

会員特典

受付数限定! 先着順

テレワーク活用支援 /

ビジネスチャットツール

elgana (エルガナ)

最大2か月間無料体験!

(ご利用開始月+1か月)

「Web会議の資料、共有フォルダに入れておきました」

「ありがとう、確認します」

“働き方を変える” “生産性を上げる”

テレワーク中でも効率的で円滑なコミュニケーションを可能とする、高セキュリティなビジネスチャットツール「elgana ベースプラン(有料プラン)」をユーザ協会会員様は **無料** でお試しください。

ご提供条件

受付予定数

NTT東日本エリア：200社 NTT西日本エリア：200社 (先着順)
(予定数の上限を超えた場合には予告なく終了いたします。また、予定数に満たない場合でも2022年3月31日で受付は終了いたします。)

無償提供期間

ご利用開始から「最大2か月間(ご利用開始月+1か月間)」

※無償提供する「ビジネスチャットツール」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ます。(ご提供するビジネスチャットツールは、NTTグループの「elgana (エルガナ) ベースプラン」です。)
なお、1社様あたりのご提供は最大31IDまでとします。31ID以上でのお申込みは特典の対象外となります。
※無償期間終了後(ご利用開始月+1か月経過後) サービス利用は自動継続となります。その後のご利用料金はご利用のおお客様ご自身でお支払いいただきます(月額330円税込/ID)。なお、無償提供期間終了後にフリープラン(無料プラン)への変更等をご希望の場合は、特典終了月(利用開始の翌月)の20日までに、メールアドレス「elgana-shisaku@west.ntt.co.jp」へ、件名に「〇〇(企業名)無料プラン変更希望」と記載のうえ、お送りいただきますようお願いいたします。
※お申込みに関する情報は「elgana 申込受付センター」へ提供し、後日、センターよりご利用開始に関して電話でサポートいたします。
※本特典のご利用により、NTTグループ会社から連絡させていただく場合がございます。

ビジネスチャットツールとは...

「業務連絡や資料送付など、ビジネス上の高セキュリティなコミュニケーションに特化したツール」です。パソコンやスマホを通じて、あらかじめ登録されたメンバー間でのリアルタイムな情報共有が可能です。

	eメール	電話	ビジネスチャット elgana (エルガナ) の場合
複数人での情報共有	○	×	○
伝達状況の確認	×	○	○
コミュニケーション方法	文章	会話	文章
ファイル送信	○	×	○
情報セキュリティ	×	○	○



お申込みはこちらから

URL <https://www.jtua.or.jp/ict/shindan/benefit/elgana/form/>



ユーザ協会【会員特典】の詳細、お問い合わせ

E-mail

URL

mail-elgana@jtua.or.jp <https://www.jtua.or.jp/ict/shindan/benefit/elgana/>

「elgana」のサービスに関するお問い合わせは、elgana公式ホームページ(https://elgana.jp)最下段の「お問い合わせ」リンクをクリックしてください。



テレコムフォーラム 2021 12

令和3年12月1日(毎月1日発行) 第4巻12号(通巻461号)
〒101-0031 東京都千代田区東神田2-6-9 テレコムビル(東神田) 9F 電話03-5820-2071

公益財団法人 日本電信電話ユーザ協会

テレコム・フォーラムの送付先変更等は各都道府県のユーザ協会支部までご連絡ください。

0120-206660

top management magazine Telecom Forum

テレコム・フォーラム

12

December 2021



特集 いよいよ本格始動の「GIGAスクール構想」日本の教育はどのように進化していくのか!?

文部科学省 初等中等教育局



5G遠隔医療導入事例

徳島県の過疎地域の医療を救う「5G遠隔医療」の可能性

徳島県立海部病院



ICT COLUMN Z世代のICT事情(第1回)

世界的にも注目を集めるデジタルネイティブの若者たち「Z世代」の定義と特徴とは?



電話対応でCS向上

電話対応品質においても自動車教習所業界で一番を目指す

株式会社ムジコ・クリエイト



この時代だからこそ、人ならではの「気持ちに寄り添う」対応を追求したい

アメリカンホーム医療・損害保険株式会社



連載

ICTの「へえ〜そうなんだ!」 スッキリ安全、デジタルの年末大掃除

お客さまから学ぶCS向上 心が通い合う対応を目指して

コミュニケーション力を鍛える「AI時代の電話対応教育」

公益財団法人 日本電信電話ユーザ協会

いよいよ本格始動の「GIGAスクール構想」 日本の教育はどのように進化していくのか!?

文部科学省 初等中等教育局



文部科学省が2019年12月に打ち出した「GIGAスクール構想」。当初は「2023年までに整備完了」の予定でしたが、新型コロナウイルス感染症の影響により「2020年度内までに」と、計画が早められました。本格的に動き始めた「GIGAスクール構想」について、本誌ICTコラムでも3回にわたって連載してきましたが、今回は文部科学省 初等中等教育局の高橋 洋平氏に、現在の状況と今後の課題をうかがいました。

教育分野でのICT活用が OECD加盟国で最下位からの 政策推進

—GIGAスクール構想が政策として推進されるようになった、経緯を教えてください。

そもそも日本は教育分野へのICT活用が遅れていると言われていたのですが、OECD^{*1}の2018年学習到達度調査(PISA)^{*2}でも、「学校の授業(国語、数学、理科)におけるデジタル機器利用時間」と「コンピューターを使って宿題をする頻度」は、加盟国(37カ国・地域)最下位という結果でした。ただ逆に、学校外で「インターネット上でチャットをする」や「1人用ゲームで遊ぶ」頻度はトップと、日常的に遊びに使っているのに、学ば

めには使っていない。社会全体のデジタル化が進む中、この結果が学校教育へのICT活用推進のきっかけの一つになりました。

—本構想は当初5ヵ年計画でスタートしましたが、現在の進捗状況はどうなっていますか?

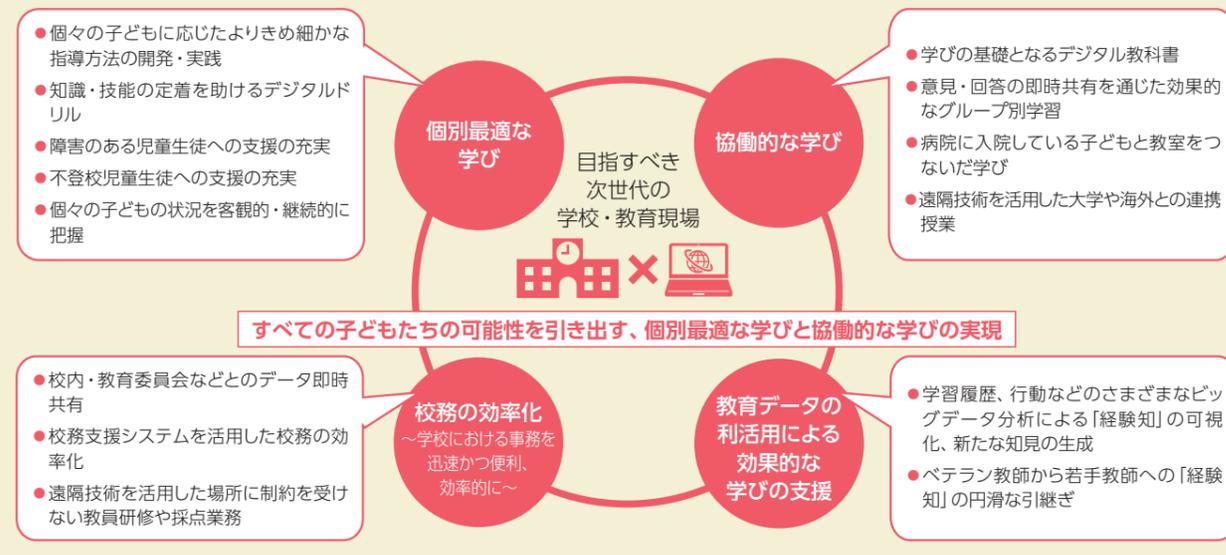
新型コロナウイルス感染症拡大の影響もあり1年前倒しに、補正予算を組み、2021年7月時点で、1人1台の端末整備は全自治体などの96.1%で完了、全国の公立小学校では昨年3月時点で5.5人に1台だった端末が、わずか1年間で1.3人に1台まで配備が進みました(図1参照)。

