

期間限定 会員特典

テレワーク導入支援

最新ICTプレサービス
(PC遠隔操作ツール)

無料体験モニター 大募集!

会員モニター様専用ヘルプデスクによるサポート付き

期間延長!

受付期間: 2021年4月30日(金)まで
(ヘルプデスクのご利用: 2021年6月30日(水)まで)

先着
100社様
限定



NTT東日本が実証実験を進めている「シン・テレワークシステム(PC遠隔操作ツール)」の **無料体験モニター** を大募集!
会員特典として「会員モニター様専用のヘルプデスクによるサポートサービス」を無料でご利用いただけます。



こんなお悩み
はありませんか?

☒ 自宅のパソコンから、会社等のパソコンに安全にアクセスして在宅勤務をしたい

☒ 自宅のパソコンには会社の重要情報を残したくない

☒ 会社等のパソコンをリモート操作する仕組みを独自に構築するのは難しそう

シン・テレワークシステムを **無料** で体験!

【期間限定 会員特典】ヘルプデスクによる安心のサポート付き
「シン・テレワークシステム」を使えば、会社等のパソコンに自宅から安全にアクセスし
会社等のパソコンを遠隔操作することで、作業の続きをテレワークで継続することができます。



※ご提供する「シン・テレワークシステム」の詳細はこちら <https://business.ntt-east.co.jp/service/thintelework-system/>

※受付期間: 2021年4月30日(金)まで

※無料体験モニター期間(ヘルプデスク設置期間): 2021年6月30日(水)まで

※無料体験モニターは「先着100社様」限定です。1社様あたりのご利用人数には制限はございません。

※無料体験モニターの対象サービスについては、日本電信電話ユーザ協会の指定サービスに限ります。(「シン・テレワークシステム」及び「会員モニター様専用ヘルプデスク」は、NTT東日本が提供いたします。)

※後日、簡単な「モニターアンケート」にご協力いただけます。
(アンケートへのご回答内容及び、モニターお申込みの際に頂いた情報はNTT東日本に提供いたします。)

※「シン・テレワークシステム」は実証実験中のサービスであり、システム提供元(NTT東日本)の都合により、サービス内容が変更となる場合がございます。

※シン・テレワークシステムはWindows/パソコン専用です。macOSでは動作いたしません。その他、サービス概要やご利用に関する注意事項等は以下のURLでご確認ください。
<https://business.ntt-east.co.jp/service/thintelework-system/>

※システムのご利用に際して、システム提供元(NTT東日本)からご連絡させていただく場合がございます。

先着100社様限定!

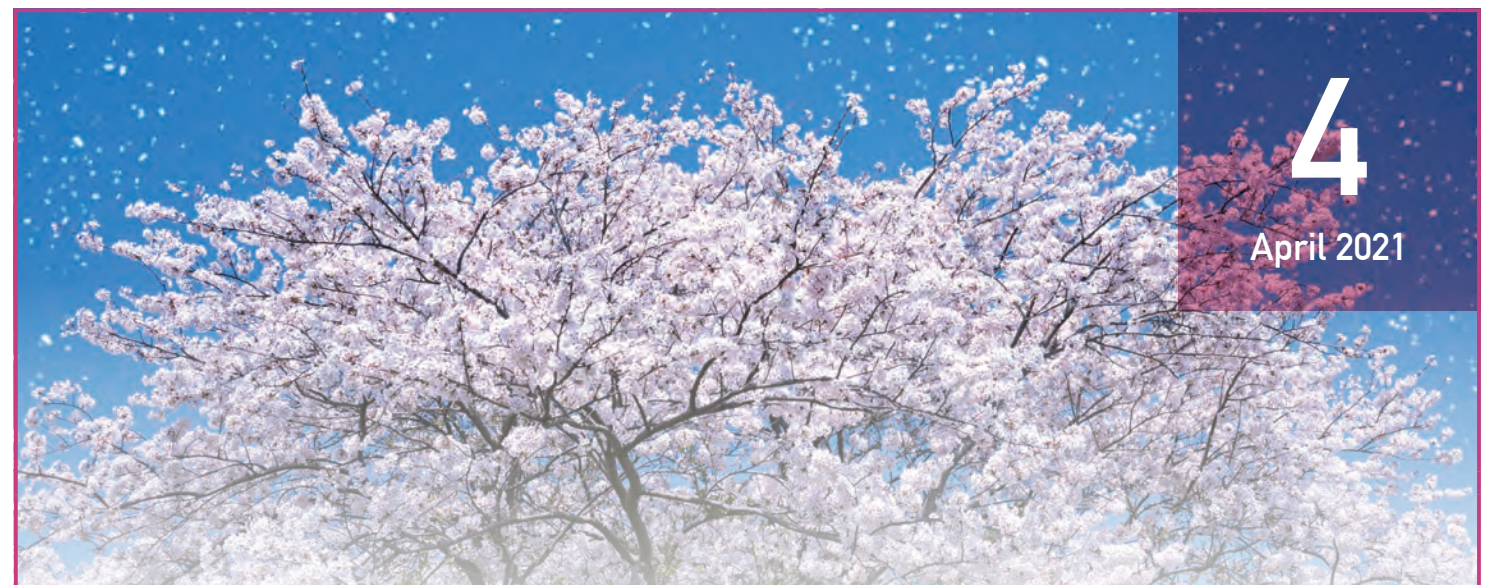
ご提供期間

受付期間: 2021年4月30日(金)まで
無償提供期間: 2021年6月30日(水)まで

「テレワーク導入支援施策」に関するお申込み・お問い合わせ先			
■「ユーザ協会【期間限定 会員特典】」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		URL https://www.jtua.or.jp/
	E-mail	mail-thintele@jtua.or.jp	
■「シン・テレワークシステム」に関する事項	NTT東日本 新型コロナウイルス対策プロジェクト 特殊局(仮設)		URL https://business.ntt-east.co.jp/service/thintelework-system/
	E-mail	ntteast-ipa-thintelework@east.ntt.co.jp	

top management magazine Telecom Forum テレコム・フォーラム

4
April 2021



ICT REPORT

「クラウド活用」を推し進め
業務改革に成功した企業が
成果を発表

クラウド実践大賞実行委員会主催
「CLOUD INITIATIVE 2020
(全国中小企業クラウド実践大賞全国大会)」レポート



ICT COLUMN

コールセンター業務を変革するAIソリューション(第2回)
AI導入で変わる、コールセンター運営と
オペレーターの働く環境 -Part2-



電話
対応で
CS向上

いつでも・どこでも
「福屋らしい対応」で
お客さまの声に
応えたい
株式会社 福屋



2020年
電話対応技能検定
(もしもし検定)
検定実施機関表彰



連載

使えるビジネスメール術【最終回】
気持ちよく動いてもらえる依頼メールの書き方

お客さまから学ぶCS向上
お客さまの気持ちに想いを馳せる

コミュニケーション力を鍛える
「知識は人を育てない」

<巻末> 2021年度電話対応コンクール問題

「クラウド活用」を推し進め 業務改革に成功した企業が成果を発表

クラウド実践大賞実行委員会主催

「CLOUD INITIATIVE 2020(全国中小企業クラウド実践大賞全国大会)」レポート

2021年1月28日(木)、クラウド実践大賞実行委員会が主催し、総務省が共催、中小企業庁などが後援する「CLOUD INITIATIVE 2020(全国中小企業クラウド実践大賞全国大会)」が、オンライン配信により開催されました。この大会の意義、そして参加各社のクラウド活用についてレポートします。

緊急事態宣言下、大会はフルオンラインで

クラウドサービスの活用は、少子高齢化にともなう労働人口の減少、働き方改革、さらに新型コロナウイルスの感染拡大にともなう円滑なテレワークの実現など、中小企業が抱える経営課題を解決する大きなカギを握っています。そうした中小企業におけるクラウドサービスの活用例を発表し、共有するイベントが、今回ご紹介する「CLOUD INITIATIVE 2020(全国中小企業クラウド実践大賞全国大会)」です。

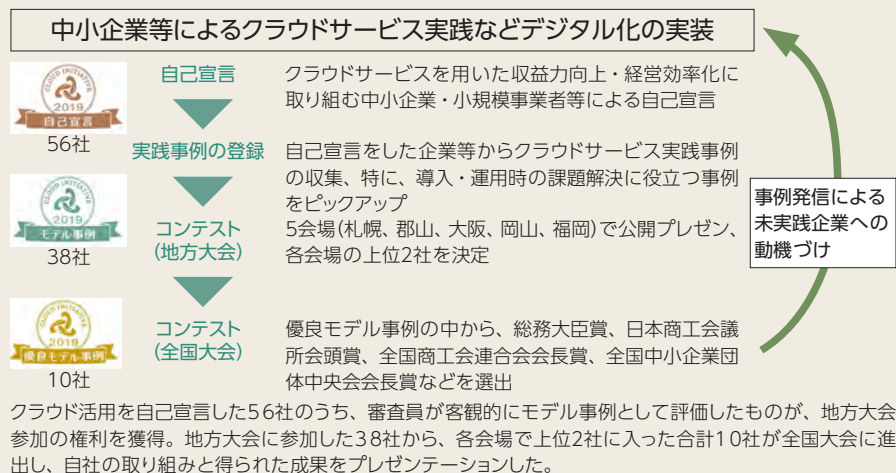
この全国大会は、5カ所で行われた地方大会の上位に入賞した10社が出場。昨年までは、参加各社が一堂に会し、プレゼンテーションを行いましたが、今回の2020年大会は、新型コロナウイルス感染症拡大にともなう緊急事態宣言下での開催となったことから、参加各社がオンラインでプレゼンテーションし、審査及び各賞表彰もオンラインで行うという、初の試みとなりました。

