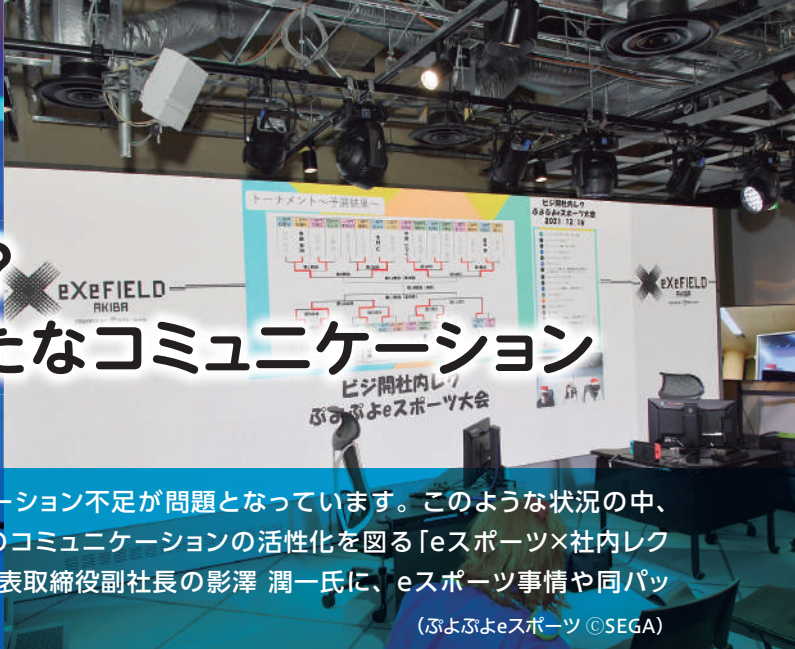


eスポーツで社内運動会!? ニューノーマル時代の新たなコミュニケーション

株式会社NTTe-Sports

コロナ禍でテレワークが進み、企業でも社内のコミュニケーション不足が問題となっています。このような状況の中、株式会社NTTe-Sportsがeスポーツを通じて職場や団体のコミュニケーションの活性化を図る「eスポーツ×社内レクパッケージ」を開発し、話題となっています。今回は同社代表取締役副社長の影澤 潤一氏に、eスポーツ事情や同パッケージ商材について話をうかがいました。



(ぶよぶよeスポーツ ©SEGA)



代表取締役副社長
影澤 潤一氏

右肩上がり規模を拡大する 国内のeスポーツ市場

eスポーツは「エレクトロニック・スポーツ」の略で、囲碁や将棋などをマインドスポーツと呼ぶのと同様に、競い合い、成績を追求する点で似通っているとして、コンピューターゲームやビデオゲームを使った対戦をスポーツとして捉える際の名称とされています。近年では高校生の全国大会が開かれるなど、新たなスポーツ、新

たなカルチャーとして認められています。

eスポーツという言葉が使われ始めたのは2000年頃。その後、世界的な流行から少し遅れを取っていた日本では、2018年にeスポーツ団体を統合した「日本eスポーツ連合(JeSU)」が発足し、2019年には「いきいき茨城ゆめ国体」において国体史上初となるeスポーツ大会が開催され、認知度が一気に高まりました。

ゲーム総合情報メディア『ファミ通』によると、2020年の国内eスポーツ市場規模は前年比109%の66.8億円となっています。また、2020年の日本のeスポーツファン数は、大会やイベントのオンライン化による配信数や視聴時間の増加に伴い、前年比142%の686万人と見られ、国内eスポーツ市場は2021年には86.8億円、

2023年には150億円を超えると予想されています(図参照)。

地域の活性化を目指して スタートしたeスポーツ事業

株式会社NTTe-Sportsは、eスポーツを通じた世代を超えたコミュニケーションの活性化、地域社会と経済活性への貢献を目的に、2020年1月に設立されました。同社の影澤 潤一氏は「日本全国の方々がeスポーツの話題を耳にする中で、多くの自治体や企業、団体の皆さまからeスポーツを活用した地域の活性化、特に世代を超えたコミュニケーションの活性化に活用できないかといった話が出ました。そこでeスポーツにNTTグループのICTを活用すべく、事業をスタートさせました」と、設立の背景を振り返ります。

