

一本の電話——。  
あなたの言葉が紡ぐのは  
会社への信頼と  
お客さまの満足です。

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

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(月)～7月20日(月) 申込受付 7月下旬～9月中旬 参加企業への電話 11月20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:広島県広島市)
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。 <a href="https://www.jtua.or.jp/education/contest/">日本電信電話ユーザ協会 企業電話対応コンテスト</a> <a href="https://www.jtua.or.jp/education/contest/">https://www.jtua.or.jp/education/contest/</a>
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の向上、CS(顧客満足)経営の指針としてご活用いただけます。「報告書及び審査結果」については、2020年11月上旬に発送を予定しています。

2020  
**6/1**  
申込受付開始!

# テレコム・フォーラム

5

May 2020

緊急特集

新型コロナウイルス対策に、今こそテレワーク導入を!(東日本電信電話株式会社 ビジネスイノベーション本部)

■ ICT活用推進

- ・2020年6月に施行される「改正食品衛生法」で義務づけられる“HACCP(ハサップ)”とは何か?(厚生労働省 医薬・生活衛生局)
- ・ICTを活用してHACCPを運用 人に負担をかけない衛生管理を実現(アイビック食品株式会社)

■ 電話対応教育(CS向上)

- ・添付ファイルの送り方
- ・会社の代表であるという意識
- ・電話対応と伝える情報、双方の“品質”を高め、より高いお客さまご満足を(関東日本フード株式会社)
- ・電話対応コンクールを活用した電話対応品質のレベルアップでお客さま満足向上を(城山観光株式会社)
- ・「心を動かすプレゼンテーション」



緊急  
特集

# 新型コロナウイルス対策に、 今こそテレワーク導入を!

ユーザ協会会員さま限定  
テレワーク導入支援ツール無償提供決定!

東日本電信電話株式会社 ビジネスイノベーション本部

新型コロナウイルスによる感染症は世界規模で拡大し、経済活動にも大きなダメージを与えています。そうした環境下で今、テレワークの重要性がクローズアップされています。今回、ユーザ協会会員向けに「テレワーク導入支援ツール」の提供などを決めたNTT東日本に、テレワーク導入のポイントと、支援策の内容について聞きました。



マーケティング部  
プロモーショングループ  
グループ長  
畠中 康昌氏

人が動く、集まることにより感染のリスクが高まる新型コロナウイルスの蔓延で、“働き方の変化”が求められています。

「これまでテレワークについて『大企業がやっているもの』というイメージを持っていた方もいらっしゃると思いますが、これからは社員10名、20名といった中小企業も、テレワークを導入しないと事業が進められなくなる、そんな事態も現実味を帯びてきていると思います」(畠中氏)

## テレワーク導入支援のツールを 会員さま向けに無償提供

ただそのテレワークの普及は、十分に進んでいるとは言えません。総務省の『平成30年度通信利用動向調査』でも、テレワークを導入していると答えた企業は約2割で、導入予定を含めても全体の約4分の1に止まっています。

「この調査では、導入しない理由として『テレワークできる制度がない』『テレワークに適した仕事ではない』『テレワーク用の執務環境が整備されていない』が挙げられています。しかし制度の問題に関しては、中小企業の多くでは社長がやると決めたらすぐに動けるのではないのでしょうか。また、テレワークに適した仕事、環境については、業務をすべてテレワーク対応にしない

ければいけない、テレワークにはすごく高価な設備が必要だ、などというように、その導入を“すごくハードルが高いもの”と捉えられているのではないかと、ということです」(畠中氏)

こうした意識に対し、テレワークは業務のごく一部からでも手軽に導入できることを周知し、ユーザ協会会員さまの事業継続をお手伝いするという考えのもと、今回の「テレワーク導入支援」が決まりました。

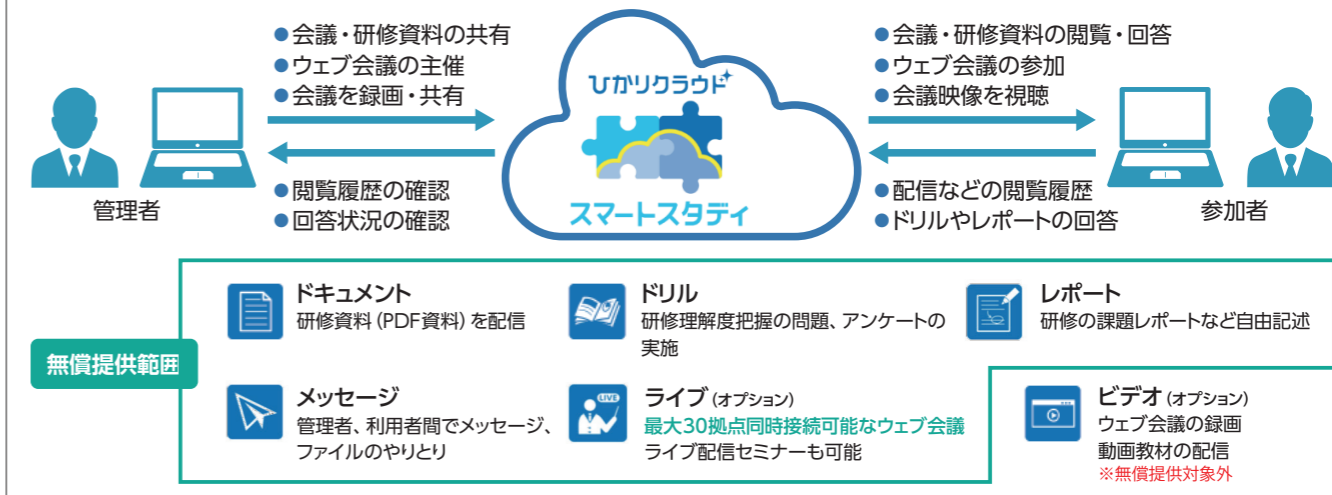
「今回、会員さま向けにご用意したのが『ひかりクラウドスマートスタディ』による、ウェブ会議ツールです。この仕組みを使えば、最大30名までのウェブ会議が場所を問わず開催できます。資料の安全な共有にも対応していますので、安心してお使いいただけます」(畠中氏)

## お客さまからのお電話への対応は 「ひかりクラウドPBX」で解決

一方、テレワーク導入に際し忘れられがちなのが、社外との電話でのコミュニケーションです。なぜならお客さまからかかってきた電話に普段通りに対応できなければ、スムーズなテレワークは実現できないからです。

