

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)

「Web会議の資料、共有フォルダに入れておきました」

「ありがとうございます、確認します」

最大2か月間無料体験!
(ご利用開始月+1か月)

“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**でお試しいただけます。

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、(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30ID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 mail-elgana@jtua.or.jp URL <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 2022 1
今和4年1月1日(毎月1日発行) 第1巻1号(通巻42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II 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

1
January 2022

特集 一人残らず わくわくする社会を創りたい
デジタル庁



新春のご挨拶

公益財団法人
日本電信電話ユーザ協会
会長
中野 武夫



ICT COLUMN

Z世代のICT事情(第2回)
次の社会の主役となる
「Z世代」の若者たちに特徴的な
SNSの接し方、
活用法とは?



チャットセンターなどITを活用した業務を広げ、
地域の雇用創出にも貢献したい

株式会社KDDIエボルバ



徳島「ホスピタリティ」センターとして、
世界に通用する
おもてなしを追求したい

株式会社テレコメディア



連載

ICTの「へえ〜そうなんだ!」
知っていますか? スマートフォンと年齢制限

コミュニケーション力を鍛える
「きく」力をみがく

公益財団法人 日本電信電話ユーザ協会

令和4年

新春のご挨拶

新年あけましておめでとうございます。
旧年中は格別のご厚情を賜り、厚く御礼申し上げます。

新型コロナウイルス感染症で影響を受けられた皆さまに心よりお見舞い申し上げます。

昨年は、コロナ禍におきましても会員の皆さま、ICTサービスをご利用される皆さまへ有用な情報をお届けできるよう「働き方改革」、「DX(デジタル・トランス・フォーメーション)」、「5G」などをテーマとしたオンラインセミナーを数多く開催させていただきました。オンラインならではの特性を活かして、全国各地から視聴できる仕組みを導入し、多くの方にご視聴いただくことができました。

また、電話対応コンクールをはじめとした電話対応教育事業におきましても、リモート方式を活用し、これまで通り多くの方にご参加をいただき事業を展開することができました。これもひとえに、皆さまのお力添えの賜物と深く感謝申し上げます。

コロナ禍で時間や場所にとらわれず生産性の高い働き方を実現できるテレワークが急速に普及し、これに伴いデジタル化が加速しました。さらに、5Gサービスをはじめとした新たなサービスも提供されています。こうした中で、新たなビジネスモデルの創出が期待されるDXが非常に重要になってきております。当協会では、皆さまの事業運営にお役立ていただけるよう、ICTサービスなどの最新情報をお届けして参ります。

また、テレワークの普及拡大に伴い、離れた場所で人と人をつなぐコミュニケーション手段である「電話」の役割が見直され、対応品質の重要性が再認識されております。当協会では引き続き電話対応をはじめとした非対面でのコミュニケーション力をさらに充実させ、お客さま満足を向上させるお手伝いに積極的に取り組んで参ります。

本年も各種事業活動を通じ、企業や地域社会のさらなる発展に寄与して参る所存でございますので、引き続きご賛同ご支援を賜りますよう、よろしく願い申し上げます。

皆さま方のご健勝とますますのご発展を祈念いたしまして、新春のご挨拶とさせていただきます。

公益財団法人日本電信電話ユーザ協会
会長

中野 武夫



特集

一人残らず わくわくする社会を創りたい デジタル庁

2022年は、ポストコロナ社会への変革が本格的にスタートする年と言われています。その実現に向け、大きな期待を背負って昨年9月にデジタル庁が発足しました。1月号では今後を展望すべく、これからデジタル庁がどのような役割を担うのか、また、デジタル化により私たちの生活がどう変わっていくのか、デジタル庁のデジタル統括官・村上 敬亮氏に話をうかがいました。

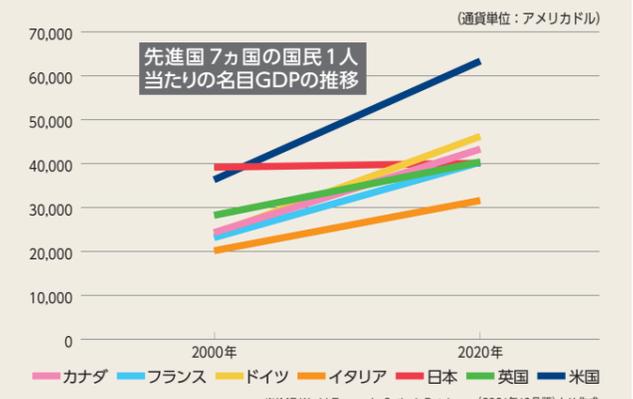
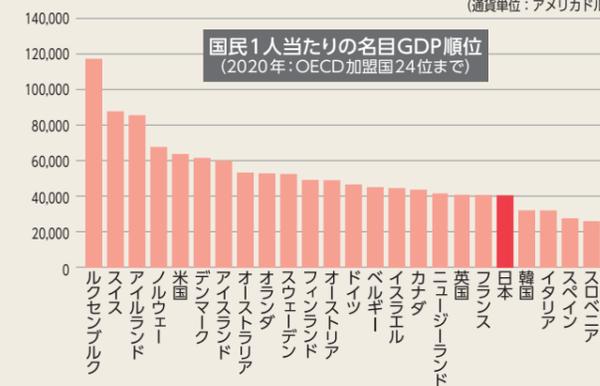
デジタル庁の役割とは、ITを使って 社会の仕組みを変えること

2021年9月に「デジタル庁」が発足しました。その背景には、日本の省庁や自治体が個別に構築したシステムではデータが上手く連携できず、使い勝手が悪いITサービスとなってしまったことがあります。当然ながら、使い勝手が悪いサービスでは利用が進まないため、デジタル先進国と比べて日本は大きく後れを取りました。OECD(経済協力開発機構)^{*1}の2018年調査によると、国の行政手続きをオンラインで行ったことがあると答えた人の割合は7.3%で、回答した30カ国で最下位でし

た。この課題は以前から指摘されていましたが、新型コロナウイルス感染拡大で緊急の対策が求められた際、国と自治体のシステムのフォーマットが合わないことなどから、給付金や助成金の手続きが遅れる、新型コロナウイルスワクチン接種が進まないなどの事態が浮き彫りになりました。デジタル庁には、これらの課題を解消し、デジタル社会を推進する役割が期待されています。課題は新型コロナウイルス対応だけではなくありません。日本でデジタル化の推進が急務なのは、1人当たりGDP^{*2}が大きく落ち込んでいることが物語っていると、村上氏は指摘します。

「2000年時点で世界2位だった人口1人当たりのGDPは、その後の成長が小さく、2020年にはOECD加盟国中20位にまで落ちています(図1参照)。平均年収も3万8,515ドル(約424万円)で先進7カ国の6位です(OECD[2021], Average wages)。このように日本人の年収が伸び悩んでいる最大の要因は、生産性の低さにあります。生産性が低い限り、どれだけ売上が上がっても年収は増えません。そのため、ITを効果的に活用して生産性を高める必要があります。そこで、デジタル庁は「ITを効果的に活用できるような仕組み、環境を整備する」役目を負っていると考えています」(村上氏)