教育分野へのICT活用で 変化に対応できる 新しい日本型学校教育を

—インフラ面はほぼ整備完了という状況ですが、教育分野にICTを活用することで、どのような成果を考えていますか?

本構想を基盤として目指しているのは「すべての子どもたちの可能性を引き出す、個別最適な学びと協働的な学びの実現」で、令和の日本型学校教育を確立することです(図2参照)。また、新しい学習指導要領では、情報を活用する能力は、言語能力と同様に、教科横断的な、学習の基礎となる能力と位置づけています。それは、変化が激しく、先行きが読めないこれからの時代を生きていく子どもたちにとって、必要不可欠な能力だと考えているからです。変化を前向きに受け止め、情報を上手に活用しつつ、多様な人々と

【図2：GIGAスクールを基盤とした令和の日本型学校教育】



協働しながら、さまざまな社会の変化を乗り越え、豊かな人生を切り拓く子どもたちを育てたいと思っています。

教育現場の変化と 今後の課題

—実際に小中学校では、今年の4月から配備された端末の本格的な利活用が始まりましたが、教育現場からの反応はどうでしょう?

多くの学校や自治体では、1人1台端末を活用した学びは初めてのことで、利活用を進めていく点でまだ課題が多いのも、偽らざるところです。

現場の先生方からは高速大容量の通信インフラが整備されたはずなのに遅い、スキル面でも、教師の研修をもっとしてほしいという要望があります。

—1人1台端末の利活用が進むと、授業の形態はどのように変わっていくと考えられますか? またそれによって教育現場がどう変化していくのでしょうか?

個別最適な学びという観点で言いますと、学習が進んでいる子は発展的な内容を、つまづきの見られる子には復習も含んだ指導を、課題を乗り越えようとしている子には隣の友だちとの話し合

いを、というように「個」に応じた指導が考えられます。黒板の前に40人の子どもたちに一斉に話すのみの授業ではなく、先生が学習のコーディネーターとなって、それぞれの子どもの個性や能力に応じた学びにしていける。家庭学習ではオンラインで講義動画を使って学習し、学校のリアルな学びではワークショップなどを交えた協働的な学習を中心に行う「反転学習」の試みなどもあるでしょう。また、これまでも課題であった地域差も、ICTを活用することで時間や空間の制約を超えることができ、良質な学びが地域を問わず広がるチャンスにもなるでしょう。—課題も多いようですが、今後どのように対応していくのでしょうか?

文部科学省では、「GIGA StuDX推進チーム」という現場の先生も交えたチームを作って、授業での活用例などの情報収集・発信をしたり、ICT活用教育アドバイザー^{*3}の派遣など各教育委員会の支援に取り組んでいます。地域によっては、ICT支援員^{*4}など十分な人材の確保ができないところもあり、今後はさらに民間企業との連携も行い、学校を運営面で支援するセンターの構築のための予算なども含め、

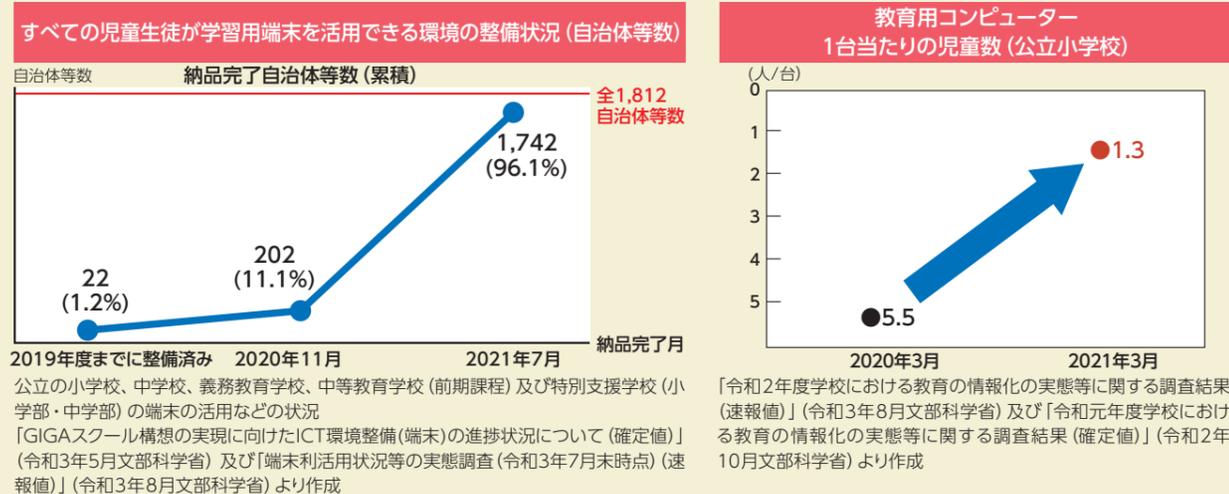
支援面を充実させていく計画です。課題は確かに多いのですが、今回のように政策が一気に進むタイミングを大きなチャンスととらえ、一つひとつの課題を子どもたちのために乗り越えていこうと今後も教育現場に呼びかけていきます。

※1 OECD：経済協力開発機構。国際経済全般について協議することを目的とした国際機関。
 ※2 学習到達度調査(PISA)：OECDが進める国際的な学習到達度調査。PISAはProgramme for International Student Assessmentの略称。義務教育終了段階の15歳児を対象に、2000年から3年ごとに、読解力、数学的リテラシー、科学的リテラシーの3分野で実施(2018年調査は読解力が中心分野)。
 ※3 ICT活用教育アドバイザー：国が手配し各教育委員会などに対し、派遣やオンラインで環境整備やICTを活用した指導方法など全般的な支援を行う。
 ※4 ICT支援員：各教育委員会などが地方財政措置を活用して募集・配置し、日常的な教員のICT活用支援を行う。