「弊社ではクラウド上でセキュアにファイル共有できる『フレッツ・あずけ〜るPROプラン』とともに、社員が持つスマートフォンを内線電話として活用し、社内にいるのと同様に代表電話への対応、内線転送ができる『ひかりクラウドPBX』を期間限定で無償提供することにいたしました。こちら大きな設備投資の必要はなく、ちょっとした通信機器の導入とスマートフォンへのアプリインストールなどで対応できます。もちろん既存のビジネスフォンとの併用も可能ですし、スマートフォンも個人のもので対応できます。また『テレワークで何ができるのか?』『自社に適したソリューショ

## 提供ツール概要 場所を選ばないウェブ会議、情報配信ツール インターネット環境があれば、パソコン・スマートフォンからいつでも、どこでもご利用いただけます。



ンはあるのか?』とお考えのお客さまに向け、フリーダイヤルによる『テレワーク相談窓口』(右下)も開設しています」(小林氏)

## 通勤時間がゼロになり、 仕事の達成度、満足度も向上

では実際にテレワークで、働き方はどう変わるのでしょうか。一月ほど前から本格的な在宅勤務を始めた川口氏にうかがいました。

「一番のメリットと感じるのは、通勤時間がゼロになることです。感染リスクの心配がなく、通勤の労力もなく、元気な状態で仕事をスタートできます」(川口氏)

川口氏は、週に1~2回の出勤時は“会社でやるべき仕事”にシフトし、在宅ではデータの分析、報告書の作成など、一人で集中してできる仕事に振り分けています。

「朝、仕事を始める時に大体の時間配分を考え、予定の時間よりもできるだけ早めに仕事を終わるよう頑張ることで、仕事の時間とプライベートを区別できるように気をつけています。会社の電話をスマートフォンに内線転送できるので、同僚とのコミュニケーションもスムーズですし、社外のお客さまとの連絡にも不自由はありません。自分としては、仕事の達成度、満足度は、オフィスでの勤務と同等か、もしくは高まっ

カスタマーリレーション部  
フィールドサポートグループ  
ICTコンサルティングセンター長  
小林 卓也氏



マーケティング部  
プロモーショングループ  
デジタルコミュニケーション担当  
担当課長  
川口 奈緒氏

ていると思っています」(川口氏)

## テレワークが “当たり前の働き方”になる未来はもうすぐ

こうしたテレワークの普及は、世の中を大きく変えることになりそうです。

「来年には、延期されていた東京オリンピック・パラリンピックも開催されます。その開催期間中も、テレワークが改めて注目されるはずですよ」(小林氏)

「今回の事態が収束するころには、もうテレワークがごくごく普通の働き方となり、テレワークに対する戸惑いや躊躇がなくなると思います。そうすると“会社に来ることが前提”という、これまで当たり前だと思っていた仕事への意識も大きく変わっていくことでしょう」(畠中氏)

今回の支援策をステップに、会員の皆さまもテレワークの導入をご検討されてはいかがでしょうか。

### 「テレワーク導入支援施策」に関するお問い合わせ先

■「ユーザ協会会員特典(無償提供)」のお申込みに関する事項  
『公益財団法人日本電信電話ユーザ協会』TEL:03-5820-2071  
E-mail:mail-sumasuta@jtua.or.jp

■「ひかりクラウド スマートスタディ(ウェブ会議)」のサービス概要、その他「テレワーク全般」に関する事項  
『テレワーク相談窓口(NTT東日本)』TEL 0120-765-000  
[https://business.ntt-east.co.jp/content/telework\\_start/](https://business.ntt-east.co.jp/content/telework_start/)



# 2020年6月に施行される「改正食品衛生法」で義務づけられる“HACCP(ハサップ)”とは何か?

厚生労働省 医薬・生活衛生局

厚生労働省  
医薬・生活衛生局 食品監視安全課  
HACCP推進室  
HACCP推進専門官  
奥藤 加奈子氏

「食の安全性を確保すること」を目的とする食品衛生法が、2018年に改正公布され、2020年6月に施行されます。改正の目玉は、原則としてすべての食品等事業者がHACCP(ハサップ: POINT.1参照)に沿った衛生管理への取り組みを求められることです。今回の特集では、この改正により、食品等事業者は今後どのように対応していけば良いのかを、厚生労働省 医薬・生活衛生局の奥藤氏にインタビューするとともに、実際にHACCPを導入している企業の事例(アイビック食品株式会社:P5-6)を紹介します。

## Point.1 HACCP(ハサップ)とは?

HACCPとは、「Hazard(危害要因)」「Analysis(分析)」「Critical(重要)」「Control(管理)」「Point(点)」の略語で、日本語では「危害要因分析重要管理点」と訳されます。これは、食品の原材料入荷から製品出荷の全工程で、どの段階で微生物や異物混入が起きやすいかという危害要因をあらかじめ予測・分析して、特に重要な工程を管理し、被害を未然に防ぐ国際的に認められた食品衛生管理の手法です。HACCPは国際連合食糧農業機関(FAO)と世界保健機関(WHO)が合同で設立した政府間組織であるコーデックス委員会から発表され、各国にその採用が推奨されています。

## Point.2 食品衛生法改正について

- 法改正の狙いは食中毒事故の防止。
- HACCPで事業者の“身の丈”に合った衛生管理が可能に。
- 小規模営業者等は「手引書」を基に二つの書類を用意するだけでOK。
- ICTの活用により、より手間のかからないHACCP対応も。

## 「重要管理点」を決めてきちんと守る

「近年、我が国では、世帯構成が変化したことにより、外食、中食(家庭外で調理された食品や配達などによって家庭内で食べる食事)、輸入食品の増加など、食を取り巻く環境に変化が見られる一方で、食中毒事案数、被害者数は下げ止まり傾向にあります。そこで、我が国の食品の衛生管理をさらに向上させることが、食品衛生法改正の大きな狙いです。この改正の柱の一つとなるのが、HACCP(ハサップ)に沿った衛生管理の義務づけです」(奥藤氏)

これまでの衛生管理では、できあがった製品から抜き取り調査を行い、安全性を確認する手法が主流でした。HACCPでは、原料受け入れ時の温度、工程途中の加熱や冷却での温度や継続時間など、食品の安全に大きく影響す

る部分を「重要管理点」と定め、それが守られていることをきちんと記録し、安全な製品作りを目指すこととなります(図1参照)。

今回のHACCPに沿った衛生管理の制度化では、製造、加工、調理、販売などを行う、原則、全ての食品等事業者が対象となりますが、小規模な製造・加工業、飲食店、店頭で切り売りや量り売りをする八百屋や米屋など、一定の業種については、各食品等事業者団体が作成する手引書を参考に衛生管理を実施するという、簡略化されたアプローチによる衛生管理(「HACCPの考え方を取り入れた衛生管理」)が認められます。

