

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II9F
0120-20-6660
TEL 03-5820-2071 FAX 03-5820-2072

テレコム・フォーラム 2019 10

令和元年10月11日（毎月1日発行）第38巻10号（通巻435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 2019

■ ICT活用推進

- ・オンラインに設けた“出会いの場”で、ビジネスチャンスを生み出す(大阪商工会議所 経営情報センター)
- ・RPAとともに企業の働き方改革を支えるプロセスマイニングとは何か？(エヌ・ティ・ティ・スマートコネク株式会社)
- ・RPAと一緒に語られる、AI-OCRとは？

■ 電話対応教育(CS向上)

- ・ビジネスメールの「送信者名(差出人)」の役割とは
- ・最高のサービスを届けられる組織へ
- ・電話対応コンクールに向けた独自の練習方法でお客様に合わせた実践的対応力も習得(大同生命保険株式会社 熊本コールセンター)
- ・数多くの保険商品を一手に取り扱うメリットを通じ、お客様の生活に安心を提供(ほけんの窓口グループ株式会社 カスタマーセンター)
- ・「私は～と思います」

公益財団法人 **日本電信電話ユーザ協会**

オンラインに設けた “出会いの場”で、 ビジネスチャンスを プロデュース

大阪商工会議所 経営情報センター

予算や人的リソースがハードルとなり、新規取引先の開拓ができない中小企業は少なくありません。大阪商工会議所は、このような中小企業が「売り手」「買い手」になり、ネット上で商談可能な「ザ・商談モール」を開設し、取引活性化を支援しています。



【導入の狙い】費用のかかる見本市への出店や販促活動を行わず、インターネットの活用により、「買い手」と「売り手」をマッチングさせる。
【導入の効果】業種や地域を越えたマッチングを実現。また「モノ」と「ネットワーク」の結合で、中小企業の事業拡大に貢献。



大阪商工会議所
経営情報センター
部長
松井 伊代子氏

全国約26万社から「買い手」と「売り手」を 結びつけるオンラインの無料サービス

全国をカバーする支店網がなく、また販促にかかる予算も限りのある中小企業にとって、地域や業種を越えた新規取引先を見つけることは、容易ではありません。

「そうした中小企業の皆さまを支援するため、2000年に通商産業省（現・経済産業省）の補助金により構築された仕組みが『ザ・ビジネスモール』です。全国各地の商工会議所、商工会に加盟する企業はこのモールに情報登録が可能で、登録された情報や取り扱い商材は、どなたでも検索できます。また登録と同時に簡易的なウェブサイトも設定され、そこから自社のオフィシャルサイトへのリンクも可能です。現在、全国約26万の事業所にご登録いただいております」(松井氏)

この「ザ・ビジネスモール」の機能をさらに強化する仕組みも用意されています。それが「ザ・商談モール」です。「『ザ・商談モール』は、自社が求める具体的な製品やサービスについての投稿に、興味を持った企業が『売り手』としてコンタクトできる、オンライン上の無料サービスです。通常、こうした買い手と売り手を結ぶ大規模なイベントは『見本市』ですが、出展には費用もかかりますし、

売り手と買い手がうまく巡り会えるとは限りません。しかし、『ザ・商談モール』は自社の製品やサービスに合致する見込み客に、ネットを通じ、地域や業種の垣根を問わずアプローチすることが可能です」(松井氏)

海外の取引先からの「日本製品の引き合い」を オンラインで検索

建築資材の輸入販売を手がける株式会社グローバル・コンストラクションは、「ザ・商談モール」に「買い手」として参加しています。

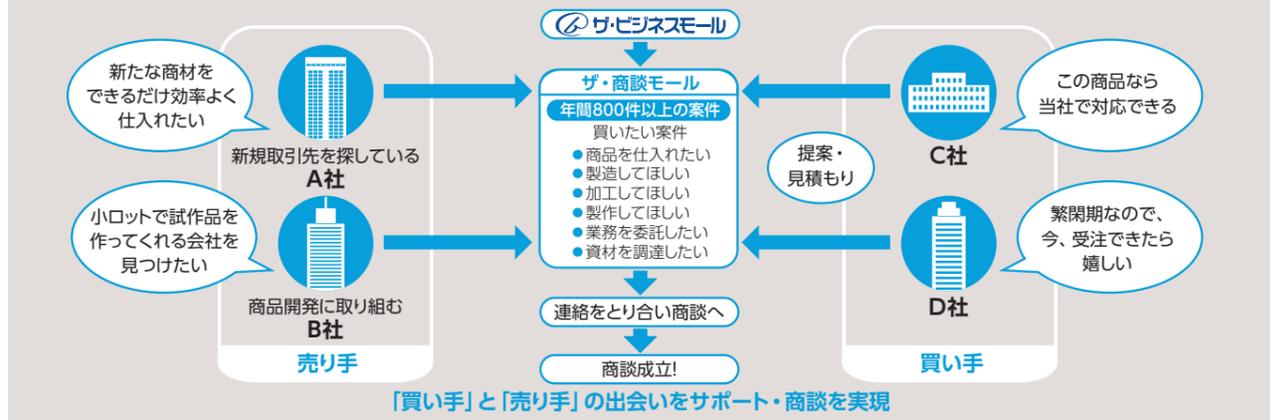
「弊社は、海外から石材などを買い付け、日本の建築資材業者やデベロッパーなどに販売する会社で、アジアを中心とした世界各国に得意先のネットワークを有しています。実は海外の得意先から『日本の優れた製品を仕入れたい』という問い合わせが多く、そうした期待に応えるため、国内のメーカーや商社に取引をお願いすることもしばしばです。しかし、具体的な商談になると『実績のないところとは取引できない』『ご希望の数量は難しい』と言われるなど、多くの場合、なかなか前に進めない状況でした」(郡氏)

しかし「ザ・商談モール」を活用することで、こうした状況が解決したと、郡氏は語ります。



株式会社グローバル・
コンストラクション
代表取締役
郡 文治氏

【図：「ザ・ビジネスモール」内「ザ・商談モール」の仕組み】



「インターネット環境さえあれば、仕事の合間に、また昼夜問わず利用が可能で、時間を有効に使えます。またオンラインでやりとりできるので、商談はスピーディになり、取引の可・不可が面談まで分からないといったことがなくなりました」(郡氏)