【図1：国民1人当たりのGDPの比較】



*1 IMF・World Economic Outlook Databases (2021年10月版)より作成 (金額は小数点以下を四捨五入)

デジタル化が進むと、 私たちの生活がどう変わるのか

デジタル庁では、新しい社会を「デジタルの活用により、一人ひとりのニーズに合ったサービスを選ぶことができ、多様な幸せが実現できる社会」と定義しています。また、それを実現するためのミッションとして「誰一人取り残さない、人に優しいデジタル化」を提唱しています。この「一人ひとりのニーズに合ったサービスを選ぶ社会」とはどのような社会でしょうか。

従来、日本は国や自治体だけでなく、病院や学校、企業でもそれぞれ独自のシステムを持ち、データの持ち方もバラバラだったため、せっかく蓄積したデータを有効に活用できていませんでした。そのため、この縦割りの社会、組織、仕組みを横断し、システムやデータでつながる新しい社会を作る必要があります。それでは、デジタルでつながることによって、私たちの生活がどのように変わのでしょうか。村上氏は、例えば医療分野でも各医療施設が組

織の枠を超えて連携すれば、かなり効率的な医療が展開されると語ります。

「昨今、病院のカルテは電子化されているものの、病院ごとにフォーマットが異なるため、データを上手く活用できていません。処方の種類は2,000程度に分類されるはずですが、A病院、B病院、C病院それぞれが異なる名称、異なるコードで管理しているため、3病院のカルテを集約するとIDが6,000個できてしまった、というのが現状です。もし、この名称やコード番号を統一化すれば、将来の処方改善につながるビッグデータができ、新薬の開発などにも役立てることができるでしょう」(村上氏)

診療データが連携されると 医療の可能性が大幅に拡大

医療系データの管理方法が統一され、本人の同意のもとに情報が各施設・組織に共有されると、医療(介護や健康サービス)の可能性がますます広がります(図2参照)。村上氏は「最近スマートウォッチなどで、心拍数などを取



得できますが、将来的に個人が計測したデータを病院の診療に使えるようになるといういろいろな可能性が出てきます。例えば慢性疾患であれば、日々のバイタル(心拍数・呼吸数・血圧・体温)を確認するだけでも十分役に立つので、こうしたデータを医療の現場でも使え、医師の診断により役立ち、患者の治療に関する選択の幅も広がるのではないのでしょうか。

また、診療データが連携されると、病院に行かなくても診療を受けられるようなサービスが考えられます。例えば現在、地方では近

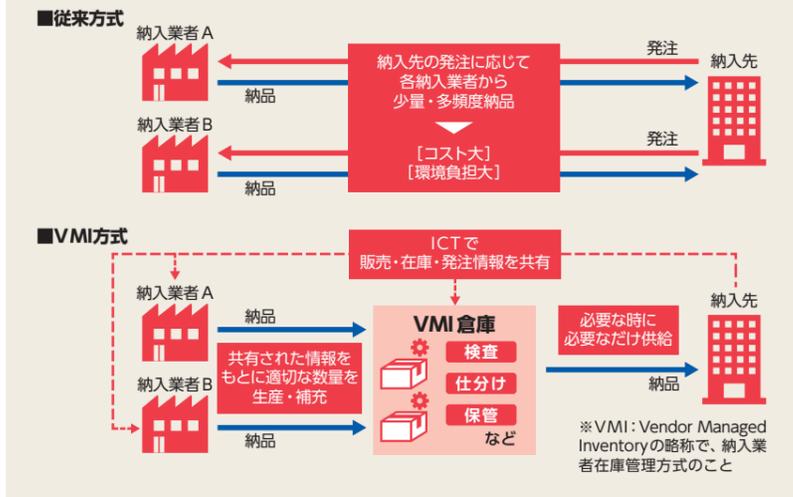
くに病院がないため人工透析を受けるために長距離移動を強いられている方々がいらっしゃいます。しかし、もし過去の疾患、診療データが連携できれば、人工透析機を乗せた車などが患者宅へ行き、自宅で治療が受けられるというサービスが実現される可能性があります。このように、医療分野に限らずどんな領域においてもデータが連携される仕組みができれば、国民一人ひとりが自分に合ったサービスを選べるような社会の実現につながるかもしれません」と語っています。

デジタル化が進むと、 企業活動はどう変わるのか

それでは、デジタル化が進み、行政と企業、企業と企業の間でデータが連携されるようになると、どのような変化が生まれるのでしょうか。

「スマートシティ、スマートカーなど、最近『スマート』という言葉をよく使いますが、モノのスマート化の本質は、人の判断より先にモノが動くことです。例えば、物流業界では、ベンダーマネージドインベントリ(VMI)という考え方があります(図3参照)。本来は、顧客がベンダー(納入業者)に製品などを発注しますが、VMIでは納入業者側で顧客の生産状況や売れ

【図3：ベンダーマネージドインベントリ (VMI) 概念図】



行きを把握して在庫を補充していきます。仮に、ニューヨークのデパートでセーターが欠品したら、顧客の指示を待たずに、中国の工場が増産が始まるといったような仕組みです。これは、ベンダーと顧客がICTで連携、情報を共有することで効率の良い在庫管理を実現した例ですが、このように各企業や組織が横断的にデータで連携するようになると、さまざまなビジネスシーンにおいて生産性を高められる仕組みが作られていくと思われます」(村上氏)

