）は、
「企業の声」としての電話対応をはじめ
あらゆるビジネスシーンで対応できる
コミュニケーション能力を養う資格制度です。



4級以外の検定は既定の課程（研修）実施後に筆記試験と実技試験を行います。

※4級は筆記試験のみを行います。（研修不要）

級(段階別)	レベル	試験実施日
4級 (入門級)	ビジネス電話に必要なコミュニケーションの基礎知識を有する。	毎月 第1水曜日*
3級 (初級)	ビジネス電話を行うためのコミュニケーションの基礎能力を有する。	1、3、5、7、9、11月の 第1水曜日*
2級 (中級)	ビジネス電話を行うためのコミュニケーションの応用能力を有する。	2、6、8、12月の 第1水曜日*
1級 (上級)	ビジネス電話を行うための社内の指導者として高度な実践能力 および指導能力を有する。	4、10月の 第1水曜日*
指導者級 (S級)	電話対応に関する高度な知識、技能を有し、本検定の実施にあたっては、 指導官や試験官などの役割を果たす。	ホームページにて お知らせします。

※第1水曜日が祝日の場合、第2水曜日に行われます。

マニュアル対応を超えた電話対応の検定で、
御社の企業力をアップしてみませんか？

詳しくはホームページへ! <http://www.jtua.or.jp/>

公益財団法人 **日本電信電話ユーザ協会**
〒101-0031 東京都千代田区東神田2-6-9 アルテビル東神田II 9F
0120-20-6660
TEL 03-5820-2071 FAX 03-5820-2072

テレコム・フォーラム 2018 10
Telecom Forum

平成30年10月1日（毎月1日発行）第37巻10号（通巻423号）
〒101-0031 東京都千代田区東神田2-6-9 アルテビル東神田II 9F 電話03-5820-2071

公益財団法人 **日本電信電話ユーザ協会**

top management magazine Telecom Forum

テレコム・フォーラム

10

October 2018

■ ICT活用推進

- ・スマートフォン向けアプリケーションでECと実店舗の連携を実現し、売上増を達成(株式会社ナノ・ユニバース)
- ・見積システムから基幹システムへのデータ引き継ぎをRPAに移植、従業員異動にともなう人手不足問題を解決(のぼり屋工房株式会社)
- ・BPRでライバルを蹴散らした印刷会社の秘密(1) 一開戦前夜—

■ 電話対応教育(CS向上)

- ・電話対応コンクールでコミュニケーション力を身につける
- ・「心臓で考える」
- ・グループ全社を挙げたコンクール開催で一体感の醸成と「お客様第一」の実践を(パナソニック株式会社)
- ・電話対応技能検定(もしもし検定)と電話対応コンクールを通じ技能を向上、「真心の対応」を(宗教法人 創価学会)
- ・相手の心に響く「気づきました」のサイン

公益財団法人 **日本電信電話ユーザ協会**

スマートフォン向けアプリケーションで EC と実店舗の連携を実現し、売上増を達成

株式会社ナノ・ユニバース

インターネットの普及とともに拡大した EC (電子商取引) 市場は、スマートフォン利用の一般化により大きな進展を遂げています。こうした中、実店舗と EC とを融合させ業績を伸ばしている株式会社ナノ・ユニバースに、これまでの取り組みについてうかがいました。



【導入の狙い】顧客情報を自社で管理し、ECサイトとリアル店舗を連携した相乗効果で事業拡大を目指す。

【導入の効果】アプリケーションによりロイヤルカスタマー (忠誠心の高い顧客) の動向を把握、実店舗と EC の売上増を実現。

ZOZOTOWN からの出店要請が、EC 参入のきっかけに

株式会社ナノ・ユニバースは全国に66の店舗を展開するアパレル事業者です。

「私たちの業態はいわゆる『セレクトショップ』*で、自社ブランドのほか、バイヤーが海外で買い付けてきた衣類や雑貨を通じ、お客さまにファッションやライフスタイルを提案しています」(越智氏)

同社の創業は2002年。インターネットはすでに普及していましたが、当時、ECを視野に入れることはなかったと言います。

「インターネットの利用者は増えてはいましたが、当時の商取引利用はポータルサイトのオークションなど、個人対個人での売買が主体でした。またファッション業界には『ネット通販はブランドの価値を毀損する』という考えも根強くあったのです」(越智氏)

しかし2005年、同社に転機が訪れます。

「前年に EC サイト ZOZOTOWN を開設した株式会社スタートトゥデイから、出店のお声がけをいただいたのです。ZOZOTOWN はこちらで商品を委託すれば、写真の撮影、

サイトへの掲載、在庫管理、入金管理、お客さまへの配達まですべてを行うフルフィルメント (商品の受注から決済に至るまでの業務全般) の形態をとっており、出店のハードルは高くありませんでした。そこでまず、実店舗で在庫になっている商品で反応を見てみることにしたのです」(越智氏)

その手応えは大きなものでした。実店舗で動きの悪かった商品が、次々に売れていったのです。越智氏は EC の持つ大きな可能性を感じたと言います。

「実店舗での売れ筋商品を ZOZOTOWN に投入すると、売上はさらに拡大しました。こうした結果を受け、私たちは EC にさらに注力し、2007年には社内に EC を担当する独立した組織もできました」(越智氏)

ZOZOTOWN で“売り方”のノウハウを積み、さらなるステージへ

こうして EC への取り組みを本格化させる中、越智氏は“より売れる見せ方”への工夫も続けました。

「こだわったのは、写真とコーディネートです。お客さまに商品の魅力を訴える写真はどうか、自分自身で何度も何度も撮影し、その効果を測りました。また店頭と同じように、おすすめのコーディネートも掲載しました。そ

うした工夫が当たれば、すぐ売上になって返ってくるというところに、ECの面白さを感じました」(越智氏)

こうして EC での経験を積み重ねた同社は、2011年、次のステップに踏み込みます。

「ZOZOTOWN には不満はありませんでした。フルフィルメントですから、面倒なことはすべてやってくれます。しかし、これから弊社が成長するためには、ECのすべてを自社運営しノウハウを持つこと、そして顧客情報を自社で管理することが重要だと考えたのです。もちろん、それが容易なことではないことも分かっていました」(越智氏)

自社による EC サイト運営は、システム構築だけでなく、物流や顧客対応も含めた周到な準備が必要でした。まずこれまで BtoB 専門で委託していた物流センターを、BtoC に対応できる自社設備へと移行しました。また、コールセンターも新設し、お客さまからの問い合わせに対応できる体制を構築しました。

「2012年に自社 EC サイトがスタートしてからも、苦勞の連続でした。これまで ZOZOTOWN というモールに頼っていた集客を自社で賄うため、効果的な PR はどうか試行錯誤しました。また、ブラウザのアップデートにきちんと対応していくことにも、細心の注意を払いました」(越智氏)