設立当時は東京五輪の直前だったこともあり、さまざまなイベントが予定され、取材も殺到して注目を集めていましたが、コロナ禍によりイベントは軒並み中止や延期になりました。設立してすぐに冷や水をかけられた状況ではあったものの、eスポーツはオンライン環境でも全国各地をつないだイベントの開催や映像配信による観戦が可能のため、一部のイベントは規模を縮小しながら開催されました。

その後、同社は秋葉原UDX内に高品質なネットワークや最先端



eXeField Akibaで行われた社内レクリエーションイベント。オンラインで参加した同僚に会心の勝利(ぶよぶよeスポーツ ©SEGA)

のICTを活用した、交流施設「eXeField Akiba(エグゼフィールド アキバ)」を開業し、全国各地のオンラインイベントの映像配信スタジオとして利用しています。

ニューノーマル時代の 社内レクリエーションをサポート

コロナ禍においてテレワークを導入する企業が増えていますが、一方では社員のコミュニケーション不足が問題になっています。同社が提供する、eスポーツにより企業や組織内での親睦を深めるためのレクリエーションパッケージ「eスポーツ×社内レクパッケージ」は、この問題を背景に誕生しました。

「リモート会議などで仕事は回っても、オフィスの休憩室などでするような仕事以外の立ち話は困難です。それにより部署内のコミュニケーションが不足し、従業員の帰属意識が希薄になる、あるいは仕事に対するモチベーションが低下してしまうなどの問題が出てきました。かつて、企業では



社内コミュニケーションの活性化を図るために、社員旅行や社内運動会を開催していましたが、コロナ禍でそのようなイベントは激減しました。そこで、オンラインで何かできないかという声が高まり、オンラインでeスポーツ大会を開催するパッケージ商材を開発したわけです(影澤氏)

このサービスは、同社がイベントを企画・運営してきたノウハウを基に、進行や通信環境の確認、機器操作など、企業のeスポーツ大会(社内レクリエーション)運営を全面的にサポートするというものです。参加者は、イベントの拠点となる「eXeField Akiba」のほか、自宅や職場からインターネット経由でのゲーム参加となりますが、ゲーム画面や実況・解説の様子はYouTubeなどへ配信されることで、誰でも、どこからでも楽しめるようになっています。

実際に大会を開催した感想として、影澤氏は「かつての社内レクリエーションは、幹部層が牽引し、若手は乗り気ではない傾向がありました。ところがeスポーツでは、若手が引っ張ってくれます。また、家族が参加する場合、大人と子どもが一緒に楽しめることもメリットでしょう」と、eスポーツを利用した社内レ



社内レクリエーションのMC席。司会進行と実況・解説でイベントを盛り上げる

クリエーションならではのメリットについて語っています。

広がるeスポーツの 可能性

同サービスは、企業のコミュニケーション不足解消を目的としたものですが、影澤氏は「近年は不登校をサポートするフリースクール^{*}にeスポーツが導入され、コミュニケーションのきっかけとして活用され始めています。さらに、『eスポーツがフレイル(虚弱)予防に効果がある』との科学的根拠が得られれば、レクリエーションを超えた高齢者の健康のためのツールとして、老人福祉施設などへの導入も考えられるでしょう」と言います。このように、eスポーツには社会貢献を目的としたさまざまなシーンでも活用される可能性が感じられ、今後の動向が注目されます。

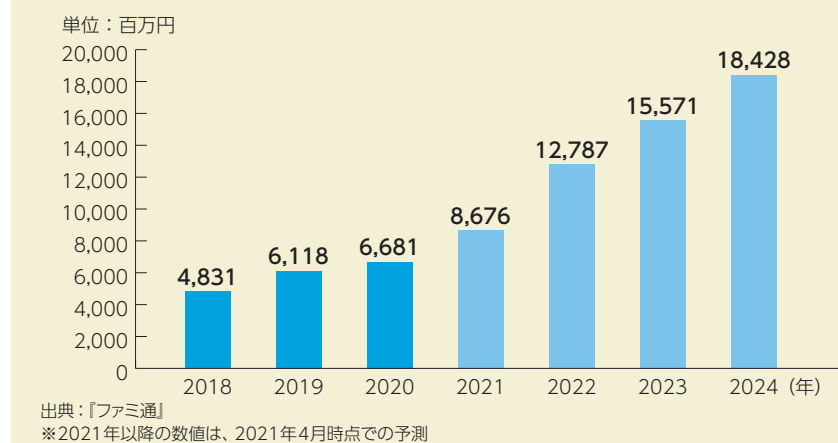
^{*}フリースクール：不登校の小中高生が学校以外で学んだり友達と過ごしたりできる居場所のこと。