熱意あるプレゼンののち、各賞が決定

大会では冒頭、一般社団法人クラウド活用・地域ICT投資促進協議会副理事長の伊藤 孝氏が、大会全体像や意義などを紹介。その後、参加各社それぞれが工夫を凝らしたプレゼンテーションを行いました。

全社のプレゼンテーション終了後、審査が行われ、自社開発のクラウドサービスを活用し生産性を向上、さらにはサービスの外販による収益化も実現した「株式会社さくらコミュニティサービス」が総務大臣賞を獲得しました。ほか各賞を受賞したプレゼン内容には自社開発や、既存のクラウドサービスを組み合わせた活用事例報告などが含まれており、大会をオンライン視聴した事業者にも多くの事業効率化のヒントを与えることとなりました。また参加各社が今後セミナーなどで自社の事例を紹介する機会も増えることから、中小企業各社のクラウド活用を通じた生産性の向上や事業効率化を大きく推進することになるはずです。

【CLOUD INITIATIVE 2020の流れ】



【審査員の判断基準】

- クラウド活用度** クラウドサービスが企業の業務効率化や売上拡大、働き方の改革などに活用されているか
- 浸透度** どれくらいの機関、社員数、顧客がそのツールを使っているか、使い込んでいるか
- 革新性** 世の中に今あるツールの使い方に対して新しいか
- プレゼンテーションでの熱意** 最終審査の公開プレゼンテーションにおいて、運用している事例を自信を持って語れるか

三友 仁志氏インタビュー

クラウド実践大賞の意義とは

人口減少と高齢化による人手不足は深刻で、限られた労働資源のもとで効率的な経営を行うことが、地域の中小企業の大きな課題となっています。人が行ってきた作業をICTの利活用により自動化することは、そうした人手不足の解消、さらにはノウハウの“見える化”と生産性の向上に大きく役立つと考えています。

「クラウド実践大賞」は、そうしたICTの一つであるクラウドを活用し、成功した事例を幅広く共有し、課題



クラウド実践大賞実行委員会 委員長
クラウド活用・地域ICT投資促進協議会理事長
三友 仁志氏

を抱える企業へのヒントの提供や、またすでにクラウドを利用している企業の一層の発展の動機づけになればという思いから、開催しております。

今回はコロナ禍により初めてのリモート開催となりました。わざわざ東京の会場に出向い

てのプレゼンテーションでは組織の重要なポジションにいる方々の参加は難しくなりますが、今回はリモート開催としたことで、ほぼすべての会社で社長や代表に近い方にご登壇いただき、運営者の目線からクラウド活用のメリットを発表していただけたことは大きな成果だと思います。ただその一方で、働く立場から見た評価、顧客の声といった内容があまり聞かれなかったのは仕方のないところでしょうか。また前回は大会後に情報交換の場があり、大いに盛り上がり、横のつながりも生まれましたが、今回そうした交流が持てなかったことは本当に残念です。

コロナ禍に見舞われたこの1年でしたが、クラウドを活用し、組織運営に必要な情報を管理することができた会社は、「行動の制約」「対面の抑制」から生まれる困難をかなり克服できたのではないかと思います。

次年度に向けては、優れたクラウドの活用事例を海外へ展開し、新たなビジネスにしていこうことを目標としています。そしてクラウドの利活用により生まれた新たなアイデアがさらに次のアイデアにつながっていく、そうしたサイクルを「クラウド実践大賞」から生み出していきたいですね。

高島 利尚氏インタビュー

中小企業におけるクラウド活用のメリット

クラウドを利活用することで、いつでもどこでも安全にアクセスできるICT環境がタイムリーに構築できます。また独自開発に比べ低費用での導入が可能で、トライアンドエラーでチャレンジできるなど、そのハードルが低いことも特徴です。今回の「クラウド実践大賞」での発表事例では、情報資源を紙資料からデジタル化、クラウド化することで「時間や場所を問わず社内情報を共有できること」にメリットを感じている例が多く見られました。このクラウド化の実現により、営



全国中小企業クラウド実践大賞 審査員
(一社)クラウドサービス推進機構副理事長
中小企業診断士
高島 利尚氏

業活動に関わる提案スピードの向上、テレワークによる育児や介護など従業員の生活環境に応じた勤務形態の実現など、中小企業のさまざまなニーズに応えることができるようになったと感じます。

またさらに進み、複数のクラウドから使いたい機能を組み合わせることで、ビジネスプロセスの改善につながる効果を生み出す例もありました。

コロナ禍においては、多くの企業が“否応なく”働き方の変化を迫られました。そうした対応に役立つアプリがクラウドで多く提供されていること、そしてアプリによっては非常に安価、もしくは無料で試せることに気づいた方も多いのではないのでしょうか。これがICTへの距離感を縮めるとともに、今後さらに使い続けていこうという意識の醸成にもつながったと思います。

今回の発表事例では、実際に経営者自身が使い、効率化を実感しているかどうか、クラウドの採否や利用拡大が大きく影響しているように感じました。今後中小企業がさらにクラウドを活用し経営改革するには、経営者自身が自ら先頭に立ち、強く推し進めていく必要があるでしょう。私たちも「実践大賞」を通じ、経営者が身近に感じられる事例を数多く用意してご覧いただき、「ICTは関係ない」というトップの意識に変革を促し、「実践しよう」「やればできる」と思っていただけの環境作りを進めていきたいと考えています。

全国中小企業クラウド実践大賞 入賞企業一覧

全国大会では、2020年11月の地方大会（札幌、郡山、大阪、岡山、福岡）に参加した中小企業等38社から選ばれた10社による公開プレゼンテーションが行われ、4つの判断基準（P1）による厳正な審査の結果、総務大臣賞及び各賞が決定しました。

総務大臣賞	株式会社さくらコミュニティサービス
北海道札幌市 医療・福祉	利用ツール：Care Viewer（自社開発）

KAIGOクラウドアプリを自ら開発し課題解決他社への有償提供も開始



同社の中心事業である介護事業では、紙ベースの管理により「記録のための残業」が発生し、長時間労働と生産性の低下につながっていた。この課題解決のため、クラウドサービスの導入を検討したが、フィットするものがなく、最終的に経済産業省の支援を受け、独自のクラウドサービス「Care Viewer」を自ら開発した。現場に即した機能を盛り込んだことで、残業時間の大幅な削減を達成。さらに2020年10月の同業他社に向けた有償公開では3ヵ月で570の事業所が導入、年間で約1億2900万円の売上を見込んでいる。

全国商工会連合会会長賞	株式会社ウチダレック
鳥取県米子市 不動産業	利用ツール：カクシンクラウド（自社開発）

クラウドアプリで業務を見える化 属人性を廃して利益増を実現



地場の不動産会社を継いだ三代目は、創業50年超という歴史が生んだ「生産性の低さ」、地域トップシェアによる「驕り」という課題に直面する。この課題解決のため「業務の属人性」を解決し「業務プロセスの標準化と定量化、業務の仕組み化」を目指して既存製品をベースとしたクラウドCRM※1を開発、完全なペーパーレス化と業務内容の見える化を推進。営業の方法論を会社の資産とし、行動の再現性により特定の人に頼らない顧客営業の仕組みを構築。不動産業界初の「週休3日」と「一人あたり営業利益2.5倍」を実現した。

日本商工会議所会頭賞	陰山建設株式会社
福島県郡山市 建設業	利用ツール：Building MORE（自社開発）

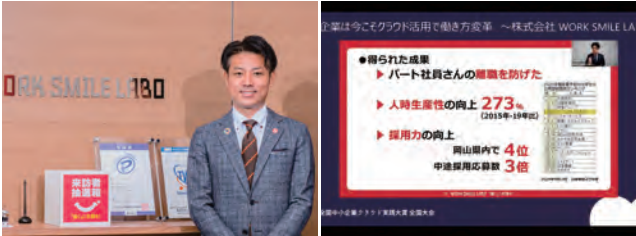
建築会社の「現場目線」でアプリ開発 大手企業との協業も実現



ビルなどの一般建築でのクラウドやIoTの導入が遅れている原因として、建築物が「一品一様」であること、さらに「重層下請け構造」が一般的であるためと判断した同社は、現場に精通している自分たちが「建築会社のためのサービス・アプリ」を開発することを決断。そうして生まれた「Building MORE」が今の現場状況、今後の予定、お客さまとのコミュニケーション、書類の閲覧を可能とするなど、「CS向上・生産性向上・ES向上」を実現。現在は建設業界を超えた大手企業との協業を通じ、さらなる課題解決に挑んでいる。

