

～会社経営者、自営業・フリーランスの皆さまへ～

こんなお悩み、抱えていませんか？



毎月の
支払いが面倒...
振込手数料も
かかるなあ。

支払い先の一本化により
銀行振込時の
手間と振込手数料をカット!



費目の仕訳や集計、
もっと手軽に
ならないかな...

Web明細編集サービスなら
明細の仕訳やメモ入力が簡単。
精算処理の時間が短縮されて
事務処理の負担も軽減。



できるだけ
経費は節約
したいんだけど...

毎月の経費の支払いや
出張時のカード利用で
どんどんポイントが貯まる!



スムーズな経費処理やコスト削減は 安心 & 便利な Bizカードにお任せ!

NTT FINANCE Biz

法人・個人事業主様向けカード



海外・国内旅行傷害保険なども充実! 資料請求または入会のお申込みはWebから!

法人様 資料請求後、**入会申込書**にてお申込みください。 **個人事業主様** **Web**からお申込みいただけます。

まずは
検索!

Bizカード特設ページへ。 <https://www.ntt-card.com/biz/apply3/bizcard>

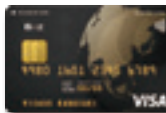
ビズカード 🔍 **エントリーコード [702]**



スマートフォンは
こちらから!

※カード発行には所定の審査がございます。予めご了承ください。

ワンランク上の快適と安心を
NTTファイナンス Bizカード ゴールド



●最高1億円の海外旅行傷害保険、
最高5,000万円の国内旅行傷害
保険や、ゴールドカード専用空港
ラウンジサービスをご用意
●年会費 / 10,000円(税別)

NTTファイナンス
カードセンター **0120-194-812**

●お電話での受付時間 9:00~17:00 月曜日~金曜日(祝日・年末年始は休業日とさせていただきます)
●曜日や時間帯によって、お電話が繋がりにくい場合がございます。
●お電話の際は、「Bizカード702番の広告を見た」とお伝えください。

NTTファイナンス



テレコムフォーラム 2019 8

令和元年8月1日(毎月1日発行) 第38巻8号(通巻433号)
〒101-0031 東京都千代田区東神田2-6-9 テレコム東神田II 9F 電話03-5820-2071

公益社団法人 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

8

August 2019

■ ICT活用推進

- ・ICTの積極活用により、工事の作業工程を効率化。職場環境を改善し、競争力を強化(岩田地崎建設株式会社)
- ・IoT、AIの活用で工程を“見える化”、省力化で生まれた人的リソースを活かし、さらなる成長を目指す(九州オルガン針株式会社)
- ・RPA導入の推進体制と推進の手順

■ 電話対応教育(CS向上)

- ・ビジネス文書とビジネスメールの違い
- ・お客さまの心を読み解く難しさ
- ・おもてなしの心が込もった対応で信頼を獲得し、お客さまの健康生活を支援(株式会社サノ・ファーマシー)
- ・会話を通じ一人ひとりのお客さまが求める電話対応を提供し、選ばれる会社へ(中田食品株式会社)
- ・「話の出だしでつかむ」

公益社団法人 日本電信電話ユーザ協会

ICTの積極活用により、 工事の作業工程を効率化。 職場環境を改善し、 競争力を強化

岩田地崎建設株式会社

北海道に本社を置き、東北から九州まで各地に支店を持ち、海外でも事業を展開する岩田地崎建設株式会社は、工事現場での作業支援からBIM^{※1}・CIM^{※2}まで、ICTを広く導入。工事の的確かつ効率的な遂行と、若手育成、働きやすい職場環境の実現や競争力の強化を目指しています。

【導入の狙い】ICTを活用し、工事の精度向上と効率化、技術の確実な伝承、働きやすい職場を実現する。

【導入の効果】ICTの支援により作業効率が向上し、職員・作業員の負担が軽減され、職場環境の向上につながった。



ICT推進部推進課 課長
山田 雅氏

ドローンにレーザーキャナーを搭載し 「見えない地形」も正確に測量

人が機械を動かし、技術は人から人へ伝承されていく。そうしたイメージがある土木建築業にも、今ICT化の大きな波が押し寄せています。

北海道札幌市に本社を置く岩田地崎建設株式会社は、創業90有余年の歴史を誇る総合建設会社です。同社は2017年に、社内にICT推進部を設置し、「ICT活用工事」を積極的に進めています。

「ICT活用工事とは、GPSや無線LAN、インターネットなどの情報通信技術や、三次元モデルを活用する工事のことです。例えば、設計と工程の見える化を行う『BIM/CIM』などを用いて業務プロセスの改善に取り組み、『調査・設計・施工・維持管理』という一連の建設生産管理システムの効率化により生産性の向上や品質確保を目的とする工事手法などです」(山田氏)

こうしたICT活用工事の導入例の一つが、工事着手時の測量です。

「工事には、事前の地形の測量が不可欠ですが、傾斜地など人の立ち入りが容易ではない場合も少なくありません。そのような場合に活躍するのがドローンです。

ドローンを測量対象となる場所に飛ばし、上空から撮影した画像を解析しデータとして活用します」(柴崎氏)

「最近ではレーザーキャナーを搭載したドローンの活用も始まっています。土地が樹木に覆われている場合、肉眼や写真でその形状をきちんと把握することはできません。しかし、レーザーキャナーは樹木のわずかな隙間を通り、土地の形状を正確な三次元データとします。こうしたデータを活用し、掘削にかかる日数や生じる土量を細かく算出することで、作業日程の緻密な計画が可能となるのです」(山田氏)

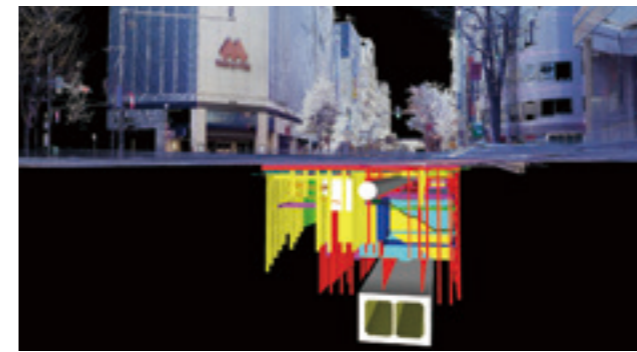
ウェアラブルカメラの映像を通じ、 ベテランが複数の現場を遠隔指示

また、人が行う作業そのものにも、ICTの活用が始まっています。

「土木建築業の現場での確実な施工作业やその確認には、経験に裏づけられたベテランの知見が欠かせません。しかし、そうした人材には限りがあり、請け負う工事現場すべてに配置することは困難になりつつあります。そこで、作業員のヘルメットに装着したウェアラブルカメラの映像を遠隔地にいるベテランに音声とともに配信し、ベテランが質問に答えたり、指示を行うという作業支援方式がスタートしました。これならベテラン一人が複数の現場を管理できますし、作業員は空いた両手を使い、ベテランの監修の下で作業できます。また騒音の激しい現場でも確実なコミュニケーションを実現するため、ベ



