

# テレコム・フォーラム

テレコム・フォーラム 2019 11

令和元年11月1日(毎月1日発行) 第38巻1号(通巻36号)  
〒101-0031 東京都千代田区東神田2-6-9 アルテル東神田 II 9F 電話03-5820-2071

公益財団法人日本電信電話ユーザ協会

11  
November 2019

## ■ ICT活用推進

- ・電話での話し言葉をリアルタイムでテキスト表示し、聴覚障がい者の“会話”を実現(株式会社NTTドコモ)
- ・派遣社員が能動的にキャリア開発できる仕組みを、200を超えるeラーニングプログラムで実現(株式会社レビックグローバル/アデコ株式会社)
- ・“ペーパーレス化”が進む中で“AI-OCRブーム”を考える

## ■ 電話対応教育(CS向上)

- ・TO、CC、BCCの使い分けについて
- ・「買う身になって」の実現
- ・「Prime Heart」の合言葉のもと、お客さまの「緊急事態」に臨機応変に対応(株式会社プライムアシスタンス 鹿児島センター)
- ・全社一丸となった「社内対応コンテスト」で「求められる電話対応」を追求(日本ATM株式会社)
- ・「自分の言葉で話したい」

# 第58回 電話対応コンクール 全国大会 in 東京

## 第23回企業電話対応コンテスト成績発表会

開催日 = 2019年11月22日(金)

会場 = 中野サンプラザ 東京都中野区中野4-1-1

**もしもし検定** 優勝者には総務大臣賞が授与され、  
優勝者・準優勝者には「電話対応技能検定2級」が  
出場者には「電話対応技能検定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>

■主催/公益財団法人 日本電信電話ユーザ協会  
■後援/総務省、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、公益財団法人企業情報化協会、東日本電信電話株式会社、  
西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

聴く力と  
伝える力で  
信頼アツク

# 電話での話し言葉をリアルタイムでテキスト表示し、聴覚障がい者の“会話”を実現

株式会社NTTドコモ

スマートライフ推進部  
コミュニケーションサービス  
コミュニケーションサービス担当主査  
竹内 匡氏



ICTの発展とスマートフォンの普及は、コミュニケーションのスタイルに大きな変革をもたらしました。その変革は、これまで「電話を使うことが難しかった方々」の生活の質の向上に、大きく貢献しています。

## SNSだけでは解決できない聴覚障がい者の日常生活を支援

スマートフォンの普及はコミュニケーションの多様化につながり、特にSNSは、話すこと、聞くことに障がいを持つ方々のコミュニケーションの活性化に大きく貢献しています。しかし、社会生活において、音声通話によるサービスはまだ必要とされています。

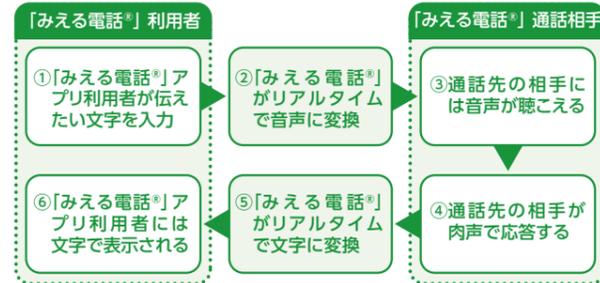
「現在の日常生活において、病院の予約、宅配便のドライバーへの連絡に電話は不可欠です。また、クレジットカード紛失時の利用停止の緊急連絡など、電話以外の手段が選択しづらいケースもあります。弊社ではCSR部主導のもと、社内の各部署が障がい者支援への取り組みを進めており、これらの取り組みをサービスとして実現する私たちの部署では、その一環として、2015年に視覚障がいをお持ちの方でもスマートフォンによる文字入力を可能とするスマートフォンアプリ『Move&Flick (ムーブアンドフリック)』を提供開始しました。さらに次の活動として、聴覚障がいをお持ちの方々のコミュニケーションを支援するアプリ『みえる電話®』<sup>※1</sup>の開発を決めたのです」(竹内氏)

## 一般向けトライアルサービスで意見をまとめて使いやすさを追求

この「みえる電話®」は、通話相手の発話内容を利用者のスマートフォン上にリアルタイムでテキスト表示し、利用者はテキストを確認しながら音声で通話するという仕組みで、聴覚に障がいのある方々の電話でのコミュニケーションを可能にするものです。

「開発は2015年秋に始まりました。音声を認識して文字化する技術はすでにありましたが、『電話を介して』というサービスは存在せず、そこに弊社が取り組む意義を感じました。開発にあたっては、まず簡易的なアプリを用意し、聴覚に障がいを持つ社員に使ってもらい、ど

## 【図：「みえる電話®」の活用プロセス】



※1「みえる電話®」は株式会社NTTドコモの登録商標です。

のようなインターフェイスにすれば使いやすさを煮詰めていく手法をとりました」(竹内氏)

こうしたインターフェイスの検討で完成度を高めた後、2016年10月に一般からモニターを募り、トライアルサービスが始まりました。

「モニターの方からいただいたさまざまなご意見の中から『聴覚に障がいを持っているため、発話も苦手だ』というご意見を機能に反映させたものが、画面上のキーボードで入力した文字を合成音声に変換して相手方に伝える『入力発話機能』です。合成音声は利用者が性別を選べるようにし、さらに入力の手間なく発話が可能な定型文も用意しました。文例はドコモショップにご来店いただいた方と手話で対応する弊社部門のスタッフと話し合い、内容を決めました。さらに利用者がよく使う文例を登録できる機能も盛り込んでいます」(竹内氏)

このような改良を経て、2019年3月に正式にサービスを提供開始しました。

「トライアルでいただいたさまざまなご意見を反映させたことで、現段階でのアプリケーションの機能はほぼ満足いただけるものになっていると考えています。正式版リリース後のアップデートも細かな修正のみです。認識率を向上させる取り組みについては引き続き行っていきたいと思っています。またスマートフォンそのものやOSの進化でより便利な機能を盛り込めるようになった段階で適切に対応していきたいですね」(竹内氏)

## 「みえる電話®」対応事例

## “受ける側”も「みえる電話®」に気配りを～川崎市コンタクトセンターの取り組み～

「みえる電話®」から発信された通話では、まず合成音声によるガイダンス<sup>※2</sup>が流れるため、人によってはスムーズに会話に入れない可能性があります。「心とハードのバリアフリー」を掲げる川崎市に、「みえる電話®」への対応についてうかがいました。