速度と、より細やかな機能を求め、スマートフォン EC アプリケーション導入へ

そして2015年、同社はさらに一歩進み、ブラウザベースの EC から、スマートフォンネイティブアプリケーションによる EC へと移行します。

「その背景には、2014年に開発・導入したスマートフォンアプリケーションがありました。このアプリケーション (以下、アプリ) は会員カードをデジタル化したもので、このアプリをインストールし、実店舗でお買い物していただければ、ポイントが加算されるというものです。導入時には、はたしてどこまで利用してもらえるかという声もありましたが、実際には多くのお客さまにインストールしていただくことができました」(越智氏)

スマートフォン EC アプリはブラウザベースの EC に比べ反応が速く、“待ち時間”によるストレスを大幅に減らし、スピーディな買い物が可能となります。また設定した「マイストア」の近くに来ると「お気に入り」に登録した商品の在庫に応じ利用者にプッシュ通知するなど、EC と実店舗を結びつける機能も搭載しています。さらにアプリには高い検索機能も搭載され、誤った英文の綴りやカタカナ読みでも適切な商品を表示します。

「スマートフォンにアプリをインストールくださるお客さまは弊社の大切なロイヤルカスタマーで、お買い上げ額も平均を上回っていることがデータから明らかになっています。またアプリで下調べしてから来店されるお客さまの

経営企画本部 WEB戦略部長
越智 将平氏



購買率も高いことから、アプリで EC と実店舗をつなぎ、併用されるお客さまを大切にすることが重要だと考えています」(越智氏)

アプリを“場”にして、買い物以外の楽しみも提供を

そして越智氏は、EC と実店舗をとともに伸ばすために必要な要素を例示しました。「EC サイトにも実店舗にも、共通の世界観が必要です。見栄えが良く高機能な EC サイトやアプリを用意しても、店頭がそのイメージに合わなければお客さまを失望させてしまいます。また EC サイトでイチ押しにしている商品は実店舗でも目立つ場所にきちんと配置するなど、双方の情報連携も重要になってきます。まず9割のお客さまは『商品はどこにありますか?』と聞くことなく店を去ってしまいますから」(越智氏)

最後に越智氏に、今後の展望をうかがいました。

「アプリを単なる買い物ツール以上のものに進化させたいと考えています。例えば、お客さまが興味を持つコンテンツを用意し、買い物しようという気持ちでなくてもアプリを開き、楽しんでもらえる“場”にしたいのです。また、カスタマーサポート部分では、電話のコールセンターとチャットを9月に一体化しました。アパレル業界はカスタマーサポートが遅れていると言われていますが、バックグラウンドを ICT で支え、お客さまの声にきちんと応えていける体制を作っていきたいと考えています」(越智氏)

EC と実店舗の垣根をアプリで取り払い、ともに売上を伸ばしていく。ナノ・ユニバースの販売戦略は、多くの小売業にとって大きなヒントになるはずだ。

*セレクトショップ：特定のブランド品ではなく独自のコンセプトで選んだ商品を陳列・販売する小売店の形態の一種。

●会社概要
 会社名：株式会社ナノ・ユニバース
 設立：2002年(平成14年)7月1日
 本社所在地：東京都渋谷区神南1-19-14クリスタルポイント
 代表取締役社長：濱田 博人
 事業内容：衣料品、貴金属、衣料雑貨の企画、製造及び、輸入、輸出並びに国内における販売



見積システムから基幹システムへの データ引き継ぎをRPAに移植、 従業員異動にもなう人手不足問題を解決

のぼり屋工房株式会社

少子高齢化時代の到来を迎え、人員の充足に悩む企業は少なくありません。岡山市の、のぼり屋工房株式会社は、お客さまからいただいたオーダーメイド商品の受発注処理にRPA（ロボティック・プロセス・オートメーション）^{*}を導入。欠員が発生した部門に新たな人を採用することなく、業務の継続を可能としました。

【導入の狙い】従業員の異動にもなう発生する1日あたり5時間分の作業を欠員補充することなく処理する。

【導入の効果】1日あたり3～4時間ほどの人間の作業量をRPAが代替、従業員の効率的な配置が可能に。



POP生産部 部長代理
兼 POPHD 経営管理部
システム開発
河瀬 淳氏

事業を拡大する一方で、 業務簡素化、効率化の両立も

のぼり屋工房株式会社は、P・O・Pホールディングスグループの一員として、“のぼり旗”など店舗の販促、宣伝を担うグッズを企画、販売しています。

「のぼり屋工房は営業部門という位置づけで、印刷を担当する『P・O・Pカンパニー株式会社』、縫製加工を担当する『ジャパンソーイングネットワーク株式会社』、さらに新規事業を育てる『P・O・Pトレーディング株式会社』とともにグループを形成しています。私は現在P・O・Pカンパニーに所属していますが、ホールディングス制が立ち上がって間もないこと、また、自身がのぼり屋工房で仕入れや販売管理でキャリアを積んできたことから、私がグループ内のICT関連業務を横断的に管理しています」(河瀬氏)

こうした立場にある河瀬氏は、同社の中期的な目標である「業務の簡素化、効率化、自動化」をICTの分野で実現すべく、日々情報収集に励んでいました。

「ただ、やはり自分がシステム部門専任ではないため、なかなかその具体策を見つけることができずにいました」(河瀬氏)

「人の手」で処理していた オーダーメイド商品の受発注管理

そんな河瀬氏のところに届いたのが、RPA製品「WinActor」を紹介するダイレクトメールでした。

「ダイレクトメールにあった『業務の自動化』というフレーズが目にとまりました。ただ、RPAがどういったものかよく分からなかったため、まず説明に来ていただき、さらに講習会に私が参加しました。そこで詳しい話を聞き、その概要がつかめました」(河瀬氏)

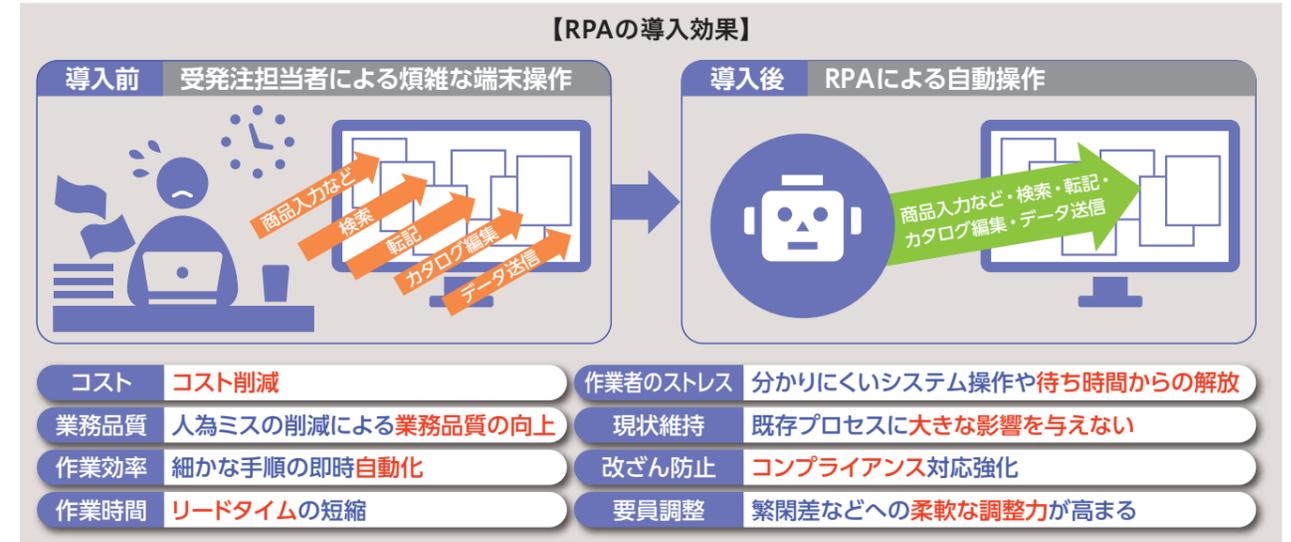
実はこの時、同社は一部商品の受発注管理を担当する従業員の異動が決まっており、その後任が課題となっていました。