文部科学省
初等中等教育局
情報教育・外国語教育課
課長補佐
高橋 洋平氏

【図1：端末の整備状況の推移】



徳島県の過疎地域の医療を救う 「5G遠隔医療」の可能性

徳島県立海部病院

大容量のデータ通信の可能性を広げる第5世代のモバイルデータ通信「5G」※1を活用し、私たちの生活の質を向上させる試みが多岐にわたって始まっています。例えば、医療分野。徳島県では5Gの特長を活かし、糖尿病診療や内視鏡検査などの高精細映像を病院間で送受信して診断や治療・手術支援を行う「5G遠隔医療」を展開しています。今回は、同医療を推進する徳島県立海部病院の影治 照喜副院長に話をうかがいました。



徳島県立海部病院
副院長
影治 照喜氏

過疎の問題を抱える徳島県が 目指す5Gによる医療革命

徳島県は株式会社NTTドコモと「とくしまSociety5.0実装に向けた連携協定」を結び、5G、IoT、AIなど最新のICTテクノロジーを駆使して地域の課題解決に取り組んでいます。その大きな柱となっているのが、複数の県立病院を結ぶ5Gによる遠隔医療です。

まず、2020年1月より徳島市にある県立中央病院と約80km離れた県立海部病院を5Gで結んだ「遠隔医療」実証実験を日本で初めて実施。その結果を受け、2021年3月に県西部にある県立三好病院を加えた3病院へ5G遠隔診療支援システムを整備しました。県

立海部病院の影治 照喜副院長は「5Gによる医療革命が地域における医療格差の救世主となることを期待しています」と語ります。

「徳島県の過疎地域は県域面積の72%にも及び、その多くの地

域で高齢化が進んでいます。特に当院（県立海部病院）がある県南部の海部郡は非常に過疎化が進んだ地域で、高齢化率も全国平均より約20%も高い49.6%（2020年）に達しています。この

【図1：実証実験の様子】



ような状況の中、過疎地域の病院は深刻な医師不足に直面しています。当院も2003年には18名いた常勤医が今やその1/3にまで減少しました。特に脳神経外科医など専門医の数が不足しています。その結果、遠方への通院が困難な高齢の患者さんには、経済的、精神的、肉体的負担をかけるケースが多くなっています。そのため、近年は徳島大学病院から専門医の救援を依頼し、車で往復4時間の距離を医師自らの運転で来院していただくなど、大変な負担をかけながらなんとか地域のニーズに応えるよう頑張ってきました（影治氏）

しかし、こうした医師不足を改善していくために必要な若手医師の確保も困難で、研修医も都市部の病院に集中し、地域医療を担う医療機関を研修先に選ぶ医学生が減少しているため、過疎地域と都市部の医療格差がますます広がる悪循環に陥っています。

実証実験に参加した医師など 全員が高評価を与える

このような状況の中、専門医が多い都市部の病院と高速・大容量で低遅延が特長の5Gで接続した遠隔医療によって、地域医療の課題を解決できないかという問題意識のもと、実施された昨年の実証実験では、地域の期待に十分応える結果がもたらされました。

1ヵ月間にわたって行われた実証実験（図1参照）では、実際の患者さんの協力を得ながらシミュレーターを使用して、4K※2画像を用いた遠隔糖尿病外来や手術内視鏡、救急救命支援などを試みました。参加した計56名の医師などによるアンケート調査では、4Kのハンディカメラ画像と内視鏡画像、ハイビジョンの超音波画像と内視鏡画像ともに全員が高評価でした。画像のクオリティが高く、患部を実際に見ながら行う対面

診療と遜色のないレベルで診断できることに、医師たちは大きな驚きと感動を味わったのです。システム全体に対しても全員が「診療向上に寄与する」と積極的な評価を与え、医療従事者の間に臨床導入への大きな期待が高まりました。

もちろん、実際に遠隔医療支援システムを導入するにあたっては解決すべき問題もありました。最も大きな問題は、接続の際に複雑な専門機器のセッティングを技術職員が数日を要して行っていたことでした。そこでNTTドコモ四国支社の協力を得て、5G対応のライブ中継システムを導入。これにより、病院の一般職員が10分程度で簡単に通信のセッティングができるようになり、本格的な臨床導入が可能になりました。

5G遠隔医療の今後の展開

2021年8月からは、遠隔糖尿病外来や遠隔内視鏡支援に加え、徳島大学の医師の協力を得て遠隔形成外科外来がスタートするなど、徳島県は今、5Gによる遠隔医療の本格展開に向けて大きな一歩を踏み出しています。現在、徳島県では遠隔医療に使われているNTTドコモの閉域網を利用したキャリア5Gに加えて、ローカル5G※3がすでに構築されています。影治氏は「基幹医療機関をローカル5Gで結び、キャリア5Gで基幹医療機関と各地域の病院・クリニックや患者さんをつなぐ取り組み（図2参照）を、今後の展開の一つとして考えたい。また、これまでの遠隔医療の実績をベースに、救急救命支援や台風・地震時の災害支援にも5G通信のメリットを最大限に活かしていきたい」と、抱負を語っています。

徳島発の5Gによる医療革命が、ますます高齢化が進む日本の医療にとっての救世主となる日も近いかもしれません。

【図2：影治先生の考える5G遠隔医療の今後の展開】



※1 5G：現在の移动通信システムの標準である4Gの後継として登場した、第5世代移动通信システム(5th Generation)。「超高速」「多数同時接続」「低遅延」を実現して話題に。

※2 4K：フルハイビジョンの約4倍の画素数を持つ解像度の高い次世代映像規格。2018年12月から衛星放送での4K放送もスタートし、普及が進む。

※3 ローカル5G：通信事業者ではない企業や自治体が、一部のエリアまたは建物・敷地内に構築するセキュリティ性能が高い専用の5Gネットワークのこと。

●組織概要

組織名：徳島県立海部病院
開設：1963年(昭和38年)4月1日
所在地：徳島県海部郡牟岐町大字中村字杉谷266
病院長：浦岡 秀行
URL：http://tph-kaifu.pref.tokushima.lg.jp

ユーザ協会 D20008 検索



世界的にも注目を集める デジタルネイティブの若者たち 「Z世代」の定義と特徴とは？

近年、1998年以降生まれの大学新卒者が続々と仕事に就き始めています。彼ら彼女らは「Z世代」と呼ばれ、生まれた時からデジタルに囲まれ、初めて持ったデジタル端末がスマートフォンという環境で育ってきました。これからの社会の中心を担うことになる彼ら彼女らのものの考え方、ICT活用法、今後の社会への影響を3回にわたって考えていきます。



ICTの申し子、デジタルネイティブ スマホネイティブの若者たち

ここ最近、「Z世代」という言葉をよく耳にされる方も多いと思います。今、この「Z世代」と呼ばれる若者たちが世界中で注目を集めています。「Z世代」とは日本では、今年23歳になる1998年以降に生まれた世代のことを指し、生まれた時からICTと接してきた世代です。コミュニケーション方法や価値観がほかの世代と異なり、デジタルとの親和性も高く、「デジタルネイティブ」「スマホネイティブ」とも称されます。