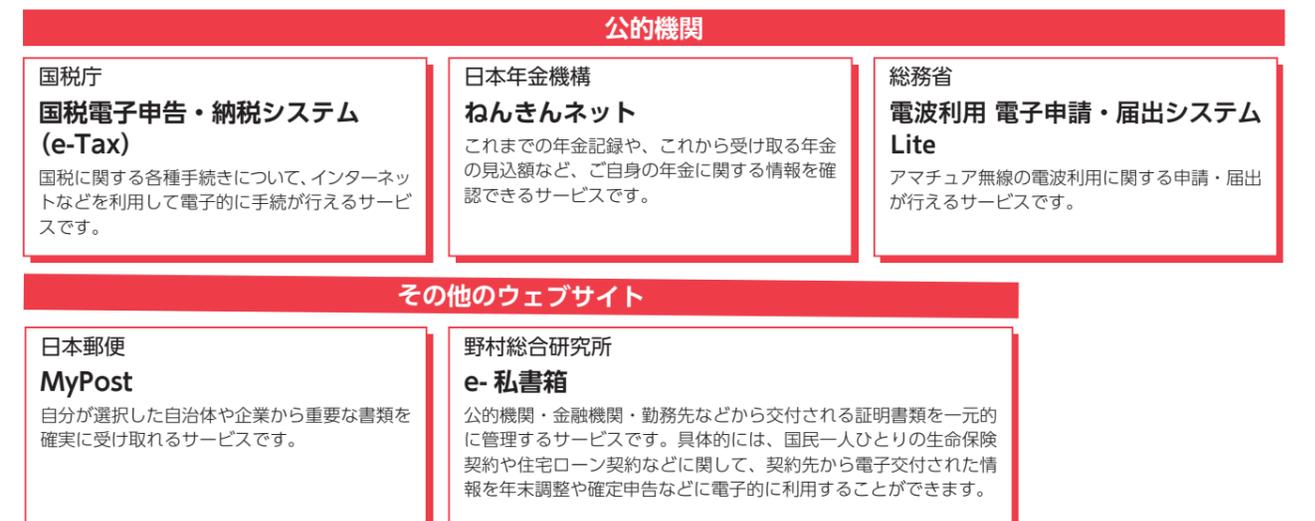
マイナンバーカードの普及など 変わる行政手続き

現在、マイナンバーカードの普及促進をはじめ、行政手続きのオ

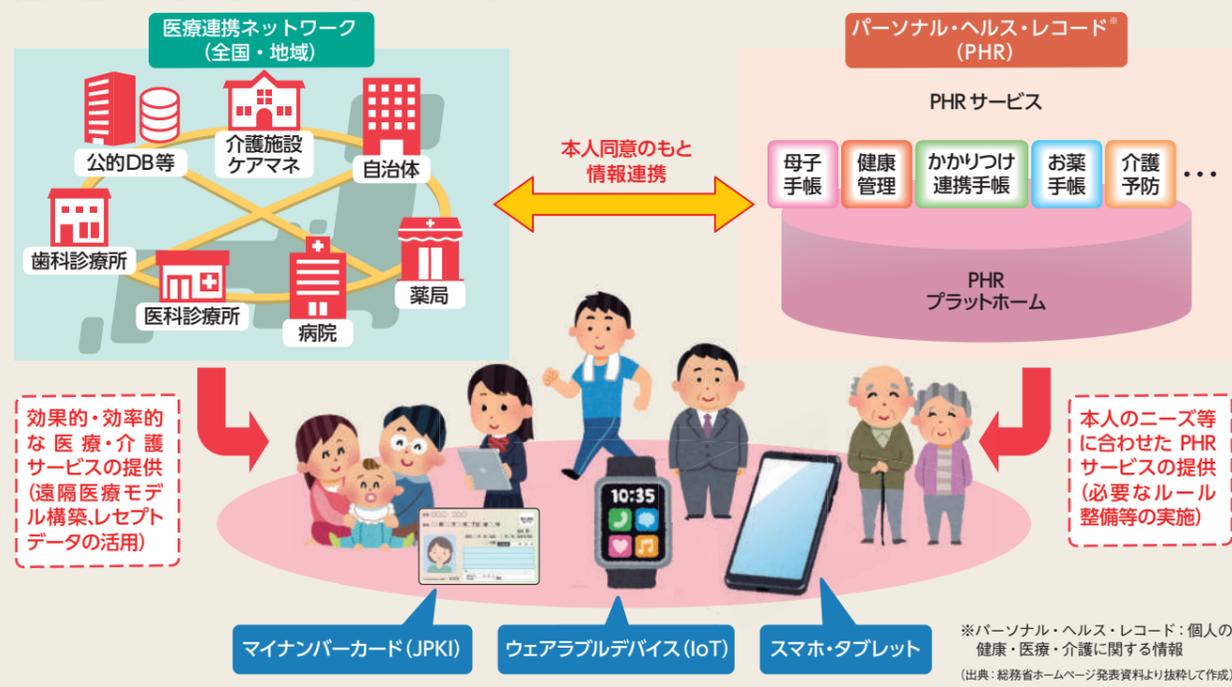
ンライン化や自治体で使用するシステムの標準化などが進められています。例えば、政府が運営するマイナポータルには、子育てなどに関する申請や届出がオンラインでできる「手続の検索・電子申請(ぴったりサービス)」(P5解説参照)がありますが、従来、各自治体がこのサービスを利用者に提供するためには、自治体で接続環境を用意する必要がありました。しかし、2021年5月から国が無料で接続できる仕組みを整えましたので、予算の少ない小さな自治体でも住民に便利なサービスを提供することができるようになりました。

ほかにも、企業や個人事業主が主導して使いやすいシステムが生

【図4：マイナポータルからログインできるサイト例】



【図2：医療・介護・健康データ活用の可能性】



マイナポータルは、政府が運営するオンラインサービスで、自治体や保険者に照会して自分の医療保険の薬の情報や所得税・住民税の所得情報を取得することができます。また、子育てや介護などの手続きの検索やオンライン申請、行政からの連絡確認をワンストップ

ログインするとできること	
一部サービスは、マイナンバーカードによるログインや電子署名が必要となります。	
手続の検索・電子申請 行政機関の手続の検索・申請	わたしの情報 所得・個人住民税の情報などの確認
お知らせ 行政機関などからあなたへのお知らせ	やりとり履歴 「わたしの情報」が行政機関でやりとりされた履歴
もっとつながる e-Taxなど、外部サイトとの連携	

で行うこともできます。中でも「手続の検索・電子申請（ぴったりサービス）」では、知りたい制度や手続きを検索したり、児童手当などの申請手続きを好きな時にパソコンやスマートフォンからできます。

マイナポータルは、マイナンバーカードと電子証明書パスワードでログインすると、さまざまなサービスを利用できますが、一部のサービス（「手続の検索・電子申請」の手続検索や申請書のオンライン入力など）はマイナンバーカードがなくても利用可能です。

まれる施策として、「マイナポータルのAPI(Application Programming Interface)提供・連携」もあります。API連携とは、アプリケーションなどの機能の一部を外部の事業者が利用できるようにすることで、複数のシステムで連携してサービスの提供ができるようにする仕組みです。マイナポータルのAPIを民間企業やほかの行政機関が使うことで、例えば、日本郵便が提供するインターネット上のポスト「MyPost」に届いたレターがマイナポータルの新着一覧に表示されたり、e-Tax(国税電子申告・納税システム)や「ねんきんネット」のサイトにマイナポータルからログインできるようになっています(P4図4参照)。

デジタル社会が進んだ先の課題とは

デジタル化によって私たちの生活は便利になりそうですが、利便性の裏には課題がつきものです。まず挙げられるのがセキュリティ面の課題だと思います。これに関しては、政府全体でセキュリティ強化対策を図っていく方針とのことですが、また、先ほどふれたように人の判断より先にモノが動く、人の意思が介入しないがゆ

