

お客さまへ真心こめて届けたい
満足、そして安心感。

企業において、顧客との重要な接点の場となる「電話対応」。
「技術や商品による他社との差別化が難しくなった」
といわれる今の時代だからこそ、
「CS（顧客満足）」を左右する電話対応教育の重要性が高まっています。
そこで、公益財団法人日本電信電話ユーザ協会では、
企業の皆さまに顧客満足度向上を進める経営にお役立ていただくため、
企業電話対応コンテストを実施しています。
ぜひご活用ください。



企業電話対応 コンテスト

2019
6/1
申込受付開始!

電話対応力の向上 = CS（顧客満足）の向上

概要

ユーザ協会の専門スタッフが「仮のお客さま」となって企業に電話をかけ、その際の電話対応について、専門家が客観的に業種別の評価を行い、優秀企業を表彰します。

スケジュール

| | |
|------------------|---|
| 6月1日(土)～7月20日(土) | 申込受付 |
| 7月下旬～9月中旬 | 参加企業への電話 |
| 11月22日(金) | 結果発表及び表彰式 ※電話対応コンクール全国大会会場にて実施(会場:東京都中野区) |

申込方法

詳細は、日本電信電話ユーザ協会のホームページにある「企業電話対応コンテスト」のページをご覧ください。
申込部門は、「商業・金融部門」「工業・公益部門」「サービス部門」「コールセンター等電話対応専門部門」の4部門です。

日本電信電話ユーザ協会 企業電話対応コンテスト <http://www.jtua.or.jp/education/contest/>

参加料

一般 13,000円(税別) 会員 10,000円(税別) ※いずれも、1診断先(1電話番号)あたりの参加料です。
IVR利用の場合は、最終接続先を1診断先とします。

結果の報告

結果は「報告書」として改善のアドバイスを各企業別にフィードバックしますので、企業における電話対応サービス向上、CS(顧客満足)経営の指針として活用いただけます。「報告書及び審査結果」については、2019年11月上旬に発送を予定しています。

テレコムフォーラム

4

April 2019

■ 特別講演

・電話対応教育に必要とされるファシリテーション能力とは?(日本ファシリテーション協会)

■ ICT活用推進

- ・業務効率化と人手不足対策の切り札、AI OCRとは?(株式会社リコー)
- ・NPS®の導入でお客さまからの信頼度を把握、きめ細やかな施策展開が可能に(フィデリティ証券株式会社)
- ・オフィス業務自動化を実現するRPAの未来

■ 電話対応教育(CS向上)

- ・「当たり前」の難しさ
- ・「心に届く『敬意表現』」を
- ・電話対応技能検定(もしもし検定)の社内実施や電話対応コンクール参加により社内交流が活性化、緊急時もお客さまに寄り添える組織に(NTTコム エンジニアリング株式会社 東京オペレーションセンター(TOC))
- ・2018年電話対応技能検定(もしもし検定)検定実施機関表彰

2019年度電話対応コンクール問題

REPORT

堀 公俊氏特別講演

電話応対教育に必要とされるファシリテーション能力とは？

優れた電話応対技能を習得する電話応対教育には、受講者同士で意見交換し相互作用を利用して集団の力を引き出す「ファシリテーション」能力も求められます。2019年1月に開催された「指導者級資格保持者のための品質向上研究会」では、日本ファシリテーション協会フェローの堀 公俊氏をお招きし、ファシリテーションについて学びました。

今回の品質向上研究会は、2019年1月11日（金）、電話応対技能検定（もしも検定）の実技試験問題を用いたグループワークを行い、実技審査の平準化を図る目的で開催されたものです。品質向上研究会では、毎回、指導力の向上に役立てられるよう、特別講演を企画していますが、今回はファシリテーションについて学びました。

堀氏は「ファシリテーションとは何か」というテーマから、講演を始めました。

「ファシリテーションとは、一般的には『会議をうまく進める』という捉えられ方をしています。しかし、そもそもの意味は『促進する』『容易にする』というものです。つまり『人と人との相互作用を促進すること』がファシリテーションなのです。人と人が話し合うと、互いに表情や反応で影響を受けます。例えば誰かの話をきっかけに、思わぬ方向に話が進むという経験が、皆さんにもあるでしょう。この“他人から刺激を受けることで、コミュニケーションが活発化する”という相互作用を利用して集団の力を引き出す手法が、ファシリテーションなのです」（堀氏）

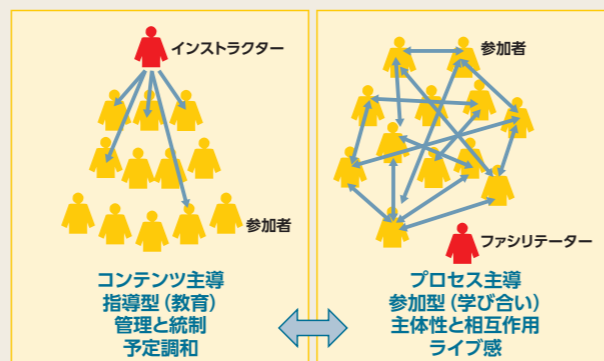
**コンテンツには立ち入らず、
プロセス重視で学びを深める**

続いて堀氏は、インストラクターとファシリテ

ーターの違いを分かりやすく紹介します。

「インストラクターが提供するの『コンテンツ主導』の学び方です。インストラクターの持つ知識を参加者に授ける方法であり、未経験者にも分かりやすく、大人数での学びに効果的で、学習そのものも短時間で済む利点があります。反面、参加者の理解が表面上のものに留まると、せっかく習得した知識もすぐに忘れてしまいがちです。一方、ファシリテーターはコンテンツそのものには立ち入らず、話し合いのプロセスを舵取りし、参加者がそれぞれ考え、

インストラクターとファシリテーターの違い



インストラクターは参加者にコンテンツを授けますが、ファシリテーターはプロセスを重視し、参加者同士のコミュニケーションを深めることで「学び」を舵取りします。

Copyright©2019 Kimitoshi Hori All Rights reserved.