「弊社にはカタログ販売の既製品事業とオーダーメイドの別注品事業があります。既製品は品番などがすでに決まっているため、基幹システムへ直接受注入力が可能ですが、別注品は営業部の社員が基幹システムとは別の見積システムを使って処理し、お客さまとのやりとりの末、まとまった受発注データを基に改めて基幹システムに入力する必要がありました。その受発注管理のデータ量は1日あたり250点から300点で、異動する従業員はその処理に約5時間かかっていました」(河瀬氏)

欠員補充することなく、 RPAの業務への組み込みを決断

同社は当初、この業務を引き継ぐ新たな従業員の雇用を考えていました。ところが、求人広告を3ヶ月ほど続けましたが、反応はゼロでした。

「タイムリミットが迫る中、最終的に後任採用の代替案としてRPAの導入を決めました。導入にあたっての研修があること、また2ヶ月間は無料試用できることも、導入を決めるにあたっての大きな決め手となりました」(河瀬氏)



研修の内容も、そして実際の業務をRPAに移植する段階でも、河瀬氏に大きな戸惑いはなかったと言います。

「パズルを組み立てるようなシナリオ設計に、これまで生産管理の部門でExcelのマクロ作成を多数手がけてきた経験が活かしました。また、個人的にもそうしたインターフェイスに親しみがあつたことも大きかったと思います。不明な点も個別にベンダーに問い合わせ、適切なアドバイスがもらえました」(河瀬氏)

ただ、その一方で、人間がやっていた業務の流れをそのままRPAに引き継げない部分もあったとのこと。

「2ヶ月の試用期間で試行錯誤を続け、工程を調整しました。従来は見積システムから抽出したデータを人の手で整理して基幹システムに入力していましたが、RPA導入にあたって抜本的な業務改善を図り、最終的にはデータを無人で基幹システムに引き継ぎ、エラーが出た場合は人間が確認し、修正することになりました。人の仕事の完全な置き換えにはなっていませんが、それでも人間の労働時間にして5時間のうち3～4時間くらいはRPAが処理できるようになったので、大きな効果があると思っています」(河瀬氏)

将来的には社内他部門への RPA導入でさらなる業務効率化を

こうしてRPAが業務に組み込まれた状況を、河瀬氏はどのように感じているのでしょうか。

「今RPAは、1ライセンスの導入で、RPA化した業務の稼働時間は1日あたり2時間くらいです。ただ、直接的な稼働時間だけではなく、毎日決まった時間に動かせること、人間が作業する上でムダの要因となる『待ち時間』を考えなくていいこともRPAのメリットとして評価したいですね。またRPAは、業務の流れを見直す良いきっかけにもなりました。会社の方針である簡素化、効率化、自動化のためには、業務の流れの見直しが欠かせません。し



シナリオ設計を行う河瀬氏

かし、毎日の業務が動いている中では、立ち止まって見直すという行動には、なかなか至りませんから」(河瀬氏)

最後に、今後社内でRPAを活用する構想についてうかがいました。

「先ほど申し上げたように、RPAの稼働にはまだまだ余力があるので、さらに多くの仕事を任せたいと思っています。ただ、それにはきちんとしたシナリオの設計が必要です。私はたまたま親和性があつたのでそれほどの苦労はしませんでした。各部署でRPAを効果的に使うには、トレーニングによるシナリオ設計のスピードアップや、業務に携わる人自身のRPAへの意識づけが必要だと思います。そうして培ったノウハウが全社に継承されていくことは、将来きっと大きな財産になるはず」(河瀬氏)

^{*}RPA (Robotic Process Automation)：人工知能を備えたソフトウェアのロボット技術により、定型的な事務作業を自動化・効率化すること。

のぼり屋工房株式会社

●会社概要
 会社名：のぼり屋工房株式会社
 設立：2003年(平成15年)6月
 本社所在地：岡山県岡山市南区浦安南町220-1
 代表者：玄馬 宏昭
 資本金：1,000万円
 事業内容：販促用品の企画、販売
 URL：https://www.noboriya-kobo.co.jp/

一開戦前夜一

前回まで、さまざまな要因によって情報共有が容易ではないことをICT活用の失敗リスクとして述べてきました。今回からは新シリーズとして、筆者が経験してきた革新的なICT経営の事例を、ITコーディネータの視点からドキュメント的に紹介していきます。その企業はどのような経営課題を抱え、ICTによって、どのように経営改善を成し遂げたのか——。シリーズ初回は「BPRでライバルを蹴散らした印刷会社の秘密」です。

1. 印刷業界の勢力地図

この話は、今から約30年前、1980年代終盤の「印刷業界」が舞台となります。当時の印刷業界は、これからますます斜陽産業になるだろうと考えられていた時代です。書籍や雑誌などの売上は徐々に減少し始め、一方でICTの発達によってビジネス文書の印刷は小型プリンターによる内製化が進み「ペーパーレス」が声高に叫ばれていました。

印刷業界はそれ以前より、A社とB社の2強寡占状態が続いていました。中でもA社はもともと政府機関の払い下げから始まった半分役所のような古い体質の長い歴史を持つ会社で、B社は純民間の比較的新しい会社でした。

筆者がA社グループに関わり始めたころは、実績としてはB社のほうが常にA社を上回っていました。その理由の一つは、企業としての動きが、B社のほうが圧倒的に“身軽”

だったからだと思います。言い換えれば、「変化」に対して柔軟な姿勢を持っていたと言えるでしょう。

一方、A社は、変化を嫌う古い体質が、後塵を押し続ける状況を固定化させてしまっていたと言えます。

2. 当時のICT世界の趨勢

その当時、システム業界で最大のバズワードはSIS(Strategic Information System：戦略的情報システム)でした。ICTを単なる効率化の道具として用いるのではなく、より広く経営戦略を実現するための兵器として用いるという考え方で、現在で言う所の「IT経営」と同じ意味の言葉です。

SISは、1985年にコロンビア大学のチャールズ・ワイズマン(Charles M. Wiseman)教授が提唱した概念で、それまでのMIS(経営情報システム)などの考え方を発展させたものです。成功事例としては、アメリカン航空(当時のオンライン座席予約システム「SABRE(セイバー)」)が挙げられ、日本でも1980年代後半から90年代前半にかけて流行しました。