モールの掲示板機能により、 商談を気軽にスタート

一方、「売り手」として「ザ・商談モール」を利用しているのが、株式会社ウエダ美粧堂です。

「私たちは化粧用の筆という、非常にニッチな分野で事業を展開しています。国内の業界は非常に狭く、かつ各事業者はそれぞれ特定の化粧品メーカーとしっかり連携しているため、ある会社が取引先の変更を考えているといったニュースはその日のうちに業界全体に広がるほどです。このような事情により、業界内での新規販路の開拓には限りがあることから、『ザ・商談モール』で、業界外、さらには海外へのネットワークを持つ取引先を探し、事業の拡大を目指しているところ」(ローゼン氏)

またローゼン氏は、「ザ・商談モール」が備える機能が、スムーズな商談に役立っていると評価しています。

「モールの掲示板機能では、売り手の方はメールアドレスなどの記入が必須ではないため、気軽にご質問いただけます。また、見込み客と商談を進める上では『きちんと連絡がつくか』『会社が存在しているか』に注意を払う必要がありますが、このモールに参加しているのは商工会議所や商工会の会員に限られていることが、一番の安心感につながっています」(ローゼン氏)

今後はモールの機能をさらに強化。 大阪・関西万博に向けた商機も視野に

そして両社とも「ザ・商談モール」でのさらなるビジネスの拡大に期待を寄せています。

「私は、できることなら取引先とは“気の合う仲間”という感覚で、ビジネスを進めていきたいと思っています。さ



株式会社ウエダ美粧堂
国際営業部
部長
ローゼン アダム氏

まざまな企業が参加する『ザ・商談モール』は、そうした“仲間”を見つける絶好の場になると思っています」(郡氏)

「弊社の持つ製品と郡氏の持つネットワークが結びついたビジネスは、これまでの業界内での取引の枠を大きく越えた展開を見込んでいます。今後発展するであろうアジア市場への切り口として、ともに協力していきたいと思っています」(ローゼン氏)

大阪商工会議所は、この「ザ・商談モール」を含めた「ザ・ビジネスモール」のさらなる機能強化も予定しています。

『ザ・ビジネスモール』の個別企業サイトは現在動画にも対応していますが、郡氏、ローゼン氏のような実際に使っている方の声を参考にしつつ、これからもより使いやすく、取引を支援できるような機能を盛り込んでいく予定です。また2025年の大阪・関西万博は、中小企業にも大きな経済効果につながるかと期待されています。万博に向けたビジネスチャンスもこのモールに取り込み、中小企業のさらなる事業拡大と発展を支援していきたいと思っています」(松井氏)



ザ・ビジネスモール
商工会議所・商工会が運営するビジネス情報サイト。企業情報データベース検索、ビジネスマッチング、販路開拓、取引拡大、商談機会を提供する「ザ・商談モール」、店舗向けホームページの作成「BMテンポ」などのサービスを提供(https://www.b-mall.ne.jp/)。

RPAとともに 企業の働き方改革を支える プロセスマイニングとは何か？

エヌ・ティ・ティ・スマートコネクト株式会社

2018年頃からプロセスマイニング (Process Mining) という言葉を耳にするようになってきました。日本では「働き方改革」の一環として、労働人口減少による人手不足の解消と生産性向上に寄与する手法としてRPA同様に注目され始めています。その特徴や今後の展望について、日本語プロセスマイニングツール開発の先駆者であるエヌ・ティ・ティ・スマートコネクト株式会社にお話を聞きしました。



デジタルビジネス推進室
課長
柏尾 明希人氏

日本では「働き方改革」の一環として RPAと並行して注目されてきた

— 最初に、プロセスマイニングの歴史的背景についてお聞かせください。

柏尾 欧米では、2000年初頭から業務の効率化を目的に、プロセスマイニング手法が開発され始めました。一人ひとりが行っている作業を集合体として可視化し、無駄を省くというのが主な役割で、BPR^{*1}やERP^{*2}などと同様に、業務効率化の手段として広く普及するようになったのです。日本では、2017年頃から「働き方改革」の一環としてRPA^{*3}を推進する企業が増え、それと並行してプロセスマイニングが注目され始めました。RPAを実装するには、業務をシナリオ化しなければならず、シナリオ化を効果的に行う手段としてプロセスマイニングを導入する企業が増えてきたのです。

— プロセスマイニングとは、具体的にどのような技術なのでしょう。

柏尾 プロセスマイニングは、複数のパソコンや業務システム、サーバーなどからログ^{*4}を取り出し、抽出したログデータを解析して、フローなどの形で可視化する仕組みです。業務の責任者や担当者にインタビューしてプロセスを描くのと違い、ログデータという事実から業務プロセスを可視化することが特徴です。一口にログデータと言っても、同じ人が月に何百回、何千回と同じプロセスを行っている場合は効率化しやすいですね。一方

で、複数の人が同じような業務を行っている場合、人によって生産性が異なるので、まずはログデータを統合した上で、生産性を考慮して最適なフローを導き出す必要があります。事務職の方は、パソコン上で一人あたり月に10万~100万レコードにも及ぶ作業をしていますが、それらのログデータから課題となるような業務の繰り返しを抽出し、可視化することがプロセスマイニングのコアな技術と言えるでしょう。広義には、可視化した結果から、最適なプロセスになるように業務を統合したり、自動化しながら業務改善を続ける取り組みそのものもプロセスマイニングと言われています。

— プロセスマイニングは、日本の企業でどの程度浸透してきていますか。

岡村 日本では、プロセスマイニングはRPAや「働き方改革」と同じ文脈で語られることが多いのですが、2017年秋頃のユーザー企業の意識は「RPAツールを導入すれば働き方改革が進むだろう」という感じで、どのツールを選定するかが主な課題となっていました。ただ、当然のことながらツールを導入しただけでは「働き方改革」は実現しないため、最近の課題は「RPAやプロセスマイニングツールを導入して、どの業務課題をどの程度まで解決するか」という、導入前の課題整理や導入後の効果測定に意識が広がってきていると感じます。プロセスマイニングは、ここ数年で広く普及してきたと言えるのではないのでしょうか。

大企業と中小企業ではプロセスマイニング ツールに求める機能は異なる

— 現行のプロセスマイニングツールの特徴と今後の展望を教えてください。

柏尾 一般的に、大手企業は業務課題が明確で、ERPやCRM^{*5}などの業務システムに連携するログデータから業務プロセスを導き出し、効率化を推進することが求められます。一方で、中小企業では、業務課題を明らかにすることからスタートすることが多いので、パソコン上のすべての操作ログといった雑多で膨大なデータを解析

