

# 第57回 電話応対コンクール

## 全国大会 in 名古屋

### 第22回企業電話応対コンテスト成績発表会

開催日=2018年11月22日(木)

会場=名古屋国際会議場

愛知県名古屋市熱田区熱田西町1番1号



優勝者には総務大臣賞が授与され、  
優勝者・準優勝者には「電話応対技能検定2級」が  
出場者には「電話応対技能検定3級」が付与されます。

当日は、大会の様様を  
インターネットでライブ配信!!

<http://www.jtua.or.jp>



言葉で届ける  
安心と期待感

■主催/公益財団法人 日本電信電話ユーザ協会

■後援/総務省、愛知県、名古屋市、公益財団法人名古屋観光コンベンションビューロー、日本商工会議所、全国商工会連合会、  
一般社団法人電気通信事業者協会、一般社団法人日本コールセンター協会、公益社団法人企業情報化協会、  
西日本電信電話株式会社、東日本電信電話株式会社、株式会社NTTドコモ、エヌ・ティ・ティ・コミュニケーションズ株式会社



●お問い合わせはユーザ協会各都道府県支部へ

公益財団法人 日本電信電話ユーザ協会

東京都千代田区東神田2-6-9 アルテビル東神田II9階

0120-20-6660

ユーザ協会 検索 <http://www.jtua.or.jp>

テレコムフォーラム 2018 11

平成30年11月1日(毎月1日発行) 第37巻11号(通巻24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

# 11

November 2018

## ■ ICT活用推進

- ・多数の見込み客への営業効率を最大化するマーケティングツール、MAとは?(株式会社ジーニー)
- ・“できること”から始めたペーパーレス化で組織のガバナンスを向上、コスト削減も達成(丸文株式会社)
- ・BPRでライバルを蹴散らした印刷会社の秘密(2) かくて<sup>のろし</sup>烽火は上がったが……

## ■ 電話応対教育(CS向上)

- ・満足から感動へ
- ・「良い電話応対とは?」
- ・電話応対コンクールの課題にコールセンター全体で取り組み、応対品質向上を(三井住友銀行 コールセンター神戸)
- ・高い品質の電話応対で、新規のお客さまの安心と信頼を獲得(三村鉄工株式会社)
- ・ほめることは、「その人らしさ」を受け止めること

公益財団法人 日本電信電話ユーザ協会



# 多数の見込み客への営業効率を最大化する マーケティングツール、MAとは？

株式会社ジーニー



経営企画室  
マーケティング・インサイドセールスマネージャー  
兼R&D本部プロダクトマネジメント部  
プロダクトマネージャー  
浅井 敏宏氏

見込み客の中から、受注確度の高いお客さまを見抜くことができれば、営業効率は格段にアップするはずです。この理想に近づけるツール「MA (マーケティング・オートメーション)」について、その機能とメリットを株式会社ジーニーに聞きました。

## 「個別のお客さまに最適化したマーケティング」を実施

—MAとはどのようなものか、その概要を教えてください。

**浅井** MAとは、お客さま一人ひとりの興味関心に応じたマーケティング施策を自動で行い、マーケティングを効率化するインターネット上のプラットフォームです。通常、見込み客を含めたお客さまに製品やサービスをお申込みいただくには、そのお客さまが製品やサービスにどれだけ興味をお持ちか、また、どれだけ購買意欲があるのかを確認し、きめ細かい情報の提供やアプローチが求められます。しかし、多数の見込み客それぞれにそうした対応を行うことは、営業スタッフのリソースを考えるとほぼ不可能です。MAはそうしたプロセスを自動化し、企業の営業活動を効率化するツールなのです。

—MAは、なぜ今注目されているのでしょうか。

**浅井** MAそのものは今から10年以上前に生まれましたが、当時のMAは利用にあたり専門のプログラマーが必要で、一般企業が簡単に導入できるものではありませんでした。しかし、現在に至るまでの改良で、少しの学習で誰でも直感的に使いこなせるツールへと成長しました。そして近年、お客さまが製品やサービスを購入する時、ネットで複数の候補を比較することはごく当たり前の行動となりました。そうした環境において、ネットを活用し、より成約に近いお客さまを的確に見抜き、取り逃がさないという機能が評価され、MAはその重要度を増しているのです。