長らく日本では、若者といえば「ゆとり世代」のようなことを言われていましたが、実は2006年からの第一次安倍政権の時にゆとり教育が見直され、「ゆ

とり世代」ではない世代が誕生しました。「ゆとり世代」=若者というのは遠い昔で、実はこの世代はすでに、中年に差し掛かっているのです。そして、この次に登場したのが「Z世代」と呼ばれる世代です(図参照)。

このような“世代論”は、かなりの年齢幅の人々を同じ括りにするため、大雑把で科学的ではないのですが、あながち外れてもいないのが面白いところです。特に日本の場合、人種や言語、宗教などがそこまで多様ではない上に、国土があまり大きくないなどの理由から、ある程度年代で区切っても違和感がない部分もあります。「バブル世代」は……など、ざっくりと使う分には結構当たっていると感じたこともあるのではないのでしょうか。

ちなみに日本では「ゆとり世代」の後の世代のこと

を、「脱ゆとり世代」「ポストゆとり世代」などと言ってきましたが、なかなか浸透はしませんでした。そんな中、アメリカの世代論で10年くらい前から話題を集めるようになってきたのが「ジェネレーションZ」です。それまでのアメリカでは「ジェネレーションY」「ミレニアル世代」*が消費ターゲットを担ってきましたが、その世代も年齢が上がってきたこともあり、新しい世代として「ジェネレーションZ」が大変注目を浴びるようになってきました。この「ジェネレーションZ」と「脱ゆとり世代」は数年のズレはありますが、かなり近い世代のことを表していたため、日本語に言い換えて使われるようになったのが「Z世代」。アメリカの世代論をそのまま日本に持ってきた形です。

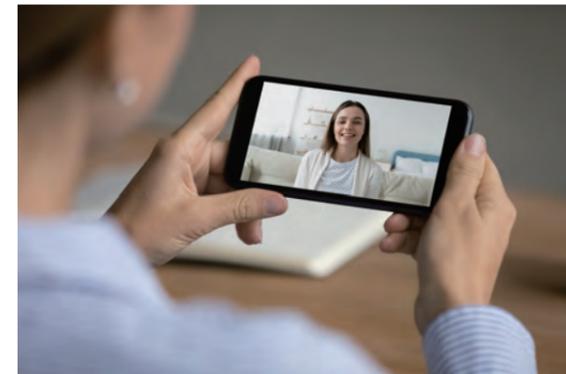
SNS上では圧倒的なリーダー

アメリカでこの世代が注目を集めてきた理由の一つに、人口が多いことがあります。2020年に行われたドナルド・トランプ氏が落選した大統領選では、初めて選挙に参加する「Z世代」の一票が勝敗を左右するのでは? と話題にもなりました。やはり、人数が多いだけに影響力があります。ちなみに人口が多いのはアメリカだけではなく、東南アジアの平均年齢は20代ですし、中東やアフリカ、ヨーロッパだって若者は多いのです。実は世界は今、人類史上初めてと言ってもいいくらい若者で動いている、「若者の世紀」と言えるのです。少子高齢化が進む東アジアにいてもどうしても気づきにくいのですが、グローバルで考えると、どの国でもすごく重要なターゲットが「Z世代」になっています。

そして、日本を含むこの世代の最大のポイントはSNS人口が多いところ。人口の多いアメリカでは当たり前ですが、日本でも成人年齢に差し掛かった人口的に最小の世代ですが、SNS上では最多人口を誇っています。SNS上で圧倒的なリーダーがこの世代なのです。ここ数年、企業にとっての一大テーマが、広報宣伝のため自社商品を拡散することですが、この世代でファンを増やしていかないとSNS上で情報が広がりにくいです。そこに、これまで若者のことをあまり見てこなかった日本の企業も気づき始めました。

「Z世代」は世界共通の呼称

「Z世代」の大まかな特徴を挙げてきましたが、結局のところほかの世代と大きく違うのは、初めて世界共通の世代呼称が使われていることだと思いま



す。そしてそれは日本やアメリカだけではなく、ヨーロッパや中東などでも使用されています。今までは“世代論”という、やはり国別にターゲット研究を行う必要があるくらい、お国事情が大きく関係していましたが、ところがこの世代になって、世界中の若者がInstagramやTwitter、TikTokなどSNSを通じて同じ情報に触れるようになり、価値観がすごく似てきて、若者たちの感覚が一気に近くなってきました。それは当たり前のことです。世界中でかなりの長時間、同じものを見ているわけですから。企業からすると、「Z世代」は世界共通でターゲットにできる世代なのです。もちろん、国によっての違いが残されている部分もありますが、共通項の価値観の部分だけで商品を開発して、同じものを売れる時代になってきたのです。そう考えたら「Z世代」という世代呼称が世界的に取り入れられたのも、とても理にかなった話だと思えます。

そのような「Z世代」は、具体的にどのようなSNSを使用しているのか、情報に対してどのような考えを持っているのか……そのあたりは次回から詳しくお話しさせていただければと思います。

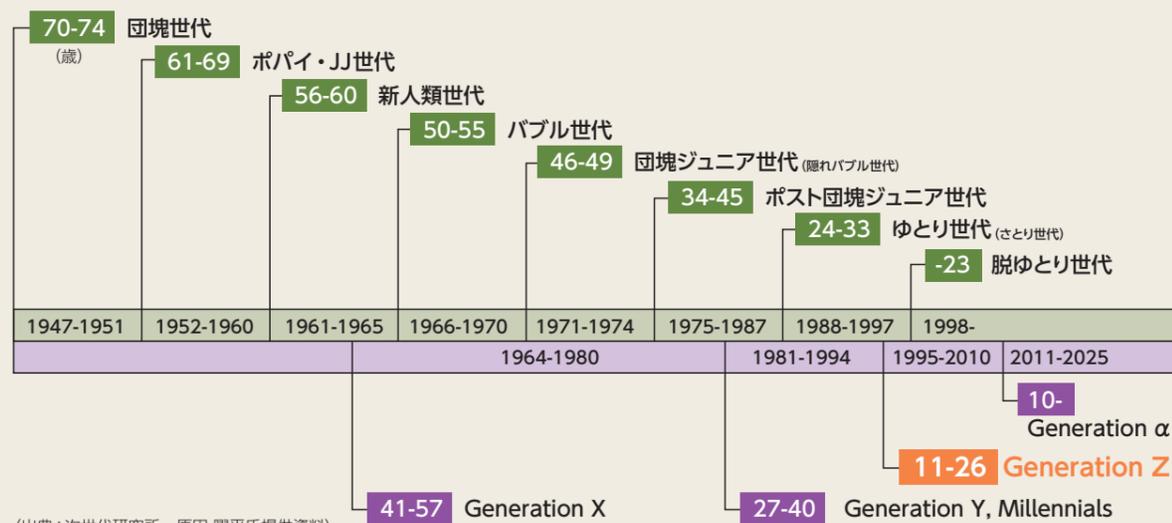
* ミレニアル世代：カナダの作家ダグラス・クーブランドが、1991年に発表した、ベトナム戦争後に生まれた若者たちの生き方を描いた小説『ジェネレーションX〜加速された文化のための物語たち』に由来。Xに続き、その次にあたる2000年前後(ミレニアム)に成人した世代を指す。