アメリカン航空が、このセイバーを用いて10%以上シェアを伸ばすことに成功したことをきっかけに、多くの企業経営者の関心の中心となり、当時のICTベンダーの提案書の表題にも必ず「貴社SISのご提案」という文字がおどっていたものです。

ただ、アメリカン航空ほどシステムと業績向上の因果関係が明確な事例は多くはなく、実際には「何でもかんでもSIS」というのが現実でした。

3. A社グループの状況

当時筆者は、世界的ITベンダーI社の2年生。1年目の厳しい営業研修をようやく終え、フィールドに出たばかりの新人営業として、主にA社グループを中心に先輩の手伝いをしていました。その中で強く感じたのが、同社は会社全体としての「動きが遅い」ということでした。

前述したように、変化に対して鈍重で、必ずしも望ま

しいとは言えない環境の中で「何かのんびりしているな」という印象が強かった記憶があります。例えるなら、会社というよりも諸手続きだけを淡々と行っている役所を訪れているような感覚が常に頭に残っていました。いろいろな問題があるにもかかわらず、業務の進め方、組織力の観点でも、積極的に改革しようという雰囲気はほとんど感じられなかったのです。

今でこそA社は、業界内でも「変革」を推進し続けている企業へと進化しています。あらゆるものがデジタルでつながり、解析された膨大なデータ自体を新たな価値として創造していくデジタルトランスフォーメーション*に注力し、自社開発のICTソリューションに積極的に挑戦し続けています。しかし、30年前はそのような革新的な面影は一切なく、きわめて保守的な印象しか持てませんでした。

4. AM社との関わりの始まり

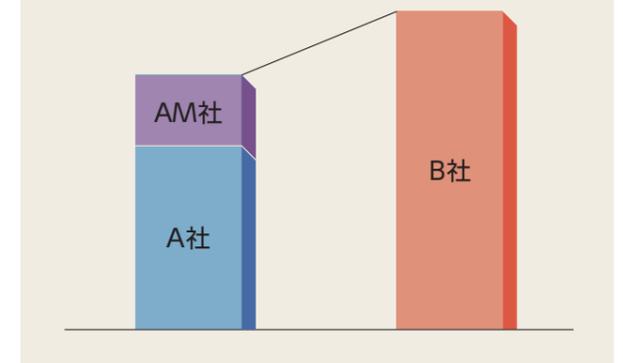
当時A社グループには、AM社という関連会社がありました。配送伝票などのビジネスフォームを専門とする会社で、カナダの世界的に有名なメーカーとの合併会社でした。ライバルのB社では、本体でビジネスフォームを扱っていたので、A社+AM社がB社に相当していました。AM社は外資との合併ということもあり、グループ内では少し毛色の異なる会社でした。そのAM社を、筆者が担当することになったのは本当に偶然でした。

同社は元々先輩社員が担当していたのですが、客先の勘気をこうむって出入り禁止になり、言わば押し付けられた形で担当することになったのです。きっかけは芽ええなものだったのですが、初めて一人で任されたお客さまということもあり、やる気満々で営業活動を始めました。

当時AM社は、私が勤めるI社にとって、小型のメインフレームが1台入っているだけの小規模顧客で、すぐに商売になりそうなネタがあるわけでもなく、新人営業の修業先としては格好の会社と言えました。営業素人の身としては特別なテクニックがあるわけでもなく、とにかく自分のことを知ってもらい、可愛がってもらえることを目的として、毎日足しげく通っては傾聴を繰り返す日々を送りました。前任者の印象が悪かったことがかえて幸いし、すぐに可愛がってもらえるようになりました。そのうち、お客さまから仕事上の不満なども漏らしてもらえるようになり、それらをまとめていろいろな部門に対して小規模な提案書を提出し、それなりに評価してもらえるようにもなりました。

そのプロセスで印象的だったのは、A社本体とは全く

【30年前の印刷業界の競合関係】



雰囲気が異なっていたことです。AM社は筆者のような若造にも、困っていることや問題となっていることを積極的に話してくれたり、意見を求めてきました。危機意識を明確に持ち、現状を打破していきたいという意気込みというか、とにかく「何とかしなければ」という意識を強く感じるが多かったのです。ここには、A社本体では感じられなかった「変革」への情熱があったのです。

だからというわけでもないですが、筆者は1週間のほとんどをAM社のどこかの部署で過ごしていました。おかげでほとんどの社員の方々と友達になり、会社の隅から隅まで知ることができ、何をどうすればこの会社が良くなるのかについてのビジョンを自分なりに持つこともできました。まだ具体的なビジネスにまでは至りませんでした。経営層の方々ともそれなりの対話をすることができるようになったのです。

5. そして、戦闘開始に向けて…

上記のように、機能的には「B社=A社+AM社」だったので、B社の決算と、A社とAM社の連結決算が競争上の比較の対象となります。そして、その競争結果は長年にわたってB社が上回っていました。

しかし、その状況に対して逆転を図ろうとする動きが湧き起こったのです。しかも、その動きが起こったのはA社本体ではなく、子会社のAM社だったのです。

(次号に続く)

* デジタルトランスフォーメーション：2004年にスウェーデンのウメオ大学のエリック・ストルターマン教授が提唱した「ITの浸透が、人々の生活をあらゆる面でより良い方向に変化させる」という概念。



井門 良貴氏
株式会社ウィルコ代表取締役。第1号ITコーディネータとして制度設立に関わる。東京大学法学部卒業。日本IBM在籍後、独立系コンサルタントとして活動。あらゆる業種の大企業から中小企業の経営改革に関わってきた。



電話応対コンクールでコミュニケーション力を身につける

合同会社石亀美夜子オフィス

社内の困りごとを改善

私は長年にわたって電話応対コンクールの審査員を務め、応対トレーニングの講師としても活動しています。これからお話するのは、ここ数年、私が電話応対の研修を担当している会社のことです。同社では、総務統括部の人事厚生を担当する一人の女性が中心になって、電話応対コンクールに取り組んでいます。彼女自身も出場経験があり、毎年新入社員を中心に選手を選抜してコンクールに出場させています。実は今年、彼女がリーダーを務める総務統括部のQCサークル活動^{*1}が『日本選抜QCサークル（小集団改善活動）』の全国大会^{*2}に出場し、金賞に選ばれたのです。

大会では、3年間にわたり同社が取り組んできた、社内の困りごとの改善事例を発表。それは、「社員食堂の渋滞をなくす」「打ち合わせスペースの改善（机のレイアウトの変更やプロジェクターなどの備品を簡単に使えるようにする）」「社員同士の交流の場を作る（屋上にテラスを作り、お花見やハロウィンなどのイベントを催す）」などです。金賞に選ばれた理由は、これらの改善事例が優れていたことはもちろん、発表の場で活動内容を分かりやすく伝えることができ