レーザーキャナー搭載のドローン(左)と地上型レーザーキャナー本体(右)



レーザーキャナーで計測した地下駐輪場のCIMモデル

テランの指示を作業員が装着したスマートグラス^{※3}に文字表示する仕組みも取り入れています」(山田氏)

「こうしたICTの活用は、作業そのものを効率化するだけでなく、若手労働者の習熟度を高める上でも大きな効果があります。“見えるもの”をベテランと共有し、会話を通じて『ここで何をすべきか』『確認すべきはどこか』といったベテランの知識を共有することが、“勘どころ”の理解をうながします。そうした経験を積み重ねることで、より早い成長が可能となるのです」(柴崎氏)

建物と図面を一体化した3Dデータで 工事現場全体を画面上で即座に確認

一方、ICTの支援で「現場でできること」を増やし、作業の効率化と作業員の負担を減らす仕組みの導入も進んでいます。

「現代の土木建築工事に欠かせない3D CADソフト(コンピューター支援設計ソフト)はライセンスが高価で、また快適な利用には高性能なワークステーションが必要であることから、現場のノートパソコンでの利用は困難でした。しかし、現場のパソコンから本社サーバーにログインし、リモート操作する『CAD VDI^{※4}』の導入で、作業員はオフィスに戻ることなくCADソフトが利用できるようになり、負担が大きく軽減しました。また市街地での地下工事を行う際、レーザーキャナーした既存の建物の3Dデータと設計図面のCADデータを三次元で合成し表現する技術も実用化し、これまで何枚もの図面やイラストで行われていた工事関係者の意識合わせが画面上で即座に確認できるようになりました」(山田氏)

ただ、こうしたICT活用工事の導入には、課題もあったと言います。課題の中心となるのが、ICTという“新たなモノ”への、現場の戸惑いでした。

「大規模な工事は弊社のほか、多くの協力会社と一緒に進めます。そうした協力会社の職人には、長年培ってきた技術や仕事の進め方へのプライドがあります。協力会社にもICT活用工事のメリットを伝え、導入に協力してもらう必要があります」(山田氏)

「ICT活用工事による省力化、工期短縮といったメリットを、弊社だけが享受するのではなく、協力会社とも分



総務部広報課長
100周年事業推進室課長
柴崎 真氏

かち合うことが、導入への大きなインセンティブになると思っています」(柴崎氏)

さらなるICTの積極導入で 一層の効率化と働きやすい職場の実現へ

こうしたICT活用工事は、今後の土木建築業界が抱える課題の解決に大きく役立つと期待されています。

「土木建築業界も、少子化に伴う労働力不足に直面しています。ICT活用工事は設計から施工に至る各段階での工程を効率化し、これまでよりも少ない人数で対応可能とすることで、そうした労働力不足解決の処方箋になると考えています。また、ベテランの知見をより早く若手が吸収できる体制の構築や、現場でできることを増やし、労働時間を短縮するなど、働きやすく魅力的な職場環境の実現に大きく寄与するはずですよ」(柴崎氏)

「2020年にサービス開始予定の『5G通信』では、データの高速、低遅延、多数同時接続利用が可能になります。この5Gの導入で、ICT活用工事でも大きく変貌するでしょう。今後も協力会社ともども最先端のICT活用工事の導入を積極的に進め、短期間かつ正確な施工を実現し、競争力を高めていきたいと思っております」(山田氏)

※1 BIM : Building Information Modelingの略称で、コンピューターで作成した三次元の形状情報に、部屋などの名称・面積・材料・部材の仕様や仕上げなどの属性情報をあわせ持つ建物情報モデルを構築し、工事のあらゆる工程で活用するワークフローのこと。
 ※2 CIM : Construction Information Modelingの略称で、BIMの考え方を活用し、工事の計画・調査・設計段階から三次元モデルを導入し、事業者間でさまざまな情報を共有することで業務効率化を図る仕組み。
 ※3 スマートグラス : 眼鏡型のウェアラブル(着用できるコンピューター)端末の総称。拡張現実(AR)技術により、現実の風景に文字や映像を重ね合わせて表示するものや、網膜に直接映像を映す網膜走査ディスプレイを用いるものなどがある。
 ※4 VDI : Virtual Desktop Infrastructureの略称で、デスクトップ環境を仮想化してサーバー上に集約したもの。利用者はネットワークを通じてサーバー上の仮想マシンに接続し、デスクトップ画面を呼び出して操作する。

●会社概要
 会社名 : 岩田地崎建設株式会社
 創業 : 1922年(大正11年)
 本社所在地 : 北海道札幌市中央区北2条東17丁目2番地
 代表取締役社長 : 岩田 圭剛
 資本金 : 20億円
 事業内容 : 建築工事、土木工事、舗装工事、その他建設工事全般に関する調査、企画、測量、設計、監理、施工、エンジニアリング、マネジメントおよびコンサルティングなど
 URL : <http://www.iwata-gr.co.jp/>



IoT、AIの活用で工程を“見える化”、 省力化で生まれた 人的リソースを活かし、 さらなる成長を目指す

九州オルガン針株式会社

ベテラン職人によるカンやコツなど、モノづくりの現場には“見える化”されていない「職人の技術」が多数存在します。九州オルガン針株式会社は、IoTやAIで属人性のあるカンやコツを“見える化”するとともに、省力化、効率化を実現し、新たな分野へも積極的にチャレンジしています。

【導入の狙い】経験から生まれたカンやコツを“見える化”し、効率化を図るとともに、社内で技術を確実に継承する。
【導入の効果】生産現場管理の大幅な省力化を達成。今後は検品現場へのAI導入で統一感ある品質管理を目指す。



取締役
生産本部長
早野 守氏

1日あたり約60万本の工業用ミシン針を生産、 グループシェアは世界トップ

九州オルガン針株式会社は、長野県上田市に本社を置くオルガン針株式会社の製造拠点として縫製業者が使う工業用ミシン針と精密部品を製造しています。

「弊社は、来年が設立50周年という長い歴史を持つ会社です。弊社を含むグループ全体で、工業用ミシン針の世界シェアで約3割を占めています。工業用ミシン針はニット、デニムなど生地の種類や『ミシン目を目立たせたくない』などの目的に合わせて作られるため2,000種類にもものぼり、1日あたり約60万本を生産しています。またミシン針作りで培った経験を活かし、医療向け、工業向けの精密部品も手がけています」(江藤氏)

「弊社はミシン針を作る機械そのものも内製化しており、そうした機械作りのノウハウも、弊社の強みとなっています」(早野氏)