全国中小企業団体中央会会長賞	株式会社WORK SMILE LABO
岡山県岡山市 卸売・小売業	利用ツール：King of Time、Log-Sphinxほか

テレワーク化を機にクラウドを活用 県内有力企業レベルの就職人気も獲得



同社ではパート社員が子供の急な病気で休むことが多く、休む側、休まれる側の双方に負担を生じていたことから、2016年にテレワーク環境整備への取り組みを開始。テレワークに資する各種クラウドサービスを導入したのち、社内ネットワークに接続せずに業務を可能とする仕組みも導入。2020年にはこうした仕組みを土台にタスク管理、電子契約、クラウドPBXなどを活用し「出社しなくてもいい環境」を構築した。こうしたクラウドの活用で、パートの離職率を下げるとともに、人時生産性の大幅な向上、採用力の向上も達成した。

クラウド活用・地域ICT投資促進協議会理事長賞	株式会社ユニフォームネット
福島県 卸売・小売業	利用ツール：Sales Force Assistantなど

ブラックボックス化していた顧客情報を分析、売上増に



事業を継いだ現社長は、売上高や利益以外の顧客情報、社内情報、人材育成方法などが共有されていないことに危機感を覚え、属人的組織からの脱却を経営課題に掲げた。その解決のために多くのクラウドサービスを導入、特に営業部門では「Sales Force Assistant」を活用、顧客情報の見える化を進め、10年間で売上高2倍を達成した。

ITコーディネータ協会会長賞	株式会社ネオマルス
大分県 電気通信工事業・人材事業・IT事業	利用ツール：サイボウズ、G Suite、AWSなど

既存クラウドサービスを活用しスピード感ある経営を実現



事業の急拡大により従業員数、取引先が増加。メールでの情報の授受に、課題を抱えていた。同社は、効率的な社内情報共有及び内部統制のために「サイボウズ」を導入。以降も運用、コスト、導入速度、セキュリティ、システム更新などのメリットを重視し、複数の既存クラウドサービスを導入、活用している。

日本デジタルトランスフォーメーション推進協会賞	株式会社ロゴスホーム
北海道 不動産業	利用ツール：Google Sheets、Salesforce

広告の効果を測定し、営業効率を大きくアップ



住宅販売を手がける同社では、店舗ごとのExcelによる顧客管理、広告管理を改め、「Google Sheets」と「Salesforce」を連携させた手法へと転換。広告効果が見える化し、また集客から成約（失注）まで時間軸で追える体制作りにより、ウェブ広告の有効性を実証。さらに資料請求からのTo Doを定型化し業績アップを実現した。

※1 CRM：Customer Relationship Managementの略で、顧客管理システムのこと。
※2 PDCAサイクル：Plan（計画）・Do（実行）・Check（評価）・Action（改善）を繰り返すことによって、生産管理や品質管理などの管理業務を継続的に改善していく手法のこと。

クラウドサービス推進機構理事長賞	マツ六株式会社
大阪府 卸売・小売業	利用ツール：sansan、LINE WORKS

情報共有とコミュニケーション活性化で組織の力をアップ



「縦割り組織」「属人的な情報管理」という課題を解決するために、人脈情報を共有する「sansan」、コミュニケーションツール「LINE WORKS」を導入。月例会もリアルからオンラインに変更し「時間」「場所」の制約を取り払って意思伝達を迅速化した。さらにこの両者を活用したPDCAサイクル※2で、新たなアイデア創出も実現している。

IT顧問化協会賞	株式会社タニハタ
富山県 製造業	利用ツール：業者会員様管理システム（自社開発）

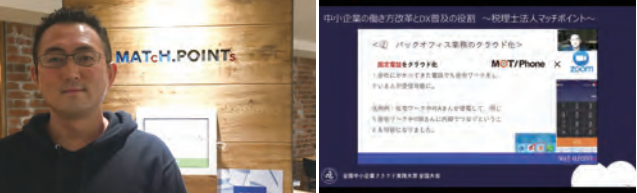
社内外の情報を見える化するクラウドアプリを開発



伝統工芸「組子」を扱う同社は、BtoB向けネット販売が拡大したことで、施主をはじめ多くの関係者との情報交換が発生、社内での情報共有と対応が困難になっていた。そこで取引先と社内の双方が利用できる独自のクラウドアプリ「業者会員様管理システム」を構築。連絡ミスや無駄な業務を削減、業績向上も実現した。

審査員特別賞	税理士法人マッチポイント
北海道 サービス業	利用ツール：Money Forward、MOT/Phone、DocuWorksなど

あらゆる業務をクラウドで簡潔、効率的な運用を実現



2019年に「理想の税理士法人」を目指し従業員7人で独立開業。クラウドシステムを積極的に導入し、電話もクラウドPBXを活用。お客さまから預かった書類もすべてPDF化して保存することで、経理業務からバックオフィス業務まで在宅で可能な体制を構築。現在では従業員数は約3倍となり、地域を超えたサービスの提供を目指している。

AI導入で変わる、コールセンター運営とオペレーターの働く環境 -Part2-

今回は、AIの音声対応とチャットでの質問・応答についてお伝えしました。今回は、お客さまとオペレーターの応答内容をAIがテキスト化、要約し活用するソリューションについて、NTTコミュニケーションズ株式会社へのインタビューを通じ、レポートします。



プラットフォームサービス本部
アプリケーションサービス部
担当課長
今枝 尚史氏



プラットフォームサービス本部
アプリケーションサービス部
主査
加納 真波氏

避けて通れない「通話のテキスト化」がオペレーターの大きな負担に

ーコールセンターの運営における「電話対応以外の作業負担」について教えてください。

加納：コールセンターではクレームの共有、FAQの作成、SV（スーパーバイザー）によるオペレーターの対応品質チェックや管理部門によるコンプライアンス違反チェックのための「通話後の対応ログの書き起こし」、つまり音声聞いてのテキストファイル作成作業が、日常的に行われています。

ーこの作業は、コールセンターの運営にどのような影響を与えているのでしょうか。

加納：まず現場の負担増です。こうした書き起こしは、通話時間の倍以上の時間が必要になり、オペ

レーターはその作業中、受電ができません。人手不足が常態化しているコールセンターでは、大きな負担になるだけでなく、クレーム電話の内容を書き起こすオペレーターは、お客さまからのきつい言葉をもう一度聞き直すことになり、精神的にもかなりハードな作業です。

今枝：また対応ログを要約する場合、オペレーターの経験やスキルによって、作業時間もその品質も異なるため、作業量により時間がかかったり、要約の内容が不明瞭であるケースもあります。そのため、SVが改めて通話音声を聞き直し、対応内容を確認する作業が発生する場合があります(図1参照)。

音声のテキスト化からその要約まで AI+クラウドで実現

ーこうした課題を、どのようなICTで解決できるのでしょうか。

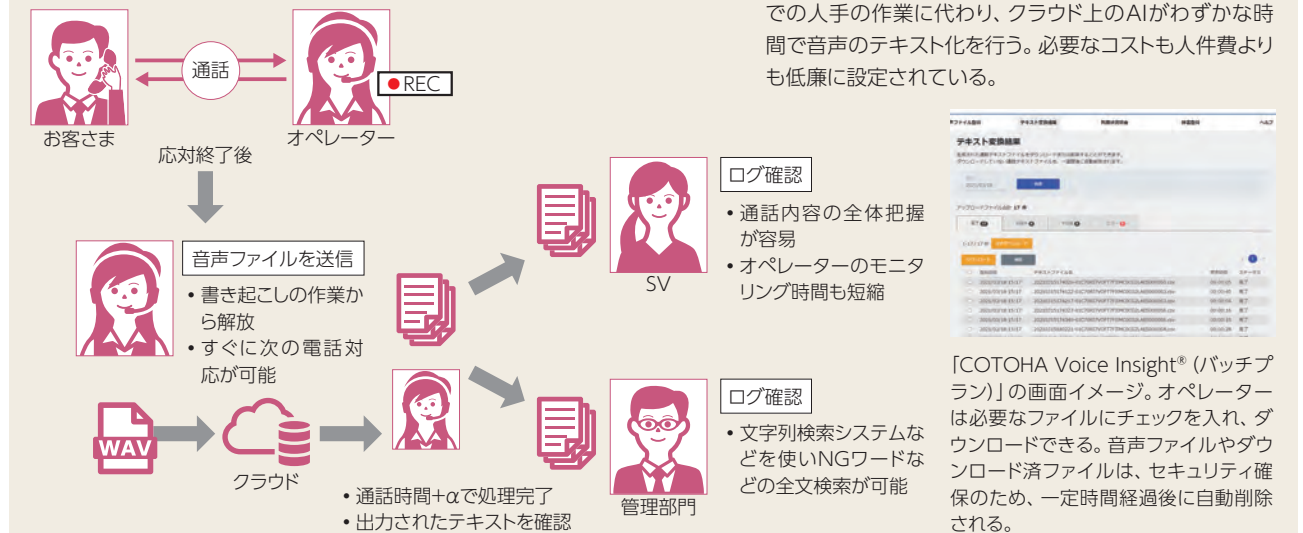
加納：対応ログの書き起こしは、AIとクラウドを組み合わせ、通話音声ファイルからテキストファイルを自動的に生成する「COTOHA Voice Insight®」が実現できます。