## 見込み客一人ひとりの行動を“見える化”し 効率の良い営業活動を支援

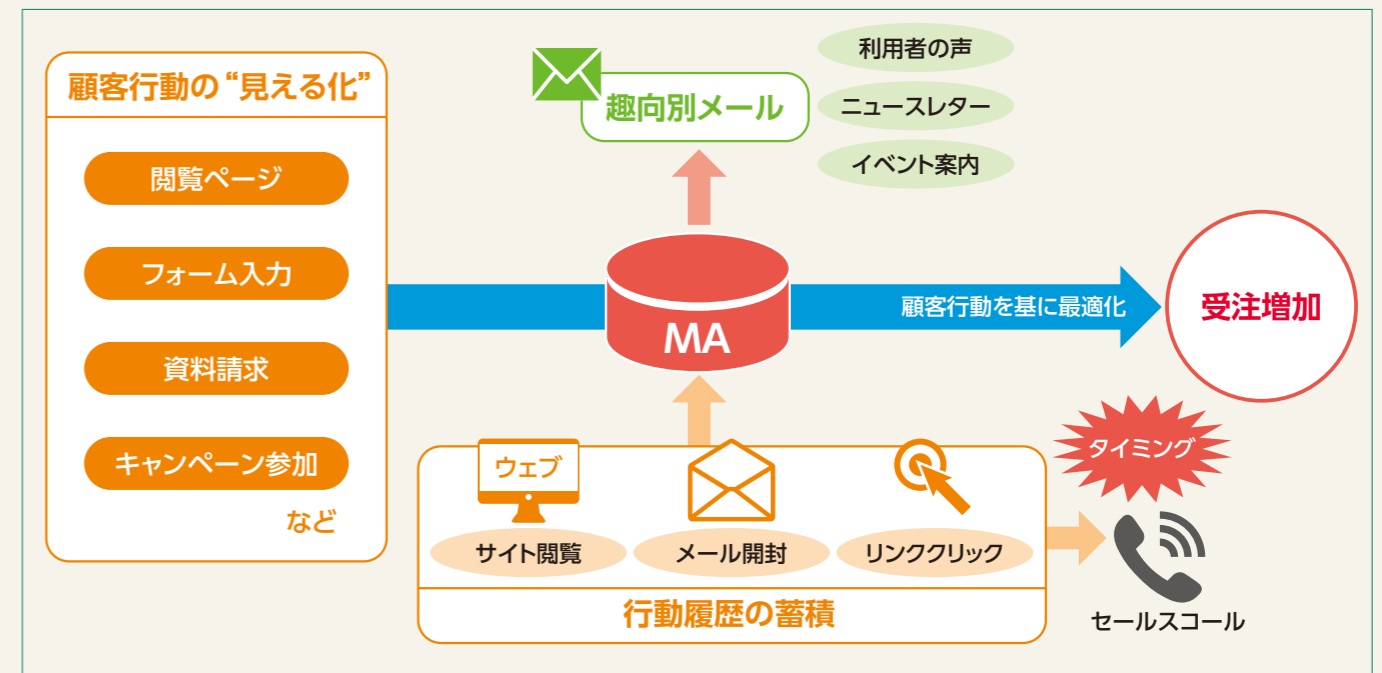
—MAの具体的な機能について教えてください。

**浅井** MAは、お客さまの行動を“見える化”し、適切なタイミングで働きかけを行います。例えば、お客さまがウェブサイトを訪問し、資料請求する例でご案内しましょう。お客さまがウェブサイトのフォームに入力したデータは、MAが受け取ります。MAはそれぞれのお客さまに資料のダウンロード先URLを記したメールを自動的に返信しますが、このURLはお客さまごとに別々になっていて、「どのお客さまがメールを開封したのか」に加え、「どのお客さまがどの資料をダウンロードしたのか」が把握できるようになっています。同時にMAは、お客さまの「資料請求した」「資料をダウンロードした」という行動をリアルタイムで営業スタッフにメールで通知することもできます。資料を請求した段階では、お客さまの興味はかなりホットです。しかも、資料請求にあたり用意したアンケートで「近い時期の購入を検討している」という答えを選んだお客さまにすぐお電話を差し上げれば、かなりの確率で商談の日程を決めることができるでしょう。

—ウェブサイトとの連携はいかがでしょう。

**浅井** MAは、特定のお客さまがウェブサイトのどのページを閲覧したのかといった行動も記録できます。そうした行動履歴を分析することで、営業スタッフの“打率”を上げることも視野に入ります。例えば、ウェブサイトにあ

【MA (マーケティングオートメーション) の概略図】



るページのうち、価格情報など特定のページを見る頻度が高いお客さまは成約の可能性が高いという傾向が明らかになったとします。その価格情報ページと関連性のあるページ閲覧履歴を点数化して見込み客それぞれに付与し、その点数が高い見込み客を優先してアプローチすれば、より少ない労力で成約に至ることができるでしょう。

## 展示会などリアルなイベントでも 営業経費の費用対効果最大化に貢献

—ほかにはどのような活用例があるのでしょうか。

**浅井** 展示会などのイベントでも、MAは効果を発揮します。展示会では多くのお客さまがいらっしゃいますが、後日営業スタッフがそのすべてにアプローチすることは困難です。しかし、お客さまからいただいた名刺をMAにまとめ、資料のダウンロード先のURLをメールでお送りすれば、お客さまごとにメールを開封したか、資料をダウンロードしたかといった状況が“見える化”されます。展示会ごとの費用対効果も明らかになり、営業経費の効率的活用も可能となります。

—最後に、MAの導入にあたって注意することを教えてください。

**浅井** MAはきちんと活用すれば、大きな効果をもたらすツールです。ただし、単に導入するだけでいきなり売上が伸びるといった“魔法の杖”ではありません。MAを用いて見込み客の行動を“見える化”し、「ご成約に至る見込み客はどのような行動をとるのか、仮説を立てて実践し、その結果を検証する」という途切れのないサイクルが必要になるのです。そのためには「営業部門の片手間での運用」ではなく、社内にMA運用を軌道に乗せるプロジェクトチームを組織することも必要になるかもしれませ



「お客さまの行動を“見える化”し、適切なタイミングで働きかけを行うMAを有効活用すれば、業績に大きな効果をもたらしてくれるはず」と語る浅井氏。

ん。また、お客さま接点となる資料ダウンロードでは、お客さまに「読んでみたい」と思ってもらえる資料の用意が必要になります。製品やサービスの資料だけでなく、導入事例、ノウハウなどの読み物があれば、お客さまの行動を促すことができます。導入に合わせ、そうした準備を入念に行えば、MAは業績に大きな効果をもたらしてくれるはずです。

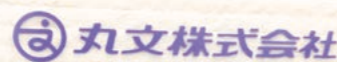


●会社概要  
会社名：株式会社ジーニー  
設立：2010年4月14日  
本社所在地：東京都新宿区西新宿6-8-1住友不動産新宿オークタワー6階  
代表取締役社長：伊藤 智昭  
資本金：15億3,000万円  
事業内容：マーケティングテクノロジー事業  
URL：https://geniee.co.jp



# “できること”から始めたペーパーレス化で 組織のガバナンスを向上、コスト削減も達成

丸文株式会社



エレクトロニクス商社の丸文株式会社は、内部統制強化及び業務効率化を目的として証憑書類<sup>※1</sup>のペーパーレス化を企画。2017年度に財務経理部のペーパーレス化を達成し、さらに営業部など他部門にもその適用が広がっています。

【導入の狙い】監査で求められる証憑書類を電子化することで、検索性を高め、内部統制強化及び生産性向上を目指す。

【導入の効果】証憑書類の検索性が向上、書類保管スペース縮小に伴うコスト削減。



ICT統轄本部  
情報企画・インフラ推進部  
担当課長  
仲山 晶子氏

## 「総論賛成、各論反対」で 挫折を繰り返したペーパーレス化実現論

丸文株式会社は、江戸時代に創業した呉服問屋をルーツとし、現在は電子部品、マイクロプロセッサ、情報通信機器、医用機器などを取り扱うエレクトロニクス商社です。

「弊社は、創業当時から変わらぬ経営哲学である『先見』と『先取』の精神で、日用雑貨、電子機器など、時代に応じた商品を取り扱いつつ成長してきました。現在の事業分野は、皆さんがお使いのスマートフォン内部にある細かな半導体部品から、宇宙開発用ロケットのパーツ、産業用機器まで多岐にわたっています」(仲山氏)