同社は機械内製のメリットを活かし、早い時期から合理化に取り組んできました。

「ミシン針は、原材料となる線材をカットし、熱処理と

冷間鍛造^{*}による成型などを経て製品となります。熱処理で発生する“曲がり”を矯正する工程は、かつて手作業でしたが、当社創業当時の約半世紀以上前から、本社で開発した自動曲がり矯正機を導入しております。当初は回転する針を接触式センサーで測定する方式でしたが、その後改良を重ね、現在はより精度の高いレーザーセンサーを使用しています」(江藤氏)

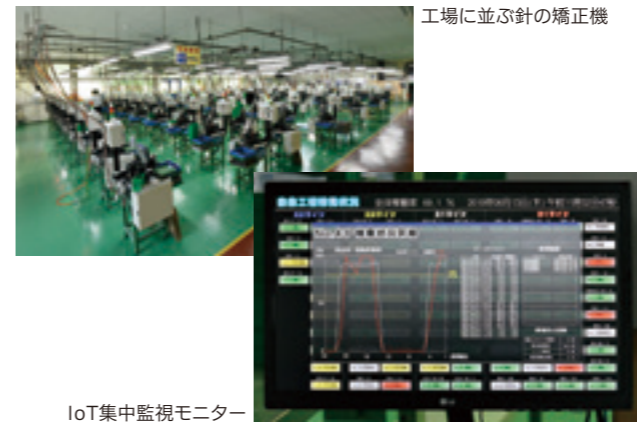
内製の機械を改良、異常発生の警報を IoTにより一元管理し、合理化を実現

このような機械による合理化にも課題はありました。「矯正機での測定、矯正には一定の時間がかかります。ここがボトルネックとなり生産速度の足を引っ張らないようにするため、広い工場内に多数の矯正機を並べ、同時に処理する必要がありました。現在その台数は約100台で、これだけの台数になれば部品の劣化や不具合などで調子の悪くなる機械も出てきます。その確認のため、かつては5~6人の職人が現場に張りつき、機械ごとに備えつけられた異常を知らせるランプが点灯すると確認し、調整、修理する業務にあたっていたのです」(早野氏)

この状況は2018年、改善に向け大きく前進します。「前年、ICT関連のセミナーに参加した社長が『IoTによ



取締役
管理本部長
江藤 裕氏



IoT集中監視モニター

工場に並ぶ針の矯正機

る一元管理』を決断し、その導入に踏み切りました。まずそれぞれの機械に複数のセンサーとタッチパネル対応の液晶ディスプレイを取りつけ、稼働状況を“見える化”しました。そしてそのセンサーの情報を工場内に設置したパソコンに転送し、画面上で一覧表示できるようにしたのです。内製の機械で構造が分かっているため、そうした改良は容易でした」(菰田氏)

「この仕組みを導入したことで、現場で機械を常時監視する人員は1名で済むようになりました」(早野氏)

過去の取り組みにおける“資産”を再利用、 AIによる自動検品の実現を目指す

このIoT導入はさらなる発展も見越しています。

「今はセンサーが拾うデータを稼働状況の監視に使っているだけですが、将来は蓄積したデータを活用し、機械ごとの個体差の縮小や保守のさらなる合理化を進めていきたいと思っています」(江藤氏)

その一方で、AIにより最終検品作業を自動化するプロジェクトも動き出しました。

「弊社は従来から最終検品として人の目による全数検査を行っています。実は2002年、この工程の合理化を検討し、カメラを使った検品にチャレンジしました。30万画素のモノクロ撮影ができるカメラを8台設置し、回転する針のシルエットを360度全方向から撮影できる装置を開発し、歪みや曲がり不良と判定し自動的に弾く仕組みでした」(江藤氏)

「ところが、シルエットだけでは精緻な判定ができなかったことに加え、処理速度も遅く、さらに人の目を介さなければならぬので満足のいく結果が得られませんでした」(早野氏)

しかし技術革新が、このチャレンジにもう一度息を吹き込みます。

「同じ装置に新たに500万画素のカメラを装着し、撮影した画像をAIが判断し、判定する仕組みに取り組んでいます。今度のカメラは表面の仕上がり具合までカラーで撮影できます。現在、針の種類ごとに『良品』と判断できるサンプル画像をAIが学習している段階で、2019年

生産本部 生産技術部
生産技術課 課長代理
菰田 賢人氏



の夏以降に実際の試験を予定しています」(菰田氏)
「針は曲面のため、撮影時に反射する部分も出てきます。それをきちんと撮影できるかどうか、導入にあたっての課題でした。しかし以前のチャレンジでカメラの装着などを試行錯誤した結果が活かされました。今は試験の開始が待ち遠しいです」(江藤氏)

合理化、効率化で得られた 人的リソースの余裕を成長分野に投入

これら同社の一連の取り組みの背景には、未来に向けた展望があります。

「弊社は創業時に入社した社員が定年を迎える時期になっています。今後もベテラン社員の退職は続き、技術継承が課題になっています。こうしたIoTやAIの導入で、これまでベテランのカンやコツに頼っていたノウハウを数値化、可視化することが、人に頼らない高品質なモノづくりの強固な礎になると考えています」(江藤氏)

「IoT、AIの活用は、人によるバラつきを防ぐこともできます。例えば製品の品質についても、お客さまが望む範囲のものをきちんと納品することが可能となり、低品質製品の混入はもちろん、過剰品質によるコスト高も抑えることができるはずです」(菰田氏)

「生産、検品の省力化で生まれた人的リソースを、これからの成長分野である精密部品部門に振り分け、さらなる成長を目指していきたいと思っています」(早野氏)

^{*} 冷間鍛造：常温(室温)下で金型工具を用いて、金属材料に外的な力を与えて加工(圧縮成形)すること。

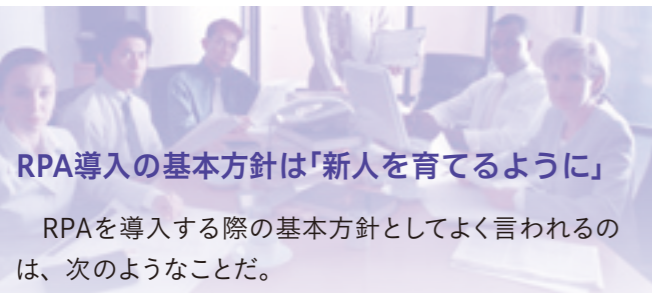


●会社概要
会社名：九州オルガン針株式会社
設立：1970年(昭和45年)6月1日
本社所在地：熊本県玉名郡玉東町稲佐288
代表取締役社長：高沢 昌則
資本金：1億3500万円
事業内容：ミシン針製造・精密部品製造販売
URL：https://www.kyushu-organ.co.jp/

「RPA(ソフトウェア型ロボット)」によるオフィス業務改革 (第5回)