## 必要なものは「衛生管理計画の作成」と「管理記録の作成・保存」だけ

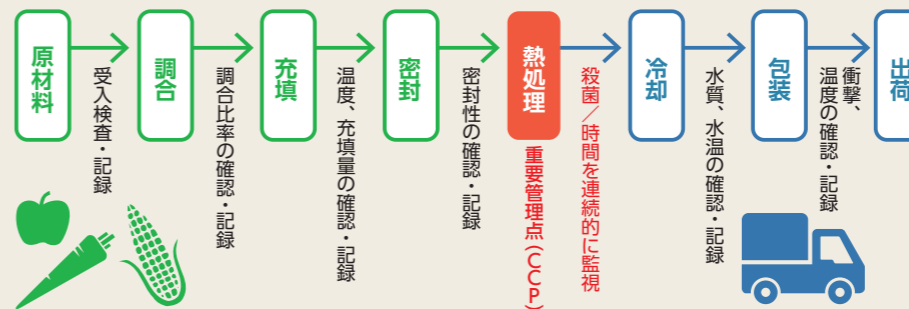
「重要管理点を定め、それが守られていることをきちんと記録す

る」と聞くと、面倒で手間がかかるのでは、と心配する事業者もいるかもしれませんが、厚生労働省は、そうした心配は不要と言います。

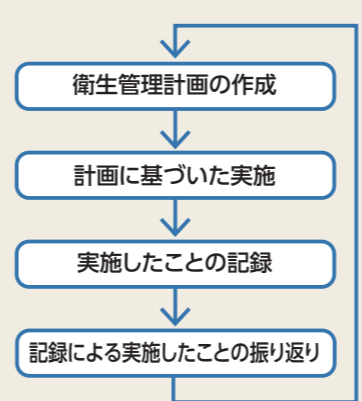
「今回の法改正で小規模営業者等に求めている『HACCPの考え方を取り入れた衛生管理』は、厚生労働省のホームページで公表している業界団体が作成した手引書を参考に、これまでやってきたことを、第三者が見て分かる形にまとめるだけでいいのです。例えば、ハンバーグを出すレストランであれば串を刺して出てくる肉汁が透明であることを確認するという手順があります。この手順を書き出したものを『衛生管理計画』として用意し、“衛生管理計画どおりにできていた”という記録を『管理記録』として作成、保存すれば、HACCPに沿った衛生管理を行っていると認められます」(奥藤氏)

HACCPとは要するに、衛生管

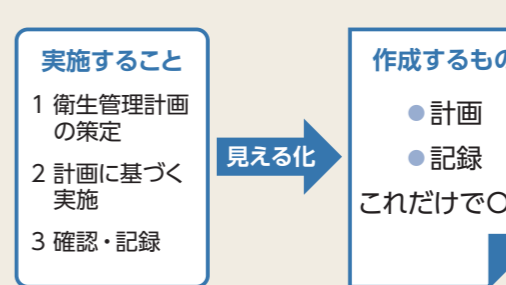
【図1: HACCPによる衛生管理の例】



【図2: 衛生管理の「見える化」手順】



【図3: 小規模な一般飲食店における衛生管理の場合】



※図1、図2、図3の典拠: 「HACCPの考え方に基づく衛生管理について」(公益社団法人日本食品衛生協会)より

## 【業界団体が作成した業種別手引書】



業界団体が作成した業種別手引書は、厚生労働省のホームページからダウンロードできます。

理の取り組みを「見える化」(図2、図3参照)することなのです。

厚生労働省では、食品の業界団体が作成し、業種ごとの「衛生管理計画」と「管理記録」のひな形を含む「食品等事業者団体が作成した業種別手引書」(右上)をホームページを通じて配布しています。食品事業者は、この「手引書」をダウンロードし、このひな形をプリントアウトして利用できます。「衛生管理計画」は項目に丸をつけるだけのものが中心で、「管理記録」も一つひとつの製品ごとに記録する必要はなく、1日の終わりに「すべてできていたことを確認した」とチェックするなどして、1カ月分がA3用紙1枚というレベルでも大丈夫とのこと。

## ICTを活用してデータの記録を省力化することも可能

こうした記録は、必ずしも紙ベースである必要はありません。例えば、ICT機器を利用して連続的に温度を計測し、デジタルで記録するという方法も考えられます。つまり、各事業者のやりやすい方

法で良いのです。

なお、新たな衛生管理の手法が義務づけられたことで、「取り締まりは厳しくなる?」「守らないと罰則があるのでは?」と心配する事業者もいるでしょう。しかし、厚生労働省は、これをきっぱりと否定します。

「HACCPが義務化されても、事業者さまへの対応はこれまでとは変わりません」(奥藤氏)

今まで食品事業者の衛生管理は、自治体の保健所の食品衛生監視員が定期的に立ち入りを行い、確認していました。これは今後も同様で、このときHACCPに沿った衛生管理ができていない場合、改善に向けての助言が行

「衛生管理記録はICTを活用するなど、各事業者のやりやすい方法でよいのです。HACCP導入で分からないことは、まず地域の保健所にご相談ください」と語る奥藤氏。



われ、保健所も協力のもと、より良い衛生管理を目指すことになるそうです。「導入について分からないことがある事業者は、まず地域の保健所にご相談ください。HACCP導入に向けての対応を助言させていただきます」(奥藤氏)

## 結論

- HACCPの導入は、厚生労働省のホームページにアクセスし、業界団体が作った手引書をダウンロード、「衛生管理計画」と、「管理記録」を作成して保存するだけでOK。
- HACCP未導入でも、罰則などが強化されることはない。
- 分からないことは地域の保健所、業界団体にご相談を。

詳しくは: ユーザ協会 HACCP



HACCP  
導入事例

# ICTを活用してHACCPを運用 人に負担をかけない衛生管理を実現

アイビック食品株式会社

北海道札幌市にあるアイビック食品株式会社は、HACCPによる品質管理を内包したISO22000(Point.2参照)をいち早く導入。その運用にICTを適切に活用した高い品質で成長を継続しています。



代表取締役副社長  
牧野 克彦氏

## ISO9001による 高い品質管理をPR

アイビック食品株式会社は、釣具の卸し商社の食品事業部として生まれ、2002年に株式会社として独立しました。事業分野はOEM(他社ブランドの製品を製造すること)に特化した、たれ、だし、スープの生産で、北海道産の原料を武器に、多くの食品事業者に供給しています。また2018年にはM&Aにより惣菜事業にも進出、スーパーなどの惣菜販売部門が主な取引先となっています。