(左)川崎市 市民文化局  
オリンピック・パラリンピック推進室  
担当課長 成沢 重幸氏  
(右)川崎市 市民文化局  
オリンピック・パラリンピック推進室  
担当係長 永田 光太郎氏

神奈川県川崎市では「誰もが自分らしく暮らし、自己実現を目指せる地域づくり」を目指す「かわさきパラムーブメント」を推進しています。

「川崎市にはオリンピック・パラリンピック東京大会で使われる競技会場はありません。ただこれを契機に一層のバリアフリーを目指し、多様な方々が社会参加し、自己実現を可能にするまちづくりを進めています」(成沢氏)

「バリアフリーという言葉からはエレベーターやスロープなど施設面の整備を想像しがちですが、それと同様に心のバリアフリーも重要です。外見からは分からない障がいも含め、どういった障がいを持つ方がいらっしゃるのかわかり、お手伝いすることで、誰もが生きやすい世の中を形作ることができると思っています」(永田氏)

川崎市は、市民からの声をコンタクトセンターで受け付けています。

「コンタクトセンター『サンキューコールかわさき』は、市政に関するお問い合わせ、ご意見、ご相談などにお答えしています。専門的なご質問は担当部局に回すこともあるため、お問い合わせと代表電話という二つの機能を備える形となります」(永田氏)

このコンタクトセンターでの「みえる電話®」のトライアルサービスへの協力は、NTTドコモからの働きかけで実現しました。

「実はこのお話があるまで、『聴覚障がいのある方からお電話がかかる』ということをご想像できていま

んでした。話をうかがう中で『みえる電話®』からの合成音声によるガイダンスは、予備知識がなければ適切な対応ができない可能性があるということもよく分かり、トライアルサービスへの協力に際しては、事前に周知を図ることにしました」(成沢氏)

コンタクトセンターのコミュニケーターには担当部局を通じ、NTTドコモが用意したガイダンスビデオの視聴による研修を要請、コンタクトセンターからの取次ぎ、もしくは直接外部から電話が入ることもある市役所内各部署には文書での案内を行いました。

「研修、案内からはほぼ1年が経ちましたが、実際に『みえる電話®』での着信実績はありません。障がいのある方にこうしたアプリケーションがあることが周知できていない可能性も考えられるので、NTTドコモとも協力の上、広報活動を検討したいと思います」(永田氏)

最後に両氏に、ICTの発展とバリアフリーとの関係についてうかがいました。

「川崎市では、メールによるお問い合わせ受付も行っており、聴覚障がいのある方々はそちらをお使いになっていたのかもしれませんが。ただメールでは書き慣れている、慣れていないで意思疎通がうまくいかないこともありますし、やりとりにタイムラグが発生します。アプリケーションによる『電話でのコミュニケーション』が実現すれば、一層のバリアフリーにつながるでしょう」(成沢氏)

「将来的には『みえる電話®』のようなアプリケーションを使い、聴覚障がいを持つ方がコンタクトセンターで働くという未来も見えてくると思っています。ICTの発展が、人々の可能性を伸ばし、誰もが活躍できる社会の実現をもたらしてくれるはずですよ」(永田氏)

## 「かわさきパラムーブメント」

東京2020オリンピック・パラリンピック大会の開催を契機に、すべての人が活躍できる社会を構築するために、川崎市と市民の皆さんと一緒に取り組む運動です。



「かわさきパラムーブメント」推進ビジョンのパフレット

※2「みえる電話®」の合成音声によるガイダンス例(通話相手側)：「相手の方がドコモのみえる電話®を利用します。あなたの声を文字でお伝えします。はっきりお話しください。サービス向上のためドコモが音声を利用する場合があります」

# 派遣社員が能動的にキャリア開発できる仕組みを、200を超えるeラーニングプログラムで実現

株式会社レビックグローバル/アデコ株式会社



企業の「働き方改革」が求められる中、人材育成の点では「いつでも」「どこでも」「何度でも」受講できるeラーニングの活用が進んでいます。株式会社レビックグローバルは、汎用コンテンツ、企業オリジナルコンテンツにより、多様化する企業の教育プログラム拡充に貢献しています。



株式会社レビックグローバル  
代表取締役社長  
荒木 靖也氏

## 少子高齢化による外国人採用と働き方改革により進む、企業のeラーニング活用

今や企業の人材育成の基盤ともいえるeラーニング。その歴史はパソコンが普及し始めた90年代にさかのぼります。CD-ROMなどの大容量メディアで教材を提供していたこの時期は、制作コストが高く、受講状況をインタラクティブに把握できなかったため、企業研修においては、エビデンスとして「教育記録を残す」といった限定的な使い方に留まっていた。

「2000年以降、日本では少子高齢化が深刻になり、人材確保が難しくなる中で、企業は積極的に外国籍労働者を雇用するようになりました。日本語が得意でない人にも分かりやすく、実践に沿った教育プログラムの整備が急務となってきたのです。また、『働き方改革』が推進される中、さまざまな場所から一ヶ所に人を集める集合研修は、時間や費用の面で実施が難しくなっています。このような背景から『いつでも』『どこでも』『何度でも』受講できるeラーニングが強く求められるようになってきました。また、通信回線のブロードバンド化が進み、大容量のコンテンツをインターネットで手軽に提供できるようになったことや、受講者のデバイスがパソコンからスマー

トフォンにシフトするなど、受講環境が整ったこともeラーニングの発展に大きく影響しています」(荒木氏)

## 派遣スタッフのキャリア開発支援のために200以上のプログラムを提供

レビックグローバル社のeラーニングソリューションを活用している企業に、アデコグループの日本法人で、総合人事・人財サービスを全国で展開する「アデコ株式会社」があります。