えに責任の所在が特定できない、といった過失が発生することもその一つでしょう。

「仮に、人が運転するのではなく自動走行車両が事故を起こした時、それは車両の故障なのか、社会ルールの欠陥なのかなど、責任の所在を明らかにするのが難しいケースがあります。デジタルが広まれば広まるほど、このような責任の所在が特定できないトラブルが増えていくと思います。しかし、そういったトラブルを避けることは極めて困難であるため、損害にあった人を救済する仕組みが必要です。そのためには強制保険や供託金などの法制度を整備する必要があります。これらのデジタル時代の法整備は、私たち省庁が率先して進めなければならぬことだと思っています」(村上氏)

デジタル化が進んだ未来の社会とは

デジタル庁では「オンライン化されていない行政手続の大部分を、5年以内にはできるものから速やかにオンライン化し、オンライン化済みものは利用率を大胆に引き上げる」と宣言しています。これが実現すると、未来の社会

はどうなっていくのでしょうか。

「未来を見据えるという意味では、『一人残らずわくわくする社会』を創りたいですね。よく、『デジタル化によって何ができるの?』『デジタル庁はどうするつもりなの?』と聞かれますが、私たちは、まず皆さんが何をしたいのかを知りたいです。おそらく皆さんも自分たちの暮らしがどうなりたいか、どうあるべきかを政府に決めてほしいとは思っていないでしょう。未来の姿を考えるのは、皆さんの役割でもあるのです。

もし、デジタル化が進んだ未来が漠然としているのであれば、私たちと一緒に未来を考えてください。今の日本には、好奇心と創造力がもっと必要だと思います。どんなに些細なこと、くだらないと思うようなことでもいいので、『ITを使ってこれをやってみたらおもしろそう』を国民全体で考えることが大事だと思っています。それを実現するための仕組み、システム、データ連携、ルール化など基盤を整備するのはデジタル庁など省庁の役割です。皆さんと私たちが相互に連携して未来を創造することで、一人残らずわくわくする社会をぜひ実現させたいです」(村上氏)

※1 OECD(経済協力開発機構): "Organisation for Economic Co-operation and Development" の略称で、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のこと。
 ※2 GDP(国内総生産): 国内において一定期間(通常一年間)に生産された財貨・サービスの付加価値額の総計。国内の経済活動の水準を表す指標となる。



デジタル庁
デジタル統括官
村上 敬亮氏

ユーザ協会 D10017 検索



知っていますか?スマートフォンと年齢制限

子どもから大人まで、多くの方がスマートフォンや携帯電話を自由に使うようになりました。街中で、ベビーカーに乗っている幼い子どもがスマートフォンやタブレットを手に持ち、動画やゲームを楽しんでいるのを見かけることも珍しくありません。しかし、スマートフォンを使う上で、年齢制限やさまざまなルールがあることをご存じでしょうか。今回はその一部を紹介します。

変わる、スマートフォンの契約

2022年4月1日に民法が改正され、成年年齢が20歳から18歳に引き下げられます。18歳・19歳で、スマートフォンの利用契約(申込み手続き)を行う場合、これまでは保護者の同意(同意書)がなければ契約できませんでした。それが、親権に服することなく、保護者の同意がなくとも契約できるようになります。

これまでも、保護者の同意があれば契約できていましたし、現に、それによって中学生や高校生の多くは自分専用のスマートフォンを所有できています。成年年齢が18歳に引き下げられたとしても、大きな変化ではないかもしれませんが、料金の支払いをはじめ、さまざまな責任のすべてが伴ってくると思うと、成年年齢が18歳に引き下げられることは、大きな変化といえます。

18歳未満は、これまでと変わらず保護者の同意が必要です。また、12歳未満の子どもが持つ携帯電話やスマートフォンは、保護



者の名義で契約されたものを子に使用している形になっています。普段から、携帯電話やスマートフォンの使い方に問題ないか、保護者が確認し、必要に応じて指導することが求められています。

SNSやインターネットの年齢制限

多くの方がスマートフォンで使っているSNSには、サービスの利用にあたって年齢制限が設けられています。人気のあるTwitter、Facebook、Instagram、TikTokなどは、13歳以上での利用となっています。LINEは、年齢制限は設けられていないものの、利用推奨年齢は12歳以上となっています。

これらの制限は、SNSやインターネットを通じて、個人情報公開されてしまったり、事件やトラブルに巻き込まれたり、ネット上でいじめに発展してしまったりと、トラブルが多くなっているために設けられています。加えて、スマートフォン契約手続き時に、

通信事業者が提供するフィルタリングサービスへの加入が法律(青少年が安全に安心してインターネットを利用できる環境の整備等に関する法律)で義務づけられています。フィルタリングサービスに

よって、利用できるアプリを制限したり、有害サイトへのアクセスを規制したり、利用時間帯をコントロールしたり、することができます。

普段、保護者が使うスマートフォンを一時的に子どもに貸す場合、スマートフォンには何の規制も制限もかかっておらず、自由に使える設定になっていると思います。ぜひ、保護者のスマートフォンにもフィルタリングサービスを設定しておきましょう。

スマートフォン以外のサービス利用の年齢制限

スマートフォンの利用とセットで、クレジットカードやバーコード決済サービス、ポイントサービス、光回線など、さまざまなサービスが提供されています。例えば、クレジットカードは、現在でも「高校生を除く18歳以上で契約可能」とされているものが多く、バーコード決済サービスでは、未成年が利用する場合に機能の一部が制限されています。このようにサービスによって年齢制限の内容や範囲が異なっており、「未成年」と書かれているものと「20歳未満」のように具体的な年齢で書かれているものがあります。今年4月の成年年齢引き下げに合わせ、「未成年」の定義が変わりますので、4月以降、契約手続きの都度、確認が必要になるでしょう。

ユーザ協会 D40022 検索



次の社会の主演となる「Z世代」の若者たちに特徴的なSNSの接し方、活用法とは?

物心ついた時からデジタルに囲まれ、スマートフォン(以下、スマホ)に接してきたZ世代の若者たちは、現在、世界的にみてもSNS^{※1}の圧倒的なリーダーになっています。「映え」に代表されるように彼ら彼女らがSNSをどのように使いこなし、どのSNSを利用してネットワークを作っているのか。連載2回目は、ほかの世代と比べて明確に異なるZ世代の若者たちに共通する特徴的な傾向から、彼ら彼女らのものの見方、考え方などを紹介していきます。

「Z世代」の主流SNSはTwitter^{※2}やInstagram^{※3}

前回、「Z世代」とはどういう世代なのか大まかにお話ししましたが、今回はICTと常に接してきた彼女らのSNSの向き合い方の特徴についてです。

1998年以降に生まれた「Z世代」は「スマホ第1世代」と呼ばれています。初代iPhoneが発売されたのが2007年ですが、この世代は、早い人で小学生の頃からスマホと接しており、多くの人が携帯を持つようになる高校生の頃には、世界でスマホがガラケーの普及率を超えていました。一つ前の「ゆとり世代」がガラケー育ちだったのに対し、初めて持つ携帯電話がスマホの世代なのです。この世代は、分からないことがあったらすぐにスマホで調べ、動