たことも大きなポイントだったそうです。

電話応対コンクール参加で学べること

「今回の金賞は、電話応対コンクールに参加して、分かりやすく伝えるトレーニングを積んできたおかげです」と彼女は笑顔で語ります。

電話応対コンクールでは、相手に伝わるように話すため、「書き言葉」ではなく「話し言葉」で会話するように指導しています。例えば、「書類にご記入いただきご送付ください」という文なら、書き言葉である「記入」「送付」を、話し言葉である「書類に書いてお送りください」に置き換えることで伝わりやすくなります。言い回しを柔らかくすることで、相手にとって受け入れやすい表現になるのです。彼女も社員の方への退職金などの説明をする際に、初めての人にも理解しやすい言葉を選んで説明するように心がけているそうです。

^{*1} QCサークル活動：同じ職場内で品質管理活動を自発的に小グループで行う活動（小集団改善活動）。
^{*2} 日本選抜QCサークル（小集団改善活動）の全国大会：全国のQCサークル各支部から推薦された企業が、小集団改善活動の運営の工夫や個の成長、活動の継続性・発展性などの運営事例と改善事例などを発表する大会（QCサークル本部・一般財団法人日本科学技術連盟主催）。

石亀 美夜子氏
合同会社石亀美夜子オフィス代表社員。20年以上TVでフリーアナウンサーとして活動。「伝える力」と「聴く力」を鍛える研修を行い、共感力の伝わる温かい音声表現の指導に取り組んでいる。電話応対技能検定指導者級資格保持者。

「今回の講師は、元株式会社ファンケル大学のトレーナー中里 美幸さんです。過去に電話応対コンクール全国大会へのご出場経験があり、コールセンターでのオペレーター教育に熟知した頼りがいのある先生です」



石亀 美夜子氏

また、「一文を短くすること」も大切にしています。主語と述語が離れ、その間に修飾語などがたくさんあると伝わり難くなるし、読点で次々と文章をつないで話すと分かりにくいのです。自己紹介で「私は横浜の出身で、学生時代は演劇部で活動し俳優を目指していましたが、今は都内の会社で働いています」とだらだらとつながった一文で話す場合と、「私は横浜の出身です。学生時代は演劇部で活動し俳優を目指したこともあります。今は都内の会社で働いています」と文を短くして伝える場合とは伝わり方がずいぶん違います。

今回の輝かしい結果は、直接電話応対に関する受賞ではありませんが、コンクールに継続して挑戦し、トレーニングを重ねたことが社員のコミュニケーションスキル向上につながったと言えます。

電話応対コンクールを上手に活用し、職場のCS向上に貢献した大変嬉しい出来事でした。



「心臓で考える」

今回は一風変わったタイトルです。「心臓で考える」とは一体何だ？と思われるでしょう。この言葉は、将棋の永世7冠、羽生 善治さんの著書に出てくる言葉で、羽生さんは「私はこの心臓（ハート）で考えるという概念がとても好きだ」と書かれています。AIの時代の電話応対者には、今、さらに「考える力」が求められています。私たちが心臓で考えることができないのでしょうか。



心臓は特別な臓器

羽生さんは、将棋の世界での指し手を考える場合のことをおっしゃっているのでしょうか。心臓で考えるのは、脳で考えるのとは違って、余計な邪念やエゴがなくなり、無に近くなる。その結果、物事の正しい決断ができるとおっしゃいます。確かに脳で考えた時には、さまざまな情報や疑問、配慮などが去来し、集中できないことが多いでしょう。その点では、心臓はクリーンです。心臓で聴き、心臓で考えることができれば、これは素晴らしい能力となるはずですが、でも、そもそも心臓にはそんな機能はない。そんな馬鹿げた発想はナンセンスだ、と言われるでしょうね。



心臓のことは分かっていない

昔の人は、「胸に手を置いてよく考えなさい！」「胸に訊いてごらん」「胸騒ぎがする」などという言い方をしました。日本人に、「心」は何処にありますか？」と訊けば、おそらくほとんどの人が胸を指すでしょう。ここで言う胸とは、すなわち心臓なのです。

確かに「心臓」は、ほかの臓器とは次元の違う能力を備えているように思います。ほかの臓器は癌に侵されることがありますが、心臓は癌にはなりません。命の根源として、心臓は万物創造の神によって守られているのかもしれませんが。単純な素人考えでは、そこにはまだ、知られざる潜在的な優れた能力がいっぱいあるように思

えるのです。

心臓移植を受けると、提供者の性格や特性が、移植を受けた人に表れることがしばしばあるのだそうです。極端な場合には別人格となって、提供者の過去の記憶がよみがえったりすることもあると聞きました。肝臓や腎臓の移植では、そのようなことは決して起こりません。こうした現象がなぜ起こるのか、現代の生命科学ではまだ解明されていないのです。いつの日にかそれが解明されると、心臓で聴き、心臓で考えることができるようになるかもしれません。



心臓で考えなさい！

だからと言って、現段階では、電話応対の部下指導などで「もっと心臓で考えなさい！」と言われても、部下は戸惑うでしょうね。しかし、集中して聴きなさいと言われるよりも分かる気がしませんか。言葉を変えれば「無心に聴く」という表現が近いかもしれません。電話応対者の脳には、たくさんの情報が詰まっています。業務知識があります。過去の応対の成功例、失敗例があります。経験知があります。そして、身についたマニュアルがあります。応対者の脳は、それらがびっしり詰まった坩堝のようなものです。そこに新しい一本の電話が入って来た時、応対者の脳は瞬時に仕分けをして答えます。忙しい職場であるほど手際の良さが求められ、応答率も気になります。その結果、脳はじっくり聴かずに、過去の経験に頼り、マニュアル通りの応対になってしまうの

です。この時、スーパー臓器「心臓」には余裕があります。心臓で聴き、心臓で考えれば、羽生さんの言われる通り、余計な雑念やエゴはなくなり、正しい判断に基づいた応対ができるのではないのでしょうか。



どうやって心臓に考えさせるか

電話応対は、これまで半世紀にわたる、その時代時代の指導者たちの努力で、全国の職場で有効に機能してきました。しかしIT化、AI化が進む中で、その応対力も考え直さなければならない時期に来ていると私は思います。スキルが定着し過ぎた反面、心が居場所をなくし、さまよっているのです。

これまでの電話応対のスキルを一旦白紙に戻します。上手な応対、きれいな応対と言う意識も捨てる。応対マニュアルも忘れる。そして、電話応対の原点に帰って、お客さまが求めていることをひたすら聴くのです。その役目は、過去のしがらみのない「心臓」が担います。そして考えるのです。もちろん、今は突拍子のない提案かも知れませんが、心臓には、AIには手が出せない不思議な力があると考えるのも、夢につながりませんか。



岡部 達昭氏

日本電信電話コーザ協会電話応対技能検定 専門委員会委員長。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！もしもし検定

このコーナーでは「もしもし検定」の試験で出題された問題の中から、毎回1問ずつ掲載していきます。

問題

取引先の社長（右利き）に花束を贈る担当になりました。最も適切な渡し方はどれですか。次の中から一つ選びなさい。

1. 花束の花のほうを左にして持ってそのまま渡した。
2. 花束の花のほうを右にして持ってそのまま渡した。
3. 花束を立てて持って、そのまま茎の一番下のところを両手で持って渡した。
4. 花束の花のほうを左にして持って、渡す時に反対にして渡した。