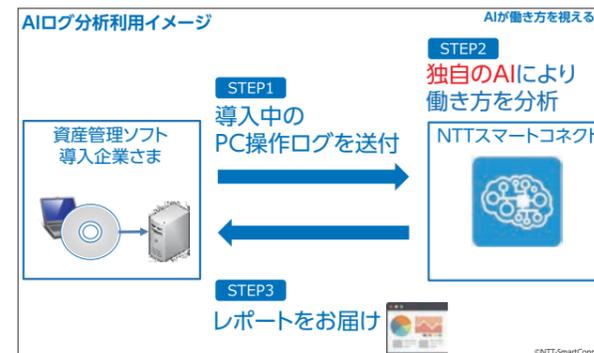


図1：プロセスマイニングツール AIログ分析利用イメージ



図2：プロセスマイニングツールレポート画面

し、ビジネス課題として導き出すことが求められるのです。パソコン上の操作ログを解析する場合、事前に課題となりそうなことを一つ一つ設定することは現実的ではありません。数百台~数千台のサーバーが稼働することになりますが、AI(人工知能)を活用して、類似度の高い業務を自動的に検知し、業務課題として導き出せるツールならば導入効果が高いのではないのでしょうか(図1参照)。

岡村 また、レポートの見やすさも重要です(図2参照)。プロセスマイニングツールは欧米発のものが多く、UI^{*6}も比較的良いのですが、設定するのが煩雑であったり、結果が読みづらいものが多いのが現状です。今後は、導出した業務課題をAIが「ここが課題です」と分かりやすくコメントしたり、スマートフォン画面でレポートを見て結果をすぐに読み取れるものが選ばれると思います。また、自社のログデータだけでは課題かどうかを判断できないようなことも、他社平均と比べて、多い・少ないが分かれば、業務課題の優先順位を一目瞭然で見極められるようになります。

業務課題の「見える化」に特化した ツールを開発したい

— 御社がプロセスマイニングサービスに取り組まれた経緯をお聞かせください。



デジタルビジネス推進室
岡村 翔子氏

柏尾 弊社も他社と同様に、「働き方改革」に資するサービスを開発しようと、2017年秋にプロジェクトがスタートしました。開発にあたっては60社、延べ300回以上のヒアリングをしたところ、「世の中に働き方改革のツールは数多くあるけれど、自社にとって何が最適なのか分からない」という課題を持つ企業が多いことに気づきました。また、その前段として、「自社や自部署にとって何が課題なのかすら明確に分からない」という声が多かったのです。そこから業務課題を導き出すことに特化したツールの開発に取り組み、現在はNTT西日本の「おまかせAI働き方みえ〜る」として商品化されています。

— 今後の目標についてお聞かせください。

柏尾 中小企業には専門のIT部門がなく、経営者や管理部門の方がITマネージャーを兼務されていることが多いのですが、その方々の手を煩わせずに、最新のデジタルテクノロジーを使って、まるで人間ドックのように課題を「見える化」し、業務改善や業務効率化に役立つツールになることが理想ですね。そのためにはまず、サービス提供者側ができるだけ多くの企業のログデータを解析し、効果の高い業務課題を導き出すことが求められます。単なる業務改善ツールにとどまらず、デジタルデータを幅広く活用できるようになることで、企業や人の働き方や暮らしを豊かにできると考えています。

*1 BPR: Business Process Re-engineering (ビジネス・プロセス・リエンジニアリング)の略で、業務の目的に向かって既存の組織や制度を見直し、職務、業務フロー、管理機構、情報システムなどを構築しなおすこと。
*2 ERP: Enterprise Resource Planning (エンタープライズ・リソース・プランニング)の略で、会計、人事、生産、購買、物流、販売などの基幹情報や経営資源を、統合的かつリアルタイムに処理する基幹業務システムを構築し、効率的な経営を図る経営手法のこと。
*3 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、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。
*4 ログ: パソコンの利用状況やデータ通信などの履歴や記録を取ること。
*5 CRM: Customer Relationship Managementの略で、顧客の情報を収集・分析し、自社の商品やサービスの競争力を高める経営手法のこと。
*6 UI: User Interface(ユーザーインターフェイス)の略で、ユーザーとサービスの接点のこと。



●会社概要
会社名: エヌ・ティ・ティ・スマートコネクト株式会社
設立: 2000年(平成12年)3月1日
本社所在地: 大阪府北区大深町3番1号グランフロント大阪タワーC13階
代表取締役社長: 白波瀬 章
資本金: 1億円
事業内容: ハウジング事業、クラウド事業、ストーリーミング事業
URL: https://www.nttsmc.com/

AI-OCRがもたらすオフィス業務改革(第1回)

RPAと一緒に語られる、AI-OCRとは？

現在、「業務の効率化」「働き方改革」を、ICTにより解決する手段として「RPA」とともに注目されているのが、「AI-OCR」です。今回から始まる新連載は、このAI-OCRがもたらす業務改革について解説していきたいと思ひます。

1. RPAとのシナジーを生む「OCR」

前回までの連載コラム「RPA(ソフトウェア型ロボット)によるオフィス業務改革」を読んでもお分かりのように、生産年齢人口が減少する中で「いかに業務を効率化していくか?」「働き方改革をどの業務で実現していくのか?」が、各企業にとって、ここ数年における非常に大きな取り組み事項となっています。そのような環境の下、RPAとセットで語られることが多くなってきたのが「OCR(Optical Character Recognition = 光学文字認識)」です。

注文書、申込書、請求書、アンケート、変更届、日報、報告書などなど、種類を挙げればきりがありませんが、業種業態を問わず、さまざまな部署で書類を見ながらの入力業務は必ず存在しています。一方で、商慣習や文化、紙特有の使い勝手の良さから、業務で利用する紙をゼロにすることは難しいと思われていることも事実です。RPAを導入して直面するハードルがまさにここにあります。

「当初の目的は自動化できたが、業務フローの初めに発生する入力作業はなくなるしない」

「そもそも入力業務の工数ボリュームが大きい」

これらの課題を解決するのがOCRです。OCRは、RPAだけでは自動化の対象にできなかった領域=紙というアナログデータを、デジタルデータに変換するソリューションとして注目を集めています。