相互作用により学びを深めていくことをサポートします。参加者間で会話しながら学んでいくことで、他人の発言が刺激になって自身の考え方に変化が生まれたり、固定観念が崩れることもあります。そして、プロセスを重視する学びには単一の答えはありません。ただ、こうした深い学びから得た理解はしっかりと心に留まるのです。こうしたプロセス重視の学びは、ある程度経験を積んだ人がさらに学習する時に一層効果を発揮します」（堀氏）

**ワークを通じファシリテーションの効果を
参加者が実感**

このようにファシリテーションの基礎について紹介したのち、堀氏はファシリテーションを実践するワークを主導しました。

最初は三人一組になり、一人が「人生の転機になった体験」「その時に発揮された自分の強み（自分らしさ）」を語り、残り二人は傾聴、応答スキルを使い、話者が話しやすいように務めるというワークです。これにより、気持ち良く話せる環境が、会話の促進につながることを体感します。

次に行われたのが「人を育てるために本当に大切なことは何ですか」というテーマのもと、互いに問いかけ、問いかけられた人は自分の経験に基づき手短かに話し、意見をやりとりするワークです。これは、話し過ぎないこと、違う意見を歓迎すること、意見をまとめず他人に譲ることを学びます。

さらに「自分が抱えている問題を話し、残りの参加者がその解決策を考える」というワークでは、話者以外が「相談者の抱えている本当の問題は何か」「どうすれば解決に近づくか」を討議し、解決策を探ります。これは一人の問題を全体の問題として捉える考え方の醸成と、第三者によるアイデアが問題解決の意外なヒントになることを知るためのものです。

**ファシリテーションを進めるヒントも披露し、
2時間の講演を終了**

これら複数回のワークを行ううちに、参加者の意見交換はどんどん活発になり、時には堀氏があらかじめ

ファシリテーションを体感した参加者の声

ファシリテーションの相互作用を実体験できました。

学びの多いセミナーで、2時間があっという間に感じました。複数回のワークは、その度に別の人とパートナーを組んだことで、いろいろなお仕事、さまざまな立場の方とお話できてとても充実していました。また最初は仕事の話だったのに、気がつくとプライベートに踏み込んだ内容にもなっていて、堀先生のおっしゃる「相互作用による促進」が実体験できました。今回の体験をこれからの指導に役立てていきたいと思っています。（参加者・女性）

この経験を、自分の仕事の幅を広げる段階で活用します。

堀先生のユーモアを交えた講義はお話し上手でとても面白かったと思います。人前で話をするのが多い私にとって、とても参考になりました。自分は「知識のない人にゼロから教える」ことが多く、先生のおっしゃる「参加者の議論を通じて何かを見つけ出す」という指導はまだ求められてはいないと思っています。しかし、そういう手法を学べたことは貴重な体験です。将来仕事の幅を広げていく段階では、ぜひ活用したいと思っています。（参加者・女性）

ファシリテーターとしてもとても参考になりました。

実は自分もファシリテーションの資格を持っています。ただ今回、堀先生のお話をうかがえたことで、考え方のベースは同じながら別の見方、進め方に触れることができたと思います。特に分かりやすい語り口調、そしてこれだけの人数が参加した場で、言葉だけで人の心を引きつけ、ファシリテーションをうまく進めていく技量はさすがに勉強になりました。これからの自分の活動にきっとプラスになるでしょう。（参加者・男性）

指定した時間を過ぎても会話が弾み続けることもありましたが、意図しない他者の発言内容で笑いや驚きが生まれ、まさに堀氏の言う「相互作用により集団が活発化する」という現象が見てとれたのです。そして堀氏の講演に用意された2時間は瞬く間に過ぎ去りました。

堀氏は最後に「ファシリテーションが講義になってしまわないための21のヒント」として、「平らで広い部屋を選ぶ」「椅子をインフォーマルな形に並べる」「バズ（3分ほどの雑談）を活用する」などを挙げ、講演を締めくくりました。

内容の濃い講演、そして自らが参加し、実践したファシリテーションにより、参加者が行う電話応対教育に一層の厚みが増したのではないのでしょうか。

堀 公俊（ほり きみとし）氏：堀公俊事務所代表。組織コンサルタント。日本ファシリテーション協会フェロー。神戸市生まれ。大阪大学大学院工学研究科修了。大手精密機器メーカー勤務を経て、ファシリテーションの普及・啓発を目的としたNPO法人日本ファシリテーション協会を設立。

業務効率化と 人手不足対策の切り札、 AI OCRとは？

株式会社リコー

オフィス内の事務処理には多くのICTソリューションが導入されていますが、取引先とのやりとりに紙の伝票が介在し、その入力業務が大きな負荷となっている企業は少なくありません。AI OCR^{*1}が今、そうした“人的作業”を軽減し、人手不足対策の切り札になると期待されています。



デジタルビジネス事業本部
ワークフローソリューションセンター
プロジェクトマネージャ
嶋田 敦夫氏

1990年代に成熟した技術が、 AIの導入でさらに発展

—OCR(光学的文字認識)のこれまでの歩みを簡単に紹介してください。

嶋田 OCRそのものの歴史は古く、1960年代後半には郵便番号の自動読み取り機で実用化されていました。認識の精度は年を追うごとに高まり、辞書と照らし合わせ認識精度を高める仕組みなども導入され、1990年代には技術的に成熟していました。

—そのOCRが、現在改めて注目を集めているのはどうしてですか。

嶋田 まずAI(人工知能)との組み合わせによる性能の向上です。それまでのOCRはすでに96~97%の認識率をマークしていましたが、多種多様なフォーマットが混在するような環境への対応は苦手でした。これがAIの導入に

より、例えば紙の請求書であれば「この部分は日付、この部分は金額を表す」と判断し、デジタルデータとして格納することが可能になったのです。RPA^{*2}の普及も追い風になりました。手書きの伝票をAI OCRが読み取り、そのデータをRPAが処理して販売管理システムや会計システムに連携するという流れが、企業の事務作業の効率化に大きく貢献することとなったのです。