画やSNSもスマホで気軽に楽しみ、自ら発信することもできます。

それでは、SNS利用の世代差を見てみましょう(図参照)。現在、日本で最も使われているSNSはTwitterですが、これは60.6%もの「Z世代」が使用しており、この世代の若者にとってはメジャーな存在と言えるでしょう。ミドル層でも使用されていますが34.5%と、比較するとかなり少なめです。次に使用されているのがInstagramです。「インスタ映え」が2017年の流行語になるほど人気のSNSですが、「Z世代」では52.1%、それ以外の世代は29.8%と3割を切ってしまう結果となっています。さらに、スマホを1日中見ている「Z世代」とミドル層とでは接触時間や投稿頻度に差があり、影響力もかなり異なります。こう見ると、かなりの世代分裂が起こっていて、SNS

は若者のものになっているのが分かると思います。そして、次に使用されているFacebook^{※4}ですが、これはミドル層のほうが多く使っている唯一のSNSです。意外と「Z世代」も使用しているように見えますが、海外留学をして現地の人と連絡を取る手段として使っていたり、NPO団体やベンチャー企業やインターンをやっているなど、大人と接している一部の人が使用しているくらいの印象です。その上、接触時間も圧倒的に少なく、「Z世代」にとってオワコン^{※5}になっていると言えます。

「動画映え」で自己承認欲求を満たす世代

そして注目したいのはInstagramのStories^{※6}とTikTok^{※7}です。これらは「Z世代」全体で見ると数値的にはまだ低いですが、ほかの世代はほとんどやっておらず、圧倒的に若い人しか見ていないSNSです。その上、面白いのが、「Z世代」の中でも若ければ若いほど使用されていて、中学・高校生には圧倒的支持を集めています。おそらく彼女らが成人するころには、主流のSNSになっていると思われます。これまでテキストや静止画が中心だったのが、StoriesとTikTokは動画ベース。それが人気なのは、もちろん日本全体のWi-Fiなど通信環境が整ってきたことも大きいですが、保存される通常投稿ではキメた写真を載せていたのに対し24時間で消えてしまうInstagramのStoriesは、そこまで頑張らない日常に近い写真や動画を気軽に載せられるようになったことも大きいのかもかもしれません。

2021年のオリンピックで、「Z世代」に近い若い層の選手が選手村での様子やみんなでふざけた動画を載せてバズっていた^{※8}のも記憶に新しいと思います。ちなみに「Z世代」は、テレビではなくSNSの動画でオリンピックを見た人のほうが多いと言われています。それくらいメインで使用するメディアツールは変わっているのです。

“映え”は今後も継続してキーとなるワードですが、これからは間違いなく“動画映え”の時代がやってきます。「Z世代」に韓国フードが人気なもの、チーズが伸びたり見た目がかわいかったりするので“映え”るからです。ブームの陰には、間違いなく“動画映え”があると考えてください。

世界中の人とつながる発信型が主流

ちなみに、「ゆとり世代」がアドレスを知っている知り合いとつながる、メールやmixi^{※9}に夢中だった

のに対して、世界中の知らない人と簡単につながる発信型のTwitter、Instagram、TikTokを複数使用するのが主流になっているのが「Z世代」です。「ゆとり世代」は世界を広げず、むしろ小さくして同調思考を引き起こしやすい内向き傾向ですが、「Z世代」は良い動画を発信したら世界中の人から“イネ”を押しもらえる発信型傾向にあります。消費金額、行動範囲ともに小さくなった“スモールライフ”と言われた「ゆとり世代」とは違い、「Z世代」は“イネ”と言われるのが当たり前の状況で過ごしているので、自己承認欲求が非常に高く、自意識過剰な人が多いです。このように、SNS一つ取っても世代でかなり違うのが分かると思います。

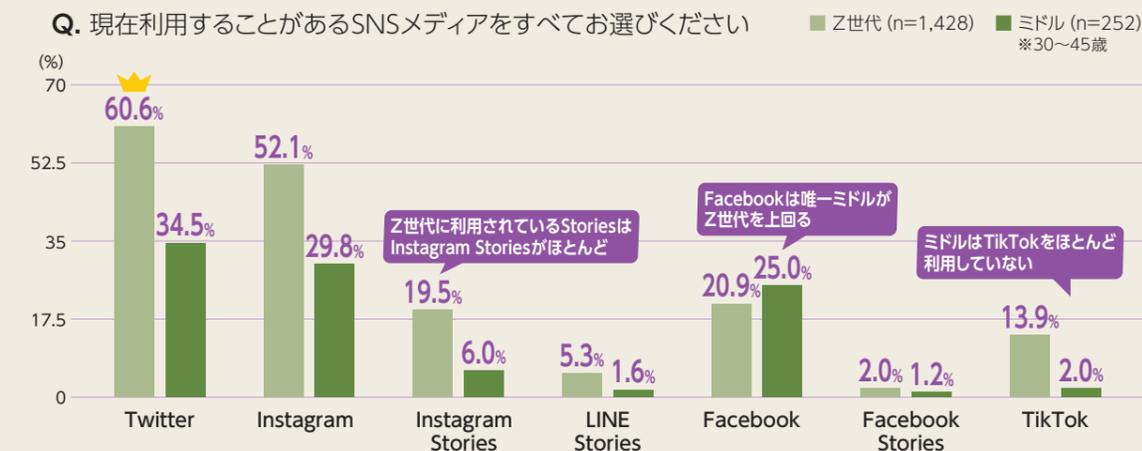
そんな彼女らの社会特性を理解し、ビジネスでどう接していくのが良いのか……。そのあたりは次回、お話しできればと思います。

※1 SNS:ソーシャルネットワーキングサービス(Social Networking Service)の略で、登録された利用者同士が交流できるウェブサイトの会員制サービスのこと。
 ※2 Twitter: SNSの一つで、40文字以内の文章を投稿する無料のウェブサービスのこと。
 ※3 Instagram: SNSの一つで、写真や動画を無料で共有できる無料のアプリケーションのこと。
 ※4 Facebook: 実名登録制を採用しているSNS。ネットワーク上で登録者の知人、友人などのコメントや画像などを共有できる。
 ※5 オワコン:「終わったコンテンツ」を略したインターネット上のスラング。
 ※6 Stories: スライドショーのような形式で、画像や動画が投稿できる機能。
 ※7 TikTok: SNSの一つで、15秒から1分ほどの短い動画を作成・投稿できる無料のアプリケーションのこと。
 ※8 バズる: 英語の「Buzz」が由来。SNSなどを通じて、ある特定の話題などに対し、多人数で意見や感想を述べ合い、爆発的に広まること。
 ※9 mixi: SNSの一つで、共通の趣味や仕事を持つ同士が意見交換したり、知人を紹介し合えるウェブサイト。