本連載では、「OCRやAI-OCRとはそもそも何か?」からスタートし、導入障壁や効果、さらには今後どのように発展していくのかをご紹介します。

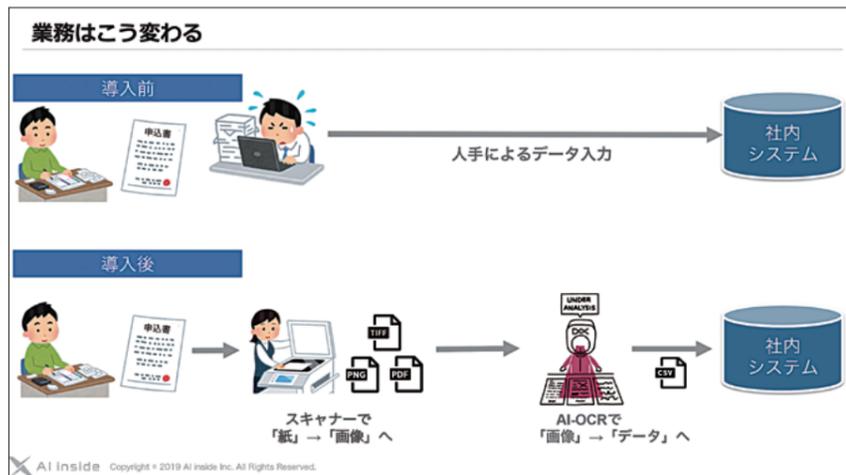


図1) AI-OCRによる業務変革

OCRの過去から未来をお伝えしていきたいと考えています。

2. OCRとはそもそも何か？

OCRとは、書類などに書かれた手書きや印字文字を、コンピューター上に表示可能なテキストデータに変換する装置です。これにより、従来は人の手で行われていたデータ入力業務をOCRが代替し、業務の省力化を実現することが可能となります(図1参照)。

昨今、注目度が増してきているOCRですが、歴史を振り返ると、世界的には1900年前後から文字認識技術の開発が始まり、1950年頃にはすでに製品化されています。日本で最初に製品化されたのは1960年代。当時の郵政省が集配業務の効率化を実現するため、郵便事業自動化の一環として郵便番号の読み取りのために活用したのが最初だと言われています。

それから50年以上の歴史の中で、OCRはどのような進化を遂げてきたのでしょうか。

3. OCRからAI-OCRへ

弊社によるOCRに関する調査結果(図2参照)では、

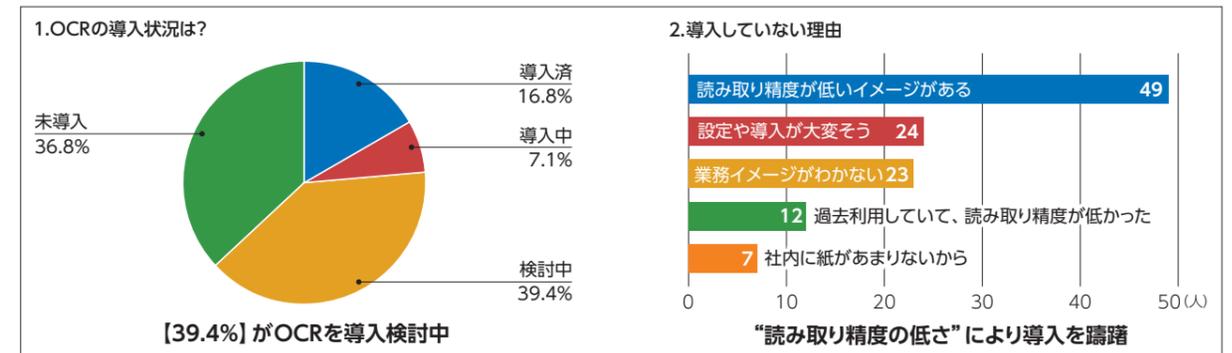


図2) OCRに関する調査結果

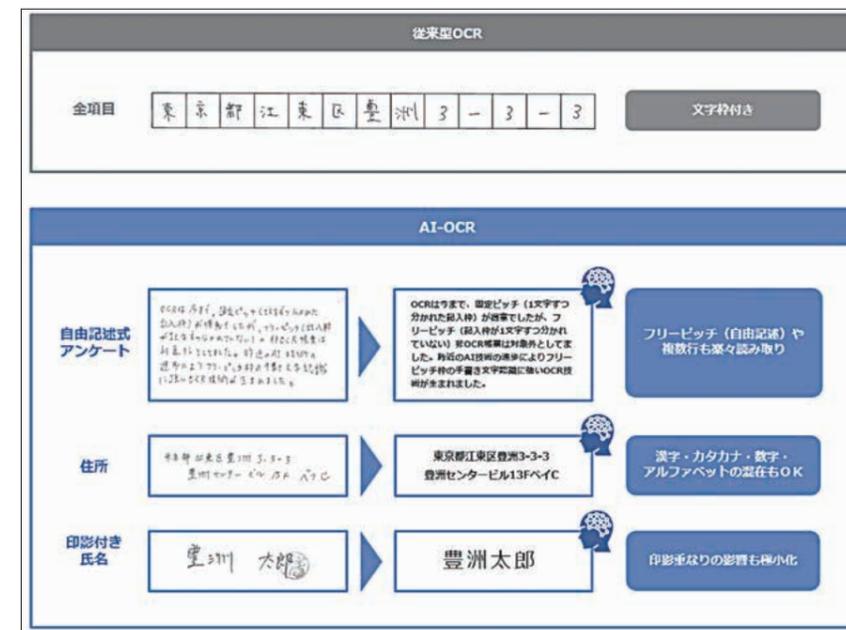


図3) 従来型OCRとAI-OCRとの比較

「読み取り精度が低い」という声が多く、この声こそが進化を語る上でのポイントだと考えます。「読み取り精度が低い」というイメージは従来型OCRによるものが大きく、AIを用いたOCRがこの現状を変えています。ではOCRにおける「AI」とは何でしょうか。

従来型OCRは、あらかじめ定義されたデータベースに基づいた読み取りを行う仕組みであり、データベースにない未知の文字を読むことは難しい、という制約がありました。

具体的には、対応フォントは印字が主であり、かつゴシック、明朝、メイリオといった指定フォントに限られる、文字サイズや解像度に制限がある、といったものが挙げられます。

また、手書きについても、一文字ずつ分割して読み取りを行う性質上、一文字ずつ決められた枠の中に、

ある程度決められた形の文字を記入する必要があります。従って、枠がないもの(=枠の中に何文字入ってくるか分からない未知のもの)を読み取ることは困難でした。これが読み取り精度の低さを印象づけている所以だと考えています。

これに対し、AI-OCRは、「データベースとのマッチング」ではなく、「深層学習による推論(=教育されたAIが判断すること)」により、未知のフォントの読み取りが可能となったことでブレイクスルーを起しました。