原田 曜平氏
マーケティングアナリスト。慶應義塾大学商学部卒業後、博報堂に入社。ストラテジックプランニング局、博報堂生活総合研究所、研究開発局を経て、博報堂ブランドデザイン若者研究所リーダーに。若者向けのマーケティングや商品開発

に携わり、2003年JAA広告賞新人賞受賞。博報堂退社後は信州大学特任教授、若者研究・メディア研究を中心に、次世代に関わるさまざまな研究を実施。テレビをはじめメディアのコメントーターとしても活躍中。著書多数。近著に『アフターコロナのニュービジネス大全 新しい生活様式×世界15カ国の先進事例』(小祝 啓士夫共著ディスカバー・トゥエンティワン刊)など。

【図：日本の世代論】





スッキリ安全、デジタルの年末大掃除

年末のイベントの一つ、大掃除。不要になったものを処分したり、古くなったものを取り替えたり、普段なかなか手がつけられない作業も、年末だと思い切ってできるのではないのでしょうか。それは、パソコンやスマートフォンを中心としたデジタルツールにも当てはまります。今回は、「デジタルの年末大掃除」のポイントをご紹介します。

不要になったDVDやCDの処分

DVDやCDは、可燃ごみとして処理されることが多いかもしれませんが、重要なファイルが保存されているDVDやCDをそのまま処分すると、情報が漏えいしないかと、心配になります。情報漏えいを防ぐためには、専用のシュレッダーを用いて断裁するのがよいでしょう。もし専用のシュレッダーがなくても、次の方法で情報漏えいが防げます。

DVDは、二つの円盤が張り合わされた二層構造です。ディスク側面の張り合わされている部分にカッターナイフを挟み込み、二つの円盤を剥がします。銀色の膜のようなものが現れますので、ガムテープで貼る・剥がすを繰り返して、剥がし取ります。

CDは、ラベル面にカッターナイフで複数の傷をつけ、切り込みを入れたあと、その上からガムテープで貼る・剥がすを繰り返すことで、ラベル面が剥がれます。

以上のような方法で、DVDやCDのファイルは読み取れなくなります(※断裁したディスクやカッターナイフでケガをしないように注意が必要です)。

ファイルの整理

パソコンを使っていると、“一時的に”と思ってデスクトップにファイルをどんどん保存してしまい、いつの間にか画面いっぱい

ファイルが並んでしまっていることはないでしょうか。デスクトップに限らず、クラウド上やファイルサーバーなどに保存したファイルも、「いつかは整理しよう」と思いながらいつい先延ばしにしがちです。これは、ファイルをメールで送信する時に誤って添付してしまったり、ファイルを探すのに効率が悪くなったりするので、情報管理上、問題があります。不要なファイルは積極的に、どんどん削除して、デスクトップ上はきれいにしておきましょう。

自分が作成したファイルや、ダウンロードしたファイル以外にも、気づかないうちに勝手に蓄積されてしまうキャッシュファイルや一時ファイル、OSのアップデート時に使用したファイルなどがあります。普段、見えないところに蓄積されていくため、放っておくと大きなボリュームになっていることもあります。Windowsであれば、「ディスククリーンアップ」機能や「システムファイルのクリーンアップ」機能を使って、一気に削除できます。

また、スマートフォンやタブレットにも、すでに使わなくなったアプリが残っていたり、写真やメールなどが溜まったりしていないでしょうか。「いつか、使うかもしれない」と思って残しがちですが、思い切ってどんどん削除しましょう。機器を紛失した時の情報漏えいリスクもありますので、可能な



限り端末内のデータを減らしておくことをおすすめします。

IDやパスワードを見直す

使わなくなったSNSアカウントやさまざまな会員サービス、メルマガなどは、解約手続きをしましょう。これにより、登録した個人情報の流出リスクを抑えたり、不要なDMを減らしたりすることができます。「今後必要になったら、その時に再登録すればいい」ぐらいに考えて、“常に必要なもの”だけを残すようにします。

また、残すアカウントについても、IDやパスワードの使いまわしになっていないか、短い文字数のまま使っているパスワードはないか、などを確認し、適正なIDやパスワードに改めます。特にトラブルがなければ、定期的なパスワードの変更は必要ないといわれていますが、サービスごとのパスワード規定が変更されて文字数が増えたり、使うべき文字の種類が増えたりするので、それに合わせるよう、見直してみるとよいでしょう。



心が通い合う対応を目指して

京阪電気鉄道株式会社

京阪電車は、大阪・京都・滋賀の都市間輸送を担い、通勤・通学そして観光のアクセスとして年間2億人以上のお客さまにご利用いただいています。

私が所属する「お客さまセンター」は、安全・安心な輸送サービスの提供に加えて、より一層お客さまにご支持いただくことを目的として、2007年(平成19年)に関西の私鉄として初めて開設されました。鉄道利用に関するお問い合わせやご意見・ご要望はもちろんのこと、バスや流通、ホテルなど多様な業態で事業を展開している京阪グループ全体の「総合窓口」としての役割も担っています。

自分が変われば、相手も変わる

配属された当初は、電話対応が苦手な正直“嫌い”でした。多岐にわたるお問い合わせやご意見に「嫌いな」対応できず、お客さまから「あなたの説明は分かりにくい」「ほかの人に代わって!」など、厳しい言葉をいただくことが多かったからです。電話のベルが鳴るたびに「また叱られたらどうしよう」という恐怖心でいっぱいでした。自分なりに一生懸命対応しても伝わらないもどかしさと、そこから抜け出す解決策も見つけられず、苦しい日々を過ごしていたのです。

そんな私が「電話が大好き!」になったのは、電話対応技能検定(もしもし検定)と電話対応コンクールとの出会いがきっかけです。ある企業のコールセンターへ見学にうかがった際、もしもし検定や電話対応コンクールに取り組んでいることを教えていただき、早速、両方に挑戦。そこで、ようやく探し求めていた「自分の対応を変える」糸口を見つけることができたのです。

それまでの私の電話対応は、お客さまの気持ちを考えようと思わず、聞かれたことに答えるだけの事務的なものだったと気づいたのです。「お客さまは、どのようなお気持ちでいらっしゃるのか」、「自分がお客さまの立場なら、どんなことを望むのか」を常に考え、話す言葉や声の表情を意識するように変わっていきました。

そしてある日、定期運賃のご案内をしたお客さまから「ありがとう。君の言葉で私は嬉しくなった。その心、これからもずっと持ち続けてくださいね」



と、思いがけず優しいお手紙をいただいたのです。この言葉は、私の対応の指針になっています。

喜びの輪を広げる

言葉の後ろにある「お客さまのお気持ち」に添えていくことで心が通じ合い、自分の喜びになることをもっと多くの人と共有したい。その思いで京阪グループ内での研修や電話対応技能検定の実施を始めました。同じ思いで電話対応業務にあたる仲間も少しずつ増え始めています。これからさらに電話対応技能とマインドを高め、京阪電車、そして京阪グループのCS向上に役立つよう活動を続けていきます。