これまで必須だったエンジニアによる 作業をなくし導入コストを低減

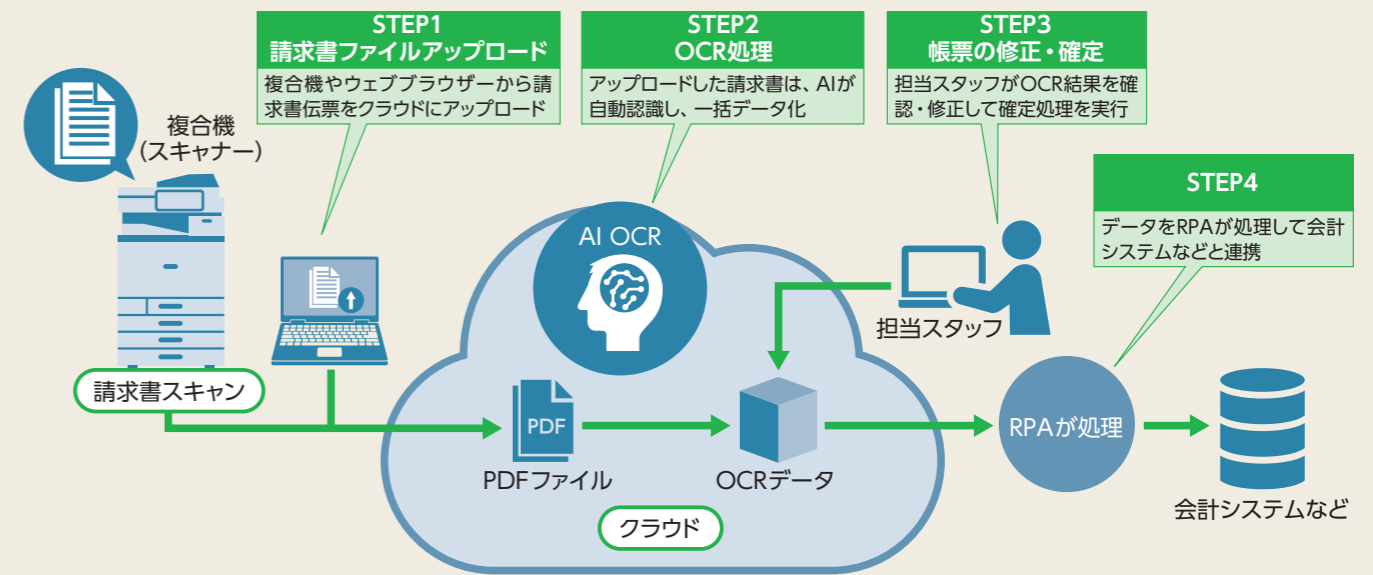
—AI OCRの業務への導入には、どのような特徴がありますか。

嶋田 これまで伝票処理へのOCRの導入には、どのような伝票が存在し、伝票のどの部分がどの項目にあたるのかという定義づけを、エンジニアがあらかじめ行う必要がありました。その行程に数十万円、時には数百万円という費用がかかっていたのです。しかしAI OCRは、導入段階ですでに他社で多くのデータを読み取り、学習を重ねています。そのため、改めての定義づけが不要で、導入時のコストが小さく、またスムーズな稼働が可能です。また弊社製品では、稼働後も学習が続き、伝票を読めば読むほど、認識精度は高まっていきます。

—AI OCRを使った業務の具体的な流れを教えてください。

嶋田 弊社製品を例に紹介いたします。まず、複合機で紙の請求書をスキャンします。次にAIがその画像から日付、金額などを適切に判断し、デジタルデータとして格納します。そのデータを人間が目視で確認し、読み取りミスがあれば訂正します。最終的にそれらのデータが、販売管

【図：AI OCRを活用した業務効率化のプロセス(請求書の場合)】



理システムや会計システムに、場合によってはRPAによって引き継がれることになります。AI OCRが読み取りミスをしてお客さまが訂正した場合、AI OCRはそれが「ミスであった」と認識して、次回以降の読み取りはより正確になります。

小規模の事業者こそ、 AI OCRによる負荷軽減で大きな効果を

—どのような企業に、大きな効果をもたらすのでしょうか。

嶋田 弊社製品では読み取りの対象を請求書に絞っていますが、規模の比較的小さな事業者、具体的には毎月処理する請求書の枚数が100枚から200枚くらいの事業者には大きな効果があると考えています。こうした会社では、経理部門に十分な人員を配置することが難しく、月末・月初など請求書が集まる時期に手作業で入力するのは、かなりの手間になっていると思われます。AI OCRを導入すれば、こうした負担が格段に小さくなり、場合によっては導入により浮いた人的リソースを別の業務に充てることもできるでしょう。また小さな事業者であれば、取引先の数も限られていることから、請求書のフォーマットも少なく、AI OCRによる認識もより正確になるというメリットもあります。冒頭でも申し上げたように、RPAをすでに導入している事業者では、より大きな効果があると考えられます。

あらゆる種類のデータを 同様にハンドリングできる業務環境の実現へ

—AI OCRにはクラウド型とオンプレミス型がありますが、それぞれどのような特徴がありますか。

嶋田 クラウド型は、お客さま側にサーバーなどの設置の必要がなく、より低コストでの運用が可能です。またAI部分は複数のお客さまで共用となるため、学習の効果がより高まります。またバージョンアップもクラウド側で行うため、常に最新の機能をお使いいただけます。オンプレミス型は、セキュリティポリシーの関係で社内の業務データを外に出

すことができないお客さまにご活用いただいています。ただ、クラウド型を採用する販売管理システムや会計システムなどが増えてきていることから、今後はそうしたシステムとOCR、RPAなどがAPI^{*3}連携し、“どこで動いているか”を気にすることなくご利用いただけるようになっていくと思われます。

—AI OCRの今後の展望について、教えてください。

嶋田 認識率はかなり高まってきてはいますが、100%にすることは困難だと思います。しかしAI OCRで認識ミスがあっても、下流工程のRPAがそれを異常値と判断したり、注文書など別の証憑との突合でミスを検知したりするといったフェイルセーフ^{*4}があれば、信頼性は大きく高まるでしょう。もう一つの発展は、企業固有の表現(固有名詞など)が多く、AIによる事前学習が不十分なために読み取り難易度の高い、注文書、納品書、契約書などほかの伝票への展開です。最終的な目標としては、OCRが介在することで、電子データ、メールの添付書類、紙の伝票をすべて同じように扱えるようになると思いますし、それが現在目指す一つのゴールであると考えております。

*1 AI OCR：紙やPDFなどの文字情報を電子化する技術がOCR(Optical Character Recognition/Reader=光学的文字認識)で、これにAI(人工知能)技術を取り入れたもの。

*2 RPA：Robotic Process Automation(ロボティック・プロセス・オートメーション)の略で、人工知能を備えたソフトウェアのロボット技術により、定型的事務作業を自動化・効率化すること。

*3 API：Application Programming Interfaceの略で、自己のソフトウェアを一部公開して、ほかのソフトウェアと機能を共有できるようにしたもの。

*4 フェイルセーフ：何らかの装置・システムにおいて、誤操作・誤動作による障害が発生した場合、常に安全側に制御すること。



●会社概要
 会社名：株式会社リコー
 設立：1936年(昭和11年)2月6日
 本社所在地：東京都大田区中馬込1-3-6
 代表取締役社長：山下 良則
 資本金：1,353億円(2018年3月31日現在)
 事業内容：オフィス機器(複合機など)や光学機器の研究、開発、製造、販売およびサービス提供
 URL：http://www.ricoh.co.jp/

NPS®の導入でお客さまからの信頼度を把握、 きめ細やかな施策展開が可能に

フィデリティ証券株式会社



お客さま満足度の調査は、ビジネスの成長において欠かすことのできない要素ですが、その結果を施策にどう活かすかは難しい課題です。フィデリティ証券株式会社は、NPS®（ネット・プロモーター・スコア＝顧客満足度調査）を活用、運用資産額や年齢層ごとにお客さまの満足度を測り、きめ細やかな施策に活用しています。