代表取締役副社長である牧野氏が大手電機メーカーを経て同社に入社したのは2009年のこと。牧野氏は、その当時を次のように振り返ります。

「当時の弊社は、ISO9001(Point.1参照)による高い品質管

理をPRしていました。しかしその中身はまったく違っていただけです」(牧野氏)

## 実質の品質管理を求め ISO22000認証取得へ

ISO9001は、一貫した製品、サービスを提供し、顧客満足向上させるためのマネジメント規格で、その取得には社内におけるさまざまなマネジメントに関する取り組みや運用計画、監査などが求められます。しかし、当時同社ではISO9001に「認証されること」が目的であり、その認証が製品の品質に結びついていない部分が多かったのです。

牧野氏はこうした“形だけの認証”を追う会社の姿勢に危機感を覚えました。その背景にあったのは、食のグローバル化により、日本の食品メーカーも諸外国のライバルと戦わなくてはならない時代が近づきつつあるという思いと、会社の成長には他社で相次いだ食品偽装事件により低下した“食の信頼”を取り戻すことが不可欠だという判断でした。

その解決策として、牧野氏はHACCPの衛生管理手法を取り入れ、より食品業界に特化した規格であるISO22000の認証取得を

### Point.1 ISO9001とは?

ISO9001とはQMS(Quality Management System)とも呼ばれる国際規格のことです。良い製品(サービス)を作る(提供する)ためのシステムを継続的に維持・改善するために要求される規格で、世界170カ国以上で導入されている品質マネジメントシステムです。

### Point.2 ISO22000とは?

ISO22000とは、食品安全マネジメントシステムを構築・運用するためのルールを定めた国際標準規格です。食品安全マネジメントシステムとは、食品の衛生管理レベルを継続的に向上させる仕組みのことで、ISO22000を取得すると食品の安全や衛生管理に積極的に取り組んでいる企業だと国際社会に認められることになります。

決めたのです。

「ただ、私がそう決断した2013年当時、弊社の売上はわずか5億円ほど。社員からは『うちみたいな小さな会社がISO22000を取得してどうするんですか?』という反発の声もありました」(牧野氏)

## ICTを適切に活用し、 人の手間や負担に頼らない 品質管理を実現

しかし、牧野氏は諦めることなく、2年後の2015年にISO22000



2018年1月に完成したBICFOODS LAB.(アイビックフーズ・ラボ)。ここでは、担当開発員が試食・商談・厨房オペレーションの検討まで行っています。



工場入口の「ISO22000認証取得工場」の表示(上)。工場の入退室はすべて顔認証システムでドアロックを解除します(下)。



工場入口のサーモセンサーで体温管理を行っています。



工場内の冷蔵・冷凍庫はIoTによる温度管理を行いモニターにも表示(左)。品質管理で問題が発生した時はビデオで作業内容を確認できます(右)。



を取得します。その頃、同社の売上は10億円近くに達し、2年後の2017年には売上15億円に手が届くという、ISO22000が求められる規模へと成長していきました。牧野氏の決断は正しかったのです。

こうして同社はISO22000に内包されたHACCPに基づく衛生管理を開始しましたが、牧野氏の高い品質管理への情熱はそこで完結することはありませんでした。

「目指したのは、HACCPに基づく衛生管理をできるだけ人の負担に頼らず行うことです」(牧野氏)

その考えの根底にあるのは、“人はミスをするもの”という認識と“人は手間がかかる作業では安易に流れやすい”という心理です。例えば「工場に入る時の体温管理」については、工場入場前にサーモセンサーで体温管理をし、

顔認証システムによりドアロックを解除し、工場内へ入場できるようにしています(右上写真)。

## 将来的にはAIによる 映像分析導入も視野に

さらに、工場内の冷蔵・冷凍庫はIoTによる温度管理を行い、温度データを連続的に記録することで人の手間を省きつつ、異常が現れた時は担当者のパソコンやスマートフォンにアラートを送信する仕組みを取り入れています。また、作業工程は工場内のカメラで撮影し、出荷前の品質管理で問題が発生した時はビデオで作業内容を確認できるようにもしています。将来的にはここにAIを導入し、普段と異なる手順を検出できるようにする計画も検討されているとのことです。

「ISO22000による高い品質管

理は、まもなく総菜分野にも展開する予定です。さらに2018年に合併会社設立に調印した中国市場でも、『北海道の食材 + ISO22000による高い品質管理』を武器にした成長を目指しています」(牧野氏)

こうして同社はISO22000の導入とその適切な運用で、事業を拡大してきました。牧野氏は、2022年に目標とする「売上40億円」はすでに視野に入っていると語ります。

「次の目標、2027年の売上100億円に向け、さらなる工場の拡張、M&A、海外合併に積極的に取り組んでいきたいと思っています」(牧野氏)



●会社概要  
会社名：アイビック食品株式会社  
設立：2002年(平成14年)12月16日  
本社所在地：札幌市東区苗穂町13丁目1-15  
代表取締役社長：牧野 利春  
資本金：3,000万円  
事業内容：たれ・だし・スープの製造販売  
URL：http://ibic.info/





## 添付ファイルの送り方

メールで送れるのは文字だけではありません。ExcelやWordにPowerPoint、写真や画像などのデジタルデータを添付して送ることができます。便利な機能ですが、送り方によっては受信者に迷惑をかけるので配慮が必要です。今回は添付ファイルの送り方について解説します。

仕事ではさまざまなデータを扱います。上司に提出する、お客さまへ渡す際の方法の一つとしてメール添付があります。印刷したり、郵送したり、ファックスで送ったりするのに比べて、メールに添付して送ることはコストや時間がかかりません。受け取ったデータに手を加えたり、確認して戻したり、保存したりできることもあり、仕事では重宝されます。

### 受信者に負担をかけない

送信者は必要があるためファイルを添付します。しかし、添付したファイルの存在とその必要性を受信者に伝えることができなければ、開いてもらえないかもしれません。

メールを使いこなすには、受信者の立場に立って考えることが不可欠です。それはファイルを添付する時も同じです。なぜなら、送信者が必要だと思って添付したファイルが受信者にとって同じく必要とは限らないからです。

添付ファイルを開いて確認するのは手間がかかります。開封したファイルが望んだものでなく、一方的な売り込みの資料だったらどうでしょう。不要な動作を強いられるのはストレスになります。では、受信者に負担をかけず、気持ち良く処理してもらうには、どのように送ったらいいのでしょうか。