このように最先端の商材を扱う同社ですが、社内に目を向けると旧態依然とした業務、特に“紙”に纏わる手順が残り、業務効率化や内部統制強化といった観点で、改善テーマが山積みでした。

国税関係帳簿は、2004年に14帳簿の電子保存を実施していましたが、証憑のスキナ保存については、e-文書法<sup>※2</sup>の適用範囲が限定的であり、電子化するメリットがありませんでした。

各部門内で、自発的にITを使った業務改善を行う社風もあり、ペーパーレス化の試みについては、これまで何度も行われてきました。しかしながら、『ペーパーレス化で

コスト削減』という全社横断的で改善効果のあるテーマには賛成が集まるのですが、『どこからどうやって』という具体論になると各部門で温度差があり、消極的な反応が多くなり、実現できないままでした」(塩田氏)

## スキナ保存の要件緩和により 証憑の電子化が実現

2015年、e-文書法のスキナ保存要件が緩和されたことを契機として、ペーパーレス化実現に向けて大きく動き出します。

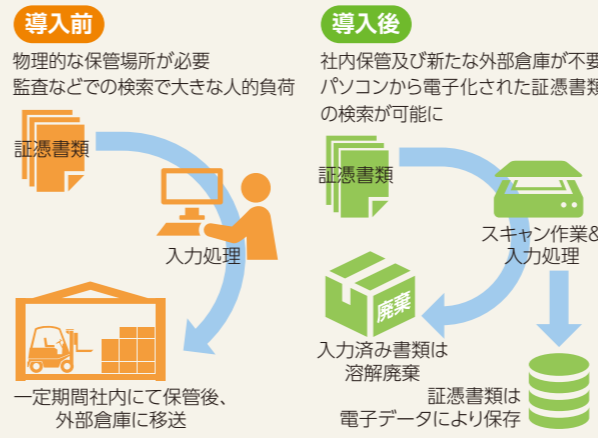
「請求書や領収書といった証憑のペーパーレス化が容易になり、まずは財務経理部を対象にプロジェクトを発足させました」(仲山氏)

「財務経理部は、交通費や国内出張精算などの立替経費については、2011年にワークフローシステムを導入済みでした。しかし、税法上保管義務のある証憑は、台紙に糊付けして保管していました(年間約28,000枚)。売買取引についても、電子化されていない取引先については、経費と同様紙で受領した証憑を、取引先/発生年月など仕分けのルールを作って保管していました(年間約70,000枚)。そうした書類保管の手間やスペースの削減、監査時の検索性向上もさることながら、証憑を電子化することにより、各部門管理による証憑の紛失や取引で発生し得る内部統制面でのリスク排除が可能になると考え、ICT部門と協力してプロジェクトをスタートさせたのです」(塩田氏)

こうした現場の意向を受け、同社はペーパーレス化のプロジェクトを開始します。しかし、それは全面的な移行を一気に目指すものではありませんでした。

「まず“小さなこと”からスタートしました。最終的に全社に展開するとしても、まず成功事例を作り、その経験と効果を十分に周知することが重要だと考えたからです」(仲山氏)

## 【証憑書類の電子化(ペーパーレス化)のフロー図】



## 現在の業務フローを尊重しつつ、 綿密なRFP(提案依頼書)を作成

具体的なペーパーレス化にあたって、どのような機器を導入すべきかについては、まずRFPを作成し、合計3社から提案を受けたと言います。

「業務フローをきちんと整理し、どの部分をペーパーレス化するか、既存システムとの連携も含め、スキナ保存することによる業務負荷を、システムでどこまで解消できるかをMUST/WANT要件を切り分け、RFPを作成しました」(塩田氏)

「ペーパーレス化は業務改善の手段であり、ペーパーレスそのものが目的ではないということを重視しました。何もかも欲張らず、できるだけ現在の業務フローに影響を与えない範囲で、かつ求める結果が出せることが目標でした。また、紙文書の電子化にあたって必ず発生するスキナ作業及び検索条件付与作業の負担を、どう軽減できるかもポイントでした。このような視点から判断し、最終的にリコージャパン株式会社の提案を採用することになりました」(仲山氏)

こうして財務経理部中心で始まった証憑書類の電子化は、その後、営業部門で保管している注文書の電子化へと適用範囲を広げていくこととなります。

「多くの証憑書類が電子化されたことで、検索性は大きく向上しました。監査などへの対応もスムーズになり、かつ探すという作業からスタッフが開放されたことも大きな効果です。『依頼した書類がすぐ出てくる』と、他部門からの評価も上がりました」(塩田氏)

「この成功で、ペーパーレス化を社内全体に広げていく地ならしができたと思います」(仲山氏)



電子化のために証憑書類をスキナで読み込んでいる様子



財務経理部  
業務課  
係長  
塩田 寿恵氏

## “しっかりとした動機”こそが ペーパーレス化成功の鍵

現在、同社のペーパーレス化は、さらに営業部門にも利用が拡大しています。両氏は、ペーパーレス化が順調に進んだ要因を、あらためて以下のように振り返ります。

「まず『コストありき』ではなかったことでしょう。『ガバナンス上の危機を解決する』という目に見える強い動機があったからこそ、わずかな時間でペーパーレス化が達成できました。最終的には外部委託している倉庫の削減、社内スペースの有効活用などコスト削減につながっていますが、それは結果論であり、コストだけが目標であれば、途中で頓挫した可能性は高かったと思います」(仲山氏)

「業務フローを洗い出し、しっかりとしたRFPを作成したことで、ペーパーレス化工程の9割は終わっていたと思います。逆にここが不十分だったら、導入過程で何度もやり直し、見直しを迫られたことでしょう。さらに社内のICT部門との打ち合わせで、どんなデータを基幹システムから呼び出せるかを検討し、スキナ作業時の追加手入力を不要としたことも、導入時に課題となる作業者のストレス、負担軽減を考える上で大きなポイントだったと思います」(塩田氏)

同社は今後、申請書などの電子保存も予定しています。小さなことから着実にペーパーレス化を進めてきた同社の戦略は、多くの企業にとって参考になるのではないのでしょうか。

※1 証憑書類：税務上必要となる、取引の証拠となる書類。領収書や請求書など。

※2 e-文書法：2004年(平成16年)制定、翌2005年に施行された、法人税法や商法、証券取引法などで紙による原本保存が義務づけられている文書や帳票の電子保存を容認する法律。別名「電子文書法」。