今枝：一旦書き起こされたテキストは「COTOHA® Summarize」で要約可能です。コールセンターの対応ログの要約に適したプランをまもなくリリースする予定です。

【図1：アフターコールワーク (ACW) の課題】 対応内容のテキスト化はコールセンターの運営や品質向上のために必要な作業だが、すべてを人手で行うことは時間、コストも含め、大きな負担となっている。



【図2：COTOHA Voice Insight® バッチプラン導入イメージ】 「COTOHA Voice Insight® (バッチプラン)」はこれまでの人手の作業に代わり、クラウド上のAIがわずかな時間で音声のテキスト化を行う。必要なコストも人件費よりも低廉に設定されている。



ー「COTOHA Voice Insight®」の内容を簡単に教えてください。

加納：現在提供中の「バッチプラン」では、通話終了後、オペレーターが音声ファイルをVPN※1経由でクラウドに送ると、AIが音声解析し、通話実時間+αでテキスト化します。音声ファイルのテキスト化が終了するまで、ほかの電話に対応することも可能となり、業務効率化が図れます(図2参照)。

ー「COTOHA® Summarize」はどういった機能を持っているのでしょうか。

今枝：音声テキストから、重要な部分を抜き出す抽出型要約と、重要な部分を基に新たに文章作成する生成型要約の二つの要約方法を提供しています。要約することで、次に同じお客さまからお問い合わせがあった時の履歴参照や、社内で対応内容を確認する際、全文を読み下すより時間がかかりません。またAIが統一的な基準で作業を行うため、品質のばらつきが発生しないというのも大きなポイントです(図3参照)。

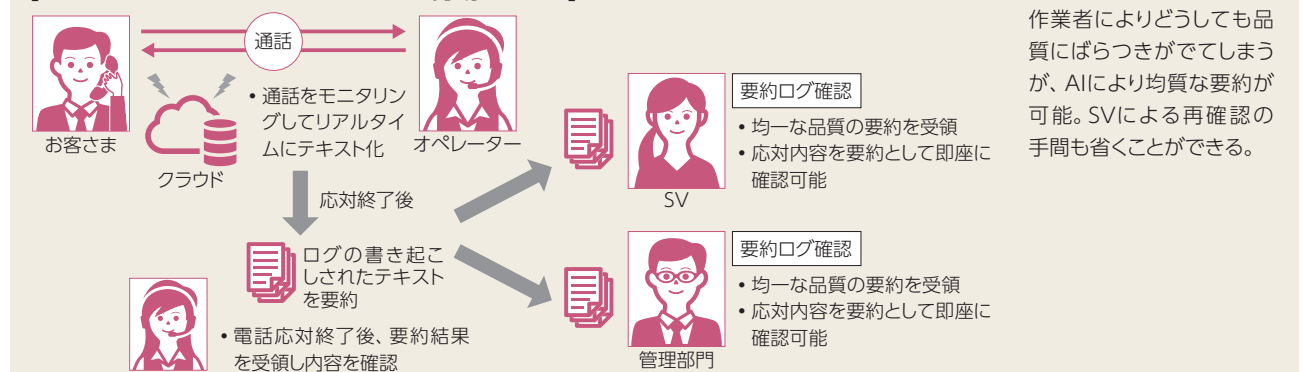
クラウドを利用するため社内設備への大きな投資は不要

ー導入にあたっての注意点について教えてください。

加納：「COTOHA Voice Insight®」のバッチプランは音声データの時間を単位とする段階制で、最小単位は100時間分とし、それ以上はお客さまのニーズにあわせたプランを展開しています。導入にあたっては、セキュリティを確保するため、NTTコミュニケーションズのVPNのご利用が必要で、より認識精度を高めるため、お客さまの声とオペレーターの声を分けて録音できるステレオ2chの通話録音装置を推奨しています。

今枝：「COTOHA® Summarize」のコールセンター向けプランは、すでにリリースしている自然言語処理・音声処理API※2プラットフォーム「COTOHA® API」の機能として追加提供する予定です。クラウドで動くソリューションですので、お客さま側に特別な準備は必要なく、すぐにご利用いただけます。

【図3：COTOHA® Summarizeの利用メリット】



導入事例 株式会社NTTネクシア

SVの作業負担を大きく軽減し、オペレーターの教育、育成が効率的に



北海道事業部
高度電話カスタマセンタ
DX推進PT

(左より)
龍田 静香氏
部長 目抜 勉氏
瀬川 千晶氏

全国に26のセンターを運営する当社では、オペレーターの対応品質向上のため、SVによる対応ログのテキスト化と内容確認を続けていましたが、それが大きな負担となっていました。そこで「COTOHA Voice Insight® (バッチプラン)」を2019年秋より試験的に導入し、AIによるテキスト化を検証し、手応えを感じたことから、2020年より本格導入に踏み切りました。オペレーターからは「直感的で使いやすい」と好評です。またSVからも「短時間でテキスト化できるので、負担減になったほか、研修に使う『良い応対例』も数多く用意することが可能になり、より充実した指導ができるようになった」という声を聞き、導入の手応えを感じています。その一方で、認識精度を上げようとした一部用語の辞書登録が、別の単語の誤変換につながってしまうなどといった事象も見られ、うまく使いこなすための工夫も重ねています。

今後も改良を重ね、質の高いコールセンター運営を支援

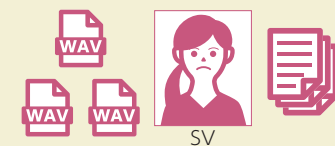
—今後の展望について教えてください。

加納: この春、新たなプランを二つリリースする予定です。一つ目はお客さまとオペレーターとの会話をリアルタイムにテキスト化する「リアルタイムプラン」、さらに通話内容を分析しお客さまの満足度を判定したり、対応内容に必要な重要事項やFAQをモニターに表示したりするなど高度な機能を持つ「音声マイニングプラン」です。

今枝: 「COTOHA® Summarize」のコールセンター向けプランはご利用者の声をうかがいつつ、機能を高めていきたいと思っています。私たちはコールセンターに寄せられる声は“宝の山”だと思っています

【COTOHA Voice Insight®による業務改善】

【導入前】



• SVが対応内容をテキスト化

- テキスト作成所要時間は、通話時間の約10倍が必要。長時間のクレームの場合、数時間かかることも。
- 伝達すべき必須項目に漏れがないかの確認は、音声では通話時間と等しい時間が必要。

【導入後】



• 対応ログからAIがテキストファイルを生成

- テキスト作成から解放され、オペレーター指導などの時間が充実。
- 必須項目の伝達確認も、より短時間で可能に。
- 多くの対応のテキスト化が可能となり、指導用サンプルの充実が実現。
- 「認識精度」を手がかりにオペレーターの話し方を客観的尺度で評価が可能に。

すが、それがお客さまとしてなかなか活用できていない状況です。AIをはじめとするICTにより、そうした状況を解決し、質の高いコールセンター運営を支援したいというのが私たちの願いです。

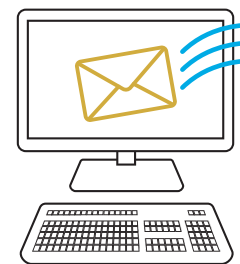
※1 VPN: Virtual Private Networkの略。インターネットなどの公衆ネットワーク上に仮想的な専用ネットワークを構築し、その上で暗号化通信を行うことで、情報の盗聴や漏えいを防ぐ仕組み。

※2 API: Application Programming Interfaceの略で、ソフトウェアやアプリケーションなどを第三者が開発したソフトウェアと機能を共有できるようにすること。



ユーザ協会 D40006

検索



気持ちよく動いてもらえる
依頼メールの書き方

仕事は、何かを依頼したり、されたりすることの繰り返しです。その連絡方法は口頭や電話、メールとさまざまで、相手や場面に応じて使い分けます。限られた業務時間の中で、なすべき仕事をスムーズにやりとげるための肝となるのは、依頼の仕方と受け方だといえるでしょう。そこで今回は依頼メールの書き方について解説します。

依頼する時の心構え

人に用件を頼む時に大切なことは、気持ちよく動いてもらえるように伝えることです。相手に配慮しないで自分の都合や希望を押しつけば、一方的で強引な印象を与えます。

メールに「〇〇をお願いします」とだけ書いてあったら、どう思いますか。対応したことがある内容であれば、用件だけを手短かに指示されても、素早く作業に入れるかもしれません。仕事が立て込んでいたら「依頼の仕方がちょっと雑だな」と配慮されていないように感じるかもしれません。どうしたらいいか分からなければ「〇〇を、どうすればよいのでしょうか」と質問や問い合わせをしなくてはなりません。「〇〇を、こうすればいいのだろう」という推測がずれていたら、作業を完了して報告したり、成果物を提出したりしても「そうではない」「これではない」ということになり、修正や追加作業が発生します。

伝え方を誤れば、誤解をまねき、気分を害し、ミスを生み、トラブルに発展することがあります。それは自分と相手の双方の問題になります。依頼を気持ちよく受け取り、正確に、無駄なく動いてもらえるかはすべて伝え次第なのです。

用件と期限は具体的に

メールで依頼する時のポイント

は、用件と期限を具体的に伝えることです。用件がはっきり分らないと、メールを受け取った人は困ります。依頼だと読み取れなければ、作業にはとりかかりません。作業にとりかかっても、求められているのと違うことを行えば無駄になります。対応したのに遅いと思われるのも心外です。

そうしたボタンの掛け違いが起こらないように「何を」「いつまでに」してほしいという目的と求める行動を明確にします。

まず、件名を見れば、何を求められているのかが分かるようにします。例えば、件名が「資料について」では、資料について何がしたいのか分かりません。「資料作成について」とあれば、資料を作成することに関する連絡だと分かっても、作成を依頼されるとまでは読み取れません。「資料作成のお願い」とあれば、資料の作成を依頼されることは分かりますが、何の資料を作成するのかは分かりません。「〇〇社提案資料作成のお願い」とあれば、〇〇社へ提案するのに必要な資料の作成を依頼されることが読み取れます。

期限を設定するのは失礼!?