「弊社では、2016年にeラーニングを本格導入しました。きっかけは、2015年9月に『労働者派遣法』の改正があり、派遣会社に『派遣労働者のキャリア形成支援』が義務づけられたことです。具体的には、『希望するすべての派遣労働者がキャリア・コンサルティングを受けられるように相談窓口を設置すること』『キャリア形成を念頭に置いた派遣先の提供を行えるように手続きが規定されていること』『キャリアアップに資する内容の教育訓練を段階的かつ体系的に実施すること』です。また、弊社の長期ビジョンとして『キャリア開発があたりまえの世の中をつくる。』を掲げていたこともあり、このタイミングで派遣社員を対象とした体系的な教育プログラムの開発に取り組むことになったのです。弊社の派遣社員は全国に3万人以上おり、勤務場所や勤務時間もさまざまなので、プログラムの提供手段は、『いつでも』『どこでも』に加えて、『誰でも』できるeラーニングがベストと判断し、レビックグローバル社に協力していただきました」(野原氏)

「アデコ様に提供しているeラーニングソリューションは二つあります。一つは、アデコ社オリジナルのコンテンツで、主にヘルプデスクに派遣される方に向けたものです。『ヘルプデスクとは』といった基礎項目から、現場の仕事内容まで映像を見ながら分かりやすく学ぶことができます。

【図：レビックグローバル社が提供するeラーニングプログラムの一部】



一回約50分とやや長いのですが、2~3分で一つの章が終わるようなマイクロラーニング形式で、時間がなくても少しずつ受講できるようにしています。また、受け身で受講するのではなく、受講者が気づきを持てるコンテンツになるよう、『実際に現場に派遣された場合』を疑似体験ができるようなプログラムにしています」(荒木氏)

「もう一つは、汎用的なビジネス英会話のプログラムで、派遣先で英語が必要となる派遣社員に向けたものです。英語学習にブランクがあったり、ビジネスの現場で英語を使ったことがないスタッフも受講しています。このような汎用的なプログラムを含め、派遣社員のキャリア開発に向けて200以上の教育プログラムを用意しているので、スタッフは教育訓練計画に沿って段階的に受講できるようになっています。このビジネス英会話のプログラムは受講者からも非常に好評で、常に受講者数ランキングの上位に入っています」(野原氏)

## 受講者が能動的に学ぶ姿勢を持てるようRPAやAIが学習意欲をサポート

企業研修にeラーニングを導入するメリットとして、受講者スキルの平準化があげられます。また、不明点を後から見返すことができるので、理解度や習熟度を高めることにも貢献しています。中小企業にとっては、自社オリジナルのコンテンツを一から用意することは困難ですが、レビックグローバルのような教育コンテンツ事業者から自社の状況に合った体系的なプログラムを安価でスピーディーに調達できるようになってきました。一方で、eラーニングによる企業研修が効果を発揮するためには、受講者が能動的に学ぶ姿勢を持つことが重要です。

「『集合研修と比べて、実施効果が低いのではないか』というお声をいただくことがありますが、eラーニングならではの強みがあります。まず、受講履歴が詳細に残るため、習得度を客観的に把握することができます。また、RPAやAIを活用して受講者の興味のあるようなジャンルを勧めたり、人気コンテンツがランキング化されるような仕組みを実装することも可能です。受講者が『スキルアップしたい』という気持ちを誘発できるような工夫をシステ



アデコ株式会社  
キャリア開発本部  
本部長  
野原 正和氏

ム側でもしていきたいですね」(荒木氏)

「アデコとしては、個々のキャリアプランに合わせた教育プログラムを提供できるように取り組んでいます。派遣社員が自身のスキルレベルを把握し、今後どのようにキャリアを積んでいくと良いかを可視化した『キャリアマップ』というツールはその一つです。今後は、それをデジタル化し、パソコンやスマートフォン・タブレットで手軽に確認ができ、キャリア・コンサルティングにも活用ができるシステムを実現したいと考えています。派遣社員がスキルアップすることで、派遣先の企業の生産性の向上につながるため、キャリア開発は働く人と企業の両方にとって良い循環を作るものとなります。今後は、仕事の幅や人材の多様化にスピーディーに対応する必要があるため、eラーニングの活用はますます重要になってくるでしょう。その意味では、eラーニングの活用を通じて、社会全体の生産性の向上に寄与することが目標です」(野原氏)



●会社概要  
会社名：株式会社レビックグローバル  
設立：2005年(平成17年)  
本社所在地：東京都港区芝公園2-10-1  
住友不動産芝園ビル5F  
代表取締役社長：荒木 靖也  
資本金：6,000万円  
事業内容：教育プロデュース事業、教材コンテンツ事業、学習ポータル事業  
URL：https://www.revicglobal.com/

●会社概要  
会社名：アデコ株式会社  
設立：1985年(昭和60年)7月29日  
本社所在地：東京都千代田区霞が関3-7-1  
霞が関東急ビル  
代表取締役社長：川崎 健一郎  
資本金：55億6,000万円  
事業内容：人材派遣(一般派遣・特定派遣)/紹介予定派遣、人材紹介、アウトソーシング、再就職支援、コンサルティング  
URL：https://www.adecco.co.jp/

AI-OCRがもたらすオフィス業務改革(第2回)

“ペーパーレス化”が進む中で  
“AI-OCRブーム”を考える

第1回では、OCRの歴史と“AI-OCR”とは何か、についてお伝えいたしました。今回の第2回では、RPA市場やAI-OCR市場を通じたAI-OCRブームの背景と現状について解説いたします。