●会社概要  
会社名：丸文株式会社  
創業：1844年(弘化元年)※設立：1947年(昭和22年)7月  
本社所在地：東京都中央区日本橋大伝馬町8-1  
代表者：水野 象司  
資本金：62億1,450万円  
事業内容：エレクトロニクス商社(先端エレクトロニクス分野のソリューション提供、電子部品、産業用・研究開発用機器、医用機器などの提供及びテクニカルサポート)。  
URL：http://www.marubun.co.jp/



## かくて烽火は上がったが……

(前回までのあらすじ) 舞台は今から30年前の印刷業界。当時よりA社とB社という2強寡占状態が続いていた業界であったが、実績としては常にB社のほうが上回っていた。当時、大手ITベンダーI社で入社2年目だった筆者は、A社グループを担当。そこで実感したのは、変化を嫌う古い体質により、後塵を拝し続ける状況を固定化させていたA社の実態だった。そんな中、関連会社のAM社を任された筆者は、A社本体とは全く違う雰囲気と驚愕する。そこには危機意識を明確に持ち、「変革」への情熱にあふれる社員たちがいたからである……。

### 1. それは静かに始まった。

筆者がAM社を担当し始めて半年ほどの時間が経過したある日のこと、システム部長に呼び出され、こんな相談を受けました。

「どうも社内のどこかで、SIS(Strategic Information System：戦略的情報システム)を導入したプロジェクトらしきものを進めているんじゃないかという、妙な噂が出ているらしい……。君の会社で何かそのような話を聞いていないかね？」

当のシステム部長はいたく不満顔で、自分の知らない所で大きなシステムプロジェクトにつながるかもしれないという話が出ていることに対し、露骨に不快感を示していたのです。

筆者はその部長から、そのような話が本当にあるのか、あるとすればどこから出た話なのかを探ってみてほしいという依頼を受けたのです。もし、これが本当の話であれば、私にとってもビジネスチャンスになり得る話です。そこで、私はAM社内で築き上げた人的ネットワークを通じて情報収集を行いました。その結果、次のようなことが分かってきたのです。

○AM社内には、社長を中心とする実業部門派と、専務を中心とする管理部門派の2大派閥が存在し、互いに対立している。

○管理部門の中にあるシステム部門に対して、特に実業部門から不満が噴出している。

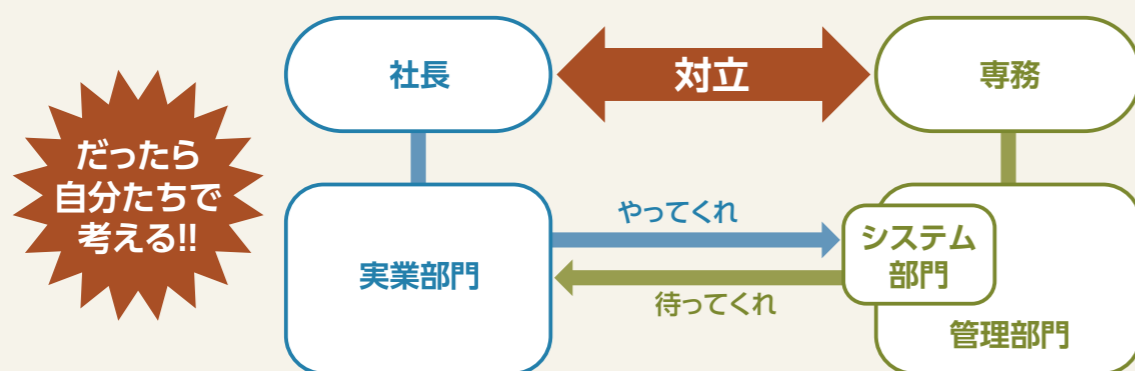
○合併相手の外資系パートナー会社から、SISの活用を示唆するサインが出ている。

○このような動きに対応し、社長派からICTを活用したBPR(Business Process Re-engineering：ビジネスプロセス・リエンジニアリング=業務改革)に対してそれなりの投資を行うべきではないかという意見が出始めている。

当時はまだ、EUP(エンドユーザーコンピューティング)<sup>\*1</sup>が一般的ではなく、ユーザーのシステム化要望を満たしきれないシステム部門は、大量のバックログ<sup>\*2</sup>を抱えている、というのがあらゆる企業が悩んでいる問題でした。従って、システムを活用した業務の高品質・効率化を行うためには、トップダウンで相当な投資を行うことが必須だったのです。そして、そのような投資を可能にする当時最強のお題目が「SIS」でした。

AM社の社長派が目論んでいたのは、管理部門として

【AM社内の利害関係】



商売の役に立ってくれないシステム部門を見切って、実業部門の経営層を中心とする全社BPRを断行することによって事業を発展させようということだったのです(当時の私は、このように理解していたのですが、後に、情報システム部門に対するAM社の、より強烈な変革思想に驚かされることになるのです……)。

### 2. 謎に包まれた「企画室」

以上のような話のうち、差し障りのない程度の報告をシステム部長に対して行った筆者は、普段通りAM社内をうろつきながら情報収集を行っていきました。そして、経営層に近い人から、どのような仕事をしているのか分からない「企画室」という部署があるらしいことを知ったのです。しかし、本社内のどこにもそれらしい部署はありません。さらに歩きまわった私は、本社から歩いて5分ほどの小さな雑居ビルの最上階に、AM社が所持するかなり小さな事務所を見つけました。

実はそれこそが、私が探し求めていた企画室だったのです。

### 3. 集められたサムライたち

まだ20代半ばだった筆者は、I社の営業であることを告げて、そこを初めて訪れました。

そこにいたのは40代~50代とおぼしき4人の紳士と、筆者と同年代の女性秘書の5人です。企画室は、A社の大阪の工場長から異動してきたというN企画室長と、営業、製造、財務部門の部長級のエースで構成され、上記SIS導入の検討をするために、社長直属で内々に作られたプロジェクトチームでした。ただ企画室自体は、全社としてオーソライズされているわけではなく、どこから手をつければよいのかもまだ分からない状況でした。

室長と初めて話をした筆者は、すぐにこの人物の虜になりました。高い視野、人を惹きつける人間的魅力、私のような若造の意見を真摯に受け入れる懐の深さがあり、どれをとっても「この人ならA社を変えられるかもしれない」と思わせるに十分な資質を持っていたからです。この日以来、私の企画室通いが始まりました。そして、勝手に5人目のメンバーとして名乗りを上げたのです。