※3級問題より

正解は13ページをご覧ください。

グループ全社を挙げたコンクール開催で 一体感の醸成と「お客様第一」の実践を

パナソニック株式会社



パナソニックグループは、1967年（昭和42年）より、交換業務担当社員を対象に社内電話対応コンクールを開始。その後、コンクール参加者をグループ全社の社員に拡大しました。電話対応品質の向上により、創業者の理念である「お客様第一」を実践する努力を続けています。



総務部
部長
井上一彦氏

広く一般社員を対象としたコンクールへと改めました。また、当初は独自の問題を用意しておりましたが、日本電信電話ユーザ協会の電話対応コンクールが『一般の部』『交換の部』の二部制になった時から、ユーザ協会と同じ問題を使うようになりました」（大森氏）
「こうした変化の中で、交換手の立場にも大きな変化がありました。それは電話を受けるという業務から、電話のプロとして社内各部門の電話対応教育を担う業務への転換です。交換手は専門業務として入社しており、それまで後任に引き継ぐことはあっても、教育を担当することはありませんでした。この転換は交換手の大きなモチベーションにつながったと思っています」（井上氏）

主に夜間に電話対応する「保安」のスタッフも出場

Q コンクールを続けていることで、どんな効果が生まれていますか。

A 「人には“競争心”があります。こうしたコンクールを開催することで、個々の社員が切磋琢磨する土壌が生まれます。また、コンクールはグループ会社を含めた全拠点を挙げてのものであり、それが各拠点の電話対応に対する意識づけにつながり、全社的な電話対応品質のボトムアップにつながっていると思います」（井上氏）

「私たち総務部の立場としては、コンクールという形式で全社一丸になれる活動は一体感につながるため、組織作りという意味でも大きな効果を感じております」（大森氏）

Q 社内コンクールを始めたきっかけについて教えてください。

A 「コンクールの導入は、1967年に遡ります。当時はもちろん固定電話しかなく、お客さまからのお電話は交換手が承り、担当部署につないでいました。この交換手の対応は企業イメージを左右する重要なものであること、また弊社創業から受け継いだ理念である『お客様第一』の実践のためには、より良い電話対応が必要であることから、交換手を対象とした社内コンクールを始めたのです」（井上氏）

選手は交換手から一般社員へ 交換手は教育部門へ転換

Q 今年で50年を迎えたとのことですが、この間、変わったところがありますか。

A 「現在に至る過程で、電話をめぐる環境に大きな変化がありました。それは交換手が対応する代表電話から、各職場に直接ダイヤルインになるという変化です。この変化に応じ、交換手対象のコンクールから、

社内電話対応コンクールは今年で50周年！

パナソニックグループの第50回電話対応コンクールは、2018年7月21日（土）、大阪府枚方市の「パナソニック人材開発カンパニー」で開催されました。各地区の予選を勝ち抜いた一般の部107名、保安の部15名の選手と、約400名の応援者が集まりました。問題は本年の日本電信電話ユーザ協会主催の電話対応コンクールと同じく、選手が株式会社ユーザレンタカーの受付担当社員となり、お客さまからのお問い合わせに答えるというものです。各選手は3分間の持ち時間でできる限りのご案内をすべく、身振り手振りも交え、力を尽くしました。また競技終了後の閉会式では、メートル・ドテルの宮崎 辰氏による記念講演「世界一のおもてなし～サービスの本質～」も行われ、選手、応援者とも熱心に耳を傾けていました。



Q 現在、御社のコンクールでは、「一般の部」「保安の部」の二つに分けて競技が行われています。この違いを教えてください。

A 「『一般の部』は文字通り社内のあらゆる部署から選手が出場する競技です。『保安の部』は保安部門、つまり事業所や工場などの守衛、警備などを行う部署のスタッフのみによる競技です」（井上氏）

「事業所や工場への電話は、原則として9時から17時以外は保安の部署につながり、スタッフが直接お客さまとお話することになります。ここでの対応品質の向上も『お客様第一』に必要と考え、一般とは分けた部門を設け、競技を行っているのです。日頃電話対応に慣れていない者も参加しますが、その一所懸命な姿勢は同じ保安の部、そして一般の部の見学者の心を動かすものがあると思っています」（大森氏）

継続によりさらなる「お客様第一」を追求 海外展開も

Q コンクール以外の電話対応品質向上に向けた取り組みについて教えてください。

A 「15年前から『お客様第一』のさらなる定着を目指し、電話対応、応接マナーなどを含んだ『マナー向上活動』*に取り組んでいます。この活動の継続で、お客さまからのお叱りをいただくことが激減しました。

総務部 企画助成課 課長
大森 康二氏



また、グループ内で修理受付などの窓口となるグループ会社では、ももし検定を本格導入し、お客様満足度が向上しました。グループとしては、指導者級資格保持者の指導のもと、多くのスタッフが1級、2級、3級資格保持者になったことで、パナソニックグループ全体のお客様満足度も高まっていると感じています」（大森氏）

Q 今後の目標について教えてください。

A 「弊社の活動のグローバル化に合わせ、電話対応教育についても海外への展開を考えています。ただ、これについては、単に日本のやり方を海外に持っていくのではなく、それぞれの国や地域に合わせたマナーのあり方を考え、『お客様第一』を実践していくことになると思います。また電話対応コンクールに関しては、経営理念以外はすべてを見直すような、かつての社内改革のもとでも“真に必要なもの”として生き残ってきました。今後も継続し、全社的な電話対応品質の底上げにつなげたいと思っています」（井上氏）



マナー向上活動事務局の皆さん

* マナー向上活動：パナソニックグループの全社活動の一つ。「お客様第一」の経営理念のもと、従業員一人ひとりが社会人としての正しいマナーを身につけ、顧客満足度、企業価値、ブランドイメージの向上につなげることを目的としている。

会社概要

Panasonic
会社名：パナソニック株式会社
創業：1918年（大正7年）3月7日
設立：1935年（昭和10年）12月15日
本社所在地：大阪府門真市大字門真1006番地
代表取締役社長：津賀 一宏
資本金：2,587億円
事業内容：家電事業、住宅事業、カーエレクトロニクス事業、B2Bソリューション事業
URL：<https://www.panasonic.com/jp/home.html>

電話対応技能検定（もしもし検定）と 電話対応コンクールを通じ技能を向上、 “真心の対応”を

宗教法人 創価学会

国内800万世帯以上の会員を有する宗教法人創価学会は、東京・信濃町の総本部にある電話対応窓口で、会員や会員以外からいただく問い合わせに「一人ひとりを大切にす

る対応」で向き合っています。



総本部運営局
庶務部
交換台
久川 舞氏

Q お問い合わせは、どのような内容が多いのでしょうか。

A 「会員からの問い合わせは、創価学会総本部にある各施設への道案内が中心となります。総本部へは全国各地、また海外からも多くの会員が訪れます。そうした方々は必ずしも東京の地理に明るいわけではありませんし、最寄りとなる信濃町駅だけではなく、東京駅や羽田空港からのお電話も珍しくありません。また先ほど申し上げたように、総本部には複数の施設があります。そのため信濃町駅までの交通機関のご案内、信濃町駅から目的の施設へ向かうため、お電話のご案内が必要になるのです。また、全国各地にある当学会の組織から、さまざまな問い合わせがございます。そうした電話は内容をうかがい、担当の部局につなぐこととなります」(井川氏)