安田 良子氏
京阪電気鉄道株式会社 広報部 お客さまセンター所属。電話対応技能検定指導者級資格保持者。グループ会社を含めた社内での電話対応研修、電話対応技能検定実施などの企画・運営を担当(お客さまセンターでの電話対応業務にも従事)。第56回から3年連続電話対応コンクール全国大会出場。



安田 良子氏

「今回の講師は、SMBC日興証券株式会社の田中 明美さんです。トレーナーとして、オペレーターの人材育成業務を担当されています。電話対応コンクール全国大会入賞のご経験を活かし、選手の指導でも活躍されています。知的で笑顔の素敵な女性です」

ユーザ協会 C10034 検索



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

上司のAさん宛てにしつこくセールス電話が入り困っています。Aさんからは取り次がないようにと言われていました。不適切な対応はどれですか。次の中から一つ選びなさい。

1. Aは興味がないと申ししております。
2. Aからお断りするよう申しつかっております。
3. Aは一日中外出しており、本日は社には戻りません。
4. ご用件とご連絡先を教えてください、必要でしたらAから連絡します。

※3級問題より

正解は13ページをご覧ください。

テレコム・フォーラム 2021.12

ユーザ協会 D40021 検索



電話対応品質においても自動車教習所業界で一番を目指す

株式会社ムジコ・クリエイト

青森県内4ヵ所で自動車教習所を運営する株式会社ムジコ・クリエイト。自動車教習所を自動車学校ではなくサービス業と位置づけて、早くから電話対応の品質向上に取り組んできました。教育の一環として「電話対応コンクール」を取り入れ、全国大会にも選手を輩出するまでに至った経緯と今後の目標をお聞きました。



経営管理部
お客様係 兼 執行役員部長
参事
竹内 寿生氏

事業概要についてお聞かせください。

A 「青森県内に指定自動車教習所が4校（弘前・青森・八戸・浪岡モータースクール）、そのほかには青森建機スクール、青森ドローンスクール、ドライビングアカデミー弘前、地域交通支援センターがあります。また企業などへ交通安全講習を行うムジコサポート事業を行っており、東京営業所を拠点として全国を飛び回っております」（竹内氏）

電話対応品質においても自動車教習所業界で一番になりたい

電話対応の体制や問い合わせ内容についてお聞かせください。

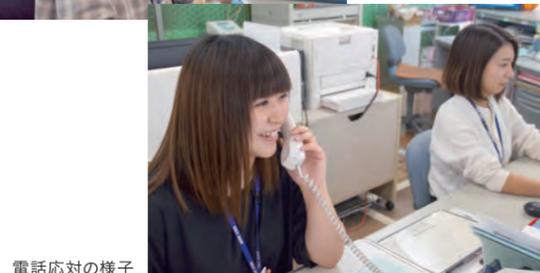
A 「電話対応は、主に各教習所の受付窓口であるお客様サポート課の社員が担当しています。電話受付専門の部署というわけではないので、全社員がそれぞれ自分の担当業務をしながら対応しています。また問い合わせ内容について、現在は70歳以上の方からの高齢者講習の予約に関する問い合わせが多いですね。弘前校では1日100件程度の電話に対応しています」（竹内氏）

社員全員が電話対応をされるとのことですが、電話対応教育はどのようにされていますか。

A 「会社として『日本の交通安全教育研究会社になる』というビジョンを掲げていますので、電話対応も業界で一番になりたいという思いがあります。正直に言えば、以前の自動車教習所は、『教官と生徒』という関係で『お客さまに対するサービス業』という意識があまりありませんでした。それではいけないと気づき、呼び名も教習指導員ではなく『アドバイザー』、生徒や教習生ではなく『お客さま』に変えています。その流れを受けて、電話対応の考え方も変わってきました。以前は、体系的な電話対応教育は実施しておらず、対応品質も人によってバラバラでした。私が新入社員教育を担当し始めた8年ほど前から、体系的にすべて資格取得にもつながるという点から『もしも検定（電話対応技能検定）』を採用し、会社として検定の昇級を奨励しています。私自身も平成27年に指導者級資格を取得しました。また、同時期から『電話対応コンクール』にも参加しています」（小田桐氏）



◀第60回電話対応コンクール 八戸・三沢地区大会で優勝した八戸モータースクールの船橋 京香さん



電話対応の様子



経営管理部
お客様係 兼 アドバイザー
主査
小田桐 邦子氏

電話対応コンクールでの好成績が、社内の雰囲気をも明るくしてくれた

電話対応コンクールに参加した成果についてお聞かせください。

A 「まず、去年は全国大会出場、今年は八戸大会で優勝を果たしたことが形に残る成果です。しかし、賞を獲得することよりも、普段の電話対応の質を高めることを目的に参加しているので、電話対応コンクールに向けてだけでなく、日常の対応でも『笑顔』と『笑声』を意識するよう指導しています。電話対応コンクール出場に向けて頑張る練習する社員が普段の対応品質を上げることで、ほかの社員の対応品質も上がっています。電話対応コンクールには主に若手社員が出場していますが、業務時間内に練習をすると現場が手薄になってしまうため、最初は反対されないかと心配でした。ところが、皆、嫌な顔もせずに現場のサポートはもちろん、練習相手としても協力してくれましたし、電話対応コンクールの後には『頑張ったね、良かったね』と選手に声をかけている姿を見ると、本当に出場して良かったなと思います。

今年度は、八戸・三沢地区で弊社の社員が優勝しました。私の主観になりますが、彼女が話す言葉は、単に声のトーンが明るいだけでなく、対応全体を通して自信に満ちた“キラキラ”したものが感じられ、会社の代表として誇らしく思いました。昨年、彼女は全国大会に出場できずに悔しい思いをしたので、そこから大変な自助努力があったと思います。また昨年、青森県代表として全国大会出場を果たした社員も並々ならぬ努力をしておりました。通勤の車の中でもずっと練習していましたし、会社で電話に出る時も間違えて電



ムジコ・クリエイトの公式キャラクター『ニャモタン』



本社外観

第59回電話対応コンクール全国大会に青森県代表として出場した浪岡モータースクールの棟方未来さん（右）

話対応コンクール本番の際に名乗る役の名前で出てしまうくらいでした。その努力が実ったという嬉しいニュースは、コロナ禍の暗い雰囲気を吹き飛ばしてくれました」（小田桐氏）

人事理念『人の成長こそ、わが社の成長です』を実践することが一番の目標

最後に、今後の目標についてお聞かせください。

A 「弊社では人事理念を『人の成長こそ、わが社の成長です』と定めています。この理念を実践できるよう全社員に『キャリアプラン』を作成してもらい、それを後押しする取り組みをしています。その中の一つとして社内のキャリアコンサルタントが、キャリア形成を促進・支援するセルフキャリアドックを実施しています。こういった活動の中で、電話対応のスキルアップ、あるいは人としての成長のために、電話対応技能検定（もしも検定）に挑戦することをすすめていきたいと思っています。このように仕事を通じて人が成長していくことについて、引き続きサポートしていきたいと思っています」（竹内氏）