### 4. プランニングプロセスの始まり

私がいたI社は、経営とIT化のプランニングに対し、世界一のノウハウと実績を持っていました。N室長は私に対して「企画室メンバーがこれから何をしなければならぬのかについて、力を貸してほしい」という要望を伝えました。これまでのAM社とのつき合いから可能となっていた社内調整能力と情報収集は、私一人でもできました。しかし、経営全体のプランニングの技術は私個人にはないので、I社内のスペシャリストを引っばってこよ

うとしました。しかし社は、新入営業の持ってきた実現性の不確かな話、高コストの人材を易々とは出してくれません。そこで、経営全体に関わるような大規模プロジェクトの経験のある大先輩SEの協力を得て、企画室とI社の密やかなプランニングプロセスが始まりました。

こうして、何かすごいことが起きる前触れのようなものを感じさせる楽しい時間が流れていきました。

### 5. 危険な香りも漂う中での開戦

ただ、この検討はAM社にとって全社プロジェクトとして認められたものではありません。あくまでも可能性を探るための下調べ的な位置づけのものでした。しかも、上述のように、管理部門下にあるシステム部が反対をしているという状況も危険な香りを発していました。場合によっては、もともと存在する社長派と専務派の対立と結びついて、社論を二分する全面戦争に展開する可能性も少なからずありました。そんなキナ臭さの中で、いつ潰されるか分からない環境の中で、ヨチヨチ歩きが始まったのです。

(次号に続く)

<sup>\*1</sup> EUP(End User Computing)：ユーザーが複数のデバイスを使用して、いつでもどこからでも、アプリケーションとデータにアクセスできるようにするための方法。

<sup>\*2</sup> バックログ：実施すべきとされながら、未処理、未着手のまま放置されている作業や業務、案件などのこと。



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。





## 満足から感動へ

### 顧客満足から顧客感動の時代へ

CS＝顧客満足の追求は今や当たり前となり、今後はどのようにしてお客さまに「感動」を体験していただけるかが求められている時代です。電話の向こう側にいるお客さまに「ああ、この人と話せて良かった！」「思い切って電話して良かった」「ここまで案内してくれるとは思わなかった」などなど。私自身がテレコミュニケーター時代の20年前には、多分気づいていなかったお客さまの心情を、指導する立場となった今は「本当にお客さまに満足いただいているのだろうか……」ということをいつも考えながら、お客さま対応の研修を日々行っております。

### お客さまの気持ちに寄り添う大切さ

お客さまからの質問に対して、業務知識を中心に説明を進めてしまい、お客さまの気持ちに全く気づくことができないテレコミュニケーターがとても多いように感じます。

例えばある企業さまで、お客さまから「〇〇が壊れて困っているから早く修理にきてほしい」というような内容の問い合わせが入ると、ほとんどのテ

レコミュニケーターは壊れた状況、いつ行けるかの日程調整など、会社の都合を考えながらお客さまと話を進めます。残念ながら、お客さまの「困っている」「早く」などの気持ちに気づかず、言葉の一つとして聞き流してしまう場合が多いようです。お客さまの「早く」のご要望に添えない場合でも、初めに気持ちに寄り添う言葉掛けをしてから話を進めると、お客さまも「このテレコミュニケーターは分かってくれる」と理解され、その安心感から、ご希望に添えないことに対して譲歩してくださることもあります。

医療機器を扱っている企業さまの場合、「人の命に関わる」という緊張のためか、特に業務知識についてのやり取りがすぐに始まってしまいます。プロの医療従事者が相手でも、気持ちの中には「不安」「どうしよう」「困った」「何とかして」などの気持ちを少なからず持って電話をかけてくると思います。どのようなお客さまでも、どれだ

中里 美幸氏  
株式会社ワールドプリントセンター所属。元株式会社ファンケル勤務。コールセンターのミッションを踏まえつつお客さまの心情を察知し、心とテクニカルの両面からお客さまの心理を受け止める音声表現指導を行う。電話応対技能検定指導者級資格保持者。全米、日本、NLP認定プロコーチ。NLPマスタープラクティショナー。

「次回の講師は、有限会社グレイスアカデミーの木邑 恭子先生です。いつも明るく素敵な木邑先生。明るく楽しい中にも説得力のあるお話しの方方にいつも魅了されます」



中里 美幸氏

株式会社ワールドプリントセンター

け気持ちを受け止められるか、ここがお客さまに満足以上の感動を体験していただく分かれ道だと思います。

### 意識が変わると行動が変わる

個別の指導をする時、テレコミュニケーターへの技術的な指導だけでなく、お客さまの音声に注意することや、音声を聞いてお客さまがどう思っているかをテレコミュニケーターに問います。クレームのような、明らかに「怒り」を強く表現される場合を除き、ほとんどのテレコミュニケーターが気づいていないことが多いです。これからAIなどが普及すると言われている中で、人と人とのコミュニケーションの感動を一人でも多くのお客さまに体験していただける研修を行っていきたい、それにはテレコミュニケーターの意識を変えること、そして意識が変わることでお客さまに対する行動が変わることがCS向上につながる第一歩だと考えています。



## 「良い電話応対とは？」

今更このタイトルはないだろう、と言われそうですが、この電話応対教育の大前提となる考え方が意外に曖昧であることに驚きます。研修や講演で話し合っていたとしても、すっきりした言葉が返ってこないのです。何ごとによらず達成目標が明快であること、しっかりしたベクトルを持った努力こそ必要でしょう。もう一度初心に帰って考えます。



### お客さまが期待することは何か

良い電話応対とは「お客さまが満足してくださる応対」です。では、お客さまの満足とは何でしょうか。電話をかけてこられるお客さまには、必ず用件があります。その用件の的確に、分かりやすく、そして手際よく応えてくれた応対です。電話応対教育には、昔から「親切、丁寧、正確、迅速」という4原則が言われてきました。これはその通りで、この4原則が守られていれば、即ち良い電話応対と言えるでしょう。しかし、漢語を並べたこの4原則は、年を経るにつれてインパクトが衰え、当節の電話応対教育の目標とはなり難いようです。

電話応対技能検定（もしも検定）が始まった10年前から、私は「良い電話応対とは、この人に会ってみたいと思っただけの応対です」と言い続けてきました。そのことを常に意識して応対に当たれば、お客さまはきっと満足してくださるでしょう。