### 添付していることを書く

まず、ファイルを添付する時に必ず行いたいことがあります。それは、メールの本文にファイルを添付していることを書くことです。その一文があれば「受信者に添付ファイルの確認を促す」「ファイルを添付し忘れた時に受信者が指摘してくれる可能性が高まる」といった効果が期待できます。

メールを開封した時、ファイルが添付されていることに気づかないこともあります。でも、本文にファイルを添付していることと書いてあれば、目は添付ファイルに向かいます。内容によっては、誰のために、何を、なぜ添付しているのかといったことまで伝えると、受信者は納得して、安心して開封することができます。開くべき理由を伝えるのです。

### 添付するファイルのサイズは？

添付するファイルのサイズにも配慮します。最近では通信環境などが良くなり、添付ファイルのサイズを気にせず受信できる、送信できるという人も多いでしょう。とはいえ、大きなファイルは受け取れないこともあり、受信者に迷惑をかける可能性もあります。

共通の認識がある場合を除き、一つのファイルのサイズは2MB以内を目安にします。2MB以内であれば大抵の人が受け取れます。も

しろん、相手が受信できるサイズに上限がある時は、それに従います。

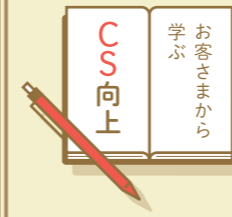
2MBを超えるファイルを送る時は、受信可能か確認したり、送付方法を相談したりするのが丁寧です。特定のシステムを利用するよう求められることもあります。

### ファイルとパスワードの扱い方

機密情報や個人情報などを扱うファイルには、パスワードの設定が求められることもあります。パスワードのかけ方にルールがある時はそれに従い、特に指定がない、各自が手動でかける時は「推測されにくいパスワードをかける」「パスワードをかけたファイルを添付したメールの本文にパスワードを書かない」という2点に注意しましょう。ファイルとパスワードを一緒に送ったのではパスワードをかけた意味がなくなってしまうからです。

添付ファイルは届けて終わりではありません。受信者がスムーズに処理できるよう配慮することを忘れずに。今回はメールを送る時間帯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。



## 会社の代表であるという意識

ヤマト運輸株式会社

### 「寿司屋の職人」に

“宅急便”の産みの親である弊社2代目社長は宅急便を始めた頃、自社ドライバーに対し「寿司屋の職人になれ」と説いたと言います。もちろん、本当の寿司職人になれというわけではなく、ドライバーだからといって運転だけすればいいのではなく、寿司職人がお客さまをもてなすために仕入から支度、接客、握り、見送りと、責任を持って仕事するように、どんなお客さまにも責任を持って対応しましょうということです。つまり、自分は会社の代表であるという意識を持って仕事をしましょうということを伝えたかったのです。この考えは「全員経営」という言葉で今も大切に受け継がれています。

### 「申し訳ございません」が伝わらない

私がオペレーターとして仕事をしてきた時、ご立腹されたお客さまからのお電話を受けたことがありました。一生懸命お詫びをし、何とか早く担当の宅急便センターに引き継ごうとしたのです。しかし、お客さまは「お前は申し訳ございませんしか言うことがない

のか!」と、怒りの矛先が自分に向いてしまったのです。お叱りを受けた理由は、当時の私には「会社の代表である」という意識が欠けていたのです。言葉では「申し訳ございません」と言いながらも、早く担当へ引き継ごうとしていた私の気持ちをお客さまは見抜いていたのです。お客さまにとって、電話に出たオペレーターがヤマト運輸そのものという認識にもかかわらず、お客さまのために自分には何ができるか考えもせず、どこか他人事な対応をしていたのです。寿司職人になれていないと気づいて猛省しました。

### お客さまにもオペレーターにも満足を

最近CIS（顧客感動満足）という言葉が耳にするようになりました。弊社もCIS実現に向けてさまざまな取り組みを行っています。私は会社の代表として電話に出ることがCISの第一歩だと考え、研修を担当しています。

永野 亜美氏  
ヤマト運輸株式会社 厚木コールセンター所属。第51回電話応対コンクール全国大会出場。電話応対技能検定指導者級資格23期生。現在、電話応対コンクールの指導、オペレーター・新入社員の研修を担当。楽しく、主体的に学べる研修を心がけ電話応対品質の向上に取り組んでいる。

「次回の講師は、株式会社ムジコ・クリエイトの小田桐 邦子さん（電話応対技能検定指導者級資格保持者・マナー教育サポート協会認定マナー講師）です。真面目でいつも一生懸命、明るく、元気、魅力的な方です。」



永野 亜美氏

会社の代表であるという意識で仕事をすることはオペレーターにとって、時にプレッシャーになることがあります。でも、責任を持って対応した先には、「あなたに應對してもらえて良かったわ」というお客さまからの最高の賛辞が待っていることも、オペレーターに経験してほしい。そのために、受身の研修ではなく、自分で考え、自分で答えを導けるような参加者主体の研修を心がけています。また、昨年からは実施機関として、電話応対技能検定（もしも検定）3級の指導をしています。ベテランオペレーターからも気づきや学ぶことが多いと好評で、これをきっかけに対応品質をもっと上げようと、社内のモチベーションが上がっていると感じています。もしも検定を今後も展開しながら、お客さまにとっても、働くオペレーターにとっても、満足度の高いコールセンターを目指してまいります。



## チャレンジ! もしも検定

このコーナーでは「もしも検定」の試験で出題された問題の中から、毎回1問ずつ掲載していきます。

### 問題

メディエーションの場面で、メディエーターの役割として求められることはいくつありますか。次の選択肢から1つ選びなさい。

- ア. 交渉すること
- イ. 評価すること
- ウ. 傾聴すること
- エ. 解決すること

- 1. 1つ    2. 2つ    3. 3つ    4. 4つ

※2級問題より

正解は13ページをご覧ください。





## 電話対応と伝える情報、双方の“品質”を高め、より高いお客さまご満足を

関東日本フード株式会社



代表取締役  
社長  
山中 隆氏

ニッポンハムグループの一員として、量販店、外食店、精肉小売店向け卸売販売を担当する関東日本フード株式会社は、電話対応技能検定（もしも検定）の導入で全社的に電話対応能力の向上を図るとともに、その電話で伝える“情報の品質”を高めるべく、努力を続けています。

### Q 事業概要について教えてください。

A 「弊社はニッポンハムグループの一員で、東日本フード、中日本フード、西日本フードとともに、食肉の卸売ネットワークを形成しています。営業エリアは関東圏、北陸や東海の一部で、33カ所の営業部を配置しております。取引先は量販店、外食産業から街の精肉小売店までさまざま、営業担当がトラックで回り、ご要望に即座に対応できる体制を長所としています」（黒田氏）