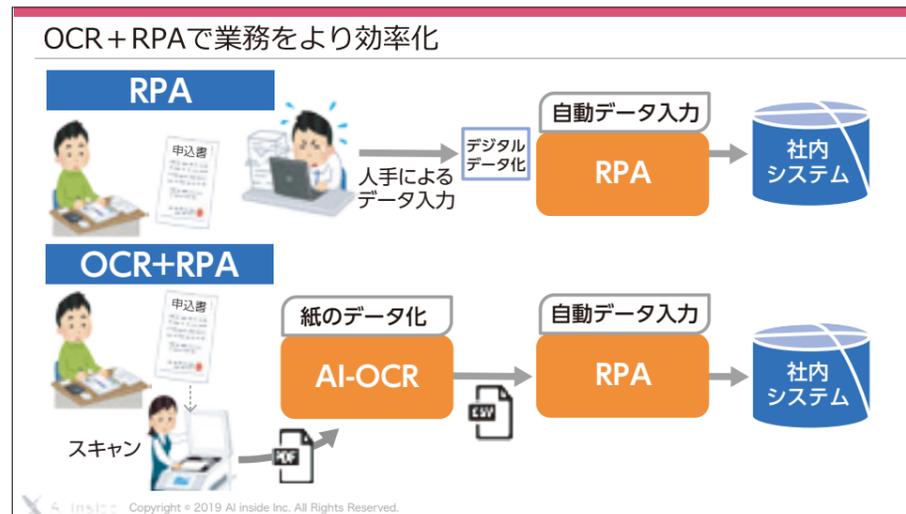
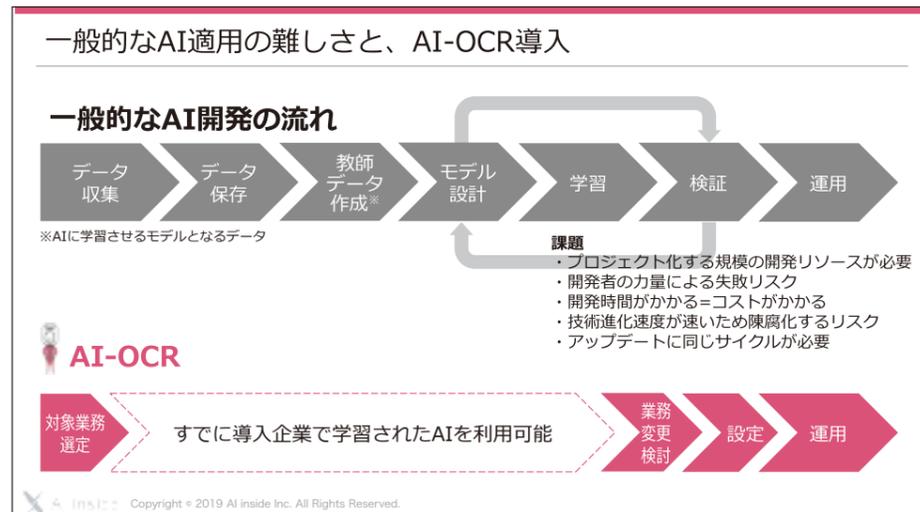
1. ペーパーレス化は進む一方で、  
伸び続けるAI-OCR市場

“RPA”と聞けば、「今伸び盛りのマーケットだ」と捉える方も多いと思います。しかし、“AI-OCR”と聞くとどうでしょうか。「ペーパーレス化が叫ばれている中で本当に必要なのか?」と感じている方もいらっしゃるのではないのでしょうか。

たしかにここ数年、ペーパーレス化は着実に進んでいると考えます。例えば、今まで紙で送っていた注文書はEDI(企業間電子データ交換システム)や電子契約に、ホテルのチェックインは紙からタブレット受付へと代わってきていることを、多くの方はご覧になられていると思います。民間だけでなく教育現場を見ても、タブレット端末を導入する学校も増加している今、ペーパーレス化は着実に進んでいると言えるでしょう。一方で、請求書、アンケート、日報、報告書など、紙の書類がまだまだ存在しています。普段の生活や仕事の風景を思い浮かべてみると、紙に手書きで記載したり、紙を見ながらの入力業務が“ゼロ”になっていないということも事実ではないのでしょうか。また、オフィスを見渡してみると、デジタルデータではなく、紙のままストックされている過去の情報があるかもしれません。実は、生産年齢人口が減少している昨今において、アウトソースを受託するBPO(ビジネスプロセスアウトソーシング)市場が伸び続けており、その中でも最も大きな業務がデータ入



力とされています<sup>\*1</sup>。ペーパーレス化が進む中でもなお、企業の課題となっているのが「データ入力業務」なのです。それを表すかのように、AI-OCR市場にお



いても、市場規模は2017年度2.4億円(実績)から、2020年度には約7倍の17.0億に到達すると予測されています<sup>\*2</sup>。

2. OCRは“AI”活用が簡単にできるツール?

AI-OCR市場が伸びている背景は単純に「データ入力業務がなくなるから」というだけではなく、以下三つの要素も関連していると考えます。

①“AI”を自社に適用するハードルが低い製品として  
ニーズが高まっている

第三次AIブームと言われる現在、なんらかの自社業務にAIを適用しようとした経験がある方もいらっしゃると思います。しかし、AIプロジェクトを検討するにあたり、「どの業務に適用してよいか分からない」「AIを動かすハードウェアの調達にコストがかかる」「オリジナルのAIを開発するのも膨大なコストと時間がかかる」「そもそもAI開発ができる人材がない」などがハードルとなり、結果として実用化に至らなかったという“しくじり事例”をさまざまな場所で聞くようになりました。

これに対し、AI-OCRはコスト、導入工数などのハードルが比較的低いという特徴があります。中でもAI-OCRの導入工数は一般的なAI開発よりも少ないため(図1参照)、まずはAI-OCRからスタートし、効果を出して「AIを活用しよう」という社内の機運をより高めていく、という企業が増えていくと実感しています。

②データ分析のニーズに合わせて、過去の書類の  
データ化ニーズも高まっている

DWH(データウェアハウス)、BI(ビジネスインテリ

ジェンス)、ビッグデータ……。かねてより懸案であったデータ活用の流れは、ハードウェアの高性能化やクラウドの浸透、多種多様なツールの出現により、ビジネスシーンでの重要性がより強まっています。

自社に在籍する優秀な社員の共通項を見つけるためには、例えば履歴書やテスト結果などのデータを用いること

になるはずですが、住宅展示場のアンケートと購買データを用いてみれば、住宅購買までの最短プロセスが導き出せるかもしれません。日次で発生するデータ入力作業を自動化する、という目的だけでなく、自社の競争力向上に貢献するデータ蓄積のために利用されるケースが目立ってきています。

③RPAとの親和性

最後に、AI-OCRブームを後押ししている大きな要因は、RPAとの親和性の高さです。ここ1~2年で急速に普及しているRPAは、パソコン上での業務自動実行を得意としています。RPAを用いて業務自動化、工数削減を目指そうと考えた時にぶつかる壁が「RPAはパソコンの上でしか動かないので、アナログ情報に触ることができない」ということです。業務の始めから終わりまでRPAに任せたいが、結局データ入力という一番工数がかかる業務が残ってしまった、という課題を解決するために求められるのがAI-OCRなのです(図2参照)。