（※「NPS®」は、ペイン・アンド・カンパニー、フレッド・ライクヘルド、サトメトリックス・システムの登録商標です）

【導入の狙い】お客さまとの接点が多様化する中、お客さまのご希望を理解し、満足度を高めたい。

【導入の効果】お客さまの属性に応じた信頼度向上施策を打ち出せるように、世界共通基準の調査で国ごとに違うお客さまの特性も明確化。



フィデリティ証券株式会社
執行役員
個人金融サービス本部長
久保田 誉氏

商品訴求主軸からお客さま目線重視へと 方針を転換、さらなる成長を

フィデリティ証券株式会社は、世界各国で投資信託業務を展開するフィデリティ・インターナショナルの個人サービス部門として、厳選した投資信託と日本株の取引サービスを個人投資家向けに提供する証券会社です。

「フィデリティでは『従業員一人ひとりがお客さまの満足を目指して行動することが、企業の成長や継続的な業績につながる』という思想を持ち、活動しています。これまでもその思想のもと、大きな成果を挙げてきましたが、これからのさらなる成長のためには、従来のプロダクトアウト、つまり『こんな商品がありますよ』とお客さまにご提案し、選んでいく手法でなく、よりお客さまの声やご希望に応じていくビジネスの展開が不可欠であると考えるようになりました。また、インターネットに代表されるデジタル通信手段の普及で、直接ご対面できないお客さまにもご満足いただけるような仕組みを取り入れたビジネス運営も必然となりました。そうした考えのもと、

2013年に世界共通基準で導入したのが、NPS®です。フィデリティにはお客さまとのコミュニケーションを世界規模で行う専任のチームがあり、日本ではフィデリティ投信の中原がそうしたチームの責任者として、フィデリティ証券のNPS®を担当しています」（久保田氏）

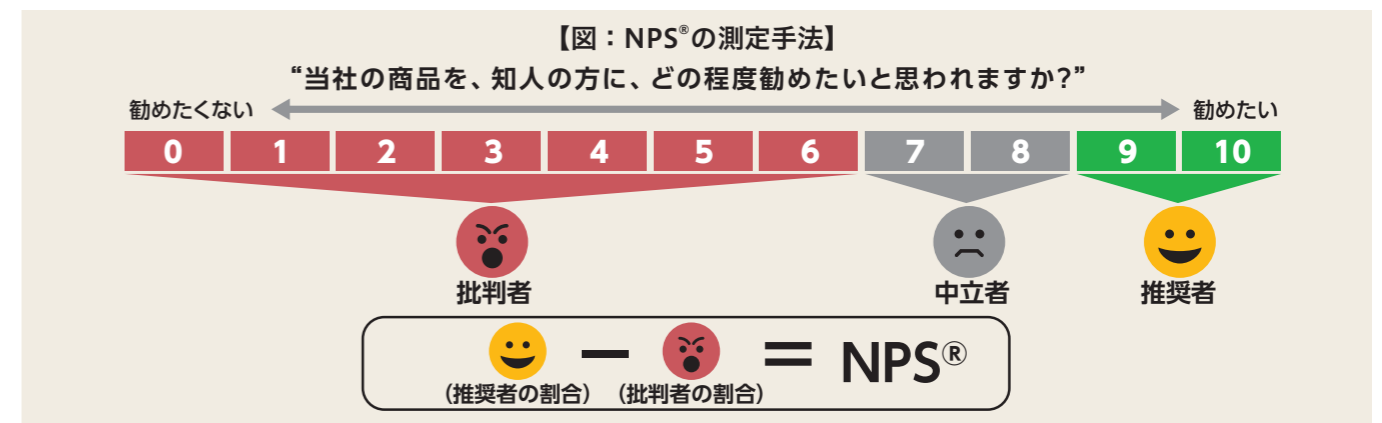
「NPS®は2000年代の初頭、アメリカのコンサルタント会社であるペイン・アンド・カンパニーが開発した、顧客ロイヤルティ*1を図る指標です。NPS®では、例えば『フィデリティを知り合いに紹介したいと思いますか』といった設問に、最低の0から最高の10まで、11段階で回答してもらいます」（中原氏）

11段階の評価のうち、 プラスと判断できるのは9段階と10段階のみ

通常の顧客満足度調査では、11段階での4～6段階は不満がない、7～8段階はやや満足していると捉えるのが一般的ですが、NPS®ではこの評価が大きく異なります。

「NPS®ではいただいたご評価のうち、0～6段階を『批判者』、7～8段階を『中立者』、9～10段階を『推奨者』とし、推奨者から批判者の割合を引いた値がスコアとなります。例えば批判者が40%、中立者が30%、推奨者が30%だとすると、スコアはマイナス10となり、かなり厳しいものです。これまでも弊社では顧客満足度調査を行っていましたが、その結果についてはいかようにも解釈できる部分がありました。しかしNPS®は良いか、悪いか、それがはっきりするところが特徴です」（中原氏）

このNPS®を、同社では海外のグループを含め共通利用するシステムで運用、その結果も施策にリアルタイムで反映できる仕組みを構築しています。



「弊社のNPS®は、『Medallia**2』上で運用しています。調査の際は、ここから対象となるお客さまにメールが送られ、お客さまはメールに記載されたURLをクリックして設問に答えます。設問数は多くても10問程度です。弊社のお客さまには高齢の方も多く、当初はこうしたウェブを使ったNPS®にお答えいただけるかどうか不安もありましたが、現在では比較的高い回答率を得られています」（久保田氏）

お客さまの属性ごとの満足度把握が 容易になり、具体的な施策立案をサポート

それでは、同社はNPS®で得られたデータをどのように活用しているのでしょうか。

「Medalliaでは、お客さまの回答はサーバーに蓄積される一方、即座に営業担当社員にもメールで転送されるため、必要に応じてお電話を差し上げ、ニーズやご希望をうかがうなどのフォローができます。またコールセンターの端末とMedalliaも連携していて、オペレーターには必要に応じてお客さまのスコアを参照することもできます」（久保田氏）

「またNPS®による調査では、お客さまを年齢層、運用資産額で区分し、その属性ごとにスコアを確認することができます。もし、特にご不満が多い属性があれば、ほかのアンケートやコールセンターからのフィードバックなどと併せて掘り下げて、その理由を推察し、対応策を用意します」（中原氏）

NPS®の国内での利用から約5年が経過し、同社はその手応えをしっかりと感じていると言います。

「お客さまの声に向き合うことで、当初の目的であったお客さま志向のビジネス展開を着実に進めることが可能となりました。また各国で同じ質問を行うことで、例えば日本においては4～6段階の回答が多くなるなど、国ごとのお客さま特性の違いを経営陣、社員が国境を越えて把握、共有することが可能になりました」（久保田氏）