「Twitter」は、Twitter, Inc.の商標または登録商標です。
 「Facebook」は、Facebook, Inc.の登録商標です。
 「Instagram」は、Instagram, LLCの商標または登録商標です。
 「iPhone」は、米国および他の国々で登録されたApple Inc.の商標です。
 iPhoneの商標は、アイホン株式会社のライセンスにもとづき使用されています。
 「TikTok」の表記・ロゴはTikTok Pte. Ltd.の商標または登録商標です。
 「mixi」は、株式会社mixiの商標または登録商標です。

【図: Z世代のSNS利用率】

Twitterは「SNSの王様」、InstagramもZ世代の半数以上が利用



(出典: 次世代研究所、原田 曜平氏2020年3月調べの提供資料より)



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AAA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テ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 蒼士夫共著ディスカバー・トゥエンティワン刊)など。

ユーザ協会 D40023 検索

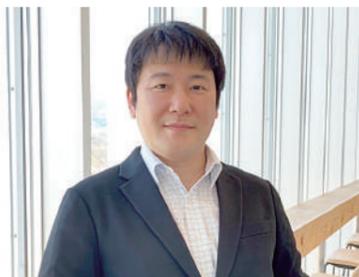


チャットセンターなどITを活用した業務を広げ、地域の雇用創出にも貢献したい

株式会社KDDIエボルバ



KDDIグループで培ったノウハウを活かし、多くの企業のコンタクトセンター業務を担う株式会社KDDIエボルバ。今回は、コールセンターとチャットセンターの業務で、地域の雇用創出にも貢献している山形センターの外山氏、柴崎氏、塩川氏に、電話対応教育と今後の展望についてお聞きしました。



法人事業本部
東北支部
東北4部長
外山 淳氏

Q 事業概要と体制についてお聞かせください。

A 「KDDIエボルバは、長年培ってきたコンタクトセンター業務のノウハウを活かし、さまざまな企業にコンタクトセンター業務、バックオフィスソリューションなどのBPO*サービスを提供しています。ここ山形センターには550名ほどの社員が在籍し、クライアント企業の電話対応、チャット対応をしています。私が所属する大手自動車メーカーのコールセンターは、車のオーナーさまからのさまざまな問い合わせに応じて、快適にドライブするためのサポートを行っています」(柴崎氏)

「私たちチャットセンターでは、auのユーザーからの問い合わせに対して、オペレーターがチャットで回答しています。内容は、スマートフォンの購入や料金プランの変更相談、画面の操作方法や不具合が起きた時のトラブルシューティングなど、幅広い対応を行っています」(塩川氏)

電話対応教育は、ディスカッション研修が中心。自ら考える力を培う

Q 電話やチャットの対応で気をつけていることなど、対応教育についてお聞かせください。

A 「共通して言えるのは、機械ではなく人が行う仕事ですので、おもてなしの心やホスピタリティを重視しています。電話対応では、常にお客さまの立場で状況

を考え、頭の中で具体的にシミュレーションすることや、ほっと癒やされるような言葉を添えることを意識しています。お客さまには『こんなことまでしてくれるの』とか、『嬉しい！楽しい！』という感動や驚きの体験を届けたいですね。そのための教育として、実際の事例に基づいたディスカッション形式の研修を多く実施しています。対応内容などから一方的なフィードバックを受けるのではなく、さらに質を高めるために自ら考えてもらうことが目的で、『もっと良くなるためには何ができたのか』『どうやったら感動してもらえたのか』といった付加価値の高い対応につなげるディスカッションを、ロールプレイングを交えながらチームで行っています」(柴崎氏)

チャット対応では顧客ニーズの真因を探り、一度で解決できる案内を目指す

Q チャットセンターについてお聞かせください。

A 「チャットセンターは2015年に開始した比較的新しい業務で、今でもクライアント企業とともに、対応基準書を改訂しています。基準書には、チャット対応のオープニングからクロージングの流れ、文章構成、共感の言葉など、品質が高くて分かりやすい文章とは何かを詳細に定め、オペレーター教育に活用しています。チャット対応は、『文字』でのやり取りという特徴から音声と比べてお客さまのニーズの把握が難しいため、『要望をくみ取り、先を読んで対応すること』



研修風景



法人事業本部
東北支部
東北4部 運用3グループ
スーパーバイザー
柴崎 順氏

を重視しています。そのためには、オープニングでご要望の真因を掘り下げるなど、初期の対応が大切です。また、対応が終わった後もお客さまがサポートの内容を振り返ることができるため、後から読んで分かります。何度もやり取りをしなくても、一度で解決できるような案内を目指しています」(塩川氏)

電話対応コンクールの課題に向き合うことで、自分の課題に気づくことができた

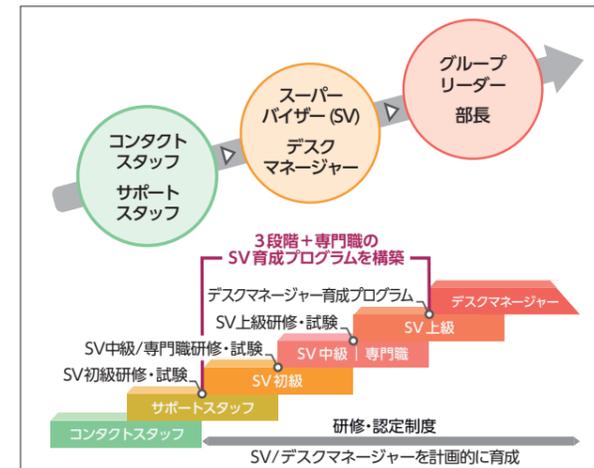
Q 電話対応コンクールへの取り組みや成果についてお聞かせください。

A 「山形センターが設立された2014年からずっと参加しています。参加者からは『電話対応コンクールの課題に日々向き合うことで、自分の課題に気づくことができた』という声があがっています。電話対応コンクールの経験が自信と成長につながり、対応品質管理や新人教育の担当になるなど、キャリアアップのきっかけにもなっています(図参照)。例年、業務の評価ポイントが高い数名の候補者が参加しているのですが、2021年は男性が出場しました。山形センターは7割が女性なので、これまでは女性の参加者が多かったのですが、男性でも高い対応スキルを持つオペレーターは多数在籍していますので、これを機に男性オペレーターのチャレンジも増やしていきたいと思っています。また、当センターの特長として、チャレンジしたい業務に自ら手を挙げて異動できる制度があるのですが、電話対応コンクールの参加者が多い部署は『よく選ばれているからレベルが高いのかな』『スキルアップにつながりそう』と、希望者が増えるという効果もありますね」(外山氏)