今回は、AI-OCRを導入する際のポイントについてお伝えします。

※1：出典「BPO(ビジネスプロセスアウトソーシング)市場の実態と展望 2018-2019」(株式会社矢野経済研究所)  
※2：出典「2019人工知能ビジネス総調査(2019年3月)」(株式会社富士キメラ総研)



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/>



## TO、CC、BCCの使い分けについて

CCで受信したメールに返信をしてトラブルになったという話もあります。メールの宛先（TO、CC、BCC）は、どこにメールアドレスを入れても相手に届くので使い分けを気にしていないという人もいます。しかし、この三つには大きな違いがあります。そこで今回は、TO、CC、BCCの使い分けについて解説します。

### CCで受信したメールには原則、返信しない

CCとはカーボン・コピー(Carbon Copy)の略称です。つまり複写のこと。TOで受け取った相手が正式な受信者で、CCで受け取った人は「共有のために」「参考までに」という目的で受信します。

メールの送信者も返信してほしい人をTOに入れて、同時に目を通してほしい人をCCに入れています。送信者はTOの受信者から返信が来ると理解しています。それなのに、いきなりCCの受信者から返信が来たら、送信者はどう思うのでしょうか。また、自分が返事をすべきメールを断りもなく返信されたら、TOの受信者はどう感じるでしょうか。

多くの方が、返信するのはTOの人、CCの人は目を通すだけというルールのもとでメールを利用しています。そのため、断りもなくCCの受信者が返信をしたら混乱が生まれる可能性が高いのです。

例えば、TOが窓口の担当者、CCがその上司だった場合、上司がTOの人を飛び越えて返信したら、窓口の担当者は自分をないがしろにされたように感じるかもしれません。仕事を任されていない、信頼されていないと悪い方向に考えたり、どうせまた上司が答えるだろうと思えば、次から返信をしなくなったりするかもしれません。

原則、CCでの受信者はTOの人を飛び越えて返信すべきではありません。CCの人が返信する時

は「今日は担当の〇〇が休暇のため、代わりに私が回答します」のように理由を伝えると誤解がないでしょう。

### TO、CC、BCCの違い

TOは「あなたに宛てたメールです」という意図があり、返事をもらいたい相手、責任をもってメールを処理してほしい相手を入れます。

CCは、TOの人に送った内容を同時に共有したい相手がいる時に使います。送信の事実は知ってもらいたいけれど目を通すだけでいい相手を入れるのが一般的です。

BCCの受信者は、ほかの受信者に表示されません。それがブラインド・カーボン・コピー(Blind Carbon Copy)といわれる所以です。ほかの受信者には存在を知らせず伝えたい時に使います。

BCCの受信者にはTOとCCの受信者のメールアドレスが表示されるので「全員に返信」をするとTOとCC及び送信者にメールが届けばTOとCCの受信者はいきなりの登場に驚くのは言うまでもありません。

BCCの受信者が返信しても問題がないのは、送信者に対してだけ。部下がお客さまへ送ったメールを、BCCで受け取った上司が全員に返信をしてしまい、部下への指導内容がお客さまに筒抜けだったという笑えない事件も聞いたことがあります。

### CCをむやみに使いすぎない

私たちが企業のメール改善の取り組みに関わる中で、多くの企業が抱えている課題を耳にします。それが「CCのメールが多い」です。蓋を開けてみると、共有すべき理由もないのに「なんとなく関係がありそうだから」「取りあえず共有しておこう」とCCに入れてメールを送り、相手の業務を阻害しているのです。

考えなしに何でもかんでもCCに入れておくと、不要なメールを送ってくる人という印象を与えて評価を下げたり、重要なメールを互いが見逃してトラブルを招いたりするかもしれません。

メールの業務効率を落とす原因の一つがCCの乱用です。この乱用の連鎖を断ち切るためにも、CCに入れる前に共有すべきかを考えましょう。判断がつかなければ相手に共有すべきかを尋ねてもよいでしょう。

今回は「ビジネスメールの基本の型」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。



## 「買う身になって」の実現

株式会社 Mizkan Partners

### 「買う身になって まごころこめてよい品を」

「買う身になって まごころこめてよい品を」これは、弊社の原点であり、私がこの会社で働きたいと思った理由の一つです。

私は現在、MIZKAN MUSEUMという企業博物館で働いていますが、以前はお客様相談センターに所属し、そこで電話対応技能検定(もしもし検定)に出会いました。

現在、企業博物館では、課員への電話研修を担当しています。研修を始める際に「買う身になって」の思いから、最初に伝えていることは、「お客さまの立場になって考える」です。予約が取れずお断りする場合も、「数ある企業博物館の中から私共を選んでいただいた」ことを決して忘れず、心を伝えることに力を注いでいます。

### お客さまのご指摘

これは私が相談センターで勤務していた頃の話です。電話を取ると年配の男性が「容器の蓋を開けたら中身が飛び散った。朝5時に起きて作ったお弁当が台無しになってしまった。どうし

てくれるんだ」とお怒りでした。お客さまはかなり興奮状態であったため、私は状況確認の前にお客さまの話を聞くことに徹し、お弁当が台無しになってがっかりさせてしまったこと、お掃除が大変だったことなど、お客さまのお気持ちに寄り添いながら20分ほどお話をうかがいました。すると次第にお客さまの声のトーンが落ち着き、穏やかな口調になり、状況を詳しく教えてくださいました。

### お客さまの声からの改善

お客さまからお話をうかがううちに、中身が飛び散った原因が分かりました。冷蔵で保管すべき製品でしたが、ラベルに記載されている「要冷蔵」表示が分かりにくかったので、お客さまが冷蔵せず、常温で保管したために中身があふれて、お弁当や台所を汚してしまったのです。このお客さまの声は、表示を改善するヒントとなりました。

た。この製品は、後に冷蔵庫のイラストが入った分かりやすい「要冷蔵」表示に変えることになりました。お客さまからいただいた貴重なご指摘から、より良い改善が行えたのです。お客さまが製品を使用していて何か不具合が起こったとしても、電話をすることはとても勇気やエネルギーのいることです。今後その製品を使わなければいいと思うほうが大半ではないかと思えます。だからこそ、ご指摘いただけることに感謝し、このようなご意見を大切に、電話をかけてくださるお客さまの気持ちに寄り添い、その声をしっかりと受け止めることが大切だと考えています。