「ターゲットとすべきお客さま像が明確になり、対応策の検討が具体化しました。また、その対応策に効果があったのかどうか、NPS®を継続して行うことで評価が可能となりました」（中原氏）



フィデリティ投信株式会社
クライアント・エクスペリエンス&
カスタマー・インサイツAPAC
シニア・マネージャー
中原 宗保氏

ほかのアンケートやお客さまの声と併せて 分析し、NPS®のさらなる活用を

最後に、NPS®の今後の展開についてうかがいました。「NPS®はあくまでトレンドや先行指標を測るものであり、問題がどこにあるのかを掘り下げるには、ほかのアンケートやお客さまの声との擦り合わせが不可欠です。そうした分析をさらに強化し、お客さまにご満足いただけるサービスの提供を目指したいと考えております」（中原氏）

「メール、電話、ウェブなど、お客さまとの接点は多様化しています。年齢、運用資産額といった属性ごとのお客さまがどの接点にどのような印象や信頼感をお持ちなのか、お客さま情報も活用しつつ、属性や接点ごとに最適化したお客さまサービスを提供し、さらなるお客さま満足と信頼を獲得していきたいと思っています」（久保田氏）

*1 顧客ロイヤルティ：顧客が今後商品やサービスを利用し続けたいか、身近な人物に利用を勧めたいかという指標。
*2 Medallia：アメリカの企業メダリア社（Medallia, Inc. www.medallia.com）が提供する顧客体験価値管理システム。

F フィデリティ証券株式会社

●会社概要
会社名：フィデリティ証券株式会社
設立：1998年（平成10年）4月
本社所在地：東京都港区六本木7丁目7番7号
代表取締役社長：デレック・ヤング
資本金：92億5,750万円
（2019年1月23日現在）
事業内容：金融商品取引業
URL：https://www.fidelity.jp/

F フィデリティ投信株式会社

●会社概要
会社名：フィデリティ投信株式会社
設立：1986年（昭和61年）11月17日
本社所在地：東京都港区六本木7丁目7番7号
代表取締役社長：デレック・ヤング
資本金：10億円
事業内容：投資運用業、投資助言・代理業
URL：https://www.fidelity.co.jp/

「RPA(ソフトウェア型ロボット)」によるオフィス業務改革(第1回)

オフィス業務自動化を実現するRPAの未来

現在、人間に代わってオフィスでパソコンを操作して作業を行うRPA(ロボティック・プロセス・オートメーション)が注目されています。そこで今号より、この「RPA」にスポットを当てた新連載をスタートします。第1回目は、オフィス業務自動化を実現するRPAの概要と定義について解説していきたいと思ひます。



1. 未来の働き方が現実となる「RPA」

ここは某オフィス。事務処理用のデスクスペースにはパソコンが整然と並んでいる。しかし、そのパソコンの前に職員はいない。一見、パソコン自体も稼働していないように見えるが、パソコン内ではソフトウェアのロボットが、ルーティンワークを自動実行していた。しかもその処理速度は人間の10倍で、申請書類の入力、集計作業、経費精算作業を正確に処理している。一方、事務処理用のデスクスペースとは対照的に、顧客との接点である受付窓口は多数の職員であふれ、顧客の相談には手厚く応対し、また新しく企画したサービスを積極的に提供するなど、活気と笑顔に満ちていた――。

これは、私が思い描くRPAを活用した未来の業務自動化オフィスの実現イメージであるが、決して絵空

事でも遠い未来の話でもない。

現在、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ない。工場などの生産現場ではロボットによる自動化と改善活動が進み、高いレベルの業務効率化を達成してきたが、オフィスの自動化は進んでこなかった。しかし今、オフィスにおいても人間に代わってロボットが業務を代行する時代が訪れたのだ。それを実現するのが、RPA(Robotic Process Automation/ロボティック・プロセス・オートメーション：ソフトウェア型ロボット)である。

例えば、これまで人間が行っていた情報システム操作や申請書類のテキストデータ変換、データの入力・出力・変換操作、各種検索調査などパソコン相手の定型作業を、RPAに任せることで超過勤務の削減や労働者不足の補填を達成し、ホワイトカラーは人間にしかできない業務に専念できるようになる。

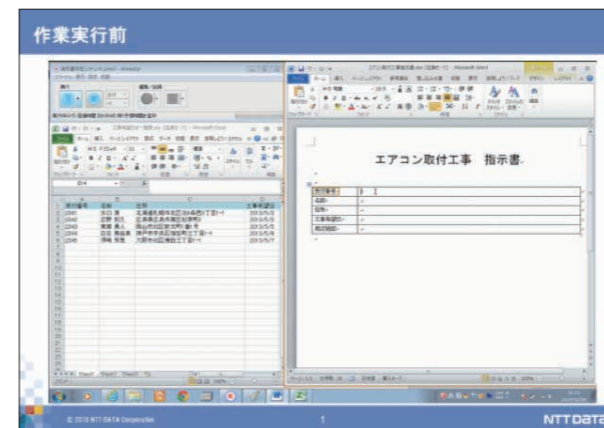


図1：画面の左側がエアコン工事依頼名簿で、右側が作業先指示書

2. RPAの定義

RPAとは、ルールエンジン・機械学習・人工知能(AI)などの技術を有するソフトウェア型ロボット(仮想的労働者・デジタルレイバー・デジタルパートナーなどとも呼ばれる)が、ホワイトカラーのパソコン操作(アプリケーション操作)を代行することにより業務自動化するという概念である。欧米では2015年からブームになり、日本でも2016年からブームが始まった。2017年にはAIやIoT(インターネット・オブ・シングズ)と並ぶIT分野の最注目ワードとなり、2018年もブームはさらに拡大している。このようにRPAは、もはや目新しい技術というよりも、あつて当たり前、使っていて当たりの技術になりつつある。

RPAは、「働き方改革」や「ホワイトカラーの生産性向上」といった課題を現実的かつ短期的に解決できる具体的手段として関心を集めている。各種解決手段の中でも、特にRPAが注目される理由としては、導入しやすくかつ導入効果の高いことが挙げられる。