KDDI事業本部
CRM第2本部
DX推進部 運用2グループ
デスクマネージャー
塩川 優氏

【キャリアアップフロー図】



「やまがたワークプレイス」を体現できるよう、山形センターの魅力を高めたい

Q 最後に、今後の目標についてお聞かせください。

A 「山形センターは、正社員が中心で、定着率は、98%を維持しています。また『やまがたワークプレイス』という名の自社ビルは、地域のシンボリックな存在です。新型コロナウイルスの影響は収束しつつありますが、より一層安全・安心の環境を整備し、今後も地域の方に『ここで働きたい』と思っていただけるよう、さらに魅力を高めていきたいと思っています。例えば、チャットセンターのように最先端のITを活用した新しい業務をここ山形で行うことにより、『あの企業のサービスや製品を山形の私たちが支えているのだ』と従業員が誇りに感じ、それが周囲にも波及して、多くの人がここで働きたいと思うようなセンターにしていきたいですね」(外山氏)

*BPO: Business Process Outsourcingの略称。企業の業務プロセスの一部について、業務の企画・設計から実施までを一括して専門業者に外部委託すること。



会社概要

会社名: 株式会社KDDIエボルバ
設立: 1996年(平成8年)5月
本社所在地: 東京都新宿区西新宿1-23-7 新宿ファーストウエスト
資本金: 1億円
代表取締役社長: 若槻 肇
事業内容: コンタクトセンターを中心としたBPO事業
URL: <https://www.k-evolva.com/>
[ユーザ協会会員]

ユーザ協会 C20032 検索





電話対応で
CS向上

徳島“ホスピタリティ”センターとして、
世界に通用するおもてなしを追求したい

株式会社テレコメディア



執行役員 本部長
徳島ホスピタリティセンター
江田 和弘氏

徳島県では初の誘致企業としてコールセンターを発足し、高い対応品質を目指す株式会社テレコメディア 徳島ホスピタリティセンター。“ホスピタリティ”を冠するとおり、おもてなしを追求する電話対応と、その品質向上の取り組みについて、江田氏、橋本氏に話をうかがいました。

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 「テレコメディアは東京で電話秘書サービスをスタートし、40年の歴史あるコールセンターです。東京に加え、17年前より徳島県にもコールセンターを構えました。現在は、徳島県内に6拠点約800席規模まで広がり、官公庁や大手メーカー、地元企業よりコールセンター業務を任されています。私たちは、徳島県の雇用を創出するだけでなく、働く人がテレコメディアを通じて仕事のやりがいや成長を実感できる企業でありたいと思っています。また、社外活動も積極的に行っており、地元FMラジオ局を通じた情報発信、植樹や子ども向けイベントを行うなど、地域の活性化にも努めています」(江田氏)

し、適切な対応サービスを提供できているかお客さまとの対話とオペレーターの表情をチェックしています。改善点などの気づきがあった場合は、該当セクションの管理者に連絡があり、管理者からオペレーターに指導しております。観る聴くセンターは元日本航空の客室乗務員で構成された組織で、おもてなしのプロがオペレーター一人ひとりの対応品質を丁寧に確認していることが特長です。この取り組みを通じ、日本航空のおもてなし品質に少しでも近づけられればと思っています」(江田氏)

「当社ではオペレーターの対応品質をランク付けし評価しています。受電するオペレーターは全員、電話対応の基礎ランクを取得する必要があります。最高ランクは、相手に合わせた『One to One (ワントゥワン) サービス』ができる人財を指し、声色や年齢、地域などの登録情報を見て、相手の状況に寄り添った対応が求められます。また、朝の忙しい時間は少し早めにトークを進め、反対にお昼の後で時間にゆとりがある時は、お話を楽しんでいただくなど、時間や場に応じた適切なサービスができることも重要です。マニュアル通りの対応ではなく、いかにお客さまに喜ばれ、感動していただけるかを考え、体現できる人が最高ランクに認定されます」(橋本氏)



観る聴くセンター

「観る聴くセンター」で一人ひとりをモニタリングし、おもてなし品質を支えている

Q 電話対応の特長や、対応品質向上の取り組みについてお聞かせください。

A 「品質維持・向上の取り組みの一つに、東京本社内『観る聴くセンター』のモニタリングがあります。当センターでは毎日全国のオペレーターをモニタリング

Short Interview 電話対応コンクールに参加して得られたもの



第60回電話対応コンクール全国大会 優秀賞
坂東 香湖氏

電話対応コンクールに参加し、電話対応の基礎スキルが鍛えられました。話し方の癖を自覚し、語尾伸びなどの基礎力を身につけることができ、その基礎から音声表現などの応用力を養うことができましたと思います。



第59回電話対応コンクール徳島県大会 優勝
時山 敬彦氏

電話対応コンクールに参加して、お客さまのニーズを聞き出すことや、お客さまの心情を理解した上で、ご提案することの難しさを感じました。基本の対応技術はもちろん、聴く力・提案する力が養われ、よりスムーズな対応ができるようになったと思います。

電話対応コンクールは、社員の成長が実感できる全社挙げての一大イベント

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 「電話対応コンクールは、全社挙げての一大イベントです。毎年、幹部全員で候補者の音声ログを聞いて、議論を重ねて出場者を決めています。2021年は率先垂範の年として、幹部社員が出場しました。会社としても初の取り組みでしたが、おかげさまで2020年、2021年と徳島県大会で優勝。今年の全国大会では優秀賞を受賞することができました。コンクール自体は個人戦ですが、私たちはチーム戦だと思っています。お互いが練習相手となり、意見を出し合いながら日々切磋琢磨することで、成長できることが大きな成果です。また、結成時はお互いをよく知らなかったメンバーたちが出場の時には、手を添えて円陣を組み『エイエイオー!』と掛け声とともに出陣する姿を見ると、胸が熱くなります」(江田氏)

「電話対応コンクール出場者は対応スキルも高い人ですが、実際に舞台上で緊張の中でやり遂げたことにより、一皮も二皮も剥けて帰ってきます。人事部としては、社員の成長を感じる事が一番の喜びです。今後も、対応スキルだけでなく、人間力の高いオペレーターを育てていきたいですね」(橋本氏)



徳島従業員本部
橋本 世里香氏

徳島“ホスピタリティ”センターとして、おもてなしの心をサービスにつなげたい

Q 最後に、今後の目標についてお聞かせください。

A 「以前は『徳島センター』という名称でしたが、『ホスピタリティ』を入れ『徳島ホスピタリティセンター』と名乗ることにしました。名前のとおり、ホスピタリティ、おもてなしの心、利他の心を、より深くサービスへつなげていく取り組みをしています。徳島県には県内で創業し、世界ブランドになった企業が何社もあります。企業を下支えする私たちのコールセンターサービスを、世界に認められるものにしていきます」(江田氏)



会社概要

会社名：株式会社テレコメディア
設立：1981年(昭和56年)
本社所在地：東京都豊島区高田3-37-10
代表取締役社長：橋本 力哉
事業内容：テレマーケティング・アウトソーシング、モバイル移動体通信機器販売、電話秘書サービス
URL：https://www.telecomedia.co.jp/
[ユーザ協会会員]