### 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 「大手の取引先さまとは多くがデータによる受発注に移行しておりますが、小売店さまからのご注文は電話が主流です。そのため電話対応においては、お客さまのご要望をきちんと理解し、間違いなく商品を手配するスキルが求められます」（黒田氏）

### 求められるべきは「電話でも核心を突けるコミュニケーション能力」

### Q 御社が考える、電話対応の課題について教えてください。

A 「営業担当は外出中も携帯電話でお客さまからのご注文を受けまし、営業担当の不在時には内勤の営業事務も電話での注文にお答えし、必要に応じてお客さまのところにデリバリーすることもあります。そういう意味で、弊社においては業務の区分なく、すべての従業員に十分な電話対応スキルが必要と考えています」（前田氏）

「弊社の営業の原点は、トラックに乗った営業担当が一軒一軒お店を回り、お店の方と直接お話しし、得意先を開拓してきたところにあります。しかし一人ひとりが直接回れるお店の数には限りがあり、現在は配送担当のパートタイマー、協力いただく運送事業者さんと一緒になり、お客さまをサポートしています。そんな環境下で今、営業担当に必要なのは、電話でも、対面での営業と同様の核心を突くコミュニケーション能力です。『いくつほしい』『では手配します』という単純なやりとりだけではなく、『このお肉はこのような特徴があり、こんな料理で美味しく召し上がれます』と、お客さまにきちんと伝え、『だったら注文しよう』と、こちらからの提案によりお客さまの心を動かすことのできるスキルが求められているのです」（山中氏）

取締役  
管理本部  
本部長  
黒田 昌寛氏



## 伝える能力と、伝える中身の双方を重視し、さまざまな取り組みを

### Q そうした課題の克服のため、どのような施策に取り組んでいますか。

A 「まず4年ほど前から、もしも検定に取り組んでいます。営業所での電話対応品質向上のため、営業事務のスタッフから受検を進め、現在3級及び4級資格保持者が約130名となっております。今後は山中が申し上げたように、『電話で核心を突けるコミュニケーション』の実現のため、受検者を営業担当に広げる予定です」（黒田氏）

「こうしたコミュニケーション能力の育成とともに、そのコミュニケーションで伝える“中身”の充実にも取り組んでいます。例えば営業資料にある内容を暗記してそのままお客さまに伝えても、お客さまには響きません。自分が体験し、味わって、自分の言葉にできこそ、商品の良さをお客さまにご理解いただくことができるのです。そのため現在、各営業所に、自分たちで実際に料理し、食べることができるテストキッチンの整備を進めています。ここで営業担当が肉の種類や質に合う料理法や、同じ肉でも調理法により味が変化することなどを学び、それを知識として蓄えてほしいのです。なお、この料理は社内のフードアドバイザーというお客さまへの料理提案、メニュー提案を行う担当が主導しますが、フードアドバイザーも必要に応じて国内外の視察を含め、新たな情報をどんどん取り込むようにしています。こうしてコミュニケーション能力そのものと、そのコミュニケーションによりお伝えする知識の質の双方が高まれば、お電話でも、対面でも、お客さまに訴える力はより高くなり、将来的に営業担当の実績につながると信じています」（山中氏）

### コミュニケーション能力向上で、グループとお客さまをWin-Winに

### Q 今後の電話対応教育への取り組みや、展望について教えてください。

A 「営業担当がスムーズに、もしも検定を受検できる体制作りに励みたいと思っています。現在は東京で行われる社内検定の日程に合わせ、各営業所から営

常務取締役  
事業本部  
事業本部長  
前田 和幸氏



業担当が出張していますが、今後は検定の実施スケジュールをできれば年間単位で周知し、受検しやすい環境を作りたいと思っています」（黒田氏）

「お客さまからいただく電話には、必ず用件があります。その用件をきちんと聞き取ることはもちろん、その用件を社内の別の担当に“つなぐ”ことも、不可欠な要素であり、社内のきちんとしたコミュニケーションの先にお客さま満足があると考えています。来期は対社外だけではなく、そうした社内のコミュニケーションについても力を入れていきたいと思っています」（前田氏）

「精肉小売店でも外食店でも、一つひとつのお店はそれぞれ異なる商圏、異なる客層を持っています。そうした取引先さまの特徴をきちんと理解し、売れると思う商品をお勧めし、仕入れていただき、繁盛してもらおう。それがお客さまのご満足につながり、さらに弊社の業績にも貢献します。また、そうした取引先さまの情報を、ニッポンハムグループ各社につなぎ、商品開発に活かしてもらうことも、営業の前線にいる弊社に求められる機能です。こうしたすべてのことの根底となるコミュニケーション能力を高め、取引先さま、ニッポンハムグループの双方がWin-Winの関係を築けるよう、進んでいきたいと思っています」（山中氏）



#### 会社概要

会社名：関東日本フード株式会社  
設立：1979年（昭和54年）2月  
本社所在地：東京都品川区大崎二丁目1番1号 ThinkPark Tower  
代表取締役社長：山中 隆  
資本金：4億5千万円  
事業内容：ニッポンハムグループが国内外で生産・輸入・加工する食肉製品を量販店・食肉店・外食産業などに販売する全国ネットの総合食肉販売  
URL：<http://www.nfgroup.co.jp/kantofood/>

●電話対応技能検定実施機関：日本ハム株式会社 <https://www.nipponham.co.jp/>



## 電話対応コンクールを活用した 電話対応品質のレベルアップで お客さま満足向上を

城山観光株式会社



専務取締役  
総支配人  
重留 伸哉氏

鹿児島県でラグジュアリーホテルを営む城山観光株式会社は、業務効率化を目指して電話対応の一部を外部委託したことにより、個々の従業員の電話対応への意識が希薄となり、お客さまにご迷惑をおかけすることもありました。その課題を払拭すべく、電話対応コンクールへの挑戦を続けています。

「託し、宿泊やレストランの予約などの直通電話は社員が対応しています」(重留氏)

**Q** そうした御社の電話対応に関する課題を教えてください。

**A** 「すべての電話を社内スタッフだけで対応していた時期は、社員が電話対応コンクール全国大会で第3位になるなど、高い水準を保っていました。ただ代表電話の対応を外部に委託した後は、“対応品質を高めよう”という意識が徐々に薄くなり、お客さまからお叱りの声をいただくことも多くなりました」(重留氏)  
「分業化が進みすぎて電話をつなぐことが業務になり、お客さまの意図や要望が汲み取りにくくなってしまったのかもしれない。お客さま第一であるべきホテルとして、これは早急に修正すべき課題でした」(前田氏)