「買う身になってまごころこめてよい品を」の原点を常に忘れずに、心ある対応ができる人材育成ができるよう指導を続けていきたいと思えます。

吉田 朱里氏  
株式会社 Mizkan Partners MIZKAN MUSEUM 所属。2009年から2018年までお客様相談センター所属。お客様相談センター所属時に電話対応技能検定(もしもし検定)指導者級資格を取得。指導者級資格保持者20期生。現在 MIZKAN MUSEUM にて電話研修を担当。

「今回の講師は、日本 ATM 株式会社の内田 佐也子さんです。SNS を巧みに使いこなし、優しいきめ細やかな指導をされる指導者です」



吉田 朱里氏



## チャレンジ! もしまし検定

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

SNS上に掲載された情報の取り扱いについて、次の4つの中から、問題のないものを1つ選びなさい。

1. 部下のFacebookの投稿をチェックして、その度に「いいね!」を押したり、コメントしたりする。
2. 自分の投稿したものについて、部下に反応を求める。
3. 懇親会で部下と一緒に撮った写真を、部下には内緒で、SNSに投稿する。
4. 以前からSNSでつながっている取引先担当者との商談で、取引先担当者の投稿を話題にする。

※2級問題より

正解は13ページをご覧ください。

## 「Prime Heart」の合言葉のもと、お客さまの「緊急事態」に臨機応変に対応

株式会社プライムアシスタンス 鹿児島センター



鹿児島センター部  
部長  
高松 雅木氏

株式会社プライムアシスタンスは、お客さまの緊急事態に臨機応変に対応できるコミュニケーターの対応品質向上のため、電話対応コンクールに継続して参加。さらに電話対応技能検定(もしもし検定)の積極活用で、一層のスキル向上も目指しています。

### Q 事業概要について教えてください。

A 「弊社はSOMPOホールディングスグループの一員であり、自動車保険や共済のご契約者からの車の故障や事故などトラブルの通報を受け、現場救援の手配をするロードアシスタンス、家庭の水回り・カギなどのトラブルを解消するホームアシスタンスなどを事業の軸としています。クライアントは保険会社、共済、インターネットプロバイダ、民泊事業者などですが、私たちはそうしたあらゆるクライアントになり代わり、迅速にお客さまが抱える問題を解決へ導くことが使命です。お客さまに最上級のサービスを提供するための『マインド』『スキル』『ジャッジメント(判断力)』を三本柱とする『Prime Heart(プライムハート)』を心得・指針として社員全員が共有しています」(高松氏)



鹿児島センター部  
第二コンタクトセンター室  
スーパーバイザー  
谷和美氏

### Q コールセンターの特徴について教えてください。

A 「弊社では一人のコミュニケーターが複数のラインを併せて受け持ち、一つのデスクで50種類以上のお問い合わせに対応することもあります。新人はまずロードアシスタンスを担当して経験を積み、徐々に対応する業務を増やしていきます」(谷氏)

### 1本1本の電話で異なるお客さまの状況を判断し、適切な手配を

### Q 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 「一般のコールセンターとの大きな違いは、ほとんどが“エマージェンシーの連絡”であることです。より多くのお客さまの緊急事態に対応するため、1本でも多くの電話を受けなければなりません。また、お客さまが焦りやパニックに陥っていることも珍しくありません。そうしたお電話から、お客さまを特定できる手がかり、トラブルのあった場所など、必要な情報を短時間で聞き出し、適切にアドバイスするとともに、レッカー業者など必要な手配を迅速に対応することが求められます」(西園氏)

「もちろんマニュアルはありますが、お客さまの状況は一つとして同じものはありません。例えば車が高速道路に停止している時は、ご本人確認よりも車の速やかな移動が優先されます。お客さまの気持ち、さらには電話の背後から聞こえる音にも気を配り、必要に応じて『このままお電話を続けられますか』『どなたか電話を代わる方はいらっしゃいますか』というお声がけを入れるなど、臨機応変な対応を行っています」(小倉氏)

### センター開設直後からコンクールに参加、全国大会出場も

### Q 電話対応コンクールへの参加動機について教えてください。

A 「ここ鹿児島のセンターは、2014年に『正社員コミュニケーターによる質の高いセンター』を目指して開設されました。しかし当然ながら、当初の新人は、電話対応のいわば“素人”の状態でした」(高松氏)  
「そこで日本電信電話ユーザ協会に講師の紹介を依頼し、ビジネスマナーや電話対応の基礎から学びました。その講師の方から『電話対応のスキルを高める効果がある』とお勧めいただいたことが、コンクール参加のきっかけです。初参加は2015年でした」(西園氏)

### Q その2015年に地区大会で優秀賞、さらに翌2016年には鹿児島県大会で優勝し、全国大会に歩みを進めています。

A 「コンクールの予選は夏にかかる時期に始まるため、車のトラブルが多くなる繁忙期と重なります。そうした中、時間をやりくりして練習に励みました」(谷氏)  
「シフト制を導入して24時間365日稼働している会社のため、参加者全員が同時に揃うことはまずありません。しかし、講師の方から発声法、言葉の選び方などを細かくご指導いただいたことが、実力向上につながったと思います」(小倉氏)  
「参加を続けたことで経験者も増え、今ではそうした経験者が“サポーター”として選手の模擬対応の相手などを務めています」(西園氏)

### レベルの高い対応に触れることで、自分の成長へのモチベーションに

### Q コンクールへの参加で、実際の電話対応にどのような変化が表れましたか。

A 「発声、言葉の遣い方など品質が良くなったほか、大会出場で自分の力をしっかり把握できたためでしょう、対応に一層の自信を持つようになってきていると思います」(高松氏)



鹿児島センター部  
第二コンタクトセンター室  
マネージャー  
西園 由佳氏

●電話対応技能検定実施機関：公益財団法人日本電信電話ユーザ協会 鹿児島支部 <https://www.pi.jtua.or.jp/kagoshima/>

鹿児島センター部  
第一コンタクトセンター室  
スーパーバイザー  
小倉 優花氏



「レベルの高い対応に触れることは、自分の成長へのモチベーションとなります。SVという立場から見ても、参加により一段上のスキルに達している印象です」(小倉氏)