RPA導入の推進体制と推進の手順

第4回では、民間企業と行政機関のRPA活用事例を紹介し、企業と行政機関がそれぞれどのようにRPAを活用しているかを解説しました。今回は、RPAを導入する際の推進体制と、推進の手順を具体的に解説いたします。



RPA導入の基本方針は「新人を育てるように」

RPAを導入する際の基本方針としてよく言われるのは、次のようなことだ。

「RPAはスモールスタートで継続的に推進するべし」
「導入してからがスタートなのだから、新入社員を育てるように、RPA(ロボット)を育てるべし」

この基本方針は、RPAツールの長所と短所をよく踏まえたものとなっている。その理由は以下の通りである。

- RPAツールはノンプログラミングで利用でき、現場の業務担当者自身で自動化設定ができる。また変更も容易なため、試行錯誤しながら進めることができる。
- 現場に埋もれている、RPAツールで自動化したい業務は、現場の業務担当者しか把握していない。したがって、大きな投資をして、システム部門や推進部門、外部ベンダーなどが外側から埋もれている業務を掘り起こして巻き取るよりも、内部から拡大していくほうがスムーズである。
- RPAツールの利用開始後、業務変更や自動化対象システムの変更が生じた場合、自動化シナリオの再チューニングが必要となる。再チューニングのような日々の微調整を行いやすいのも、内部の業務担当者にとってメリットである。

以上の理由から、新人が配属される現場に育成責任者や育成指導者(トレーナー)を指定するのと同様に、新人口ロボット(RPAツール)が使われる現場に、現場の業務を熟知するRPA推進者やRPA作成者を設置する、という基本方針が導かれるのである。

RPA導入・推進の体制

各現場の推進者を効率的かつ横断的に支援するた

めには、「RPA推進部門」を設置する必要がある(図1参照)。RPA推進部門は、できればIT部門と分けるほうが望ましいだろう。IT部門はIT環境の安定運用を最優先に考える立場であるため、新しいITツールの活用においては、どうしてもブレーキ役にならざるを得ない。究極のブレーキ(安全)はRPAなどのITツールの追加利用は認めない、というものであるが、そのような結論に陥らないよう、アクセル役の推進部門とブレーキ役のIT部門を分け、両者の協議のもとに安全に利用を推進する体制を構築してもらいたい。

なお、あくまでも主役は現場の業務担当者であり、推進部門やIT部門は現場のコーチ役やサポーターであることを意識してほしい。

RPA導入・推進の手順

RPA導入における手順は、まずPoC(Proof of Concept)^{*}により、RPAツールを実際に試してみても理解を深めたり、期待する効果が得られるか確認してみることが大事だ。次に、実際にいくつかの部署で本格利用(部分導入)しつつ、並行して全社導入計画や利用ルールなどを整理。準備が整ったら、全社への展開を始めるべきだ。特に初期導入段階が重要であり、ここを成功させれば、あとは水が高いところから低いところへと流れるように、RPAの推進力が生まれていく。そこで、RPAの初期導入段階について詳しく解説する(図2参照)。

まず、初期段階の中で最も重要な第一歩が、「技術研修」である。技術研修は、IT部門や推進部門だけではなく、RPAの主役・主体となる現場の業務部門にこそ受けてもらいたい。技術研修を受けると、RPAによる自動化とはこういう仕組みだったのかと腑に落ち、自分の抱えている業務の中で、自動化できそうなものや、自動化したいものが思い浮かぶようになるからである。

例えば、第四次産業革命時代の人材開発まで念頭

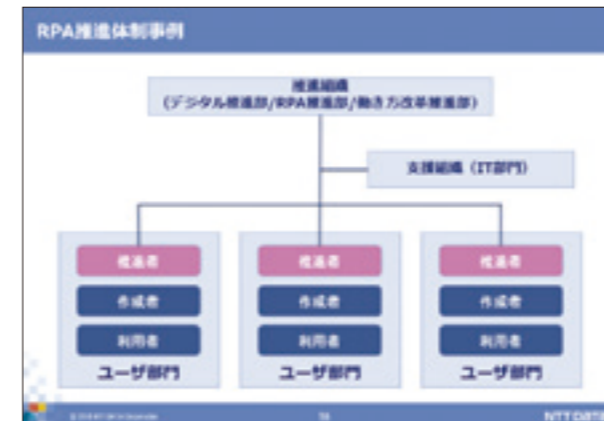


図1) : RPA推進体制の事例

に置いているある企業では、社員400名全員がRPA技術研修を受講したケースもある。ここまでいなくても、少なくとも全社で10名以上、できれば各部署3名以上の受講をお勧めする。実際のところ、10名受講すると、2~3名はRPAツールが難しくて分からないと脱落し、2~3名はRPAツールによるモノづくりが面白いとのめり込む。こののめり込む2~3名を見つけ出し、各部署での推進役(伝道師や先遣隊とも言われる)を担ってもらうことがポイントとなる。この技術研修を通じて、従業員がRPAツールを使うのが面白い、自分でも早くやってみたい、という感想を持ってくれるようになれば、RPA導入の初期目標は半分達成したようなものである。

自動化対象業務の選定

RPAの基本が理解できたら、次は「自動化対象業務の選定(対象業務募集)」を行う。研修などの刺激により、自動化したい業務が浮かびやすい状態となっているので、このタイミングを逃さず、現場に埋もれている自動化できそうな業務を課題整理シートに書き出して整理する。推進部門はコーチとなり、RPAツールの技術で自動化できそうか、また自動化による費用対効果が出そうか、といった観点から側面支援してもらいたい。

なお、この時、抜け漏れなく全業務を洗い出さなければと気負う必要はない。確かにシステム開発の場合は、後戻りして変更できない性質から、仕様凍結が最重要であったため、プロジェクト開始初期段階の調査・洗い出しが足りず、後から抜け漏れが出てしまうと、諦めなければならなかった。一方、RPAの場合は、現場の業務担当者自身で自動化シナリオのチューニングが可能であるため、自動化を進めるこ



図2) : RPAの導入ステップ

とで新たな課題を見つけ、それをまた自動化する、というスパイラルアップが可能なのである。

シナリオ作成と評価

業務の洗い出しが完了したら、自動化シナリオを作成ことになる。2~3日の研修を受講しただけでは、なかなか使いこなすところまではいかないので、推進組織から模倣可能なシナリオサンプルを提供するとか、現場で作り方のレクチャーをすることで手厚くフォローし、現場の業務担当者が成功体験を味わえるように工夫してもらいたい。