AI-OCRは、アンケートに利用されるような1枠1文字という制約が難しいフリーピッチの文章や、あらゆる癖の手書き文字も読み取り可能となりました(図3参照)。そして現在、AI-OCRは次のステージを迎えていると考えていますが、これについては、連載の後半でお伝えできればと思います。今回は、OCRの歴史の中で、AIを用いたブレイクスルーの側面からAI-OCRについてお伝えしました。

次回は、RPA市場やAI-OCR市場を深掘りし、「AI-OCRブーム」の背景に迫ります。



梅田 祥太郎氏
AI inside 株式会社
執行役員 CRO
事業開発本部長
URL : <https://inside.ai/dx-suite/>



ビジネスメールの「送信者名(差出人)」の役割とは

見落としや削除を防ぐ

メールを開封する時に必ず見ているもの。それが「件名」と「送信者名」です。

「信頼できるメールだ」「自分に関係のある人からのメールだ」「優先順位を上げるべきメールだ」と思ってもらえるかどうかは、この二つで決まります。メールの送り主が何者であるかを示す送信者名は、重要な役割を担っているのです。

メールのやりとりが日本語のみであれば、送信者名は日本語で設定します。カッコイイからという理由で「Taro Yamada」のように英語で設定するのは避けましょう。英語が苦手な相手が無意識に読み飛ばしているとしたら、開封するための手がかりが件名のみになってしまいます。

海外とのやり取りがない場合、多くの方が日本語で送信者名を設定しています。その中に紛れている英語の送信者名で届く迷惑メール。このような経験をしていると、英語の送信者名だと自分には関係のないメールだと思って見落とししたり、海外からの迷惑メールと間違えて削除したりする可能性があります。

メールは開封されなければ始まらないので、最初でつまづくことのないよう、送信者名を設定しましょう。

送信者名には名前と組織名を設定

送信者名に設定する情報は、メールアドレスの持ち主の名前や所属する組織名です。個人のメールアドレスであれば、名前はフル

| 差出人 | 件名 | 受信日時 | サイズ |
|---------------------------|------------------|---------------------|------|
| yamada_taro@example.or.jp | 山田です | 2019/8/20 (火) 11:56 | 9KB |
| やまー | デザイン変更の最終確認 | 2019/8/20 (火) 11:43 | 64KB |
| 山田太郎 (日本ビジネスメール協会) | ビジネスメール研修候補日のご連絡 | 2019/8/20 (火) 11:37 | 7KB |
| XX software | 総務より緊急のお知らせです | 2019/8/20 (火) 11:09 | 30KB |
| Info | ありがとうございます | 2019/8/20 (火) 10:52 | 21KB |

ネームで、組織に属している場合は組織名まで書くと「どこの誰」であるかを一目で伝えることができます。

〈組織に属している場合〉

- 山田太郎 (日本ビジネスメール協会)
- △ 山田太郎
- × 山田
- × Yamada
- × T.Y
- × やまー

最初に開封するのはどのメール？

上の表のメールボックスの中で、あなたならどのメールから開封しますか。

「山田太郎 (日本ビジネスメール協会)」と表示されれば、日本ビジネスメール協会の山田太郎さんからのメールであることが分かり、個人を特定できるので安心して開封できます。件名は「ビジネスメール研修候補日のご連絡」と書いてあるので件名も具体的です。

「yamada_taro@example.or.jp」ではどこの山田さんかわかりません。メールアドレスをただで個人を特定できる人は少ないでしょう。「やまー」は情報が少なすぎるばかりか、ふざけた相手からのメールだと思われるかもしれず、件名が具体的であっても開封をためらうに違いありません。

開封せずに判断されることも

メールは受け取った相手が必ず開くとは限りません。迷惑メールだと思ったり、営業メールだと思ったり、間違いメールだと思ったり。開封せずに判断することがあります。迷わず削除されることもあるのです。

送り主が分からないメールの開封をためらうのもよくあること。開封するにしても「開封して問題が起きたらどうしよう」と不安を感じれば、そんな思いをさせるメールの送り主と信頼関係を築くのは至難の業。そうならないように、信頼できる相手から届いた自分ごとの連絡として受け取ってもらえるように、送信者名を設定しましょう。メールを見逃した相手が悪いとは言えません。見逃されるようなメールを送っていないかと考えることが大切なのです。

今回は、To、Cc、Bccの使い分け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手！ 伝わるモノの書き方のコツ』(ナツメ社) など3冊。



最高のサービスを届けられる組織へ

株式会社コンシェルジュ

生協のコールセンター

私たちは毎週約22万人の組合員に商品をお届けしている、大阪いずみ市民生活協同組合のコールセンターを運営しています。このコールセンターは14年前に開設し、私はオープニングスタッフとして雇用され、一緒に働くコミュニケーション者たちと毎日約2千件ものお電話に対応しています。中には苦情のお電話をいただくこともありますが、常に懇切丁寧に應對し、CS向上を図るために奮闘する日々を送っています。

期待に応えるということ

私がコールセンターに勤務して5年が経ち、管理者になった頃、あるお客さまから「予約注文したうなぎが届かないのですが…」というお電話をいただきました。應對したコミュニケーション者が注文内容を確認したところ、そのお客さまの予約はありませんでした。「ご予約いただいていないようですね」「あ…そう…じゃあ…いいです」その電話はそれで切れたのですが、後ほどそのお客さまの息子さんから大変お怒りのお電話をいただきました。「年寄りが予約していると思って電話したのに、そんな冷たい言い方しなくてもいいじゃないか!」お話をおうかがいすると、息子さんのお母さまは、土用の丑の日

に家族にうなぎを食べさせるため、毎年生協で注文しているとのことでした。今年も準備できていると思っていたにも関わらず商品が届かず、不安で電話をしたところ、あっさり注文できていないと言われたことで、とても落ち込んでいたということでした。

生活の一番近くの事業者だからこそ

「生協だから信頼していた、生協だからもっと優しい対応をしてくれると思っていた」

そんな息子さんのお言葉を聞き、配慮ある言葉がけやお客さまに寄り添った対応ができていなかったこと、應對教育が不足していたことを謝罪しましたが、許していただけませんでした。

生協として求められている姿は何か?生活の一番近くの事業者の対応とはどういうことか?私たちの電話應對教育はここから始まりました。「コミュニケーションのプロを育てる」この目標を実現するために、まずは私から

指導者級資格を取得し、弊社は電話應對技能検定(もしもし検定)の実施機関となりました。また、この検定を人事制度に絡めることで、多くの従業員に興味を持ってもらうようにしました。ただ、制度を整えただけでは多くの従業員はチャレンジをしません。そこで、社員に声かけを行い、少しずつ受検者を増やしていきました。「電話應對が広く深く大切な仕事だと初めて気が付きました」「業務だけでなくこの先の自分の財産になる気がします」合格者からそんな声が聞こえ始めると、自然に受検者は増え、受検数に比例して少しでもご満足いただける應對をしたいと話すコミュニケーション者も増えてきました。