例えば、従来人手で行っていたデスクワークをRPAにより自動化したことで、作業時間を7割削減できたとか、作業速度が5倍速になった、という事例も珍しくないのだ。

3. RPAによる業務自動化の動き

そこで、実際にRPAがどのように動くのか、具体的な事例を用いて紹介する。

これは、ある電気店において、エアコン工事の受注名簿から訪問工事の作業指示書を、自動作成したケースである。

図1のモニター画面の左側がコールセンターで受け



図2：地図ソフトで住所を検索し、表示されたエリアを画像に変換して作業先指示書に貼り付け

付けたエアコン工事依頼名簿で、画面の右側は工事業者に渡す作業先指示書だ。そのプロセスは次の通りである。

- ①左側の名簿から氏名や電話番号をコピーし、右側の指示書にペースト(貼り付け)して転記。
- ②地図ソフトを起動し、名簿の住所欄に記載された住所を入力して検索。地図を拡大操作して、範囲を指定し、該当箇所を画像形式に変換した上で、右側の指示書に貼り付ける。
- ③指示書のファイル名に、名簿の受付番号欄の値を入力し、ファイルを保存。
- ④この①～③の定型作業を、名簿の件数だけ繰り返す。

作業速度は人間の約3倍、1日あたりの作業時間も人間の約3倍(人間が1日8時間働くところ、RPAツールは3倍の24時間働く)と考えると、3倍速で3倍の時間働けるRPAツール(ロボット)は人間の9倍の生産性がある(ホワイトカラー9人分の働きに相当する)ということができるだろうか。

これは余談ではあるが、車両の動力を「50馬力」などと表現するように、RPAツール(ロボット)の仕事率を「9人力」などと表現する単位が生まれるかもしれない。(次回へ続く)



中川 拓也 (なかがわたくや)
株式会社エヌ・ティ・ティ・データ
社会基盤ソリューション事業本部
ソーシャルイノベーション事業部
RPAソリューション担当課長
<https://winactor.com>

電話対応技能検定（もしもし検定）の社内実施や電話対応コンクール参加により社内交流が活性化、緊急時もお客さまに寄り添える組織に

NTTコム エンジニアリング株式会社 東京オペレーションセンター (TOC)

NTTコム エンジニアリング株式会社 東京オペレーションセンター (TOC) は、電話対応技能検定（もしもし検定）や電話対応コンクールへ積極的に取り組むことで部署間の交流が深まるとともに、2018年に起こった集中豪雨や地震など災害時の「お客さまに寄り添う対応」も高く評価されました。



東京オペレーションセンター (TOC) サービスフロントユニット ユニット長 小林 年晴氏

ない』といったものが多く、電話を受け付けてからシステムや装置の状況を調べ、故障箇所があれば修理し、お客さまに故障・中断の理由や経緯を説明するという業務を一元的に担っています」(小林 年晴氏)

もしもし検定の企業内導入実施機関として資格取得の気運が高まる

Q もしもし検定に取り組んだ経緯を教えてください。

A 「もしもし検定には2012年から取り組んでおり、接客対応のスキルや研修方法を標準化できるのがメリットだと思っています。入門級の4級から1級まで段階的にステップアップできるので、資格取得にチャレンジする者も増えてきました。2017年に指導者級資格保持者が5名になったので、電話対応技能検定実施機関の認定を受けました。今では3級から1級まで講座、検定はすべて社内で行っています」(秋草氏)

Q 社内で講座、検定を開催できるようになって、どのような変化がありましたか。

A 「外部実施機関を利用していた時は、決められた日に講座や検定を受講する必要がありましたが、弊社は24時間営業・3交代制勤務のため、指定された日程に従業員を送り出すことが難しかったのです。社内で講座や検定を実施するようになってからは、シフトごとに開始時刻の調整ができるため、検定を受けやすくなりました」(秋草氏)

「社内で講座を開催すると、今まで興味を示さなかった者も『自分も受けてみようかな』と、気軽に受講できるようになり、資格取得の気運が高まりました」(小林 英樹氏)



Q 5名の方が指導者級資格を取得されるまでに苦労されたこと、工夫したことを教えてください。

A 「指導者級養成講座を受講するための知識を体系的に学ぶ場が見当たらなかったため、すでに指導者級資格を保持されている外部の方をお願いして、カスタマイズした研修を実施してもらうところから始めました」(秋草氏)

「私は社内で最初に指導者級資格を取得しました。1級までは自分自身の学習ですが、指導者級資格は指導する立場として「どうしたら受講者に理解してもらえるか」を考えなければならないところが大変でした。また、講座のテキストは各実施機関が独自で作るので、指導者級資格取得後に、初めてもしもし検定の指導をした時は、自分が作成した講座のテキストで受講者に内容が伝わるか不安もありました。そのような状況でしたので、講座を受講した者が検定に合格した時は、自分が合格した時よりも嬉しく思いました」(小林 英樹氏)

目指すは電話対応コンクール全国大会優勝。社内コンクールで技能を磨く

Q 電話対応コンクールでも優秀な成績を収めていますが、社内で取り組まれていることや目標を教えてください。

A 「当初は希望者のみ電話対応コンクールに取り組んでいましたが、若手オペレーターから『自分たちの力がどこまで通用するのか試してみたい』という声が上がって、2015年から社内コンクールを開催して参りました。社内コンクール開催前の時期は早めに出社して、30分間ボイストレーニングをしてから実際の業務に当たっています。社内コンクールで設けている基準点で70点以上を取った者が電話対応コンクールの録音審査に挑戦し、さらに上位の点を取った者は電話対応コンクールの地区大会にエントリーする仕組みになっています。モチベーションの高い者が増えたからかもしれませんが、今では東京都大会でも入賞するようになりました」(平野氏)

「目標はやはりコンクール全国大会優勝で

東京オペレーションセンター (TOC) サービスフロント担当 小林 英樹氏



すが、まずは全国大会に出場することを目指したいですね」(秋草氏)

東京オペレーションセンター (TOC) サービスフロント担当 平野 裕久氏



もしもし検定受検やコンクール参加により社内コミュニケーションを活性化

Q 今後の目標について教えてください。

A 「まずは、弊社の仙台センターなどTOC以外の社内組織に取り組みを広げていきたいと思っています。最終的にはもしもし検定実施機関として一般向けの講習や検定実施も視野に入れていきます。実際には講師の稼働やコストパフォーマンスも考えなければなりませんので、指導者級資格保持者が10名くらいになったら現実的になるかと思っています」(秋草氏)

「私自身はコンクールやもしもし検定をオペレーターのモチベーション向上やコミュニケーション活性化につなげたいと思っています。もちろん指導者級資格の取得、コンクール全国大会優勝も大事ですが、従業員が自発的にCS向上を目指すことや、もしもし検定やコンクールの講習を契機に普段の業務で接することが少ない他チームの従業員と“横のつながり”を構築し、困りごとを相談し合えるほど結束を高めてもらうことが真の目的です。実際に2018年は西日本の豪雨や北海道の地震など災害による緊急対応が続き、従業員は家に帰れないほど大変な状況でしたが、厳しい状況下でも今まで培ってきた『お客さまに寄り添う対応』で修羅場を乗り越え、お客さまからも褒めていただきました。そういった時、もしもし検定やコンクールの成果を感じます」(小林 年晴氏)