### 電話対応コンクールと同じ問題を使い 選手を選抜、県大会に挑戦

**Q** その課題について、どのように取り組んだのでしょうか。

**A** 「代表電話の外部委託にともない中断していた電話対応コンクールへの出場を4年前より再開しました。与えられた設定の中で、顔の見えない相手に対してどのような心配りをすれば喜んでもらえるか、改めて考える場を取り入れました」(重留氏)

「電話対応コンクール参加に向け、社内の対応品質を高める取り組みも始めました。定期的に専門の外部講師による研修を行い、その上で、社内で対応の良いスタッフを選抜しました。そして選抜したスタッフを対

**Q** 事業概要について教えてください。

**A** 「弊社が運営するSHIROYAMA HOTEL kagoshimaは、高台から桜島や鹿児島市内を一望する365室と温泉を備えたラグジュアリーホテルです。年間約180～190万人のお客さまにご利用いただいておりますが、ご宿泊のお客さまはそのうち約1割で、レストランなど料飲部門、宴会やご婚礼などバンケット部門の売上比率が高いところに大きな特徴があります。ご宿泊のお客さまは県外からが多く、海外の方も時期によっては3割くらいになります。バンケット部門は県内のお客さまが中心ですが、宿泊を兼ねた学会、社員旅行などでは国内各地からご利用いただいております」(重留氏)

### 業務効率化に向け導入した外部委託により、 社内の対応品質が徐々に低下

**Q** 御社の業務と電話対応との関わりについて教えてください。

**A** 「ホテルの業務ではご予約、お問い合わせなど、電話と深い関わりがあります。そうしたお電話はかつて社内スタッフがすべて受けていましたが、業務効率化という観点から、現在は代表電話については外部に委

## Short Interview コンクール挑戦により得られた価値

城山観光株式会社で働くスタッフは、電話対応コンクールへの挑戦でどんな経験をし、その経験をどう仕事に活かそうとしているのでしょうか。コンクールに参加したスタッフ3名にうかがいました。



レストラン部  
フランス料理 ル シエル  
村永 絵美利氏

### よりスキルを高め、お客さまにご満足を

ホテルのフレンチレストランで、お客さまのご案内、会計、そして予約の管理を担当しています。社内コンクールの「設定を与えられての対応」は、未知の世界でした。その体験を自分の仕事に置き換えると、まだまだ知識不足であることを痛感しました。もっとスキルを上げ、お客さまが期待を持ってご来店いただける予約での対応、来て良かったとご満足いただける接客を目指したいと思います。



料飲営業部  
料飲予約グループ  
隈元 奈津希氏

### お客さまの“心を読む”対応を自分のものに

私の担当は、バンケット部門の料理や備品の発注ですが、レストラン予約担当に代わりお電話を受けることもあります。その時はお客さまのご要望をすぐ汲み取れるよう、気持ちの切り替えに注意を払っています。コンクールで他社の“お客さまへの気づかい”に触れ、「お客さまが何を求めているか」を深く考えるようになりました。今後も参加を続け、自分の対応力をさらに高めていきたいと思っています。



宿泊営業部  
宿泊予約グループ  
岩瀬 瑞帆氏

### 目指すはお客さまに先回りし提案できる対応

私の担当する団体さま向け予約受付では、ほかのご予約と希望が重なる時、人数が決まらない時でも、お客さまときちんとコンタクトして売上につなげる対応が求められます。コンクール県大会では、他社の選手の「大事なことをより手短かに伝える技術」「お客さまの気持ちに先回りして提案する技術」に触れることができました。この技術を自分のものにして、業務に活用していきたいと思っています。

象に、本番と同じ問題を使い取締役と外部講師が審査員を務める社内コンクールを開催、電話対応コンクールの県大会に出場する選手を決定しました」(前田氏)

**Q** 電話対応コンクールへの出場再開で、得られたものはありますか。

**A** 「この取り組みを始めて4年間経ちますが、電話対応への苦情は間違いなく減っています」(重留氏)  
「大会出場という目標ができたこと、問題を使ってより良い対応とは何かを考えるようになったこと、そして県大会で他社の優れた対応に触れたことで、参加者の電話対応レベルが確実に上がりました。職場の同僚もその姿に感化され、対応の上手い人に倣ったり、自主的に勉強するなど、品質への意識づけが高まっています」(前田氏)

### 電話対応技能検定(もしもし検定)や 企業電話対応コンテストも活用、 さらなるレベル向上を

**Q** 今後の目標などがあれば教えてください。

**A** 「レベルは上がっていますが、外線電話に比べ、内線電話の受け応えはまだまだだと感じています。どんな電話でも、その向こうにお客さまがいることを意識

する心構えを持てるよう、改善したいと思います。今後、電話対応技能検定(もしもし検定)や企業電話対応コンテストへの参加も、積極的に検討し、お客さまにご満足いただける対応品質を目指したいと考えています」(重留氏)

「今、私たち研修部が主催して弊社スタッフの相互投票による『電話対応の良い人をみんなで投票しよう』というキャンペーンを行っています。スタッフ全員がこのキャンペーンで電話対応に気を配り、より良い対応を目指すようになれば、レベルはさらに上がっていくと思います」(前田氏)

研修部  
研修グループ  
前田 明子氏



SHIROYAMA HOTEL  
kagoshima

会社概要

会社名：城山観光株式会社  
設立：1961年  
本社所在地：鹿児島県鹿児島市新照院町41番1号  
代表取締役社長：東 清三郎  
資本金：3,000万円  
業務内容：ホテル事業  
URL：https://www.shiroyama-g.co.jp/





## 「心を動かすプレゼンテーション」

プレゼンとはプレゼンテーションの略語。企画や見積もりなどの概要を関係者に発表・提示すること（新明解国語辞典）と、説明されています。もともとは、主として広告業界などで使われていた言葉だそうですが、近頃このプレゼン力に関心が集まっています。ビジネス界だけではなく、学術、教育、芸能、スポーツなど多方面にわたって、プレゼンをする機会が増えているのです。今回は、今注目されるプレゼンについて考えます。

### デジタル化が進むプレゼン

当節のプレゼンは、デジタルツールを駆使した「見せるプレゼン」が主流となっています。膨大な資料をカラフルに図式化し、それをPowerPointを使って提示するのです。そこには複雑な情報が盛り込まれ、質の高いプレゼンも生まれています。しかし、惜しむらくは音声による説得力が弱いので、心を捉えきれないプレゼンが多いのです。