現在弊社では、もしもし検定を電話應對のコミュニケーション者だけでなく、お店でお客さま應對をする店舗従業員にまで広げて実施しています。もしもし検定を通じて、「人を想う」ことが出来る人材を育てる。その人材がお客さまに最高のサービスを提供する。そんな組織を目指していきたいと思っています。

植村 知佐子氏

大阪いずみ市民生活協同組合株式会社コンシェルジュ 取締役として在任。コールセンターのパート社員として入社し、事業部長を経て入社13年目で取締役に就任。「技術を盾に」を合言葉に、感覚だけでお客さま應對をするのではなく、技術をつけてお客さま應對をする事の大切さをいろいろな場面で組織全体に広げていくために企業内指導者として、かつ経営者の一員として日々人材教育に奮闘しています。

「今回の講師は、株式会社 Mizkan Partners MIZKAN MUSEUM の吉田 朱里さんです。お許で有名なミツカンのお客さま相談センターで、在籍時に電話應對技能検定指導者級資格を取得され、現在は第5期指導者部会の委員もされています。お客さま應對についてとても熱心な想いがある指導者です。」



植村 知佐子氏



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

男性のスーツやベストのボタンの留め方です。次の中から不適切なものを1つ選びなさい。

1. 2つボタンのスーツの上着は一番上を留めた。
2. 3つボタンのスーツの上着は上の二つを留めた。
3. 3つボタンのスーツの上着は中1つを留めた。
4. ベストのボタンは全部を留めた。

※3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に向けた独自の練習方法で お客さまに合わせた実践的対応力も習得

大同生命保険株式会社 熊本コールセンター



カスタマーサービスセンター長
一ノ瀬龍也氏

二拠点体制でコールセンターを運営する大同生命保険株式会社は、各拠点の長所を伸ばす指導と電話対応コンクールの積極活用で、お客さまにご満足いただくこと及び、代理店さまや支社営業担当の業務遂行をより一層サポートすることを目指しています。

わせにお応えすることが求められています。そのため同じマニュアル、同じシステム、同じ教育プログラムを導入し、対応品質の均質化に努めています」(一ノ瀬氏)
「ただ大阪は熊本より10年早く開設され、その分積み重ねてきた経験からくる頼もしさがあります。また大阪の進取の気風もあってか、新たな商品やサービスを導入する際の関心の高さや、のみ込みの早さで優位に立っているように思えます。一方、熊本のスタッフは真面目で、本質を理解したいという思いや各自の向上心、大阪に追いつき追い越せというモチベーションが強いと思います。そうしたそれぞれの長所を活かしながら、より高い対応品質をご提供できるよう、心がけています」(松本氏)

審査員の言葉が生活のスタイルを変え、そして対応にも変化が

御社は電話対応コンクールへ積極的に参加し、熊本からは3年連続で全国大会に出場されています。

A「私は7年前、電話対応コンクール挑戦2年目に県大会2位になり、全国大会観戦の機会を得ました。そして大会当日、観客席に座った私は『なぜ自分があの舞台にいないのだろう』という、強い思いに駆られました。その思いを実現すべく参加を続け、3年前に熊本県大会で優勝し、全国大会へ進むことができました。そして自分の中では目標を達成し、一区切りがついたと考えていました。ところが審査員の一言で気持ちが変わりました」(宮本氏)



カスタマーサービスセンター
係長
松本 瞳氏

それはどういう言葉だったのですか。

A「その審査員の方はこうおっしゃいました。『毎日あなたがどう思って生活しているのか、それが声になり、言葉になるんだよ。だからこれからの1年、私の言葉を覚えておいて、来年また優勝することが大事なんだ』と。私はハッとしました。それまで、優勝を目指しスクリプトや発声ばかり追いかけていましたが、それだけではいけないと。それからの1年間は、休日にセミナーを受講して知らない人と触れ合ったり、ボランティアに参加したり、他人との関わりを大切に過ごしました。こうした生活の中で、自分の仕事での対応で大切な、声、抑揚、スピード、言葉の選択が変わってくるのが分かりました。翌年、連続優勝した時、自分の成長、つまり他人とどうコミュニケーションするかを考え続けた1年間の成果が、電話対応に表れていると実感できました」(宮本氏)

さまざまな人と模擬対応を繰り返す練習で、実践力を醸成

会社では、電話対応コンクールに向けてどのような取り組みを行っていますか。

A「出場選手が自主的に集まっての練習で、できる限り多くの人とペアを組んで模擬対応を繰り返しています。話す速度や会話の間、返される言葉は人それぞれ異なります。つまり、スポーツ選手がいろいろなプレースタイルの選手と戦い、技を磨くように、さまざまな人と模擬対応することで個人差を学び、相手のリズムに応じた会話を続ける技術を学んでいくのです」(宮本氏)

「ふだんを受電業務でも、心地良いと感じていただく間やリズムは、お客さまごとに異なります。こうした練習で得た技能は、そのまま業務に活かされています」(松本氏)



社内掲示板に貼られた電話対応コンクールの結果と祝福の言葉

電話対応の様子

電話対応コンクール参加、全国大会出場はセンターにどんな効果をもたらしましたか。

A「弊社のコールセンターは、風通しの良い小さな所帯なので、誰がどのような対応をしているのかがすぐに分かります。電話対応コンクールで力をつけた宮本の対応を身近で感じたコミュニケーターがその技術を感じ、学ぼうという雰囲気が作られています」(松本氏)

センターの機能強化に即し対応品質も強化、会社の業績向上に貢献を

今後の目標について教えてください。

A「私の電話対応コンクールにおけるのゴールは、全国大会優勝だと思っています。ある意味、生き方や考え方も示してくれた電話対応コンクールに、今年も全力投球します」(宮本氏)



カスタマーサービスセンター
宮本 真紀氏

「弊社は、同業他社と比較して、コールセンターがお客さまの接点となる割合が高い会社です。来年の社内ルール変更で、コールセンターで承ることのできない手続きがなくなると、この割合は一層高まり、対応品質が会社全体の満足度に与える影響も大きくなります。このため、対応の満足度にこだわり、現在は5割程度のお客さまの『たいへん満足』という評価を7割・8割と高めることが目標です。電話対応コンクールは技能向上の重要な場ですので、入社後3年経った受電者全員が予選突破経験を持つレベルを目指しています。また、宮本のようなハイパーフォーマーが、直接、後進を育成する体制も必要です。高い技能とホスピタリティを持った受電者には、会社の業績を高める力があると信じています。対応品質にこだわり、お客さまのご満足にこだわることで、会社の業績にしっかりと貢献するセンターを確立したいと思っています」(一ノ瀬氏)