会社概要

会社名：NTTコム エンジニアリング株式会社
 設立：1987年（昭和62年）4月1日
 本社所在地：東京都港区芝浦1-2-1 シーバンスN館
 代表取締役社長：荒本 和彦
 資本金：1億円
 事業内容：電気通信設備の開発・建設・保守及び運用、電気通信システムの開発・企画・検証・設計・製作・管理・保守、電気通信工事業、電気通信事業、電気工事業など
 URL：<https://www.nttceng.com/>

●電話対応技能検定実施機関：NTTコム エンジニアリング株式会社 <https://www.nttceng.com/>

2018年電話応対技能検定(もしもし検定) 検定実施機関表彰

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していただいた検定実施機関を表彰しており、2018年は右記の3項目について、6機関に感謝状を贈呈しました。(表彰対象期間は2017年10月～2018年10月) 表彰された各検定実施機関の代表者の方々に、もしもし検定に対する取り組みをお聞きしましたので、ご紹介します。

株式会社NSGコーポレーション

人間でなければできない電話応対力を求め続ける

会社設立と同時に「もしもし検定」一筋に取り組み、足かけ10年目を迎えます。その間、検定に対する企業のニーズも期待も大きく変わりました。丁寧なおもてなしの時代から、今はスピードを優先する傾向が強くなっています。的確に、爽やかに訊き出して判断し、簡潔に、手際よく分かりやすく伝える会話力が、今求められているのです。一方で、驚異的なスピードで進むAIの普及は、電話応対そのものを変えようとしています。でも、電話応対の原点は、「もしもし検定」が目指す【こころ・言葉・そして愛】にあると信じています。時代がどう変わろうと、お客さまの心を聴き取り、こちらの心が伝わる会話力、人間でなければできない電話応対力を、私どもは求め続けます。



会長 根本 博史氏
副社長 研修企画プロデューサー 佐々木 恵美子氏

オフィスKEI株式会社

講師一同、今後も初心を忘れずに取り組む

一昨年に続いて今年も感謝状をいただき、講師一同の努力が実を結んだ喜びをかみしめています。

もしもし検定研修の内容を実践できる社員がいたら非常に助かるという確信が、継続の理由です。研修を取り入れた企業の方にも、受講生自身にもご満足いただけるよう、各級の進め方を社内で頻りに検討しています。受講生には、人を思いやり、どんな場面でも自分の考えを持って行動できるようお伝えしています。合格してほしいという強い思いがありますが、研修時間には制限があるため、自主学習用補助資料の充実にも力を入れています。合格者が、周囲に認められる実力となるため、講師一同、今後も初心を忘れずに取り組んでまいります。



代表取締役 田淵 恵子氏
主任講師 山口 秀江氏
講師 田中 映理子氏

日本ハム株式会社

グループ全体で十分な教育指導ができる体制を構築

もしもし検定の優れた点は「考える力」「判断する力」「表現する力」が求められることです。これからさらにグローバル化する企業活動において、お客さまのニーズをしっかりと受け止め、お客さまが求める情報をしっかりと発信できるコミュニケーション能力はますます重要度を増してくると考えております。もしもし検定は、そうしたコミュニケーション能力を磨く絶好の機会です。また現在、人材育成の観点から、上位級の取得をさらに推進したいと考えております。ニッポンハムグループ全体で十分な教育指導ができる体制を構築し、そこで得た知識とスキルを活かし、電話応対コンクールにも積極参加する所存です。



代表取締役社長 畑 佳秀氏

■1級～3級合計の受検者数

株式会社NSGコーポレーション
オフィスKEI株式会社

■4級の受検者数

株式会社NSGコーポレーション
日本ハム株式会社
SOMPOコミュニケーションズ株式会社

■1級～3級合計の合格率(ただし、受検者数が50名を超える場合に限り)

ダイキン工業株式会社 西日本コンタクトセンター
株式会社オフィスキュー

SOMPOコミュニケーションズ株式会社

さらに上位級へのチャレンジを進めたい

電話応対品質の向上を目指し、さらにその成果を客観的に証明する手がかりとして、もしもし検定を導入しました。企業内実施をきっかけに、自主的に能力開発に取り組む気運が高まり、その結果多くの合格者を生み出すことができたのではないかと考えています。また、電話応対コンクール・もしもし検定に総合的に取り組むことで、「高い応答率」や「少ない苦情件数」に加え、応対品質そのものが非常に大切なものであるという意識づけが一層共有化されました。今後はさらに上位級へのチャレンジも進め、より一層「品質向上」を追求し、「品質の高いコンタクトセンター運営会社」となるべく取り組みを継続させていきます。



代表取締役社長 羽和 光氏
人事総務部 人材開発グループ 課長 余越 真樹氏

ダイキン工業株式会社 西日本コンタクトセンター

お客さまにより満足していただけるセンターを目指す

弊社では2013年から、社員の電話応対力・指導者の指導コミュニケーション力の向上を目的に、「もしもし検定」を導入しました。今では、コミュニケーションや現場指導者だけでなく、管理者である基幹職やグループリーダーまで資格取得者が広がっています。

また、応対力をさらに磨き、その成果を測る集大成の場として電話応対コンクールや企業電話応対コンテストに参加し、2018年度の企業電話応対コンテストでは会長賞を受賞しました。もしもし検定を中心とした一連の取り組みにより、毎年実施しているお客さまアンケートの満足度評価も年々上がっています。

今後も人間力を高め、心の伝わる「愛ある応対」を実践し、お客さまにより満足していただけるセンターを目指します。



サービス本部長 円垣内 薫氏

株式会社オフィスキュー

今後も電話応対指導を通じた人材育成に尽力

専門学校で電話応対の指導をしておりますが、基礎的な応対を身につけた卒業生が社会に出て高い評価をいただいていることから、電話応対の重要性がますます高まっていることを実感しております。昨年度の合格率の高さは、その専門学校にて4級で筆記、その後3級で実技に集中してもらうカリキュラムを組んだこと、また大手企業の優秀な社員の方が多く受検したことなどによるものだと思います。もしもし検定は、引っ込み思案の人が「やればできる」ことに気づき、コミュニケーションが活発になったり、皆が同時に学ぶことで集中力が高まるなどの効果を感じております。今後も電話応対指導を通じた人材育成に尽力していききたいと思います。