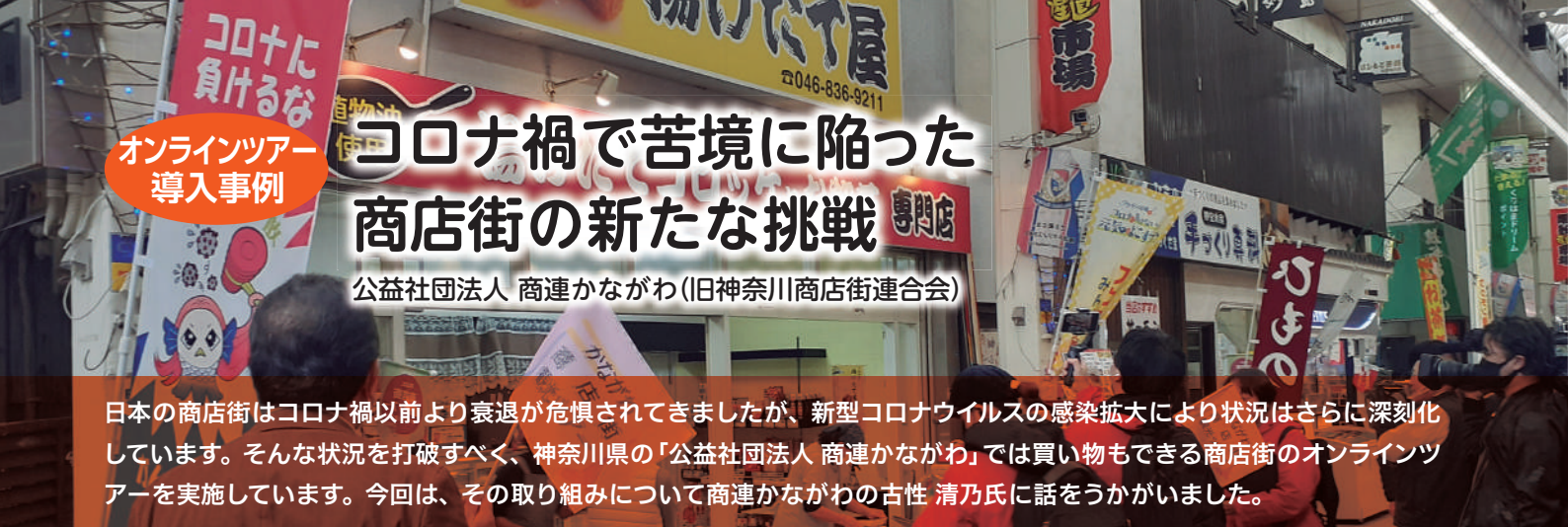
「YouTube」、YouTubeロゴは、Google LLCの商標です。

NTTe-Sports

●会社概要
会社名：株式会社NTTe-Sports
設立：2020年(令和2年)1月31日
本社所在地：東京都新宿区西新宿3-19-2
(東日本電信電話株式会社社屋内)
代表取締役社長：中村 浩
資本金：3億円
事業内容：eスポーツに関するイベント企画・請負、施設企画・運営、ICTソリューションの提供 など
URL：https://www.ntte-sports.co.jp/

【図：日本のeスポーツ市場規模】





日本の商店街はコロナ禍以前より衰退が危惧されてきましたが、新型コロナウイルスの感染拡大により状況はさらに深刻化しています。そんな状況を打破すべく、神奈川県「公益社団法人 商連かながわ」では買い物もできる商店街のオンラインツアーを実施しています。今回は、その取り組みについて商連かながわの古性 清乃氏に話をうかがいました。