会社概要

会社名：株式会社ムジコ・クリエイト
設立：1961年（昭和36年）7月
本社所在地：青森県弘前市和泉1-3-1
資本金：1,500万円
代表取締役社長：新戸部 洋輔
事業内容：青森県公安委員会指定自動車教習所、青森労働局長登録教習機関、行政委託研究事業、交通安全講習会、その他交通安全教育全般
URL：https://www.mujicocreate.co.jp/
[ユーザ協会会員]

ユーザ協会 C20030 検索



この時代だからこそ、人ならではの「気持ちに寄り添う」応対を追求したい

アメリカンホーム医療・損害保険株式会社

AIGジャパン・ホールディングスの保険子会社であるアメリカンホーム医療・損害保険株式会社。リスクを予防する『ACTIVE CARE (アクティブケア)』を事業戦略コンセプトに掲げる同社で、医療保険の支払業務を担う長崎サイトの大森 順子氏に、お客さま応対で大切にしていることをお聞きしました。



沖縄・長崎保険金サービス部
長崎サイト 医療保険金第4サービスセンター
所長
大森 順子氏

心しました』というお声をいただいています」

共感すること、将来に希望が持てる一言を添えることを大切にしている

Q 電話対応で気をつけていること、電話対応教育についてお聞かせください。

A 「私たちは、保険商品をお客さまに直面販売ではない方法でお届けする『ダイレクト型』の損害保険会社です。そのため、リレーションシップセンターや保険金の支払い業務を通じたお客さまとのコミュニケーションを特に重視しています。また、保険は無形のサービスなので、お客さまは日常的には加入のメリットを感じにくいものです。いざという時の応対の誠実さで、『この保険会社で良かったな』と感じていただけるように、共感すること、将来に希望が持てるような一言を添えることを大事にしています。そのため、チームリーダーが日常的にメンバーの電話応対に耳を傾け、『もっと感情を込めた話し方にすると誠意が伝わる』とか『この説明のほうが分かりやすい』といった電話応対の指導をしています。ほかに『TQアセスメント』という独自の指標で通話ログを評価しています。TQとは、『トーククオリティ』の略で、部門内のアセスメント担当者が毎月1回、通話ログをランダムに抽出し、オープニング、状況確認、クロージング、総合評価の4カテゴリのトークを細かく評価してフィードバックをしています。TQアセスメントでも、お客さまの状況を受け止め、専門用語ではなく分かりやすく伝えているか、共感しているか、いたわりの言葉をかけているかを特に重視しています。ここが十分でないとうしても事務的、機械的な応対になってしまうので、

Q 事業概要と電話対応の体制についてお聞かせください。

A 「前身となるアメリカン・ホーム・アシュアランス・カンパニー日本支店は、1960年（昭和35年）から日本で損害保険事業を展開しており、2014年（平成26年）に現在の社名となりました。私たち長崎サイトでは、お客さまからの医療保険の請求に基づき、保険金を支払う業務を担っています。ほかに東京、大阪でも同じ業務を行っていますが、全体の7割ほどの件数をここ長崎で扱っています。沖縄・長崎保険金サービス部 長崎サイトには10月1日現在、52名のスタッフがおり、2サービスセンター体制（所長2名、全8チーム）でお客さまからのお問い合わせに対応しています。電話だけでなく、数年前にSMS（ショートメールサービス）を導入し、主に書類の発送、到着、保険金の支払いに関する経過をタイムリーに連絡しています。SMSでのコミュニケーションは好評で、顧客満足度アンケートでも『SMSで細やかに連絡があって、安

弱いと感じた場合は丁寧に指導しています」

組織の一体化やスキルの底上げに、電話対応コンクールを活用したい

Q 電話対応コンクールへの取り組みや成果についてお聞かせください。

A 「長崎サイトは7年前の開業以来、毎年欠かさずに、日本電話ユーザ協会が主催する電話対応コンクールに出場しています。きっかけは、部署の一体感を高めるために、他エリアで参加していた電話対応コンクールにチャレンジしようと盛り上がったことでした。イベントに参加するような感覚でした。ただ、1年目は何をすればよいのか右も左も分からない状態で、練習時間を確保することすら大変でした。参加メンバーは朝早くから集まって、顔のストレッチや発声練習をするところから始めました。私が感動したのは、参加しない人も『一緒になってがんばろう』という意識が高く、参加者が練習のために席を外しても、しっかりとお客さま対応をフォローしてくれたことです。反対に、参加者は『こういう練習、こういうトークが実際の業務に役に立つよ』と現場に持ち帰ることで、部署全体のトークスキルが向上するという相乗効果がありました。その効果もあり、今年度を含めて過去3度、電話対応コンクールで審査員特別賞を受賞することができました。組織全体でみると、電話対応スキルはまだまだ伸びしろがあると思っています。今後も継続してチャレンジすることで、新たな気づきをもらい、組織としての応対スキルの底上げにつなげていきたいですね」

『ACTIVE CARE(アクティブケア)』をモットーに、気持ちに共感する応対を追求したい



今年度、審査員特別賞を受賞したスタッフ（在宅勤務中の木村 沙織さん）



「TQアセスメント」を活用し応対品質向上に役立っている

Q 最後に、今後の目標についてお聞かせください。

A 「まさかが起こる前にリスクを予防する『ACTIVE CARE (アクティブケア)』が日本におけるAIGグループの事業戦略コンセプトです。それを実現するために保険金の支払い部門で大切にしている四つの価値観、『共感』、『プラスα』、『先を見越した対応』、『予防、防止』を今後も大切にしていきたいです。個人的には、四つの価値観を総合すると『思いやり』につながると思っています。このご時世、デジタル技術を活用して、リアルタイムで回答し、業務の効率化を追求することはとても大事なことです。その一方で、お客さまの気持ちに共感してご要望の先を見越して提案するなど、思いやりを感じる応対は私たち人間にしかできません。在宅勤務などで人と人との関係が希薄になっている今だからこそ、『ACTIVE CARE (アクティブケア)』を意識してお客さまに相對し、気持ちに寄り添う応対を追求したいと思っています」



会社概要

会社名：アメリカンホーム医療・損害保険株式会社
本社所在地：東京都港区虎ノ門四丁目3番20号
資本金：78億6,200万円
代表取締役社長：渡辺 治子
事業内容：医療保険、傷害保険などを扱う損害保険業
URL：https://www.americanhome.co.jp/
[ユーザ協会会員]

ユーザ協会 C20031 検索





「AI時代の電話応対教育」

8月号で、ある企業でのAIオペレーターの応対模様をご紹介しました。この応対例を聞いた時に、私自身、AIコールセンターの普及は想像以上に速いのではないかと思います。しかし、そう単純には行かないようです。インバウンドの仕分け程度はできても、メンタルな要素の多いやり取りを任せるには、AIにはまだ多くの隘路^{※1}があるようです。また一方で、人間オペレーターに求められる能力も機能も変わってくるでしょう。今回は、期待度の変化する人間オペレーターの応対力、その教育の方向について、改めて考えます。

人間の応対者は成長して生き残る

電話応対におけるAIオペレーターと人間のオペレーター。この両者は、決して競合する存在ではなく、全く別物と考えたほうが良さそうです。今は過渡期の問題が多々あるにしても、AIオペレーターはきわめて効率的に應對の幅を広げて行くことになるでしょう。