### 対応品質向上への努力を継続、目指すは「鹿児島を代表する企業」

### Q 今後の展望について教えてください。

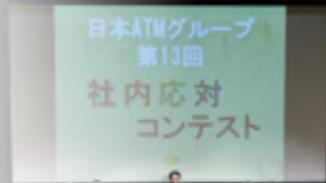
A 「これまで『応答率重視』できたため、品質についてまだ足りない部分があるのは事実です。そこで社内で品質向上のための施策の一つとして『電話対応技能検定(もしもし検定)』も導入しました。自身の実力の客観的な把握を通じ、品質へのモチベーションを高めていきたいと思っています。将来的には社内でのコンクールも考えています」(小倉氏)

「より大きな目標としては、『鹿児島を代表する企業』を目指しています。地元においては、自治体から最大の立地協定企業として紹介されるようになっていますし、ブランディング、CSR活動のほか、これまでの定期的な正社員採用でも知名度が上がってきました。コンクール県大会での連続入賞、さらには全国大会での成果があれば、さらに優秀な人材の採用にもつながると思います。そうした高い目標を目指し、センター一丸となって進んでいきたいと思っています」(高松氏)



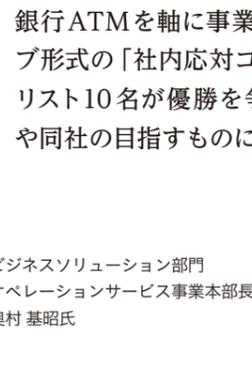
会社概要

会社名：株式会社プライムアシスタンス  
設立：2012年(平成24年)4月2日  
本社所在地：東京都中野区本町1-32-2 ハーモニータワー 21F  
代表取締役社長：徳岡 宏行  
資本金：4億5,000万円  
事業内容：アシスタンス事業(相談対応または事業者への取次ぎを行う業務)  
URL <https://prime-as.co.jp/>



## 全社一丸となった「社内対応コンテスト」で “求められる電話対応” を追求

日本ATM株式会社



ビジネスソリューション部門  
オペレーションサービス事業本部長  
奥村 基昭氏

銀行ATMを軸に事業展開する日本ATM株式会社は、グループ企業を含めたライブ形式の「社内対応コンテスト」を毎年開催しています。全国から選ばれたファイナリスト10名が優勝を争った「決勝戦」の会場で、社内対応コンテスト開催の動機や同社の目指すものについてうかがいました。

ちんと把握して適切な対応をとることはもちろん、不安になっているお客さまに寄り添う対応が求められます。そしてATMではご自宅からのお電話とは異なり、周囲にほかのお客さまがいらっしゃる事が考えられます。個人情報をお客さまがうかがう時は『小さな声でお話ください』とお伝えするなどの気配りも欠かせません(奥村氏)

「またATM以外にも銀行、カード会社の紛失対応業務も受託しております。そうした業務では、お客さまに必要な情報をできるだけ分かりやすく、コンパクトにお伝えすることを心がけています。カードを紛失されたお客さまは、複数社に紛失を連絡しなくてはならない場合が多く、短い時間で適切な対応が求められるからです(内田氏)

### 当初の目的は達成、現在は「時流に合った対応」の浸透へ

「社内対応コンテスト」を始めた動機、これまでの歩みについて教えてください。

A「社内対応コンテストは今回で13回目となります。そもそもの動機は、拠点数拡大にともない生まれた対応品質のばらつきを解決したいというものでした。第1回はテープ審査でしたが、参加へのモチベーションを高めるため、第2回からは、日本電信電話ユーザ協会の『電話対応コンクール』を参考に、現在のようなライブ形式をとることになりました。さらに、社内及びお取引先さまの見学希望者が増えたことで、第7回から外部の会場を借りて開催しています(内田氏)

Q 選手はどのように選出されるのでしょうか。

A「弊社ではお取引先さまごとにチームを作ってい

て、そのチームから1名が代表として出場、録音審査により選ばれた上位10名がこの決勝に出場します。今年は46チームでの予選となりました(内田氏)

Q 当初の目的である「対応品質のばらつき」は、すでに達成されたのでしょうか。

A「毎年の開催を通じ、品質の均一化には大きな成果がありました。現在は、その品質を保つこと、さらに時代に応じて変化するサービスのあり方を考え、全体に浸透させることを新たな目標としています(内田氏)

### 社内対応コンテスト上位入賞でモチベーション向上、チームの一体感も醸成

Q 時代に応じたサービスのあり方について具体的な例を教えてください。

A「例えば高齢化社会の到来にともない、『振り込め詐欺』の被害が増えています。私たちは第9回に『振り込め詐欺抑止』、第11回に『高齢者対応』をテーマに社内対応コンテストを行いました。こうした内容は研修を通じて各チームに周知することが一般的ですが、社内対応コンテストの課題としたことで興味が集まり、いち早く知識やスキルを広げることができたと思います。そして、実際に振り込め詐欺の被害を防ぐことにも複数回成功し、それぞれ警察署から表彰状をいただいています(内田氏)

Q 社内対応コンテスト上位入賞者には報償といったものはあるのでしょうか。

A「金額は申し上げられませんが、本日出場したファイナリスト10名には順位に応じた商品券を贈呈しています。でも、実際にはそうした賞品よりも、決勝戦に勝ち残ることそのものを目指している参加者が多いと思います。ファイナリストを出すことで、センターの一体感やモチベーションも高まりますし、地方から応援に来るスタッフ同士の交流も生まれます(奥村氏)



「社内対応コンテスト」表彰式の様子

●電話対応技能検定実施機関：日本ATM株式会社 <https://www.atmj-g.com/>

オペレーションサービス事業本部  
業務改革統括部  
サービス品質管理部  
教育推進課  
内田 佐也子氏



### 電話対応技能検定(もしもし検定)を教育に取り入れ、さらなる品質向上へ

Q 審査員として銀行さまなど外部の方も参加されています。その理由を教えてください。

A「内部だけの審査では、自分たちの物の見方で判断しがちです。しかしATMの受話器をお使いいただくのは一般のお客さまですし、お取引先である銀行さまが私どもに求めているサービスとは何なのかを知ることが重要です。そうした観点から、外部の方にも審査をお願いします(奥村氏)

「見学された銀行さまから『非常に良い取り組みだ』とご評価いただき、実際にそちらの銀行の窓口担当、直営コールセンタースタッフを対象としたコンテスト運営業務の受託にもつながりました(内田氏)