公益社団法人 商連かながわ
主任
古性 清乃氏

深刻な状況に陥った 商店街再生へのプロローグ

コロナ禍で売上減少に苦しむ企業が增える中、人影が消えた各地の商店街でも多大な影響が出ました。日本観光推進総合研究所の「商店街振興に関する自治体実態調査2021年」によると、約80%の商店街がコロナ禍による悪影響があったと回答しています。

商連かながわが、神奈川県内の会員商店街に対し、2021年5月～7月にかけて行った商店街実態調査でも、75.4%の商店街が、コロナ禍の影響で景況感は厳しいと回答されています。また57.4%

がコロナ禍の影響で店舗の閉店や廃業が起きているという深刻な結果が出ました(図1参照)。

このような状況の中、商連かながわの古性氏が「当初はどのように客足を戻すかばかりを考えていた」と振り返ります。

「商店街は、“お客さまに来ていただく”ことで成り立つビジネスですので、コロナ禍以前はお客さま参加型の『商店街観光ツアー』を定期的に開催し、とにかく“来ていただく”ことに注力していました。そのため、コロナ禍によって人の流れが途絶えたのは、本当に痛手でした。そこで、2020年7月から商店街観光ツアーに動画配信型を追加し、商店街に消毒液を散布する様子など防疫対策面もアピールし“遠出は無理でも、お近くの商店街なら安心して来てください!”というコンセプトで、集客増につなげようとした」(古性氏)

その結果、動画再生数も好調で、客足も少し戻りましたが、動画だけでは実際の買い物に結びつか

ない上、東京五輪前の感染拡大防止策強化のため外出自粛ムードが強まり、再び客足が遠くなっていました。そんな状況の中、打開策のヒントになったのが香川県のバス会社が実施していた「コトバスオンラインバスツアー」*でした。

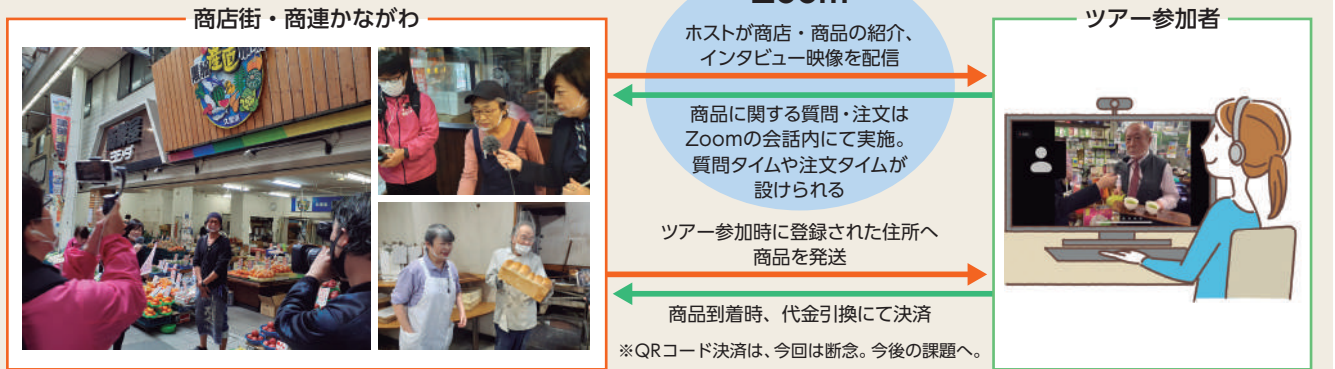
同ツアーはZoomによるライブ配信と、自宅に届ける食品などの商品により、家にいながらバスツアーが楽しめるというものです。同様のやり方を模索する中で、コンサルタント会社よりQRコード決済を取り入れたツアーのアイデアを聞き、古性さんは同社とともに「オンラインお買い物ツアー」の実現に向けて動いていくことになりました。

企画・準備段階から さまざまな難題が噴出

「商店街に来てもらう」という固定観念から脱却し、新たに企画した『買い物もできるオンラインツアー』(図2参照)ですが、企画・準備段階から集客や会計手段など、さまざまな難関にぶつかったそうです。