会社概要

会社名：大同生命保険株式会社
設立：1947年(昭和22年)
本社所在地：(大阪本社) 大阪府大阪市西区江戸堀1丁目2番1号
(東京本社) 東京都中央区日本橋2丁目7番1号
代表取締役社長：工藤 穂
資本金：1,100億円
事業内容：生命保険業など
URL : <https://www.daido-life.co.jp/>



数多くの保険商品を一手に取り扱うメリットを通じ、お客さまの生活に安心を提供

ほけんの窓口グループ株式会社 カスタマーセンター

全国各地に店舗網を広げる総合保険代理店 ほけんの窓口グループ株式会社は、「何度でも無料のご相談」「多彩な取り扱い商品」「ワンストップのサービス」など同社の魅力をお客さまに伝えるべく、企業電話対応コンテストも活用した対応品質向上に取り組んでいます。



カスタマーセンター
カスタマーサービス課長
松島 稔真氏

お電話くださったお客さまに メリットをご説明し、相談予約へ

Q 御社業務と電話対応との関わりについて教えてください。

A 「弊社カスタマーセンターの役割は大きく分けて二つあります。まず広告やホームページをご覧になり、お電話いただいたお客さまに弊社の業務やご利用いただくメリットをご説明し、最寄りの店舗でのご相談予約を承る事です。もう一つは、先ほど申し上げた、お客さまからのお問い合わせ、さまざまな変更、給付金や保険金請求の受け付けです」(松島氏)

Q 御社の電話対応における課題について教えてください。

A 「いただいたお電話をいかにご相談予約に結びつけるかが、弊社の収益に大きく関わってきます。お客さまの中には弊社を保険業界の総合窓口と思ったり、また何をやっている会社がよく分からないままお電話くださる方もいらっしゃいます。そうしたお客さまにも弊社ご利用のメリットをきちんとご説明し、『相談に行きたい』とっていただくスキルを身につけることがコミュニケーターに求められています」(森氏)

入社後は1ヶ月の研修ごとに 模擬対応による内部検定を実施

Q そうしたスキルを習得するため、どのようなカリキュラムを設けていますか。

A 「新人のコミュニケーターは、経験の有無に関わらず、最初の1ヶ月をかけ、ご相談予約をいただくフ

ローをロールプレイを通じて学びます。その後、担当課長との直接の模擬対応での検定を行い、合格した後、実際のご相談予約の受け付け業務に就きます。2ヶ月目は業務と並行しながら、お客さまからの住所や銀行口座などの変更、給付金や保険金の請求手続きを学ぶ研修を受け、終了後に検定を行います。3ヶ月目は保険に関わる税金や控除証明書、苦情対応など、一層深いスキルを身につけることとなります」(森氏)

「検定においては、正しい案内はもちろん、『笑声(えごえ)』ができていないか』『愛情ある対応ができていないか』を重視します。また、採点には日本電信電話ユーザ協会の電話対応技能検定(もしも検定)や企業電話対応コンテストの基準を活用させていただいております」(松島氏)

企業電話対応コンテスト参加で「自分たちの魅力」「お客さまへのメリット」を全員が探求

Q 企業電話対応コンテストに参加した動機について教えてください。

A 「社内で電話対応品質向上の取り組みを進め、手応えは感じていましたが、『実際に外部のお客さまはどう判断されるのだろうか』と考えたことが参加のきっかけでした。しかし、2015年の初参加では厳しいご評価をいただき、もっと品質を上げる取り組みが必要だと実感しました」(松島氏)

「2年目、3年目は『お客さまへのプラスアルファの情報提供が欠けている』との指摘を受けました。これを受け、『お客さまの求めている情報は何か』『どうすれば弊社の魅力をアピールできるのか』について、センター全体で原点に立ち戻った議論を何度も重ねました。また『お客さまは弊社にどのようなイメージを持ちお電話して下さるのか』『そのイメージに合った受け答えができていないか』についても徹底的に話し合いました。つまり企業電話対応コンテスト参加は、コミュニケーター一人ひとりが『弊社の提供するサービ



第22回企業電話対応
コンテスト優秀賞の盾



カスタマーセンター
森 寛子氏

スとお客さまにご利用いただくメリット』をしっかりと考える機会になったのです。そして、その繰り返しセンター全体の対応品質を底上げし、昨年度の優秀賞受賞に結びついたのでと考えています」(森氏)

より多くの入電を受け付け、「ありがとう」をいただくセンターを目指して

Q 今後の目標について教えてください。

A 「弊社では、対応ログをモニタリングチームがすべてチェックしています。その中でポジティブなご評価をいただいたログをカウントし、『ありがとう率』を判定しています。平均6~7分の対応で“ありがとう”をいただくのは非常に難しいことですが、今期はこのありがとう率を100%に近づけることを目標にしています」(森氏)

「昨今、合理化のため、カスタマーセンターへの問い合わせ件数を削減しようと試みている会社も多いと聞きます。しかし私は、もっともっと電話を集めたい、そして、お客さまと接点を持ちたいと考えています。それが弊社の良さをお客さまにきちんとご理解いただき、業績向上につながると考えるからです。そうした目的のためにも、企業電話対応コンテストをしっかりと活用させていただき、さらに上位を目指したいと思っております」(松島氏)

ほけんの窓口

会社概要

会社名: ほけんの窓口グループ株式会社
設立: 1995年(平成7年)4月
本社所在地: 東京都千代田区丸の内1-8-2鉄鋼ビルディング20F
代表取締役会長兼社長: 窪田 泰彦
資本金: 10億2,450万円
業務内容: 保険代理店(生命保険・損害保険)、保険ショップ「ほけんの窓口」の運営、パートナー店・提携店の運営サポート
URL: <http://www.hokennomadoguchi.com>



「私は~と思います」

テレビに出てくるキャスターやリポーターたちの、「〇〇さんにお話しただこうと思います」「××についてご意見をうかがいたいと思います」「現場にいる△△記者に訊いてみようと思います」という言い方が、以前から気になっていました。「お話しただきます」「ご意見をうかがいます」「訊いてみます」と言い切らないのです。断定した物言いを避けて、すべてをあいまいにする近頃の傾向の一つなのでしょう。