日本にも進出しているアメリカ屈指の外食産業「TGIフライデーズ」には、サービスマニュアルというものはありません。サービスに必要なことはただ一つ、「お客さまには常にあなたの最愛の人だと思って接しなさい」とだけ教えているそうです。誠に明快で分かりやすい目標ですね。



### スキル中心の日本の応対教育

ひるがえ 翻って日本の電話応対教育の

現状を考えますと、アメリカのような大胆な目標設定での教育を行っているところは耳にしたことがありません。「敬語は正しく使われているか」「きちんと名乗っているか」「お礼やお詫びを言ったか」「クッション言葉は適切か」「お待たせしていないか」「説明は分かりやすいか」「発音・発声は聞きやすいか」など、ほとんどは細分化されたモニタリングシートを基にスキルチェックをし、評価し、それを基にきめ細かいスキル指導を行っているのが現状のようです。国内事情、企業事情がありますから、どちらが正しいと判断できるものではありません。しかし、これらのスキル項目はお客さまが電話応対者に求める主たる要件ではないでしょう。お客さまの期待は、用件の的確に、分かりやすく、手際よく応えてくれたかどうかかなのです。



### スキルチェックの意味するもの

この10年来、もしも検定指導者級試験の採点を行ってきて大変気になることがあります。それは、スキルチェック力で失敗する人が多いことです。

繰り返しますが、スキルチェックの最も重要な条件は、電話の初めに、お客さまのニーズをしっかり聞き取り、訊き出しているかに置かなければなりません。このことが、良い電話応対の要です。ところが現実の応対を聴いていますと、最初の聞き取りが不十分なまま、マニュアル説明に入ってしまうケースが多いのです。これ

は、経験豊富なベテランのコミュニケーターでさえしかりです。過去の経験を基にした早過ぎる判断で、お客さまの話を十分に聴かずに捌いてしまうのです。そのことを指摘できるかどうか、指導者の力です。安易にスキルの部分チェックで済まさないことです。



### AI時代の良い電話応対者

AIの進歩が急ピッチです。企業活動も激変し始めています。電話応対も初期応対はAIが担えるところまで来ています。今、マニュアル化できるものは、早晚AIに取って代わられるでしょう。今、指導者の皆さんが苦勞なさっている敬語や言葉づかいは、苦も無くAIがクリアする日が来るでしょう。その時、良い電話応対として評価される応対とはどのような応対でしょうか。高度の業務知識を持った応対者、優れたマネジメント能力を備えた応対者、そして温かい心とホスピタリティに溢れた応対者がイメージに浮かびます。そこにあるのは、AIとは差別化された人と人との関係なのです。



岡部 達昭氏

日本電信電話ユ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! もしまし検定

このコーナーでは「もしも検定」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

日本語には同音異義語が多いという特徴がありますが、漢字を使う言葉以外にも、「カタカナ同音異義語」という種類があります。日本語では同じ発音でも原語の英語では違う言葉です。次の四つの中で、原語が同じものが一つだけあります。どれですか。選びなさい。

1. 「事務系労働者のホワイト・カラー」と「シンボル・カラー」のカラー
2. 「マウスをドラッグする」と「ドラッグ・ストア」のドラッグ
3. 「電気コンセント」と「インフォームド・コンセント」のコンセント
4. 「蓄電池のバッテリー」と「野球のバッテリー」のバッテリー

※2級問題より

正解は13ページをご覧ください。



## 電話対応コンクールの課題にコールセンター全体で取り組み、 対応品質向上を

三井住友銀行 コールセンター神戸



コールセンター神戸  
所長  
妹尾 正樹氏

三大メガバンクの一つ、株式会社三井住友銀行は、神戸市と福岡市のコールセンターで電話対応コンクール参加と電話対応技能検定（もしもし検定）導入で対応品質の向上を実現。コールセンターに寄せられるお客さまの声を起点とした「より良い銀行づくり」を目指しています。

### 事業概要について教えてください。

**A** 「当行は東京に本店を置く、複合金融グループである三井住友フィナンシャルグループ傘下の中核的存在のメガバンクです」（妹尾氏）

### 貴行と電話対応との関わりについて教えてください。

**A** 「当行は神戸と福岡にコールセンターを置き、一体となって運営しています。業務内容は受電が中心で、商品やサービスのご案内、お客さまの資金運用やローンの相談受付、インターネットバンキングの操作などのお客さまのお電話に、約250名のオペレーターが対応しております。年間の受電数は約200万件のほります」（妹尾氏）

### 多くのお客さまの声を本部や経営陣に伝え、より良い銀行に

#### お客さまへの対応で心がけていることを教えてください。

**A** 「コールセンターでは日々、多くのお客さまの声と接しています。お客さまの声を真摯に受け止め、鮮度の高い声を本部や経営陣に伝え、より良い銀行を作っていくこと、そして質の高い対応により、お電話をくださったお客さま一人ひとりにご満足いただき、三井住友銀行のファンになっていただくことが、私たちの役割だと思っています」（妹尾氏）

#### そうしたお客さまの声を、どのように行内で共有、活用しているのでしょうか。

**A** 「月に一度、社内関連部署のスタッフとともに応答ログを聞く『お客さまの声を聴こう会』を開催しております。こうした取り組みから、例えばインターネットバンキングの画面をより分かりやすく改善するなどの成果も上がっています」（妹尾氏）

#### これまでの電話対応を通じて、課題として感じているものはありますか。

**A** 「新たな金融商品の登場など、銀行の業務内容は日々変化しており、お客さまのお問い合わせ内容も多様化しています。そうした状況に対応すべく、研修と教育、業務をサポートするツールの提供などで、オペレーターがお客さまに適切な対応ができる環境を整え続けていくことが課題であり、日々取り組んでいます」（妹尾氏）

### グループ会社からの推薦で電話対応技能検定（もしもし検定）を導入

#### 貴行はもしもし検定を導入されています。その動機と目的を教えてください。

**A** 「2014年、コールセンター改革の一環として同じグループに属するSMBC日興証券株式会社からアドバイスを受けた際、対応品質向上に効果があると推薦されたことがきっかけです」（妹尾氏）  
「神戸にいる20名のSSV（サブスーパーバイザー）から希望者を募り、受検しました」（吉村氏）