それでも、PowerPointで映し出されるカラフルな映像は、若い層には人気があるようですが、アナログ世代の私には、今一つ馴染めません。速いテンポで変わる画像情報についていけないのです。理解に手間取っている間に、音声説明が先にいってしまいます。かと言って音声中に集中すると、これがまた分かり難いのです。

デジタル画像中心のプレゼンは進化しています。しかし、一方で音声による説明力の劣化は看過できない問題だと思います。かつてのプレゼンは、言葉での説得力に主眼を置き、画像情報、視覚情報は、その補助的役割を担っていたと思います。IT機器の進歩が、その役割の比重を変えました。それでもなお、プレゼンにおける音声表現力の重要さは、変わってはいないはず。

### 伝える情報は半分にする

プレゼンには必ず達成目標があります。その目標を聴き手が納得して受け入れて、態度や行動を

えてくれることで達成になります。ところがそうすなりとは参りません。文字・画像情報も音声情報も、昨今のプレゼンは情報が多過ぎます。進化した情報社会では、手軽に容易に情報が手に入ります。手に入れた情報は、少しでも多く伝えたいのが人情です。しかし、それは聞き手のためではなく、多分に伝え手の自己満足なのです。結果として、饒舌で情報過多なプレゼンが多くなります。

「良いプレゼンをしたければ、伝える情報を半分にするのだ。そうすれば聴き手に与えるインパクトは倍になるよ」かつて先輩から受けたアドバイスを思い出します。「集めた情報は、捨てて捨てて捨てなさい。最後に残った情報が、本当に伝えなければいけない情報です」これはかつて本誌でも紹介したことのある、柴田 武さんの重い金言の一節です。半分にするには、このくらいの覚悟が必要だと肝に銘じています。

### 人の気配を感じるプレゼン

プレゼンとは説得力です。企画やアイデアを提示して、その気になってもらわなければなりません。デジタル系の文字や画像で伝えるプレゼンには、緻密なデータや情報が盛り込まれますから、それなりの説得力はあるでしょう。しかし、伝え手の熱意や思いを伝え、相手の心を動かす効果までは期待できません。それができるのは話し言葉の力です。

有田焼の14代酒井田柿右衛門が、名もなき陶工が焼いた壺を見

て「この壺には人の気配がある」と激賞したという話を聞いたことがあります。進歩を続けるデジタル系の機器に接する度に、この言葉を思い出します。そこには精度の高い豊富な情報はあっても、「人の気配」は感じられません。しかし、有田焼の壺や、人間が話すプレゼンの言葉にはそれがあるのです。時には、そこからドラマまで見えてきます。電話応対もまた然りです。

### 心を動かす話し言葉の力

プレゼンでは、まず相手の理解が必須の要件ですが、それはAIを含めたデジタル機器が得意とするところ。しかし好感と納得、感動と決断というメンタルな要件を満たすのは話し言葉の力です。「間」「テンポ」「リズム」「高低」「緩急」「強弱」「明暗」「大小」などのさまざまな表現手法を身につけること。さらには、微妙な心情を伝える高度なテクニック、「言葉の余白」「溜めが作る感情」「息の音が作る表情」までを自在に使えれば、AIに侵されることのない表現者として存在し得るでしょう。その具体的訓練法は後日に譲ります。

#### 岡部 達昭氏

日本電信電話ユーザ協会電話応対技能検定 専門委員。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! ももしも検定の答え: (1)

ホームページには、詳しい解説を掲載しています。[ももしも検定 過去問]で検索!

緊急会員特典

## テレワーク導入支援

「大至急テレワークを」という状況の中、テレワーク導入支援施策として、テレワークに有効な Web 会議・情報共有ツールを、期間限定で無償提供いたします。

このようなお悩みはございませんか？

- ・新型コロナウイルス対策で、大至急、社員を在宅勤務に切り替えたい
- ・在宅勤務だと顔が見えず、うまくコミュニケーションをとれるか、不安
- ・テレワークに興味はあるが、導入までに時間やコストがかかるのではないかな
- ・優秀な人材の採用・離職防止のために、柔軟な働き方を導入したい

このようなお悩みを、働く場所を選ばない Web 会議・情報配信ツールで軽減できます！



受付期間：2020年5月31日まで 無償提供期間：2020年6月30日まで  
無償提供する「Web会議・情報共有ツール」については、日本電信電話ユーザ協会の指定サービスに限りです。

詳しくは、ユーザ協会ホームページをご覧ください。  
URL : <https://www.jtua.or.jp/>

### 新型コロナウイルス感染拡大による特例措置のご案内

新型コロナウイルスの感染拡大などにより、「ももしも検定」を受講・受検できなかった方に、以下の特例措置を設けることとしました。

- ・4級合格者が3級を受検する場合の筆記試験の免除期間を延長します。
- ・1級～3級の事前研修に関する有効期間を延長します。  
(4級合格者の授業科目免除事前研修も含む)
- ・指導者級養成講座の事前研修の有効期限を延長します。

詳しくは、ユーザ協会ホームページをご覧ください。  
URL : <https://www.jtua.or.jp/>

### 企業電話対応コンテスト参加申込みの受付開始(受付期間:6月1日~7月20日)

日本電信電話ユーザ協会の専門スタッフが「仮のお客さま」となって参加企業(事業所)に電話をかけ、その際の電話応対について専門家が客観的に評価を行います。結果は「報告書」及び「審査結果」として、改善のアドバイスを参加企業へフィードバックします。

企業における電話対応サービスの向上、CS(顧客満足)経営の指針としてご活用いただけます。

企業電話対応コンテスト

### 第58回電話対応コンクール全国大会・第23回企業電話対応コンテストのDVDを発売中

2019年11月22日(金)に東京都「中野サンプラザ」で開催された「第58回電話対応コンクール全国大会」の優勝・準優勝・優秀賞者の対応模様や、「第23回企業電話対応コンテスト」の会長賞・理事長賞受賞企業4社の対応模様(音声)を収録したDVDを発売しました。

開会式のダイジェストやコンクール審査委員長の講評なども収録されています。

電話対応サービスの向上にぜひお役立てください。

- 〈主な収録内容〉
- 第58回電話対応コンクール全国大会  
開会式ダイジェスト映像/  
優勝・準優勝・優秀賞者の対応模様など
  - 第23回企業電話対応コンテスト  
会長賞・理事長賞受賞企業の対応模様(音声)

【会員価格】3,300円(税込/送料含む)  
【一般価格】5,500円(税込/送料含む)

お申込みは、ユーザ協会ホームページから承ります。



ユーザ協会 出版物