ユーザ協会 C20033 検索



徳島ホスピタリティセンター



「“きく”力をみがく」

昭和の頃から、企業で電話対応業務に携わり、その後、長く後輩たちの指導に当たってこられた先達の話聞く機会がありました。「当時は、敬語、言葉づかい、説明力の指導が中心でしたが、一番大変だったのは『“きき”方』の指導でした。お客さまの苦情やニーズが商品開発など会社経営に直結するのですから」その方の話を聞いて、私の認識の甘さを反省致しました。時代は大きく変わりましたが、“きく”力の重要性はさらに増えています。



「聴く（訊く）力」は判断力を支える

「電話対応とは“きく”ことである」という言葉が、安全弁のように安易に独り歩きをしているように思います。しかし、“きく”力ほど見えにくいものはありません。聴いている振りをしているだけでも、よく聴いてくれているようにも見えます。何を聴き取ったかも曖昧ですし、関心の度合いも不明です。耳を音が素通りしただけかも知れません。煎じ詰めれば、大事なものは“きく”ことではなく、聴き取った情報なのです。

ビジネスでも暮らしでも、人間力の真価を決めるのは「判断力」です。的確な判断力を備えた人間が勝ちます。判断を支えるのは的確な情報です。コミュニケーションにおいても電話対応においても、“きく”ことが最も大事だと言いながら、私たちは、その「“きく”こと」が苦手なのです。“きく”とは、言葉を聴くのではなく、意味内容を聴くのです。そしてしっかり考えるのです。その結果が、確かな判断に結びつきます。



命を賭した伝令の役目

聴いて得た情報が、確かな判断に結びつくには、聴き取る力のトレーニングを繰り返すことが必須の条件です。昔は情報を得るには、リアルに見るか、聴くしかありませんでした。ネット社会の今は、小さなスマホ一つからでも、何百、何千、何万倍の情報が、いとも簡単に手に入ります。その分だけ、聴き取る人間の耳の力が劣化しているように思います。

日本に軍隊があり、外国と戦争をしていた頃の話です。離れた部隊に、口頭で上からの命令を伝えるのに、伝令という役目の兵隊がいました。前進や退却など、全軍の勝敗と命に関わる伝言ですから、一言でも間違いは許されません。一切紙は残さない、全て頭で覚え、口頭で伝えなければいけない。それも弾丸の飛び交う戦場での話ですから、伝令の役目の厳しさは、察するに余りあります。



昔、伝言ゲームがあった

第二次世界大戦の終わった戦後の教育に、この旧軍隊の伝令システムが、ゲーム化して使われていました。児童・生徒たちが5・6人で1チームを作ります。チームごとに伝言を受ける順番を決めます。それぞれのチームのリーダーに伝言メモが渡されます。「火の用心の巡回キャンペーンを行う。2月12日（土）午後6時から、対象5・6年生、希望者は公民館横広場に集合、主催自治会」ここには五つの情報が入っています。リーダーはメモ内容を覚えて1番目の人に伝えます。以下2番目は3番目に、3番目は4番目に、そして5番目まで行きます。5番目のアンカーは受けた伝言の内容を、全員の前で発表します。遠い昔の記憶ですが、1番目のリーダーが伝えた情報が、間違いなくアンカーにまで伝わったチームは、一つか二つしかありませんでした。正確に伝えるには勿論書いて伝えるに越したことはありません。しかし、この伝言ゲームが流行ったのは数十年前の昔です。さまざまなツールが発達した今のほ

うが、耳で聞くだけだったその頃より聴く力は落ちてきているように思います。お客さまの電話は、判断のための情報収集に始まります。その意識でまずしっかり聴いてください。



聴いたことを第三者に伝えられるように

伝言ゲームの良さは、聴いたことを、そのあとすぐに第三者に伝えなければならないことです。そのことを意識しておくだけで、聴き方が変わります。整理しながら聴けるようになります。話を聞くことは、常にお客さまとの共同作業ですから、決して急がないことです。お客さまが安心して話せる状況を作ることです。例えば、お客さまの話に積極的に共感をしめすこと。お客さまの言葉を短く繰り返す相づちなども、安心感一体感に繋がります。

AIの時代、今後AIがどこまで聞く力を伸ばすかは分かりません。しかし、IT化による効率化の波は、「“きく”力」という人間力まで飲み込む恐れがあるのです。



岡部 達昭氏

日本電話ユーザ協会電話対応技能検定委員会委員。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。

ユーザ協会 C10036 検索



「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。
- テレワークでも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、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じて、“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、「新入社員向け」「育成担当者向け」など、受講する方に最適な講座を選択しやすくカテゴリ分けして、新入社員に必須の「ビジネススキル」や、企業が取り組むべき「情報セキュリティ」や「ハラスメント」「テレワーク」をテーマとした講座など、幅広い分野についての学習機会をご提供いたします。

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。

只今、第10回申込み受付中!

■スケジュール

	第10回	第11回
申込締切	1月17日	2月8日
学習期間	2月15日～3月8日	3月10日～3月31日

■学習コンテンツ（抜粋）

区分	講座	内容
新入社員向け	ビジネススキル	ホウ・レン・ソウ/仕事の進め方
	ビジネスマインド	職場のルールを守る/モチベーション
	ビジネスマナー	社会人の心得/正しい言葉使い
若手～中堅社員向け	RPA	RPAによる生産性向上(基礎編/応用編)
	ケースドラマ	ケースで考える仕事の基本
育成担当者向け	チームマネジメント	仕事の管理/チームビルディング
	コミュニケーション	傾聴の技術/人を動かす技術
ICT推進者向け	指導と育成	OJTの進め方/コーチングの進め方
	RPA	RPAによる生産性向上(基礎編/応用編)
全員共通	情報セキュリティ	最新事情と企業の取り組み/オフィスでの情報セキュリティ
	ハラスメント	ハラスメントとは
	テレワーク	チームを強くするテレワーク仕事術(テレワークの概要とリスク対策)

※ここに記載の講座以外にも多くの講座をご用意しています。すべての講座のご確認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」より「eラーニング」をご覧ください。

新刊『電話対応技能検定（もしもし検定）3・4級公式問題集（第5版）』発売中!

「電話対応技能検定（もしもし検定）」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検者必携の一冊です。

書名：電話対応技能検定（もしもし検定）3・4級公式問題集（第5版）
 編者：公益財団法人日本電話ユーザ協会
 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「電話対応技能検定」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/>

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

電話対応教育に関する情報、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

電話対応教育

イベント・セミナー

ICT・ビジネス

各種特典サービス

タイムリーにお届け

ご登録は下記のQRコード、もしくはホームページ上部の「各種お申込み」内の【メルマガ登録】ボタンから