「私は~と思います」の二つの意味

キャスター、リポーターの使う「思います」に疑義を呈するところから入りましたが、この言葉がすべて悪いわけではありません。私が本稿を書く趣旨はむしろ「私は~と思います」を、もっと意識的に使うべきだということにあるのです。

私が参加しているあるサークルで、定期的に小冊子を出しています。メンバーの一人に、Sさんという女性がいます。知識、情報は豊かで頭の回転も速く、気づかいのある素敵な女性です。書く文章も達者です。ところが、前々から、その彼女の文章を読んでいて、何か引っかかるのです。上手い文章なのですが好きになれません。そこから先に入れない冷たさがあるのです。ある時、同じサークルにいるTさんとの会話で、Sさんの作品の話になりました。Tさんは、私の見方に共感しつつこう言ったのです。「Sさんの文章にはアイメッセージがないんですよ」Tさんの一言で、私の長年の引っかかりがスーッと消えました。研ぎ澄まされた知性と教養が随所に感じられ、隙のない名文でした。でも、彼女の文章には、著者のSさんがどこにも存在していないのです。その文章から、素敵なSさんに近づくことはできませんでした。



アイメッセージを届けていますか

アイメッセージ (I message) とは、主語を「私」にして自分の感情、状態、意見などを伝えるコ

ミュニケーション手法の一つです。これによって、相手の意思を尊重しつつ自分の考えを伝えることができ、両者の距離は縮まります。それは、特に文章上の問題ではなく、日常の会話でも、電話対応の世界でも十分にあり得ることです。かつて、一諸に勤務した同僚の中に、このアイメッセージを全く届けてこない男がいました。優秀な男でしたから、彼の中には自信満々の「正解」がびっしりと詰まっていたのでしょう。論議になると、彼はその「正解」を堂々と主張します。相手が上司であろうと先輩であろうとお構いなしに上から目線で、時には諭すように主張します。悪気はないのですが、周囲の響きを買っていたことも事実です。もし彼がアイメッセージを意識して、「私はこう思うのですがどうでしょうか」と伝えることができたなら、彼の評価はかなり変わったと思います。電話対応の中でもお客さまの言い分に対して、「それは違いますよ」と切って捨てるように言う人がいます。この時、「お客さまのお考えは分かります。でも私はこう思うのです」と言うのとでは、その後の展開は大きく違って来るでしょう。



「おっしゃる通りです」という相づち

かつて日本語センターと一緒に仕事をした、Oアナの素晴らしい相づちについては、以前にもご紹介したことがあります。Oアナは人の話を本当によく聴きます。顔を見て、「おっしゃる通りです」と、うなずきながら聴きます。私の話が一段落したところで、彼は自分

の意見を言うのですが、それが決して「おっしゃる通り」ではないのです。全く相容れない意見を言います。でも、不思議と腹は立ちませんでした。彼は「岡部さんの意見はおっしゃる通りだと思うのです。ただ私の意見とは違います」と、私の考えを認めつつ、自分の正解をはっきり言うのです。その結果、お互いを認め合いながら、良い話し合いを進めることができるのです。「人は10人いれば10の正解が、100人いれば100の正解がある。決して言い張ることなく、それぞれの正解を認めなければならない」彼から教えられた大事な教訓でした。自分の考えを述べる時には、「私は〇〇と思います」と、アイメッセージとして伝えるのです。その一言から、伝え手の人格まで見えてきます。

言い切る自信がなくて、無意識に、あいまいに「……と思います」を連発しているケースと、自信を持ち過ぎて、アイメッセージなど不要とするケース。どちらもまずは自分の話し方を振り返ってみてください。気づかなかった話し癖に行き着くかも知れません。



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。

「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14日~16日の3日間にわたり開催



講師・横山 達也先生の講義の様子

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、2019年8月14日から16日の3日間、新規受講者16名と再受講者6名に加え、すでに「指導者級」の資格を有している50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対応の品質管理(電話対応の審査)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(電話対応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、13名が「指導者級資格」に認定されました。

「eラーニングサービス」をご活用ください。

- 皆さまに「スキルアップの機会」をお届けします。
- 自分のペースで学習が進められます。
- 進捗状況を確認できます。

ユーザ協会では、昨年からの会員企業を対象に「eラーニングサービス」を提供しています。「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を通して、“いつでも” “どこでも” 学習することができます。

eラーニングサービスでは、生産性向上を目指してRPAの導入を検討している企業に対し、RPAの「基本的な仕組み」や「成功事例」などを分かりやすく学べるカリキュラムもご用意しております。

また、個人情報及びCSRの重要性が求められる中、企業が取り組むべき「情報セキュリティ」や「職場のハラスメント」についての学習機会も昨年度に引き続きご提供いたします。

ぜひこの機会に、ユーザ協会の会員特典(無料)のeラーニングサービスをご活用ください。

■ご希望の方は、ユーザ協会 HP トップページ上部の「支部サイト」から、ご入会支部をご選択の上「eラーニング」のバナーよりお申込みください。



■スケジュール

| | 第7回 | 第8回 |
|------|--------------|---------------|
| 受付期間 | 9月17日~10月15日 | 10月16日~11月15日 |
| 学習期間 | 11月15日~12月6日 | 12月16日~1月8日 |

■学習カリキュラム

| 分野 | 内容 |
|-------------|---|
| 生産性向上「RPA」 | 基本概念、導入事例 など |
| 情報セキュリティ | 基本概念、オフィスやオフィス外での情報セキュリティ、インターネットに潜む“見えない脅威”への対応 |
| ビジネスマインド | ・職場のルールを守る ・モチベーション ・仕事と責任 ・会社の仕組み(社会的役割・利益など) |
| ビジネススキル | ・ホウ・レン・ソウ(報告・連絡・相談) ・ビジネスコミュニケーションなど |
| マーケティング | ・ニーズとSTP分析 ・4P戦略 ・規模の経済と経験曲線 |
| 職場のハラスメント | 基本概念、パワーハラスメント、セクシャルハラスメント、マタニティハラスメント、モラルハラスメント |
| SNSコンプライアンス | 情報発信のコンプライアンス、インターネットに関するルールとマナー、SNSのメリットとデメリット など |

学習カリキュラムは今後も順次追加していく予定です。

「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、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し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 HP トップページ上部の「支部サイト」から、ご入会支部をご選択の上「標的型攻撃メール予防訓練」のバナーよりお申込みください。

〈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 | 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 | 2019年12月26日~2020年1月26日 | 2020年1月27日~2020年2月25日 |