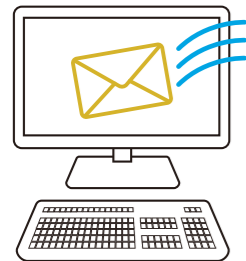
以上のプロセスを通じて、RPAツールを使いこなせたか、自社システムを動かせたか、業務からどの程度手離れできるようになったか(自動化できたか)、今後はどこまで広げられそうか、などの観点から評価を行う。評価もメンバーを集めて会議室で行うよりも、各推進担当者が自動化の成果発表会を設けて自動化における工夫を紹介しあったり、担当者間の自動化競争意識を生み出したといった、現場を楽しく巻き込み続ける取り組みを行うほうが、その後の大きな成果につながってくる。

今回はこのコラムの最終回として、RPAの導入・推進における注意点について解説する。

^{*}PoC(Proof of Concept) : 日本語では「概念実証」と訳され、新しいプロジェクトが本当に実現可能かどうか、効果や効用、技術的な観点から検証する工程のこと。



中川 拓也氏
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>



ビジネス文書とビジネスメールの違い

ビジネス文書とビジネスメール、書いて伝えるコミュニケーション手段という共通点があり、名前は似ているけれど、型や書き方には違いがあります。ビジネス文書ではお馴染みの「拝啓」「敬具」などはメールでは使いません。見た目にも違いがあります。今回はこの二つを比較して、その違いを押さえます。

ビジネス文書の場合

ビジネス文書とビジネスメールは、その要素に大きな違いはありませんが、配置や表記が異なります。

ビジネス文書の場合、宛名（受信者名）は左に、名乗り（発信者名）は右に寄せ、件名は中央にそろえ、頭語と結語はセットで使い、時候の挨拶などを書きます。「記」と「以上」もセットで使います（【ビジネス文書の参考文面】参照）。

ビジネスメールの場合

ビジネスメールの場合は、「件名」の欄にメールの用件を簡潔に書きます。本文は左にそろえるのが基本で、書き始めで字下げはしません。一文字あけても、読み手の環境によってはスペースがつかまって見えたりすることがあります。読み手が同じように見えているとは限らないため、原則左にそろえます。

書く内容は上から順に、宛名、挨拶、名乗り、要旨（メールを送った目的、伝えたいことの結論）、詳細（要旨の補足説明）、結びの挨拶、署名です。

宛名はビジネスメールもビジネス文書も同じで、誰に宛てたものかが一目で分かるように、名前を間違えることがないように正確に書きましょう。

社外向けの挨拶は「お世話に

【ビジネス文書の参考文面】

2019年7月26日	
株式会社〇〇 鈴木太郎様	一般社団法人日本ビジネスメール協会 直井 章子
見積書ご送付のお知らせ	
拝啓 盛夏の候、貴社ますますご清栄のこととお喜び申し上げます。平素は格別のお引き立てを賜り、厚く御礼申し上げます。	
さて、7月26日(金)付けにてお問い合わせいただきました下記条件にて、別添のとおり見積書をお送りいたします。ご査収のほどをお願い申し上げます。	
敬具	
記	
内容：ビジネスメールコミュニケーション講座	
日時：2019年10月25日(金)13時～16時(3時間)	
場所：株式会社〇〇 会議室	
住所：東京都千代田区〇〇町1-2	
人数：30名予定	
なお、ご不明な点やご質問がございましたら、当協会(03-5577-3210)までご連絡くださいますようお願い申し上げます。	
	以上

【ビジネスメールの参考文面】

ビジネスメール研修見積書ご送付	
株式会社〇〇 鈴木太郎様	
お世話になっております。一般社団法人日本ビジネスメール協会の直井 章子です。	
このたびはビジネスメール研修についてお問い合わせいただきありがとうございます。	
7月26日(金)にご依頼いただいた見積書を添付にてお送りいたします。	
■添付 【見積書】株式会社〇〇御中.pdf	
〈研修概要〉 内容：ビジネスメールコミュニケーション講座 日時：2019年10月25日(金)13時～16時(3時間) 場所：株式会社〇〇 会議室 住所：東京都千代田区〇〇町1-2 人数：30名予定	
ご不明な点やご質問がございましたら、お気軽にご連絡ください。よろしくお願いたします。	
(署名省略)	

なっております。」が一般的で、ビジネス文書のような時候の挨拶は不要です（【ビジネスメールの参考文面】参照）。

メールが裁判の証拠になる時代

メールは使う環境さえ整えば場所や時間を問わずに使える手軽さゆえに、以前はビジネス文書に比べると簡易でくれた手段、信用度が低いという印象がありました。しかし最近では、メールが公的な証拠として使われたり、裁判の証拠とされたりするなど信用度は高まっています。

手段に優劣はありません。読み手と内容に応じてふさわしい手段を選び、使い分けることが大切です。ビジネス文書とビジネスメー

ル、それぞれの特徴を理解し、構成を知り、活用しましょう。

次回は、ビジネスメールの件名の書き方について解説します。



直井 章子氏
一般社団法人日本ビジネスメール協会株式会社アイ・コミュニケーション専任講師。ビジネスメール教育の専門家。ビジネスメールの教育研修プログラムの開発、実態調査や検定試験に携わる。官公庁や企業などでのビジネスメールや文章に関する研修やセミナーでの講演回数は100回超。新聞や雑誌、ウェブ媒体などでの掲載多数。著書は『このフレーズが決める！ 伝わるモノの書き方のコツ』（ナツメ社）など3冊。



お客さまの心の声を読み解く難しさ

三井住友海上あいおい生命保険株式会社

お客さまからの不可解な質問

以前、お客さまから「あなたは何歳なのか教えてください」と訊かれたオペレーターが、その質問に答えなかったために苦情をいただいたことがあります。この苦情への対応として「こういう場合はどのように回答したらよいのでしょうか?」とSV(スーパーバイザー)から尋ねられたのですが、私も初めて耳にする質問だったため、すぐに回答できませんでした。お客さまはなぜ、そのような質問をしたのでしょうか? それを理解できたのは、録音されたお客さまとオペレーターの会話を聴いてからでした。実はこのお客さまとオペレーターは、会話の中で互いに気持ちの行き違いが生じていました。お客さまは、応対者が人の気持ちを汲み取れるだけの人生経験を積んでいるのかを確認したかったのです。その質問は「あなたの対応には納得できません」という“サイン”だったのです。

気持ちと言葉の不一致

そこで思い出したのが、数年前に電話応対技能検定(もしもし検定)の品質向上研究会で受講した、平田オリザ先生のコミュニケーションについての講義です。それは、「気持ちと言葉は必

ずしも一致しないことがある。相手の心の奥深くまで読み解くことがコミュニケーションでは重要である」という興味深い内容でした。当時はその講義にとっても共感しましたが、言葉と気持ちの不一致についてすっかり忘れてしまっていました。

この苦情への対応は、その後SVがじっくりとお話を伺ったことでお客さまは納得されました。その時お客さまは、応対したSVの年齢を訊くことはありませんでした。お客さまが送った“サイン”は「もっとじっくり私の話を聴いてください」という心の声を表現したものだということです。