コールセンター神戸  
企画グループ  
研修担当  
吉村 真由子氏

#### 受検の結果とその効果はいかがでしたか。

**A** 「初年度から受検したSSVは順調に上級資格に進み、現在は8名が1級資格保持者となっています。オペレーターの理解度が高まっていると思います。また、SSVは、関連部署に報告をあげることも多いのですが、その際の言葉の使い方などが理路整然として、より分かりやすくなりました」（吉村氏）

### 業務とは異なるテーマに全員で取り組み、学びの場に

#### 電話対応コンクールにも出場されていますが、その動機を教えてください。

**A** 「社内で対応コンクールは実施していましたが、他業種・他社問わず、高い対応品質に触れる機会の必要性を感じていました。競争という舞台を通じてスキル向上を図りたいと考えたため、参加いたしました」（妹尾氏）

「2014年にまず2名が出場し、以降はコンスタントに毎年20名前後が出場しています。SSVだけでなく、オペレーターも含め希望者を募り、選手を選抜しています」（吉村氏）

#### 出場によりどのような効果を感じていますか。

**A** 「コンクールの課題には、コールセンター全体で取り組み、出場者以外のオペレーターもそれぞれ、スクリプトを作成しています。それは日常業務とは異なるテーマを通して真剣にお客さま対応を考えることが、純粋に電話対応そのものの品質向上につながると考えているからです。さらに発表会でスクリプトを共有し、同じテーマに対して違う考え方やアプローチがあるという学びの場としています」（吉村氏）

### コンクール出場で、コールセンターの 団結力向上を期待

#### もしもし検定、電話対応コンクールについて、今後の目標について教えてください。

**A** 「もしもし検定は、SSV全員の1級合格を目標とし、さらなる指導力の向上を図っていきたくと思っています。コンクールについては、上位を目指すことももちろんですが、コールセンターの団結力を高める効果も期待しております。このどちらも、最終的には高いお客さま満足度の実現が目標です」（妹尾氏）

#### 日本電信電話ユーザ協会にご意見、ご要望があれば教えてください。

**A** 「これまでもさまざまな研修で当行コールセンターの品質向上をサポートしていただいています。勝手ではありますが、オペレーターのレベルに応じ、より細かくカスタマイズした研修などもご用意いただければと思います。これからもよろしく願います」（吉村氏）



#### 会社概要

会社名：株式会社三井住友銀行  
創立：1876年（明治9年）  
本店所在地：東京都千代田区丸の内一丁目1番2号  
頭取 CEO（代表取締役）：高島 誠  
資本金：17,709億円  
事業内容：普通銀行業  
URL：<http://www.smbc.co.jp/>

●電話対応技能検定実施機関：日本電信電話ユーザ協会兵庫支部 <https://www.pi.jtua.or.jp/hyogo/>



## 高い品質の電話対応で、新規のお客さまの安心と信頼を獲得

三村鉄工株式会社

油圧シリンダの専門メーカーである三村鉄工株式会社は、電話対応技能検定（もしもし検定）の導入で“ご当地的なマナー”を払拭。さらに女性社員に「優れたマナーと電話対応品質を身につける」という新たなキャリア形成の道も開きました。

代表取締役社長  
三村 勇雄氏

り、良い現場を実現しても、お客さまの『見学に行ってみよう』という行動につながりません。お客さまがご来社いただいた時も、きちんとしたマナーで接遇し、工場までご案内することは非常に大切です。つまり、製造の現場が品質向上に頑張ることと、電話の対応、接遇マナーは業績向上のための両輪であると思っています」（小林氏）

### 有力同業者からの賞賛の言葉が品質向上活動のきっかけに

Q そうした電話対応や接遇について、御社にはどのような課題があったのでしょうか。

A 「私たちは全国のお客さまと取引をしております。しかし、その取引における言葉づかいにおいて、ややなれなれしい言葉や、敬語を省いてしまうようなことが少なからずありました。例えば、近隣にあって親交の深い取引先との間では方言で話すほうが親しみを感じますし、遠慮のない物言いでも許されるでしょう。しかし、それが新規のお客さまからのお問い合わせにおいても、敬語を省く言葉づかいになってしまうこともありました。また、『敬語は冷たい』『相手に距離を感じさせてしまう』といった意識も、社員の間になんらか存在していました」（小林氏）

「そんな時、弊社の電話対応を評価していただく機会がありました。比較的きちんとした言葉づかいのできる社員が有力な同業者からの電話に対応しました。その方は対応に感銘を受けられ、弊社会長に『御社の電話対応は素晴らしいですね』と伝えていただいたのです。その話を耳にし、私は『電話対応で人の心を動かせるのであれば、全社的な電話対応品質の向上は避けて通れない。そしてその先に会社の成長がある』と確信しました」（三村氏）

## 社員に電話対応技能検定（もしもし検定）受検を奨励、将来は報奨金も

Q どのように、対応品質の向上を目指したのでしょうか。

A 「社員の研修をお願いしていた教育機関に相談したところ、もしもし検定をおすすめいただきました。そこでまず営業、購買、総務より、10名の女性社員の講習をお願いしました。実はこの10名という女性の数は、同規模の地方のメーカーでは高い比率だそうです。私はそうした社員のモチベーションをどう高めていくか、ずっと考えていたのです。もしもし検定は、対応品質の向上だけでなく、こうした社員の新たなやりがいやキャリア形成につながるのではないかという意図もありました」（三村氏）

「去年の秋から受講を始め、現在9名が3級に合格し、中にはさらに上の級を受検する意欲を見せている者もいます。近い将来、もしもし検定有資格者に報奨金を出せるよう、社内制度の改正も考えているところです」（小林氏）

Q もしもし検定の導入で、どのような効果がありましたか。

A 「受検を通じ敬語への拒否感は薄れ、『基本を知っているからこそ、敬語でも、ややくだけた言葉でも、お客さまに寄り添うことができる』と、学ぶことができました」（三村氏）

「電話の言葉づかいが明らかに良くなりました。担当の営業社員が不在時でもお客さまのご用件をしっかりとかがい、より満足いただける対応ができるように、徐々になってきていると思います」（小林氏）

本体外観



オフィスの様子

執行役員常務  
小林 貴宣氏



## 将来はあらゆる社員に高いコミュニケーション能力を

Q 今後の展望について教えてください。

A 「より上の級を目指したいという社員には、弊社としてもしっかりサポートしていきたいと思えます。先ほど三村が申し上げたように、それが本人のキャリア形成につながり、会社としての力にもなると思っていますから」（小林氏）