そして、本文では、件名に書いたことに関する詳細を伝えます。日々たくさんの業務にとりかかっていると、期限のないものは後回しにしたり、忘れてすることがあります。頻繁にやりとりしてい

る内容で、期限の目安に共通の認識がある時は、期日が書かれていなくても問題は起きないでしょう。期日を書くと、かえって失礼になることもあります。そのような場合を除いて、期限がある時は「いつまでに」を伝えます。

期限を伝えることは失礼ではありません。ただ、メールを受信した日時から期日までに間が短いと失礼になります。期限は余裕を持って設定します。急を要する時は「こちらの都合も考えずに無理を押しつけている」という不快感を与えないために、理由を添えると受け入れてもらいやすくなります。

気持ちよく動いてもらうための工夫は一つではありません。相手に思いをめぐらせて言葉を選び、タイミングを計ってメールを送りましょう。

本連載は今回で最終回となります。最後まで読んでくださって本当にありがとうございます。ビジネスメールの書き方や送り方に悩んだ時、困った時に、本コラムが少しでも皆さまのお役に立つことができれば嬉しいです。

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。



ユーザ協会 C10018

検索





お客さまの気持ちに想いを馳せる

フリー講師（接遇・ビジネス・電話応対）

電話応対研修では「電話応対の主役は相手、電話の向こうの人が何に関心を持っているか？に関心を持つことが第一です」と伝えます。自分が言いたいことを一方的に伝えるのではなく、相手が何を求めて電話をかけてきているのか？を聴き取り、気持ちに想いを馳せる心配りが必要だと考えているからです。今まで研修などで携わった方々には、このことを必ず伝えてきました。

机上の空論になっていないだろうか

各種研修や講座では講師としての言葉は受講生にとって少なからず影響力があります。ただ、現場を長く離れていると「これでいいのか？」と不安になることが多くなりました。そこで、とあるコールセンターのドアを叩いたのです。そこは医療相談窓口の某コールセンター。医療の専門家からアドバイスを受けることができる24時間365日体制のサービスです。私は受付員としてファーストコールを受け、医療機関案内なのか緊急性と受診の必要性を判定する相談希望なのかを聴取し、必要に応じてフローに沿った対応をします。マニュアル遵守が基本ではありますが、このコールセンターへの入電者は“ご自身、またはご家族の病

気やケガで不安を抱えていることを忘れてはいけない”という思いで対応しています。

ある朝「昨夜から舅が腰が痛いと一晩中苦しんでいて、家族の者で腰をさすりながら一睡もせずに、あちこちの病院に電話したのですが“今日は休診です”“先生がいません”“ほかをあたってください”の繰り返し……私たち家族はどうすればいいんですか!!」と、怒りと諦め、どちらともつかない悲痛な声の入電がありました。その時私の口から出たのは「お舅さんですが、ご家族の皆さんも眠れていないのですね、大丈夫ですか？」という言葉でした。「あ～、あなただけです、私たち家族の大変さを分かってくれたのは、その言葉だけでも充分です」と、先程とは違う、優しい笑顔を思わせるような声でおっしゃったのです。これが「相手の気持ちに想いを馳せる」ということなのかと、意図的ではなく自

村田 綾氏

フリー講師として、日本電信電話ユーザ協会が主催する各種講座、会員企業に出向いての各種マナー研修、電話応対技能検定の指導・審査、電話応対コンクールの音源審査に携わる。電話応対技能検定指導者級資格保持者（15期生）。

「次回の講師は、株式会社文華堂取締役会長 伊東 由美子さんです。会社経営の傍ら、自社の社員教育をはじめ他企業、学生向けのマナー研修に力を注がれました。今はその経験を活かし、『進化を目指す中小企業向けプロジェクト型支援事業』をスタート。優しい雰囲気の中に凛としたものをお持ちの素敵な女性です」



身の心の声が言葉となり、相手を笑顔にすることができたのです。何十冊の書籍やテキスト、講座ではなく、たった1本の電話がそれを教えてくれたのです。

技術が進歩しても変わらないこと

さまざまな業務がAIに取って代わられる時代、コールセンターも例外ではないと言われています。これから、電話の向こうにいる人を想い、相手の気持ちに関心を持って、何をどう伝えるのかが如何に大切なのか、ICT技術がどんなに発達しても変わらないものがあることを、人間臭く伝え続けていきたいと思う日々です。



村田 綾氏

ユーザ協会 C10019 検索



【コミュニケーション力を鍛える】

第 85 回

「知識は人を育てない」

「知識は人を育てない」などと言いますと、「何と馬鹿なことを！」と叱られそうです。厳密に言えば、「知識は人間力を育てない」です。私たちの暮らしや仕事にとって、知識や情報は欠かせません。しかし、必要度から見ると、優れた頭脳と人間力は、必ずしも折り合いません。人間力を育てるのは“知識”ではなく“経験”なのです。良い経験談は、私たちを感動させ刺激を与えてくれます。経験談には、生きてきた人間のドラマがあります。



米国のエグゼクティブが受ける「社長試験」

大分以前の話です。米国にいた友人から、米国には社長を目指す人を対象にした「社長試験」という関門があると聞いたことがあります。そこで出題される問題が誠にユニークなのです。「シェイクスピアを一冊読んで、その感想を述べなさい」というのです。シェイクスピアの作品には、多様な人物が登場し、絡みがあり、さまざまな葛藤があります。シェイクスピアの描くドラマは人生の縮図なのです。社長候補たちは、その作品から何を感じ何を学ぶのか。そこにはこれから社長になって遭遇するであろうさまざまな経営上の課題、人と人とのつき合い方、人間の管理。仕事を伸ばしてゆくための創造性、行動力、発想力。それらのすべてが書かれているのです。頭脳明晰で豊富な知識だけでは社長にはなれません。それらはすべて、“人間”を知らなければならぬということでしょう。社長試験は今もあるのかどうかは分かりませんが、単純にして重い試験だと感じた記憶があります。



“素”を見て選ぶ

ジャニーズを育て上げ、少年たちに夢を与え続けた非凡な経営者、ジャニー喜多川さんが一昨年亡くなりました。その時、毎日新聞に報じられたジャニーさんの逸話が胸を打ちました。ジャニーズ事務所のオーディションには、全国から夢を膨らませて少年たちが集まります。その会場に一人の老人が、お茶の入ったやかんと茶碗を持って現れました。「お茶は要ら

なかね？」「お茶はどうかね？」そう言われても無視する子、素っ気なく断る子、仲間とおしゃべりを続ける子、「いつまで待たせるんだ！」と文句を言う子。一回りした老人は、正面の、社長席と札の貼ってある席の前に立って言いました。「今日のオーディションはこれで終わり、解散！」呆気にとられる少年たち。お茶を配っていたのは、ジャニー喜多川さん自身だったのです。「私は“素”を見て人を選びます」と、ジャニー喜多川さんは報道陣に語ったそうです。“素”を見て人を選ぶ眼力、誰にでもできることではないですね。

かつて大手のコールセンターで研修をした時のことです。レベルの高い素敵な方ばかりでした。昼休みのエレベーターホール前で数人の女性が大声で話していました。「ねえねえ、今日何食う？」「また麺じゃやべーよな」???私は耳を疑いました。それは、先ほどの研修では、見事な応対を聞かせてくれた方たちだったのです。その落差にショックを受けながらも、“素”の大切さ、言葉の指導の難しさをつくづく思ったものでした。



生き方が電話応対に出る

教育とは、“素”を知ることから始まります。“素”を見抜けなければなりません。同時に指導者自身の“素”も見られているのです。それは知識や情報の量だけではありません。生き方です。その経験を伝えることができる言葉の力です。

以前に拙稿でもご紹介した名

優、高倉健さんの言葉を思い出します。「生き方が芝居に出る。演技ではない」そして私なりに、その言葉をアレンジしました。「生き方が電話応対に出る。スキルではない」

進歩を続けるAIは、膨大な知識を保有することができます。しかし、人を育てる力はないでしょう。人間力を育てるのは、地道な“経験”です。これからは、ストレートに知識を教えるより、経験を語り、感動を伝えられる指導者が必要になると思います。