コールセンターにおける“人(ヒト)”としての役割の変化

AI(人工知能)の躍進により、コールセンター業務も将来はAIにとって代わられる時代が来ると言われています。しかしながら、このような深い心察知が必要な電話応対業務は、やはり“人(ヒト)”が担当する必要があるの

だと確信した出来事でした。人(ヒト)による電話応対は、量より質が重視される時代が来ることは間違いありません。画一的な案内はAIが担い、その一方、人(ヒト)はお客さまの気持ちに深く寄り添うことが必要とされる業務を担っていく、そのような時代がすぐにやってくるでしょう。だからこそ、電話業務が「脱マニュアルを目指すべき」と言われているのだと思います。私たち指導者も、マナーや音声表現はもちろんです。お客さまの心の声を読み解くような指導も必要になると思います。自らの気持ちや要望をそのまま言葉に表現する人もいれば、ほかの言葉を使って自身の心の声を表現する人もいます。平田先生の講義から数年経過して、身をもってこのことを理解することができました。

「あなたは何歳なのか教えてください」この質問にAIはどのように回答するのでしょうか? それを楽しみでもあり、その回答が電話応対の新たな方向性を示してくれるとも思っています。

本間 陽子氏
三井住友海上あいおい生命保険株式会社 お客さまコンタクトセンター一部所属。航空会社地上職を経てコールセンター業界に入り、2006年より現職。業務・応対品質モニタリング指導、各種コンクール指導などを行っている。電話応対技能検定指導者級資格保持者。昨今は、より視野の広い指導ができることを目指して心理学や言語学の勉強にも動いている。
「今回の講師は、NTTコム エンジニアリング株式会社の中澤 響さんです。会社のモットー『めいげんそ(明・元・素)な言葉をつかう』を電話応対にこそ活かそう、と指導をされています。「男声」の強みを模索する男性企業内指導者です」



本間 陽子氏



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

個人データの第三者提供に関する「オプトアウト」について、2017年5月施行の改正個人情報保護法で初めて規定されました。次のうち、オプトアウトの説明に当てはまらないものを一つ選びなさい。

1. オプトアウトとは、事前に同意を得て個人情報を提供することをいう。
2. オプトアウトの場合は個人情報保護委員会に届けておく必要があるが個人には届けなくてよい。
3. オプトアウトは本人の求めに応じて個人データの提供を停止することを事前告知する必要がある。
4. 第三者への提供手段などは本人が容易に知り得る状態においておけばよい。

※3級問題より

正解は13ページをご覧ください。



佐野薬局通町本店内に飾られた明治時代に使用されていた看板

おもてなしの心が込められた対応で信頼を獲得し、お客さまの健康生活を支援

株式会社サノ・ファーマシー

秋田県秋田市に本社を置く株式会社サノ・ファーマシーは、県内外に佐野薬局など多数のグループ薬局を展開。各店舗の電話対応改善を目指して企業電話対応コンテストに参加し、品質及びスタッフのモチベーション向上に取り組んでいます。



社長室長 佐野 宏夫氏

薬局の消滅を防ぐため、そうした薬局の事業を名称ごと承継し、運営しているからです」

お悩みごとを持ち、電話をくださるお客さまに温かみある対応を

Q 御社と電話対応との関わりについて教えてください。

A 「薬局はお客さま、処方箋を持つ患者さまのほか、医薬品メーカーや流通関係者、医療関係者など、さまざまな方からお電話をいただきます。そうした電話が誰からかかってくるのかを素早く察知し、お問い合わせに応じる必要があります。そのためには対応マナー、そして医薬品などの専門知識の双方が求められます」

Q 対応においては、どのようなことを心がけていますか。

A 「薬局にお電話をくださるお客さま、患者さまは、何かしら悩みごとを持っていらっしゃる場合がほとんどです。そうした悩む心に寄り添える、温かみのある対応を心がけております。一方、医師、薬剤師などの医療関係者は、非常にお忙しい中での電話がほとんどです。そのため用件を素早く聞き取り、お時間を必要以上にいただかないよう配慮しております」

親近感あるお客さま対応を実現するため企業電話対応コンテストに参加

Q そうした電話対応について、どのような課題がありましたか。

A 「温かみある対応が、ともすれば馴れ馴れしさにつながる場合もあります。秋田では、地域性から方言でのやり取りが多く、それがお客さまにとっての親しみ

やすさにもなりますが、他地域の方には心理的な壁や違和感となる可能性もあります。お客さまがどのような方なのか、最初のやり取りで感じ取り、誰もが好感、親近感を抱く対応の実現が課題となっていました」

Q 企業電話対応コンテストに参加を決めたきっかけを教えてください。

A 「そうした課題にどう取り組むべきかを考えていた時、日本電信電話ユーザ協会から参加の働きかけがありました。実際それまで、第三者の客観的な指標により対応品質を確認したことがなかったため、約5年前にまず1店舗だけ、試験的に参加することにしました」

Q 参加した感想は、いかがでしたか。

A 「専門家による審査で、やはり弊社の電話対応には十分ではない部分があることが分かりました。参加した店舗からは『さらに良い点数を目指したい』という声上がり、他店舗からは『ぜひうちも企業電話対応コンテストに参加したい』という要望があったことで、参加店舗は年々増え、去年は10店舗による参加となりました」

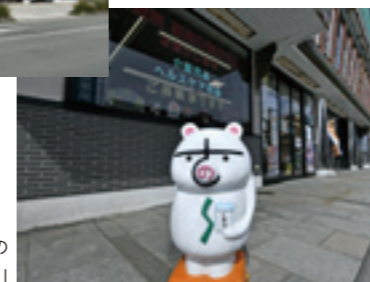
企業電話対応コンテストへの連続参加で店舗のやる気を醸成、対応レベルも向上

Q 企業電話対応コンテストへの参加経験を、御社の電話対応品質向上にどのように役立てていますか。

A 「企業電話対応コンテストでの客観的な評価が、それぞれの店舗のやる気やモチベーションにつながっています。また各店舗での電話対応研修や来店されたお客さまへの対応についてのミーティングで、企業電話対応コンテストの審査でご指摘いただいた課題などを



佐野薬局通町本店の外観



サノ・ファーマシーグループのキャラクター「さのハチくん」

共有し、どうすれば改善できるかを話し合い、そうして浮かび上がってきたポイントを店舗ごとに行う研修で学び直すなどの取り組みで、さらに良い対応ができるよう心がけております」

Q 企業電話対応コンテストにおけるこれからの目標について教えてください。

A 「企業電話対応コンテストでより上を目指す各店舗の努力が少しずつ実を結び、昨年初めて70点を超える店舗も生まれました。実際、点数が上がってきている店舗については、私自身が電話をかけても、対応品質が高まっていることを実感できます。もちろん、70点という点数は満足できるものではありません。各店舗ともさらに上を目指せるよう、指導を続けていきたいと思っています。また電話対応の実力、応用力をさらに向上させるため、電話対応コンクールへの参加も検討しています。自分たちの業務範囲内で完結するコンテストとは異なる“気づき”が得られると思うからです」