Q 今後の展望について教えてください。

A「社内対応コンテストは、先に申し上げたように“時流に応じて求められる対応やサービス”を取り込み、続けていきたいと思っています。また昨年もしもし検定の実施機関となったことで、今後もしもし検定をキャリアアップにつなげる仕組み作りを考えています。すでに4級資格保持者となっている各拠点のSV、教育担当21名と、どのように取り組むべきか、検討を進めていきたいと思っています(内田氏)



会社概要

会社名：日本ATM株式会社  
創業：1999年(平成11年)1月  
本社所在地：東京都港区浜松町1-30-5浜松町スクエア8階  
代表取締役社長：中野 裕  
資本金：4億8,000万円  
事業内容：アウトソーシングサービス、調査・コンサルティングサービス、システムソリューション、人材ソリューション、窓口代行ソリューション  
URL <https://www.atmj-g.com/>



# 「自分の言葉で話したい」

もう一昔前のこととなります。当時、人気のあった女子アナウンサー Sさんが独立宣言をしました。報道陣に動機を訊かれた彼女は答えました。「自分の言葉で話したいのです」この言葉が共感を呼び、同様の宣言をする人が、一時何人か続いた記憶があります。

## トーキングマシンとしての役割

私が居りましたNHKには、かつて「トーキングマシン」という言葉がありました。原稿も台本もすべて手書きの時代です。どのように乱雑な文字で書かれた原稿でも、プロのアナウンサーは、間違えずに正確に内容を読んで伝える高度の技量を求められていました。ところが当のアナウンサーたちからは、「俺たちは単なるトーキングマシンではない」という反発がありました。その後、昭和30年代の後半から40年代にかけて、メディアが多様化し、放送もテレビの時代に入ると、アナウンサーの役割も変わりました。自分で企画し取材しレポートする、つまり「自分の言葉で話す」力が求められ、そのことが常態化し始めました。同時に本来は取材職であった記者やカメラマンも、直接放送で話す時代になったのです。職種に関係なく、取材した本人が自分の言葉で話すことで、確かに緊迫感、臨場感が高まりました。ところが皮肉なことに、喋りのプロではない人間が多く関わるようになって、言葉のパターン化、書き言葉の音声化という問題が起きました。

## 「言葉には鮮度が大事だ」

この言葉は以前にも紹介しました、俳優の仲代達矢さんの言葉です。鮮度のある言葉を使うには、絶えずアンテナを張って情報を集め、独自の感覚で紡ぎ出した新鮮な自分の言葉を磨かなければなりません。つまり努力が必要なのです。意識しませんが、安易に人さ

まの表現を借りて話しています。表現がパターン化し老化するのです。「常套句」という言葉があります。同じようなケースの時に、いつも使う決まり言葉のことです。楽ではありますが、伝達力は急速に落ちます。聴き手の心に届く言葉とは、その場その時に感じたことを、新鮮な自分の言葉で伝えることです。

私はテレビでスポーツ中継を見るのが好きです。熱戦の後の、ヒーローインタビューまで熱心に見ます。ところが気に入らないことが一つあります。インタビューに答えたヒーローたちが、最後に判で押したように言う一言です。「これから応援よろしくお願ひします」誰が使いだしたのかは分かりません。でも最初のうちは、この言葉はアスリートの気持ちを表していたのでしょうか。しかし、皆が使いつつとたちまち鮮度を失うのです。

## 「常套句よさようなら」

常套句がすべて悪いわけではありません。常套句がぴったりとはまる場合もあります。しかし、形で覚えた言葉はすぐに慣れになります。繰り返し使っていると、やがてその言葉は意味に関係のない独特の節になるのです。節は心地よく聞こえますが、心を素通りしてしまいます。皆さんの職場の常套句を総点検してみてください。そして、職場の皆さんと一緒に、別の言い方を考えてください。

最近ある会で、「最近、何かと」というとすぐ『がんばります』と安易な決意表明をするよね。あれ何とかならないか」ということになり、この言い換えに取り組みまし

た。そこで出た言葉です。「精進します」「努力します」「前向きに取り組みます」「必ず結果を出します」「大化けして見せます」「期待に応えるようにします」「死ぬ気でやります」まだまだ湧いてくるでしょう。訓練すれば、言い換え言葉はいくらでも出てくるはずですよ。

電話対応でも、しばしば問題になる常套句があります。「いつもお世話になっております」「メモのご用意はよろしいでしょうか」「ご不明な点がございましたら、いつでも私〇〇にお電話ください」日本社会は今、「ヤバイ」や「大丈夫」など、言葉が表す意味を広げる傾向にあります。大事なことは、その逆で、表現する言葉の方を増やすことなのです。

先日、私が利用している私鉄の電車内でのことです。若い男性車掌の声で、車内マナーを呼びかけるアナウンスが聞こえてきました。「いつものお願ひで申し訳ございません。電車内では……」その第一声で私は聴き耳を立てました。内容は、毎日聞かされ聞き流している定型のお願ひアナウンスです。でも、その車掌氏独自の判断で言ったであろう最初のひと言で、満員の通勤車内には温かい空気が流れたのでした。



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!

## 「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58回電話対応コンクール全国大会」と、「第23回企業電話対応コンテスト成績発表会」を11月22日(金)東京都中野区の中野サンプラザで開催します。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、57名の選手が電話対応の「技」を競い、優勝者には総務大臣賞が贈られます。また企業電話対応コンテスト成績発表会では、最も優秀な「会長賞」1社と「理事長賞」3社に対する表彰と、入賞企業20社の発表を行います。入場は無料です。選手の皆さんの熱のこもった競技を観に、ぜひ会場へお越しください。

特設ホームページでコンクールの様子をライブ中継します。会場にお越しただけの方はぜひこちらをご覧ください。  
会場などの詳しい情報も掲載しています。  
<http://oucon.jp/>

## 「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。

只今、第8回申込み受付中!

### ■スケジュール

	第8回	第9回
受付期間	10月16日～11月15日	11月16日～12月15日
学習期間	12月16日～1月8日	1月15日～2月5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) ・ビジネス文書 ・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
Web集客	今知っておくべきWeb集客 あなたの会社のWebサイトに集客する方法

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!

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、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8回	第9回	第10回	第11回	第12回
受付期間	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	2020年2月26日～2020年3月25日