広島、長崎、沖縄には、悲惨な被爆体験、戦争体験を語り伝えてきた語部たちがいます。原爆や沖縄戦の記録は、文章としてもたくさん残されています。しかし地獄図と言われた悲惨な体験を伝えるのは、語部の皆さんの言葉しかないのです。それは経験を語る強さです。

AI化が進んでも電話という人と人との心を通じ合わせるツールは、決してなくならないと私は思います。そのために過去の経験、令和の今の過渡期の経験を、しっかり言葉で伝えられる「電話の語部たち」がいてもよいように思います。

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。



ユーザ協会 C10020 検索



チャレンジ! ももし検定

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

受信したメールに添付されていたファイルを開いたところ、ウイルスに感染したと警告が表示されました。次取るべき行動は、選択肢1～4のうちどれですか。正しいものを1つ選びなさい。

1. ウイルス対策ソフトを使って、ウイルスを駆除する。
2. 開いた添付ファイルを閉じて、メールごと削除する。
3. 上司またはシステム管理者に報告する。
4. LANケーブルを抜く、または、無線LANを切断する。

※3級問題より

正解は13ページをご覧ください。

いつでも・どこでも「福屋らしい対応」で お客さまの声に応えたい

株式会社 福屋

広島で初めての百貨店として創業し、地域のお客さまから愛され続けている株式会社福屋。わずか8名で担う電話交換室から電話応対コンクールで受賞者を多数輩出する秘訣について、中村氏、竹重氏に話をうかがいました。



総務部
総務部長
中村 幸治氏

Q 事業概要についてお聞かせください。

A「弊社は1929年（昭和4年）に、広島で初めての百貨店として創業しました。現在は、八丁堀本店を始め中国地方に12店舗を構えています。企業理念に、『“皆様の福屋”をモットーに、いつの時代においても、お客さまの幸福に寄与し得る百貨店であります』と掲げているとおり、どうすればお客さまに喜んでいただけるかを常に考えて、接客応対をしています」（中村氏）

お客さまの生の声を「日報」で各部署と共有し、快適な売り場づくりにつなげたい

Q 御社の電話応対の取り組みについてお聞かせください。

A「10年ほど前に業務効率化を目的に、本店と広島駅前店の電話応対業務を本店の『電話交換室』に集約しました。現在は8名の社員が在籍し、毎日4～5名の社員が300件近くのお問い合わせに対応していま



す。昨年春の緊急事態宣言中は、福屋も臨時休業していましたが、こんな時こそお客さまの生の声を聞くチャンスだと捉え、電話交換室での応対を続けました。日頃、売り場には『ウォントメモ』というご意見箱を設けているのですが、やはり電話のほうが日々の何気ないご不満やご要望をお聞きすることができます。また、コロナ以降はお客さまのお声を『日報』として関係部署に配布することにしました。『広告やチラシが分かりにくい』『駐車場が不便だ』といったご意見を、その日のうちに現場と共有・改善することで、お客さまの理想のお店に少しでも近づけたいと思っています」（中村氏）

福屋の「応対基本3原則」を、一人ひとりの接客応対に根づかせることが何よりも大事

Q 接客応対で大切にされていることをお聞かせください。

A「福屋には、応対の基本3原則として『「ありません」を言わない』、『ご要望に応える努力をする』、『お客様の連絡先をメモし、後日ご連絡を差し上げる』と定めています。これを朝礼や研修時に繰り返し唱和して、自然とそのような応対ができるようにしています。例えば、お客さまから『この商品はありますか』

と聞かれた時に、すぐに『ありません』と答えるのではなく、ほかの売り場を探したり、メーカーに聞いたり、最善の努力をするということです。この基本3原則が一人ひとりの社員に根づくことが何よりも大事だと思っています」（中村氏）

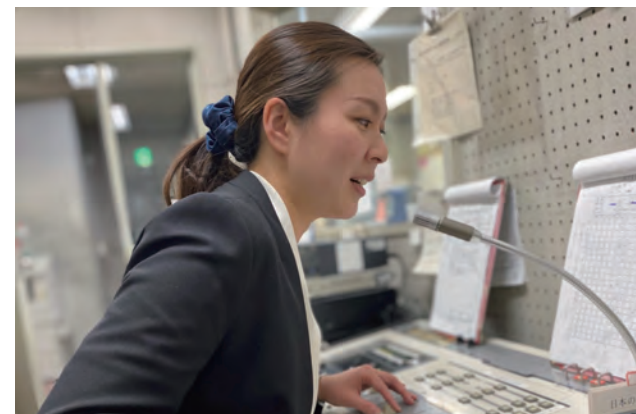
「また、形式的な応対にならないよう、電話応対のマニュアルは作っていません。私自身も、ベテラン社員の電話応対を聞いて、実践して失敗を繰り返しながら覚えてきました。電話交換室の社員は、『電話応対が上手になりたい』という向上心を持っているので、周囲の電話応対を聞いて、自発的に努力をしています。もちろん、教えることも大事ですが、一人ひとりの電話応対に対する積極的な姿勢が、スキルの向上につながっているのだと思います」（竹重氏）

コンクールでも素の自分で、いつも通りの 応対をすることが成果に結びついた

Q 電話応対コンクールで、例年優秀な成績を収めていますが、何かコツはあるのでしょうか。

A「おかげさまで、昨年は全国大会で優勝することができました。県大会では毎年のように上位に選んでいただくので、『すごいですね』『どのように教育されているのですか』と聞かれるのですが、特別なことは何もしていません。『電話応対コンクール』は、あくまで日頃の業務の成果をお披露目する場であり、私たちに足りていないものを教えてくださいるのは、日々のお客さまの声だと考えています」（中村氏）

「大会では、素の自分でいることが大切だと思います。私も以前は、頭の中でセリフを組み立てながら応対していたのですが、ある時原稿を読むような口調になっていると気づきました。今回は、本番で予期せぬところを突かれて頭が真っ白になり、幸いにもそれが素の自分を引き出してくれました。いつも通りの応対に対して全国大会優勝という評価をいただけたので、



店内放送も実施



総務部
電話交換担当
竹重 由紀子氏

『自分の応対は間違っていなかったのだ』と自信ができました」（竹重氏）

ベテラン社員が退職した後も、 背中で「福屋らしい対応」を継承していきたい

Q 最後に、今後の目標についてお聞かせください。

A「『さすが、福屋さんですね』『福屋に任せて良かった』と言ってくれるお客さまを一人でも増やしたいと思います。厚い信頼があるからこそ、何か一つのミスでも『福屋さんともあろうものが』と言われてしまいます。そういったことがないよう、今後もお客さまの声に真摯に向き合って、日々の接客応対、売り場づくりにつなげていきたいですね」（中村氏）

「電話応対コンクールに参加するほかの企業の方から見ると、『福屋らしい対応』とを感じるものがあるそうです。私自身、『福屋らしい対応』を口で説明することはできないのですが、ベテラン社員が退職した後も、それを後輩たちに継承したいですね。『福屋らしさ』は、先輩の背中を見ながら自然と身についていくのだと思うので、良いお手本になれるよう励みたいと思います」（竹重氏）

Fukuya

会社概要

会 社 名：株式会社 福屋
創 業：1929年（昭和4年）8月
本店所在地：広島県広島市中区胡町6-26
代表取締役社長：大下 洋嗣
事業内容：百貨店
URL：https://www.fukuya-dept.co.jp/
〔ユーザ協会会員〕

ユーザ協会 C20014 検索



2020年電話応対技能検定（もしもし検定） 検定実施機関表彰

日本電信電話ユーザ協会では、毎年、電話応対技能検定の発展に貢献していただいた検定実施機関を表彰しています。2020年（表彰対象期間は2019年11月～2020年10月）は下記の3項目について、5機関に表彰状を贈呈するとともに、各実施機関の代表者に検定に対する取り組みや今後の抱負についてうかがいました。

■1級～3級合計の受検者数

第1位：株式会社マナフィス

第2位：株式会社NTTネクシア 関東信越支店 新潟オフィス

■1級～3級合計の合格率

第1位：株式会社マナフィス

第2位：オフィスKEI株式会社

■4級の受検者数

第1位：SOMPOコミュニケーションズ株式会社

第2位：日本ハム株式会社

※株式会社マナフィスは「1級～3級合計の受検者数」「1級～3級合計の合格率」の2項目を受賞

ユーザ協会 C40002 検索



株式会社マナフィス

上位級への意欲が高まり受検者数増加へ

2011年の設立以来、主に企業や教育機関に向けて検定の普及に努めています。「電話応対コンクールに挑戦したいが不安もある」「達成感につながる取り組みが必要」などのご要望をうかがった時に、検定の導入を提案しています。

昨年は公開講座は行わず、ご依頼いただいていた検定講習のスケジュールにも大きな影響が出ました。日程を調整してくださった企業には、ウェブ講習のご案内をしました。集合形式をご希望の場合は、企業の皆さまにご協力いただき、感染症対策を徹底し少人数で実施することができました。

受検者の多くは、これまで4級取得後に3級の実技試験に挑戦する方でしたが、昨年はさらに上位級に向けて興味を持つ方が増えました。また、新たな登録講師との連携もあり、受検者数の増加につながりました。