代表取締役 堀川 ふぢこ氏
研修担当 松本 裕子氏

テーマ

「聴く力と伝える力で信頼アップ」

今年度の問題のねらい

会社にかかってくる電話には、他の社員に取り次ぐ場合も多く、その取り次ぎ方次第でお客様が受ける印象は良くも悪くもなります。

今年度は、電話の取り次ぎにおいて、お客様が指名した人が不在の場合の電話対応をテーマとします。

お客様が指名した人が不在の場合は、お客様の用件を聴き取り、伝言するために必要な情報を把握し、お客様に安心していただけるように対応をします。不在の人に伝言する場合は、その内容が正確に伝わるように、分かりやすく、簡潔なものにする必要があります。この伝言により、不在の人はその後のお客様対応を円滑に行うことができ、お客様満足の向上につながります。

今年度の電話対応コンクール問題では、あなたは取引先のお客様から不在の担当者を指名する急ぎの電話を受けます。お客様は、担当者へメールを送ったが返信がないため、不安になって電話してきたという設定です。担当者が不在であることをお客様にお伝えした上で、お客様の用件を把握し、不在の担当者の携帯電話に電話をかけ、お客様の用件を伝えてください。

お客様の言葉に耳を傾け、自然な言葉のキャッチボールを通じて、お客様に満足していただける対応を目指すとともに、用件を簡潔にまとめ、正確に伝えることをトレーニングして競技に臨んでください。

今年度の電話対応コンクール問題を日常の電話対応にお役立ていただけることを期待しています。

■今年度の問題のポイント

- ①お客様が指名した担当者の状況を把握し適切な対応を行う
- ②お客様からの電話の目的を把握し、必要な内容を聴き取る
- ③伝言内容を簡潔にまとめ、正確に伝える

状況設定

会社名：株式会社 サンプラザ企画 営業部

対応日時：2019年11月22日（金）午後2時

対応時間は、留守番電話への録音時間を含めて「3分以内」です。

対応者（競技者）：中野 純（なかの じゅん）社員（男女は特定しておりません）

お客様（模擬対応者）：「案件一覧」に記載企業のお客様

問題

あなたは、(株)サンプラザ企画で営業を担当している中野 純社員です。お客様が指名した担当者は、あいにく不在です。お客様は、午後1時にメールを送ったが返信がないため、不安になって電話をしてきたとのこと。お客様の用件を聴き、不在の担当者へ連絡してください。電話の相手は「案件一覧」に記載されている企業のお客様です。

また、あなたがお客様の要件を伝えるために、不在の担当者の携帯電話にかけたら留守番電話になっていたという設定です。伝えたい内容をメッセージとして録音してください。

株式会社 サンプラザ企画の情報

| | | | |
|-------|-----------------------|--------|-----------------|
| 会社所在地 | 東京都港区港南1-9-1 | 営業時間 | 午前9時～午後6時（月～金） |
| 電話番号 | 03-3740-9401 | E-mail | user@jtua.or.jp |
| URL | http://www.jtua.or.jp | 従業員数 | 30名 |
| 業務内容 | イベント企画・セールスプロモーション | 企業理念 | 新しい価値の創造 |

営業部担当座席のレイアウト及び午後2時現在の状況



〈注意事項〉

- 1.あなたは、電話をかけてくるお客様と面識がありません。
- 2.あなたは、社員の携帯電話番号を知っています。
- 3.お客様は、不在の担当者の携帯電話番号を知りません。
- 4.不在の担当者は、お客様の電話番号を知っています。
- 5.不在の担当者は、外出先で会社のメールを見ることができますが、商談中のためメールを見ていない設定です。

▶ 案件一覧

| 担当者 | お客様 | 案件内容 | | 2019.11.22 現在 |
|-------|---|------|--|---------------|
| 荒川 真吾 | 両国デパート 企画課長 みたかまこと 三鷹 真  | 案件名 | 「江戸切子展」の集客用チラシの作成 (開催日: 2020年1月24日(金)~1月26日(日)) 納品予定: 2019年12月10日(火) | |
| | | 作成枚数 | 10,000枚 | |
| 上野 務 | アイティ電機 営業課長 たちかわ ますみ 立川 真澄  | 案件名 | 「RPA」の導入事例集(冊子)の作成 納品予定: 2020年2月3日(月) | |
| | | 作成部数 | 5,000部 | |
| 渋谷 香 | デジタル電工 営業課長 まちだ ひでみ 町田 英美  | 案件名 | 「商品展示会」の企画・運営 開催日: 2019年12月20日(金) 場 所: 東都ホール | |
| | | 日程等 | 11月25日(月) 会場の下見 午後1時~午後2時 東都ホール 11月26日(火) 商品の展示方法の打ち合わせ 午後1時~午後2時 デジタル電工 1F会議室 | |

※営業部では多くの案件を扱っており、『案件一覧システム』で共有しています。
ここでは、コンクール問題で扱う3件だけを記載しているという設定です。

▶ お客様情報 (模擬対応者) の例

| | |
|---------|--|
| お客様名 | 両国デパート 企画課長 三鷹 真 (男女の特定はしません) |
| お問合わせ内容 | <ul style="list-style-type: none"> ・「江戸切子展」の集客用チラシの作成を注文しているが、作成枚数を増やしたい。 ・10,000枚注文しているが、チラシの設置場所が増えたため、2,000枚追加したい。 ・既に契約済みのため、追加分について再度、稟議にかける必要がある。 ・11月26日(火)から出張するため、追加分の見積書を11月25日(月)午前中までに欲しい。 |

※2019年11月22日に行う電話対応コンクール全国大会で出題されるお客様情報は、「案件一覧」のいずれかになります。
また、「案件一覧」に記載した情報の中で網掛け部分(□)以外は、競技者によって変わります。
なお、上記「お客様情報(模擬対応者)の例」の「お問合わせ内容」は、全国大会では使用しません。

▶ 対応スクリプト

| 模擬対応者 (お客様) | 対応者 (中野 純 社員) |
|---------------|----------------|
| | (電話のベルが鳴る) |
| 1 「.....」 | |
| 2 「.....」 | |
| 3 「.....」 | |
| 4 「.....」 | |
| 5 「.....」 | |
| 6 「.....」 | |
| 7 「.....」 | |
| | (終 話) |
| 8 「メッセージをどうぞ」 | 不在の担当者へ電話をかける。 |
| 9 「.....」 | |
| | (終 話) |

※対応者の第一声から計測して留守番電話の終話までの時間を3分以内とします。
留守番電話の録音時間が30秒を超えた時点で通話は切断され競技が終了します。

〈注意事項〉

- 1.文中の会社名、電話番号、内容等は、すべて架空のものです。
- 2.問題にない情報やサービスを付加した場合、その内容は評価の対象になりません。

※模擬対応者の方へ及び審査委員の方への文書は、協会ホームページに掲載しています。