「会員以外の方からでは、当学会との取引を希望される企業からのいわゆる営業電話を多くいただきます。こうしたお電話も、内容をうかがって担当部局に引き継ぎます」(久川氏)

マナー研修や定例の講習で 基本的な電話対応の技術を習得

Q 電話対応について、特に気をつけていることを教えてください。

A 「会員、会員以外を問わず、お電話をくださった一人ひとりを大切に、ニーズにお応えしながら『電話してよかった』と思っただけの対応を心がけております」(久川氏)

「基本的にはスクリプトを用意せず、交換台のメンバーの経験で対応の質を高めていくこととしています」(井川氏)

Q 貴学会について、概要を教えてください。

A 「創価学会は日蓮大聖人の仏法を信奉する宗教団体として1930年（昭和5年）に創立し、1952年（昭和27年）に宗教法人格を取得しました。以降、会員数は増加し、国内では827万世帯、そして海外でも192の国や地域で、多くの会員が活動しております。創価学会総本部は、東京・信濃町に複数ある創価学会関連施設の総称です。こちらには電話対応窓口のほか、創価文化センター、戸田記念国際会館、広宣流布大誓堂、聖教新聞社などがあります」(久川氏)

全国、そして世界各地からの来訪客を 分かりやすく案内

Q 貴学会と電話対応との関わりについて教えてください。

A 「私どもは学会の代表電話番号で、会員や会員以外の皆さまから創価学会についてのさまざまなお問い合わせをいただいております」(久川氏)



Q これまでの電話対応でどのような課題がありましたか。

A 「お客さまのニーズに応えたい、安心をお届けしたいという気持ちで電話に向き合っていました。しかし電話対応コンクールに参加することで、私どもと他企業さまとの対応品質に大きな差があることが分かりました。そしてその原因は自分たちが知識の乏しい中、独自の練習方法をとっていたことによるものでした」(井川氏)

Q そうした課題をどのように解決してきたのでしょうか。

A 「外部の目による確認と指導です。コンクール参加を通じご指導いただくことになった講師の方に、自分たちだけでは分からなかったクセをご指摘いただき、その修正を図りました。また日本電信電話ユーザ協会主催の電話対応マナー研修にも積極的に参加し、参加者がその内容を交換台のメンバー全員にフィードバックしました。プロの講師による月一度の講習も行い、発声や対応の基礎知識の習得に励んでいます」(久川氏)

もしもし検定受検と電話対応コンクール 参加で得た知識を業務で実践

Q ほかに、個人的、組織的に取り組んでいることはありますか。

A 「内部的な取り組みとしては、毎日“名乗り”に始まる発声の練習を行っています。この中では50音で口の動きを再確認するほか、滑舌練習の題材として使われることの多い歌舞伎の口上『外郎売（ういろうり）』を皆で読み合い、表現力向上に努めています。また外部の力を借りた取り組みでは、電話対応コンクールへの出場を続け、さらにももしもし検定の受検を進めています。新人は2年目に3級を受けることが通例で、現在は2級資格保持者、3級資格保持者各3名が在籍しています」(井川氏)

「検定では自身の対応のクセ、取り組むべき課題の



電話対応コンクールで
受賞した賞状など（右）

電話対応の
様子（左）

総本部運営局
庶務部
交換台
井川 光氏



理解に役立っています。コンクールはもしもし検定で学んだ知識を実践する場であるだけでなく、参加により『目の前の一人に寄り添う』という、対応で最も大切な姿勢を一番に学びました。電話をかけてきた方が何を求めているのかを丁寧にうかがい、共感し、誠実に応え電話をかけてきた方にご安心いただくことで、電話対応の根幹が人と人とのつながりであることを実感いたしました」(久川氏)

多くの方にお喜びいただける “真心の対応”を目指して

Q 今後の目標について教えてください。

A 「これからは会員の皆さまだけでなく、会員以外にも含めた多くの方々に満足していただけるよう、“真心の対応”の実現に取り組んでいきたいと思っております。また人事交流により、交換台で経験を積んだ人材が異動先部局のコミュニケーション能力向上に貢献し、かつ交換台の信頼向上につながっています。この良い流れを今後も継続したいと思っています」(久川氏)

Q 日本電信電話ユーザ協会に対し期待すること、ご要望があれば教えてください。

A 「ユーザ協会の主催するコンクールや研修は、職場全体で電話対応へのモチベーションを高める良い機会となっております。これからは対応品質向上を目指すための指導や情報発信を続けてもらえることを心から楽しみにしています。よろしくお願いします」(井川氏)

組織概要

組織名：宗教法人 創価学会
創立：1930年（昭和5年）11月18日
本部所在地：東京都新宿区信濃町32番地
会長：原田 稔
URL：<https://www.sokanet.jp/index.html>



相手の心に響く「気づきました」のサイン

自分にとって大切な人のことは、いつも気にかけていて、「あなたは、私にとって大切な人です」という気持ちを伝えたいです。大切な人の、ちょっとした変化、特にその変化がその人にとって良いものだったら、「気づいていますよ」というサインを出しましょう。「今日はいつもと違うね」…。そんなちょっとした言葉が相手の心に響き、「ああ、私のことを見ていてくれるのだな」と嬉しくなるでしょう。

小さな変化をほめる

相手の持ち物や服、容姿などをほめることは、初対面の人、出会ってから間もない人などをほめる時に適しています。相手と親しくなるにつれて、その人の「したこと」や「今努力していること」が見えてくるようになります。家の中がきれいになっているとか、部下の会議資料のまとめ方に工夫がみられるなど、そんな小さな変化に気づき、一言伝え、その人への励ましと感謝になります。人は意を汲み取ってもらえると嬉しいものですが、それが些細なことに対してであれば心に響きます。「私は気づきましたよ」というメッセージは友情の印であり、また、親子や恋人同士、夫婦の間の親密な愛情を深めるきっかけとなります。

良い結果が出ない時こそほめる

多くの人は良い結果を出せなかった時、ほめることはないと思いがちです。ところが何かの結果を出そうと一生懸命やった結果、うまくいかなかった時は、「結果は残念だけど、精一杯頑張ったこと知ってるよ」とか、OKのハンドサインを出したり、親子や夫

婦など親密な関係であれば、頭を撫でるなどのボディランゲージを加えると、いっそう気持ちが伝わります。相手が子どもなら、腰を下げて、視線の高さに合わせましょう。特に頑張ったのに、あまり良い結果を出せなかったと落ち込んでいるような時は、そうした働きかけが重要な意味を持ちます。「よく頑張ったね」というほめ言葉は、相手の頑張りをずっと見守ってきた人が言ってこそ、相手の心に響くものです。