これからも「学んだことは必ず力になる」と、イメージしていただける講習を目指します。そして、4級にチャレンジしてくださる留学生の皆さまの就職をサポートできるよう、ベストを尽くします。



代表取締役
白井 奈美氏



株式会社NTTネクシア 関東信越支店 新潟オフィス

検定受検を含め資格取得プラスアルファの提案を

電話応対教育においては、その善し悪しが企業の印象、評価に影響を及ぼすことを重視し、テクニックを身につけるだけでなく、組織の代表としてお客さまと向き合うマインドを醸成することを心がけています。

各企業からご依頼の多い「ビジネスマナー」「電話応対」「コミュニケーション力強化」などの研修は、検定の講座内容に網羅されており、そうした企業さまに検定受検を含めた資格取得プラスアルファというパッケージでのカリキュラムの提案を行っています。そして3級の受検は新入社員に必要なスキル取得につながることで、上位級を目指すことが社員のモチベーションアップに役立つと考える企業が多いことが今期、1～3級での受検者数増につながったと考えています。

昨年はコロナ対策に追われた1年でしたが、集合研修、遠隔研修それぞれのメリット、デメリットを見直す良い機会にもなりました。今後も場所や時間が限られた中で効果的な指導、研修が行えるよう、メニューの見直し、拡大を図っていきたいと思います。



新潟オフィス 営業担当 チーフマネージャー
高橋 奈緒美氏



SOMPOコミュニケーションズ株式会社

社内検定実施回数を大幅に増やし4級受検者増を実現

当社はSOMPOグループの中で唯一のコールセンター運営会社です。当社では検定2級・3級を「業務遂行のために取得を推奨する資格」とし、また4級を「ビジネスパーソンとしての基礎力強化」を目的として、それぞれ取得を推奨しています。そして2017年度より実施機関としての検定を開始し、受検者数は年々増加しています。

今回、4級の受検者数で全国1位となりましたが、これは人財育成方針が浸透してきたこと、そして従来年4回だった検定実施回数を9回に増やし、受検しやすい環境を整えたことが効果を上げたものと自負しています。

昨年はコロナ禍を考慮し、従来の対面研修のほとんどをリモートに切り替えました。また検定においても、協会の承認により、3級検定の講習をリモートで行っています。今年も引き続き4級の取得推進を継続していくとともに、3級取得者のさらなる拡大にも取り組みます。また講師陣も協力して研修をブラッシュアップしていきます。



ビジネスソリューション部長
島 慈氏



日本ハム株式会社

4級取得で身につけた「知識」を、3級で「実践」へ

当社はコミュニケーション力アップによるCS向上のため、検定の社内導入を図り、2014年12月より実施機関としてグループ従業員を対象に検定を開始しました。社会の変化は年々加速度を増しており、特に昨今のコロナ禍では、企業はこれまでにない環境に置かれています。このような状況においては「自ら考え工夫する力」が重要度を増し、また非対面のコミュニケーションで「分かりやすく伝える力」がこれまで以上に求められています。検定に向けての取り組みは、そうした力を培う要素があります。

当社は4級を「知識の取得」、3級を「その実践」と位置づけています。そして4級受検を進めたことで、社内外のコミュニケーションが円滑になったという報告も受けています。食品企業として、政府から緊急事態宣言時にも活動の継続を求められている当社では、感染防止対策を最重要視して検定を実施しました。本年はウェブ会議ツールを使用した3級講習を実施し、4級で学んだことをより多くの人が「実践」に移せることを期待しています。



お客様志向推進部
山下 みどり氏

お客様志向推進部
マネージャー 藤岡 知礼氏



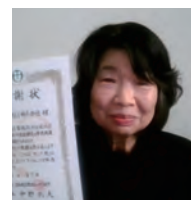
オフィスKEI株式会社

理解を深め、長所を伸ばす指導が高い合格率に

ビジネスシーンで役立つコミュニケーション能力向上のサポートを目指す当社は、2009年より検定に取り組み、2020年10月までに1400人を超える方々に研修を受講いただいています。

検定に向けては「なぜそのスキルが必要なのか」「どうしてそう考えるのか」など、現場でどう活かせるのかを第一に考えると同時に、検定のコンセプトである「心、言葉、愛」を大切に、寄り添った対応ができる指導を心がけています。具体的には、クイックマスターや公式問題集を活用し、解説を熟読して考え方の基本を理解できるような指導を、実技においては、各人の個性と長所を伸ばす指導を心がけています。これらが高い合格率につながったと考えています。

昨年はコロナ対策としていち早くオンライン研修を開始し、例年は通信添削で行っている論文講座をユーザ協会主催のもとオンラインで行うなど、新たな取り組みを次々にスタートさせました。今後も企業としての社会貢献も含め、社会情勢に合わせた研修を提供できるよう、努力して参ります。



代表取締役
田淵 恵子氏



テーマ
「チャンスを活かして、お客様の信頼をつかむ」

今年度の問題のねらい

電話はお客様と企業をつなぐ貴重な接点です。かかってきた電話でお客様と話をすることは、お客様と対面して対応するのと同じくらいに価値があります。このチャンスを逃さず、お客様の満足を目指してプラスアルファの提案を行うことが大切です。

今年度の問題では、あなたは、ハウスクリーニングサービスを提供している会社の営業担当として、お客様からのお問い合わせの電話に対応していただきます。お客様のお問い合わせ内容をよく把握し、不明点が解消するように説明をしてください。また、この会社では、2021 年度の重点取り組みとして「新規お客様の獲得」、「リピーターの拡大」、「お客様満足の向上」に取り組んでいます。現在は、社内の販売促進施策としてセールスコンテストを実施し、全社員一丸となってこの施策に取り組むことで、会社の業績向上を目指しています。お客様からのお問い合わせにしっかりと応えとともに、この機会を逃すことなく必要な情報を収集し、お客様に喜んでいただける提案を行ってください。

コンクールに参加する皆さんは、様々な「お客様情報」を想定して、説明の仕方及び提案に必要な情報の読み出し方のトレーニングを積んでから競技に臨んでください。

今年度の電話対応コンクール問題が、日常の電話対応業務に活かせることを期待しています。

- 今年度の問題のポイント
- ①わかりやすく説明する。
 - ②提案に必要な情報を収集する。
 - ③お客様に喜んでいただける提案をする。

状況設定

会社名：株式会社ユーザークリーン 札幌営業所
対応日時：2021 年 11 月 2 日（火）午後 2 時 対応時間は、「3 分以内」です。
対応者（競技者）：北島 純（きたじま じゅん）社員（男女は特定しておりません）
お客様（模擬対応者）：電話でお問い合わせをしてきたお客様

問題

あなたは、(株)ユーザークリーン 札幌営業所で営業を担当している北島 純社員です。お客様からお問い合わせの電話を受けますので適切な説明を行ってください。また、会社の業績向上を目指して、お客様に喜んでいただける提案を行ってください。

株式会社ユーザークリーン 札幌営業所の情報

会社所在地	北海道札幌市中央区大通西 14 丁目 7 番地	営業時間	午前 9 時～午後 8 時（年中無休）
電話番号	フリーダイヤル 0120-20-6660（札幌市内限定のフリーダイヤル）		
URL	https://www.jtua.or.jp	E-mail	user@jtua.or.jp
企業理念	安心・安全・快適な暮らしを支える価値あるサービスをお届けする	従業員数	25 名
業務内容	エアコン、キッチン、浴室等のハウスクリーニング事業	営業エリア	札幌市内

0120-20-6660
受付時間：午前 9 時～午後 8 時（年中無休）

ホーム

サービス・料金

ご注文の流れ

お客様の声

お問い合わせ

よくあるご質問

＜株ユーザークリーンのサービスについて＞

日ごろのお掃除から、分解クリーニングなどの専門清掃まで、汚れの状態に合わせた洗剤や機材を使用し、お客様のご要望に合わせたプロのお掃除をご提供いたします。また、弊社では万全の新型コロナウイルスの感染防止対策により、安心と安全なサービスをお届けしてまいります。

■個別メニュー

メニュー	内容	目安金額（税込） 所要時間
エアコン	エアコン内部に潜むカビやホコリを高圧洗浄ですみずみまできれいに掃除 ・主な掃除箇所：エアコン本体、アルミフィン、ファン、外装パネル、フィルター	11,000 円 約 2 時間
キッチン	コンロの焦げ付きやシンク、蛇口の水アカなどの頑固な汚れも丁寧に除去 ・主な掃除箇所：ガス台または IH、シンク、蛇口	16,500 円 約 2 時間
レンジフード	分解洗浄しファンやフィルターなど細かい部品に付いたしつこい油汚れもしっかり掃除 ・主な掃除箇所：外装カバー、本体内部、ファン、フィルター	16,500 円 約 2 時間
浴室	湿気によるカビや水アカ、皮脂汚れ、石鹸カスなど、それぞれの汚れに合った洗剤、方法で掃除 ・主な掃除箇所：浴槽、天井、照明、蛇口、シャワー	16,500 円 約 2 時間
洗面所	化粧品、整髪料などのしつこい固形の汚れや、カビ、水アカが付きやすい洗面台など、それぞれの汚れの種類・素材に適した洗剤、方法で掃除 ・主な掃除箇所：照明、鏡、洗面ボウル、蛇口	8,800 円 約 1 時間
フローリング	汚れやキズが付きやすいフローリングの汚れを床の素材に合わせた専用の洗剤でしっかり洗浄しワックスで保護 ・主な掃除箇所：フローリング	12 帖：13,200 円 約 2 時間半 10 帖：11,000 円 約 2 時間 8 帖：8,800 円 約 1 時間