問題は、これからの人間オペレーターのあり方です。これまで皆さんが努力してこられた應對スキルやマニュアルは、AIオペレーターは苦もなく習熟するでしょう。そして関連するITツールもさらに進歩するでしょう。「私たちはどうなるのでしょうか？」という不安の声も聞きます。しかし、人間オペレーターがいなくなることは決してないと思います。むしろ、従来より高度なコミュニケーション能力を身につけたプロとして、数は減ってもそのステータス、存在価値が高まるのではないかと私は考えています。

人間に期待される四つの能力

「御社は社員にどのような能力を求めますか？」この問いに対して、ほとんどの企業の経営者はこう答えました。「コミュニケーション力です」と。それはほんの数年前のことです。

未曾有のコロナ禍は、私達を三密で縛り、人と人との接触を遠ざけました。テレワークやオンラインが常態化し、コミュニケーションの必要性に思いを致さなくなったのです。これは大変危険な状況だと思えます。

さらに進化したAI時代がすぐやってくるでしょう。その到来を見据えた時に、人間オペレーターもまたさらに進化しなければならないのです。そのために磨かなければならない能力とは何でしょうか。それは当面はAIには無理と思われる以下の「四つの能力」です。

①判断力：膨大な「手」を記憶させる囲碁、将棋ならいざ知らず、AIには判断することは無理でしょう。人間が判断するには情報が要ります。情報はお客さまが持っています。その情報を聴き取り、訊き出す力がまず必要です。その上で、保有している確かな業務知識、経験が活きて、正しい判断に導いてくれます。

②インプロ力^{※2}：AIの應對に不満を持つお客さまがいます。そこでは想定外の質問にも柔軟に對応できる應對力が必要です。怒っているお客さま、絡んでくるお客さま、あえて難題を持ち込むお客さま、精神的に不安なお客さま、酒に酔っているお客さま。それらの問題ありのお客さまに対して、動揺したり怒らせたりすることなく、会社の誇りを守りつつ、機転をきかせて柔軟に對応できるのがインプロ力です。

③説明力：的確な回答を持っていても、説明力が下手では伝わりません。説明力の弱さは、日本人の負の特質でもあります。書き言葉中心だった積年の日本語教育がもたらした弱点です。この力の強化は、これからの人間オペレーターに求められる重い課題です。

④人間力：「人間力の大切さは分かるのですが、それをどう指導すればよいか分かりません」何人もの方からそう言われました。人間力を理屈や知識で伝えるのは容易ではありません。大事なのは経験です。その話に感動し共感した時に、聞き手の心は動きます。「この人と話せて良かった」「この人のようになりたい」「そのように行動したい」そう思った時に、聞き手は成長します。感動を心に届くように話せる音声表現力を磨いてください。言葉中心であったこれまでの電話應對教育では、軽視されてきた訓練です。

努力のベクトルを話し合ってください！

今のIT社会は、私などにはとても追いつけない速さで動いています。私の推測とは違う展開をするかもしれません。しかし、以上四つの能力を備えた人間オペレーターの教育は、否応なしの変革を迫ってきたウィズコロナの對應と合わせても、喫緊の課題だと私は思っています。皆さんの所属する会社が、組織がどうお考えになるか、事情はさまざまですが、ぜひお仲間と話し合ってください。



岡部 達昭氏
日本電信電話ユーザ協会電話應對技能檢定委員会委員。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! もしもし檢定の答え: (3)
ホームページには、詳しい解説を掲載しています。[もしもし檢定 過去問] で検索!

ユーザ協会 C10035 検索

新刊『電話應對技能檢定(もしもし檢定)3・4級公式問題集(第5版)』を12月15日に発売!

「電話應對技能檢定(もしもし檢定)」唯一の公式問題集です。2020年から2021年に実施された3級・4級試験より重要な問題を選んで収録しました。最新の出題傾向を知るために全受檢者必携の一冊です。

書名：電話應對技能檢定(もしもし檢定)3・4級公式問題集(第5版)
編者：公益財団法人 日本電信電話ユーザ協会
体裁：A5判・カバー巻き、280ページ
発売：2021年12月15日
定価：本体1,600円+税



ユーザ協会会員の皆さまには「電話應對技能檢定」の関連書・DVDを割引いたします。詳しくはユーザ協会ホームページをご覧ください。
<https://www.jtua.or.jp/publishing/>

電話應對技能檢定(もしもし檢定) 関連書籍のご紹介 『2020年個人情報保護法改正對應! 第2版 これって個人情報なの? 意外と知らない実務の疑問』発売中

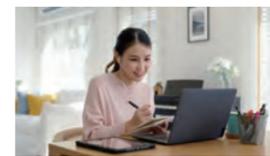
もしもし檢定の委員 稲葉 一人先生の最新刊本のご案内です。2020年の法改正を受けて、内容を追加しました。仮名加工情報、個人関連情報など新たに追加されたルールの解説、オプトアウトによる第三者提供の改正点についても触れています。もめごとの事例から学ぶ章を設け、実際にどのようなトラブルが起こり得るのか、その時の対処法について解説していますので、一般の方でもこの法律がどのように自分たちに関わるかを理解でき、不正な利用を未然に防ぐことができます。もしもし檢定の試験項目である、個人情報保護法の勉強に最適な一冊です。

著者：稲葉 一人
共著：阿部 晋也
定価：2,200円(税込)
体裁：A5判・208ページ
発行：税務研究会出版局
発行日：令和2年12月20日
ISBN：978-4-7931-2574-4



■申込方法：下記ホームページよりお申込みください。
・税務研究会・税研オンラインストア(税研会員は割引価格が適用されます。送料が別途かかります)
<https://www.zeiken.co.jp/store/book/detail/3981>
・Amazon
<https://www.amazon.co.jp/dp/4793125743/>
・楽天ブックス
<https://books.rakuten.co.jp/rb/16540868/>

《期間限定》会員特典 テレワーク導入支援! ウェブ会議・情報共有ツール「スマートスタディ(ウェブ会議機能等付き)」を、最大3ヵ月間無料で提供します!



- ・「新型コロナウイルス對策で、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がとれるか不安」
- ・「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ウェブ会議・情報配信ツールで軽減できます! この機会にぜひご活用ください。

<特典内容> NTT東日本「スマートスタディ」「基本機能とオプション機能(ライブ)」を「最大3ヵ月間(ご利用開始月+2ヵ月間)」無償提供! 【受付期間: 2022年3月31日まで】

特典の詳細内容やお申込みについては、ユーザ協会ホームページ上部の「各種お申込み」内の該当ページをご覧ください。

登録は無料です! どなたでもご自由にご登録いただけます

「ゆ〜協メルマガ」

毎月2回発行のメールマガジン

電話應對教育 ICT・ビジネス イベント・セミナー 各種特典サービス

タイムリーにお届け

ご登録は右記のQRコード、もしくはホームページ上の「各種お申込み」内の「メルマガ登録」ボタンから



電話應對教育に関する情報、ICT・ビジネス、各種イベント・セミナー、特典情報などのご案内をタイムリーにお届けするメールマガジン