「今後は他部門にも、受検対象を広げようという考えも持っています。営業部門のみならず、高いコミュニケーション能力は有利に働きます。相手の心を掴み、条件をうまくまとめるためにも役立ちますし、外部提供者との折衝においても、また、内部コミュニケーションにおいてもしかりです」（三村氏）



### 会社概要

会社名：三村鉄工株式会社  
創業：1952年（昭和27年）  
本社所在地：香川県さぬき市末371番地6  
代表取締役：三村 勇雄  
事業内容：油圧機械器具製造  
URL：<https://www.mimura-iron.co.jp/>

●電話対応技能検定実施機関：株式会社ソアテック <http://www.soatec.com/>



## ほめることは、「その人らしさ」を受け止めること

「ほめることが大切。自分のことも周囲の人のことも、どんどんほめましょう」と聞いても、ピンとこない人がいるかもしれません。「あの人には、どこにもほめるところがない」などと思っている人もいるでしょう。そこまで否定的にならないまでも、ほめることがなかなかできない人は、相手が自分と違っていることを嫌っているかもしれない、「その人らしさ」を見つけることが下手なのかもしれない、と考えてみましょう。

### 自分が感じた相手の嫌なところをその人らしい特徴と受け止める

「あの人の性格の、〇〇なところが嫌い」と言う人がいます。あなたから見るとその人の「〇〇なところが」が気になり、受け止め難いのでしょうか。受け止め難いので、変えてほしいとも思いたくなるでしょう。ただ、相手があなたの嫌いなところを変えようとしたらあなたが困るように、これではつき合うことは難しくなります。そんな時は、「嫌い」な部分を相手の特徴と受け止めて、その特徴がその人自身の在り方や、周りにうまく果たしている役割や機能を考えてみることを薦めます。

### 特徴は見方を変えると「長所」にもなる

ある会社の総務課に、従業員が二人います。一人は自分でも神経質だと思っているAさんで、もう一人は細かいことは気にしない、大雑把だと思っているBさんで、周りの人からもそんな風に受け止められています。ある時Bさんは、Aさんが先輩社員に怒鳴られている場面を目撃しました。それ以来元気のないAさんを、Bさんは何とか励ましたいと思っていました。二人が一緒にランチを食べる機会があった時、怒鳴られたAさんはBさんに「私って神経質過ぎて怒鳴られたことを

いつまでも気にし続けてあれこれ考えてしまい、いやになっちゃう…」と言いました。これを聞いたBさんは「そうか……でも、私にはあなたは細かいことによく気がついて、ドジが少なく、それがあなたらしい長所で、私のようなズボラな人間には大助かりだし、羨ましいわ」と言ったのです。

### 全体から眺めて別の見方をする

もしこの時、Bさんが「あなたも私のように、大雑把な性格に変わればいいのよ」などと言ったら、Aさんはダブルパンチを受けて、ますます落ち込んでしまうか、Bさんにつき合いたくなくなるかもしれません。自分と同じになってほしいと思わず、違いを認めることができるBさんは、その違いをAさんの長所と思うことができたのでしょうか。「神経質な性格が嫌だ、良くない」と、全面的に否定してしまうのではなく、神経質に含まれている良い面を見つけるのです。それは、ものの見方を広げること、事柄の枠組みを変えて、全体から眺めて別の見方を増やすのです。

### 物事を積極的に良い面から見ようとする

人は、物事を良く見える面と悪く見える面の両面からとらえます

が、悪い面ばかりを見ていると、否定的になり、自分や相手を嫌ったり、落ち込んだりします。もし、自分や相手が悪い面ばかりを変えようとしているとしたら、まず、その良い面も見つけ、見直しましょう。それはBさんが伝えたほめ言葉になるのです。このような考え方を知っておくと、履歴書を書く時や、面接を受ける時に役立ちます。例えば「理屈っぽい」は「論理的に、物事を順序立てて考えるのが得意」、「短気」は、「物事に集中して、結果を出すのに一生懸命になる」といった具合です。自分にも相手にも励め、励まし、ほめ言葉などになって、すーっと心が軽くなり、やる気が出てくるかもしれません。



平木 典子氏  
日本電信電話ユーザ協会 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教授、跡見学園女子大学臨床心理学教授を経て、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! もしもし検定の答え: (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4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?

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しています。現在、パソコンやスマートフォンで気軽にコンテンツ配信や視聴ができるようになりました。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“いつでも”“どこでも”学習することが可能です。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/>) 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〉

	第4回	第5回	第6回
受付期間	10月23日～ 11月20日	11月21日～ 12月20日	12月21日～ 1月21日
eラーニング実施期間	12月20日～ 1月7日	1月22日～ 2月5日	2月20日～ 3月6日

### 「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!

只今、第8回申込み受付中!

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8回	第9回	第10回	第11回	第12回
受付期間	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	2月26日～ 3月25日

### 「電話対応コンクール全国大会」「企業電話対応コンテスト成績発表会」開催のご案内

「第57回電話対応コンクール全国大会」と、「第22回企業電話対応コンテスト成績発表会」を11月22日(木)愛知県名古屋市熱田区の名古屋国際会議場で開催します。電話対応コンクール全国大会では、各都道府県大会を勝ち抜いた、非常にレベルの高い選手が集まっています。また企業電話対応コンテスト成績発表会では、「商業・金融」「工業・公益」「サービス」「コールセンターなど電話応対専門」の全4部門の中から、最も優秀な「会長賞」と「理事長賞」を受賞した企業の表彰と、入賞企業20社の発表を行います。全国大会は入場無料です。電話応対教育の参考として、ぜひ会場にお越しください。

#### ライブ中継 上映予定!

特設ホームページでコンクールの様子をライブ中継いたします。会場に來られない方はぜひこちらでご覧ください。

日時:2018年11月22日(木) 9:00~18:30  
場所:愛知県名古屋市熱田区熱田西町1番1号  
名古屋国際会議場  
会場などの詳しい情報は、特設ホームページでご確認いただけます。  
<http://oucon.jp/>

### 『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>』が好評発売中!

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。  
※詳細はユーザ協会ホームページでご確認ください。下記URLより、ご購入方法など販売物のご案内を行っております。  
<https://www.jtua.or.jp/publishing/>(出版物販売トップページ)