■セットメニュー

内容	所要時間	割引金額
エアコンの洗浄 2 台セット	約 3 時間	個別メニューの金額の合計から 5,000 円引き
キッチン+レンジフード 2 か所セット	約 3 時間	
浴室+洗面所 2 か所セット	約 2 時間半	
2 部屋以上のフローリング	2 時間半～3 時間半	狭い方のお部屋の金額を 50% 割引

■オプションメニュー

内容	目安金額（税込）	所要時間
エアコンの室外機（据え置き型）の洗浄	4,400 円	約 1 時間
防カビ・抗菌コート（浴室）	3,300 円	約 1 時間
ソファクリーニング（3 人掛け以内）（天然皮革の素材は対象外）	5,500 円	約 1 時間

※オプションメニュー単体での注文はできません。



株式会社ユーザーグリーン

 0120-20-6660

受付時間：午前9時～午後8時（年中無休）

ホーム

サービス・料金

ご注文の流れ

お客様の声

お問い合わせ

よくあるご質問

■ご注文の流れ

①お見積りのお申込み（無料）

ホームページからお申込みください。担当者より折り返しご連絡します。
また、お電話でも受け付けております。

②お見積りのための訪問

スタッフが訪問してお見積りをさせていただきます。所要時間は1時間以内です。
訪問日はお客様のご要望を承り決定します。

③お申込み

お見積り内容にご承諾いただきましたら作業日時を設定します。

④作業開始

ご承諾いただいた内容でお掃除作業を行います。

⑤お支払いについて

作業完了後ご確認いただいた上で、次のいずれかの方法でお支払いをお願いします。
現金、クレジットカード、銀行振込

ホーム

サービス・料金

ご注文の流れ

お客様の声

お問い合わせ

よくあるご質問

■よくあるご質問

Q. メールでのお見積りはできますか？

A. 概算金額のご案内は可能ですが、お見積りは、スタッフが清掃先の現場にお伺いし、汚れ具合や素材の状態を確認して、正確なお見積りを提出しています。

Q. 見積り後、お掃除を断っても大丈夫ですか？

A. 現場を見てお見積りをしますので、この内容をご検討いただいた上、ご承諾前であれば、キャンセルすることも可能です。

Q. プロのお掃除はどのように違うのですか？

A. レンジフードやエアコンなど分解できるものは、できる限り分解して細部まで洗浄し、頑固な汚れも専用の機材を使って徹底的に洗浄します。また、洗剤も一般に市販されているものとは違う、業務用の特殊な洗剤を使用しますので仕上がりの違いもあります。

Q. どんな洗剤を使用するのですか？

A. 検査とテストを繰り返した安全性の高い洗剤を使用しています。落ちにくい汚れには強い洗剤を使用することもあります。人体には影響がありませんので安心ください。

Q. サービスの不備や事故があった場合には、補償をしてもらえますか？

A. 安全第一を心掛けて作業を行っておりますが、万一、作業中にそのようなことが起こった場合、弊社では、保険に加入しておりますのでご安心ください。最後まで責任をもって対応させていただきます。

Q. サービスの前に用意しておくことはありますか？

A. 高価な商品、貴重品などはあらかじめ保管、移動をお願いします。

Q. スタッフは何名で来ますか？

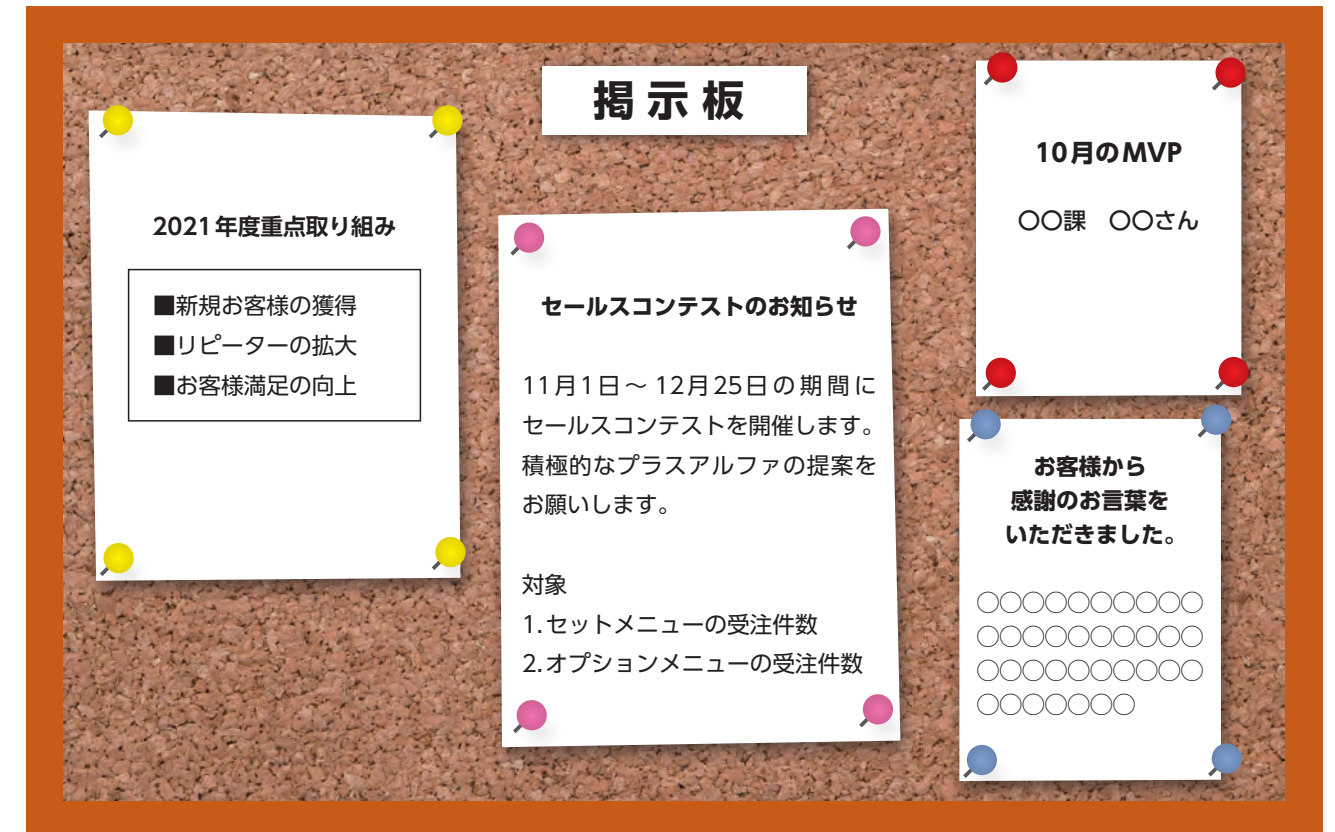
A. 通常1名でお伺いする場合がございます。日程や作業内容により2名以上でお伺いする場合があります。

Q. 前回と同じ方をお願いすることができますか？

A. ご要望に応じて可能な限り前回と同じスタッフが担当します。

Q. 駐車場がないのですが大丈夫ですか？

A. お客様の敷地内に軽自動車（ワンボックスタイプ 高さ185cm前後、幅150cm前後）の駐車スペースがない場合は、近隣のコインパーキングを利用させていただきます。その際の駐車料金は、サービス料金に追加してご請求させていただきます。



※(株)ユーザークリーン 札幌営業所内に設置

< 注意事項 >

- 1.競技時間は3分以内です。
- 2.競技時間は、競技者の第一声から始め、終話（競技者が受話器を置いた時点）までを測定します。
- 3.電話応対は、かけ手であるお客様から電話を切るのが基本ですが、時間計測の関係上、競技者から切ることとします。
- 4.お客様はホームページを見て電話をかけてきましたが、「よくあるご質問」は見えていないという設定です。
- 5.お問い合わせ内容は、この問題の(株)ユーザークリーン ホームページに記載された内容についての質問です。
- 6.模擬応対者の発言を聴き、この問題に記載された内容に基づき対応してください。
- 7.文中の会社名、サービス内容等は、すべて架空のものです。
- 8.お客様情報は各大会でそれぞれ設定します。

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

▶ お客様情報（模擬対応者用）の例

氏名	日高 葵（ひだか あおい）
最初の質問	メールでのお見積りはできますか
追加の質問	掃除に来る前に用意しておくことはありますか
問い合わせの理由	リビングのエアコン内部の汚れ、効きがわるい
家の情報	2LDK、エアコン2台（リビング、寝室） 戸建て、屋外に室外機（据え置き設置）

ユーザ協会 C30002 