お客さまの期待に応える対応を実現、事業の発展へ

Q 事業における今後の展望について教えてください。

A 「お客さまから度々いただく『佐野薬局に聞けば、きちんと教えてもらえると思い電話しました』というお言葉は、弊社への期待、信頼の表れです。その期待や信頼に応えるべく、社員一同、より良い知識と対応品質で、お客さまに接していきたいと思えます。また、より多くのお客さまから選ばれ、ご利用いただくことが、結果として薬局である弊社の収益につながります。お客さまへの感謝の気持ちとおもてなしの心を通じて事業を発展させ、さらに多くのお客さまの健康な生活を支援することができるよう、頑張っていきたいと思えます」



会社概要

会社名：株式会社サノ・ファーマシー
設立：1957年（昭和32年）
本社所在地：秋田市保戸野通町3-31
代表取締役社長：佐野 元彦
資本金：5,000万円
事業内容：保険調剤、医薬品・化粧品小売業
URL：http://www.sano-ph.co.jp/

会話を通じ一人ひとりのお客さまが求める電話対応を提供し、選ばれる会社へ

中田食品株式会社



取締役
販売部長
中田 祐子氏

和歌山県田辺市にある中田食品株式会社は、全国通販を展開する中で、お客さまのご要望に応じた柔軟な電話対応により、顧客層の拡大と事業の発展を進めています。

Q そうした電話対応について、どのようなことを心がけていますか。

A 「電話をくださるお客さまが何を求めているかは、一人ひとり異なります。手早く注文を済ませたいお客さまもいらっしゃれば、こちらのスタッフとさまざまな話をしながら商品を選びたい方もいらっしゃいます。そうしたお客さまのニーズを読み取り、どんなお客さまにもご満足いただける対応を目指しています」(小林氏)

「インターネットで注文したいけれども、注文方法が分からず電話をくださるお客さまもいらっしゃいます。お客さまが『インターネットで注文したい』というご要望をお持ちであれば、電話を通じて画面操作をお手伝いします。注文まで時には30分かかるとありますが、お客さまのご満足のためには、こうした対応が“効率”以上に大切だと考えています」(中田氏)

商品知識の蓄積とお客さまの心に寄り添うことで「お客さまとのスムーズな会話」を実現

Q これまで、電話対応にどのような課題がありましたか。

A 「電話対応の重要性は全社で認識しており、従来より電話対応研修や電話対応コンクールへの参加を通じ、スキルアップに努めていました。しかし、以前はお客さまから『対応はきれいだけど、事務的に感じる』というご指摘をいただくことがありました。その頃、対応者は、イレギュラーなことを問われると不安を感じ、すぐに上司に電話を代わってもらったり、お客さまに十分な説明ができず、スムーズな言葉のキャッチ

ボールができていないことがあり、『お客さまとの会話ができていない』という課題にたどり着きました。『用件だけうかがい、電話を終えよう』という意識がお客さまには『事務的』になって伝わっていたのだと思います」(中田氏)

Q そうした課題をどのように解決していったのでしょうか。

A 「お客さまとのスムーズな会話を続けるためには、しっかりとした商品知識が必要だと考えました。そこで製造現場の見学などを通じ、自分たちの製品がどのように作られているのかをお客さまに説明できる知識を深めました。そして、FAQ(よくある質問)やスクリプトの整備も進め、誰もがお客さまの質問にすぐに答えられる基盤作りを行いました。またテレビ番組にも気を配り、梅干しに関わる内容が取り上げられた場合は、すぐに品質保証室、研究室にも事実関係を確認し、お客さまのお問い合わせに即応できる体制を整えました。それから、お客さまに際する際に、受注するだけでなく、お客さまの心に寄り添うこと、耳を傾けること、お客さまとの会話を大切にすることを話し合うようにしました。また、お客さまとお話する際、顔は見えなくても笑顔でお話しをすることで、感謝の気持ちをお届けすることも大切にしています」(中田氏)

「こうした知識の深掘りと情報や意識の共有により個々のスタッフの会話のスキルが上がり、お客さまからお叱りをいただくことも少なくなりました。そしてクレームも含めほぼすべてのお電話を一次対応で解決できるようになりました」(小林氏)

電話対応コンクール参加でスキルを高め、お客さまに選ばれる会社へ

Q 先ほどもお話にあった電話対応コンクールへの取り組みはいかがでしたか。

A 「現在、通販の部署から2~3名、さらに電話を大切にするという会社の方針により、それ以外の部署からも毎年参加しています。特に通販の部署については、少なくとも地区大会を勝ち抜き、県大会に進むことを目標としています」(中田氏)

Q 電話対応コンクールへの参加で、どのような効果が生まれていますか。

A 「過去に出場経験がある者がリーダーとなり、仕事の空き時間に練習しています。練習をこなし、大会に出場する頃にはしっかりとしたチームワークが生ま

販売部 次長
小林 恵美子氏



れます。大会出場後はスキルの向上や自信を持った電話対応など、しっかりとした成長を感じとれます」(小林氏)



オフィスの様子



店舗の様子

Q 今後の目標、展望についてお聞かせください。

A 「梅干しは、ここ田辺市・みなべ町周辺だけでも200社以上、全国ではさらに多くの会社を取り扱っています。お客さまのご満足なしには、弊社を選んでいただくことはできません。電話の対応でご満足いただき、美味しさでもう一度感動していただく。そうしたサイクルで『中田食品に注文してよかった』という声により広がっていく未来を目指すとともに、お客さまの声に耳を傾け、選ばれる製品作りに反映していきたいと思っています」(中田氏)

※ ロイヤルカスタマー：ある商品やサービスに「忠誠心」を持ち、継続購入で企業に利益をもたらす、競合他社を選択しない優良な顧客のこと。

日本の味・心の味
中田食品株式会社

会社概要

会社名：中田食品株式会社
設立：1897年(明治30年)
本社所在地：和歌山県田辺市下三栖1475-130
代表取締役社長：中田 吉昭
資本金：9000万円
事業内容：梅干し・梅酒・梅加工食品の製造・販売
URL：http://www.nakatafoods.co.jp/



「話の出だしでつかむ」

講演やスピーチ、プレゼンテーションなどを聴く機会がよくあります。その度に、話力の違いを痛切に感じます。冒頭から聴き手をぐいぐいつかんでくる人もいれば、何を話しているのかさっぱり分からない人もいます。その差を生む要素はいろいろあるでしょうが、一つ言えることは、名スピーカーは出だしの数秒で勝負していることです。今回は話の出だしにスポットを当てて考えます。