「いいな」と思ったところを具体的な言葉で伝える

目上の人業績をほめる時は、少し言葉の使い方が違ってきます。「よく頑張りましたね!」とは言いにくいような間柄だったら、評価するわけではないので、自分が「いいな」と思ったことを素直に伝えるようにしてみましょう。ほめ言葉は具体的であればあるほど相手に伝わりやすいので、例えば、講演会の後、講師に対して「先生の話はとても面白かったです」と漠然と言うのではなく、「お話の中にあつたあのエピソード、身につまされました」「先生の若き日の失敗談、親しみを感じました」などと伝えたり、その人

の仕事ぶり、ちょっとした気配りなどを具体的な言葉にして伝えてみましょう。

心の底から感心する

ほんの短い言葉が、ほめ言葉となって相手の心に響く場合もあります。「昨日の体育の授業で、7段の跳び箱飛べたんだよ!」と誇らしげに言われたら、間をおかずに「ほおー」「すごい!」と、感心しきった一言を発信します。それだけで相手の喜びが倍増します。このような相槌は、カウンセラーや、聞き役にとってとても重要で、相手が年下でも年上でも、会話の中で生きてきます。あなたの感心している素直な気持ちを伝えることも忘れないようにしましょう。



平木 典子氏
日本電話ユーザ協会 電話応対技能検定委員。立教大学カウンセラー、日本女子大学人間社会学部心理学科教授、跡見学園女子大学臨床心理学科教授を経て、統合的心理療法研究所 (IPI) 顧問。専門は臨床心理学、家族心理学。日本カウンセリング学会理事。

※アサーションは、「もしもし検定」のカリキュラムに導入されています。

チャレンジ! ももしし検定の答え: (4)

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!

只今、第3回申込み受付中!

時間・距離を意識することなく参加できる「eラーニングサービス」を活用して、社員の学習効果を最大化してみませんか?

インターネット技術の発展にともない、パソコンを使ってコンテンツの配信や視聴を気軽にできるようになりました。

ユーザ協会では会員企業を対象に「eラーニング」を無料体験していただけるサービスを開始。本サービスを活用すれば「講習に参加する時間がない」という方でもパソコンやスマートフォンで“いつでも”“どこでも”学習することが可能になります。

今年度は社員として知っておくべき以下の5つの科目についてコンテンツをご用意しました。

- ①ケースで学ぶコンプライアンス「情報セキュリティ」(学習目安時間: 45分)
- ②ケースで学ぶコンプライアンス「個人情報取り扱い注意」(学習目安時間: 45分)
- ③ケースで学ぶコンプライアンス「パワーハラスメント」(学習目安時間: 60分)
- ④ケースで学ぶコンプライアンス「セクシャルハラスメント」(学習目安時間: 60分)
- ⑤Q&Aでよく分かる! 企業のLGBT対応 (学習目安時間: 30分)

■企業研修のスタンダードになりつつある「eラーニング」をぜひご体験ください。

■お申込みは、ユーザ協会ホームページ (<http://www.jtua.or.jp/index.html>) 右上の「支部サイトはこちら」より、ご入会支部を選択いただき「eラーニング」のバナーよりお申込みください。

〈平成30年度「eラーニング」スケジュール〉

フロー項目	第3回	第4回	第5回	第6回
受付開始時期	9月20日	10月23日	11月21日	12月21日
受付締切時期	10月22日	11月20日	12月20日	1月21日
参加希望社リスト受付期限	10月31日	11月30日	1月7日	1月31日
責任者への通知メール発出時期	11月12日	12月10日	1月15日	2月12日
eラーニング実施開始	11月20日	12月20日	1月22日	2月20日
eラーニング実施終了	12月4日	1月7日	2月5日	3月6日
簡易レポート支部提出	12月10日	1月12日	2月12日	3月11日

只今、第7回申込み受付中!

「標的型攻撃メール予防訓練サービス」を活用してサイバー攻撃に対する危機意識を高めませんか?

特定の組織や個人を狙ってメールを送信してウイルスに感染させたりする、「標的型攻撃メール」の被害が拡大しています。ユーザ協会では、会員を対象に「標的型攻撃メール予防訓練サービス」を提供しています(会員は無料)。このサービスをお申込みいただいた会員企業の社員の方(最大10メールアドレス)に標的型攻撃メール(模擬メール)を送信し、万一の攻撃に対する社内セキュリティ実態を確認するとともに、配信される学習教材によりセキュリティ意識の向上にお役立ていただけます(参加された会員企業には修了認定書をお渡しします)。

ご希望の方は、ユーザ協会ホームページのTOPページ右上にある「各支部サイトはこちら」より、ご入会支部をご選択いただき、「標的型攻撃メール予防訓練サービス」のバナーをクリックしてお申込みください。

〈今後の申込み受付予定〉

	第7回	第8回	第9回	第10回	第11回
受付期間	9月26日～ 10月25日	10月26日～ 11月25日	11月26日～ 12月25日	12月26日～ 1月25日	1月26日～ 2月25日

「電話応対技能検定(もしもし検定)」指導者級養成講座を8月15日～17日の3日間にわたり開催

指導者級養成講座は、「もしもし検定」1級から3級の受検者に対する指導や検定実施時の試験官業務を担う「指導者級資格」を目指す方への研修と資格認定を目的として開催しています。今回は、平成30年8月15日から17日の3日間、新規受講者14名と再受講者14名に加え、すでに「指導者級」の資格を有している69名が、自身のスキルアップのために受講されました。

この講座は、「日本語」「ビジネスマナー」「コミュニケーションスキル」に関する指導方法や電話応対の品質管理(電話応対の審査)方法など、延べ30時間のプログラムで構成されています。この講座への取り組み姿勢や理解度に加え、最終日に行う実技試験(電話応対品質の審査に関する「電話応対チェックスキル」及び指導者としての適性に関する「インストラクションスキル」)の結果を総合的に評価して、14名が「指導者級資格」に認定されました。



講師・岡部 達昭先生の講義の様子

『電話応対技能検定(もしもし検定) クイックマスター 電話応対<第2版>』が9月21日発売!

スピード合格を目指す人に!

もしもし検定合格に必要な知識取得と、過去問演習が同時にできる実践的な参考書の第2版です。

【唯一の公式テキスト】

- ・1級～4級試験に対応。
- ・「公式問題集」とあわせて使えば、さらに学習効果アップ!

【項目ごとに[テキスト]+[過去問題]で構成】

- ・[テキスト](解説)で知識取得⇒[過去問題]を解いて正答力アップ。
- ・[過去問題]は、2017年以降の問題を収録。

【豊富なイラストと図表】

- ・難しく感じるマナーや手順を、イラストと図表で表示。
- ・付属の赤シートを用いて学習できるよう、重要な部分は赤文字で記載。

書名:『電話応対技能検定(もしもし検定) クイックマスター 電話応対<第2版>』
監修:公益財団法人 日本電話ユーザ協会
著者:吉川 理恵子
価格:定価(本体2000円+税)
仕様:A5判、272頁
発売:2018年9月21日