日本人のスピーチは出だしが致命的に良くない

辛辣にこうおっしゃるのは日本語の権威、金田一 秀穂さんです。「講演やセールストーク、時に雑談でも、人に何かを伝える時には『最初にどんな話をするか』がとても大事だ。誰も自分が好意を寄せる相手や、興味のある内容でなければ、なかなか『意欲的に話を聞いてやろう』とまでは思ってくれない。最初のちょっとした雑談で、相手の心をつかむ術を知っていると大きな強みになる」この「つかみ」が上手いなと感心するのが小泉 進次郎議員だと、金田一さんはその著書「日本語のへそ」に書いています。



まず聴き手との間に橋を架ける

今の日本で「名スピーカーと言われるのは誰だ」と訊かれて、皆さんは特定の名前が挙げられますか。父の後を継いで政界入りをした小泉 進次郎氏は各地の選挙応援に引っ張りだこでした。湯の町大分県湯布院でのことです。集まった聴衆を前に、進次郎氏はいきなり「湯布院とかけて何と解く」と問いかけました。「湯布院とかけて自民党と解く」「そのココロは?」「どちらも先が見えない」。深い霧で有名な湯布院と、当時民主党に押されて混迷の中にあつた自民党とをかけたその一言で、聴衆の心をつかんだのです。このように、話し手と聴き手との間にまず橋を架ける、この手法を「ブリッジング効果」と言います。



最初に抱いた印象は持続する

この連載の第18回で書いた「初頭効果」という言葉をご記憶でしょうか。私たちの脳の記憶には、最初に抱いた印象が残りやすく、その記憶が後々まで影響を与える、というのです。ポーランドの心理学者ソロモン・アッシュによれば、それは最初の7秒の印象だということです。でも私は、声だけの電話ではもっと短く、「お電話ありがとうございます。〇〇でございます」という最初の3秒が大事だと思っています。

アッシュはこのことを一つの実験で証明しています。特定のSさんの性格を6つの形容詞によって紹介するのに、2グループに分けました。

Aグループ、「Sさんは知的で、勤勉で、衝動的で、批判的で、頑固で、嫉妬深い人です」

Bグループ、「Sさんは嫉妬深く、頑固で、批判的で、衝動的で、勤勉で、知的な人です」

皆さんがSさんに好感を持ったのは、もちろんAグループの紹介だと思えます。

6つの形容詞は同じなのですが、紹介した順が違います。「知的」で始まるか、「嫉妬深い」で始まるかです。この最初に紹介したほうの形容詞が、全体を支配した印象になったのです。



出だしの言葉には鮮度が大事

スピーチやプレゼンの出だしが良くないということは、それがパターン化した工夫のない言葉で始まるからでしょう。その日、その

時、その場に合った鮮度の良い言葉をよく考えてください。例えば、「今日この会場にうかがって驚いたことがあります」「ご案内をいただいた日から、これだけはお話ししようと決めていることがあります」「けさ、テレビを見ていましたら、感動的なパラリンピックの選手をレポートしていて涙が止まりませんでした」

いきなりこうした言葉で始めるのです。導入での、定型文ではないこうした話は、「それでどうなったの」「もっと詳しく聞きたい!」と、先への好奇心を掻き立ててくれます。

一昨日、近くの図書館で借りてきた1冊の本に魅了されて、午前3時までかかって読み終わりました。ブルース・バートンという人が書いた「イエスの広告術」という本です。

その本には、イエス・キリストが何をどう話して、人々の心をつかんだかが書かれていました。

「イエスは前置きをしなかった。最初の文章で相手の関心を引き起こし、続く文章で本筋に入り、すぐに結論へもっていった……」



岡部 達昭氏

日本電信電話ユーザ協会電話対応技能検定 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! もしまし検定の答え: (1)

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!

「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5回申込み受付中!

夏季休暇中は、システム管理者が不在になるケースが多くなると考えられます。この間にトラブルが発生した場合、対処が遅れてしまい、自社のコンピューター環境に大きな被害が及んだりします。中でも、特定の組織や個人を狙ってメールを送信し、そのメールのURLや添付ファイルを開くとウイルスに感染させたりする、「標的型攻撃メール」には注意が必要です。

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の実態確認やセキュリティ意識の向上にお役立ていただけます。

ご希望の方は、ユーザ協会ホームページの「標的型攻撃メール予防訓練サービス」よりお申込みください。

〈今後の申込み受付予定〉

	第5回	第6回	第7回	第8回	第9回
受付期間	2019年7月26日～ 2019年8月25日	2019年8月26日～ 2019年9月25日	2019年9月26日～ 2019年10月25日	2019年10月26日～ 2019年11月25日	2019年11月26日～ 2019年12月25日

日経 DVD『コミュニケーションの基本シリーズ』(全3巻) 発売中! 仕事を身につけるうえで必要なコミュニケーションと、状況に応じたビジネスツールの使い方、心づかいを分かりやすく学べる映像コンテンツです!!



最近の新入社員は、優秀である一方で、以下のような問題も抱えています。

- 電話を怖がる
- メール、FAXなどの「ビジネスツール」の使い方、使い分けができない
- ちょっとした「心づかい」ができない

これら指導の難しい問題を、動画で分かりやすく使えるコンテンツが、日経 DVD『コミュニケーションの基本シリーズ』(全3巻)です。付録の「理解度テスト」(第1巻、第2巻)、「ディスカッションガイド」(第3巻)をご活用いただくことで、研修効果が高まります。

購入は下記協会ホームページよりお申し込みください。

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

DVD 収録内容 (Chapter)

- 第1巻 若手社員のためのビジネス電話応対
- 第2巻 若手社員のためのビジネスツールの使い分けと使い方
- 第3巻 若手社員のためのマナーが生まれる心遣い

セット価格: 150,000円(税抜) 各巻価格: 50,000円(税抜)

※会員の皆さまは上記価格より20%割引

- 収録時間: 第1巻 約21分
- 第2巻 約23分
- 第3巻 約21分

監修: 公益財団法人 日本電信電話ユーザ協会

発売元: 日本経済新聞出版社

「ゆ〜協メルマガ」

毎月2回発行のメールマガジン

ICT・ビジネス、電話応対教育に関する情報、話題、各種催し
物のご案内をタイムリーにお届けするメールマガジン

ご登録は、ホームページの【メルマガ登録】ボタンから

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

編集後記

新元号「令和」になって最初のお盆を迎えます。お盆は古来より、奉公人が主人に休暇をもらって里帰りする「敷入り」の日でもありました。お盆になると奉公人は主人から着物やおこづかいをもらい、実家で親子水入らずの時間を楽しんだそうです。故郷で夏季休暇を過ごされる方も、お盆には先祖を敬い、家族水入らずの楽しい時間をお過ごしください。(Y.K)