「最初に配信方法はZoom、決済はQRコードと決めましたが、まずはZoomや撮影に慣れるための予行演習として、伊勢原駅前中央商店会で買い物はしない体験ツアーを実施しました。集客は、コロナ禍以前から実施していた商店街観光ツアーの会員になっていただいていたリピーターのお客さま200名ほどに案内していたのですが、高齢の方が多かったこともあり、Zoom使用に抵抗があったのか、予想以

【図2：買い物もできるオンラインツアー イメージ】



上に参加希望者が少なく不安が募りました。最終的には、当方のFacebookを見た方や興味を持たれたほかの商店街の方などがご参加くださり、何とか体験ツアーを開催することができました」(古性氏)

その後の本ツアーは、キャッシュレス決済の導入率が高く、“久里浜お使い便”という配送システムを持っていた久里浜商店会で実施されました。しかし、当初に予定していたQRコードによる決済を直前で代金引換へと変更することになるなど、こちらもさまざまなアクシデントに見舞われました。

まだまだ課題は多いが 可能性も多いと実感

まさに手探り状態の中での実施となった「オンラインお買い物ツアー」でしたが、古性氏は今後への手応えを感じていると話します。

「課題は山積ですが、実施後のアンケートを見るととても好意的な評価が多く、今後への希望が見えてきました。例えば今回、山口県からご参加いただいた方が

いましたが、通常では足を運んでいただくことが難しい遠方のお客さまにご参加いただけたのは大きな収穫でした。これは地域密着型で“来ていただく”ことだけを考えていた時にはあり得なかったことで、オンラインによるツアーならではのメリットだと思います。心配だったお買い物についても、紹介したすべてのお店で商品をご購入いただき、この企画に対する手応えを強く感じました。また、QRコード決済は断念しましたが、『キャッシュレス決済だと思っていたから参加しなかったけれど、最初から代引きと知っていたら参加したのに』というご意見も後日お聞きしましたので、決済方法についてもいろいろなケースを検討する余地があると感じました」(古性氏)

オンラインツアーの将来性

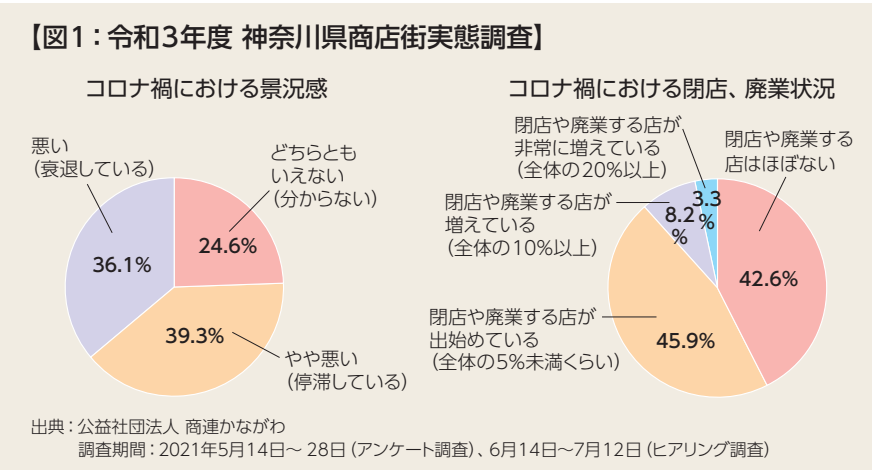
アンケートの中には「買い物時間が短い」などの意見があったほか、現場ではZoomがつながりにくくなるなどインターネット環境の問題も発生したそうです。この

ツアー参加者の声 (アンケート結果より抜粋)

- 山口県では見ることも知ることもできなかった久里浜ならではの商品に出会えました。遠くの人ほど参加すべきツアーですね。
- 参加者限定のお得セットが良かった。地域ならではのオリジナルセットがあればいいと思いました。
- ガイドさんとお店の人のやりとりが、商品価値をより高めていて、良かったと思いました。

商店街の店主の声

- 単純なインターネットでの注文ではなく、リアルな問答をしながら商品を購入できるのは、とても新しい試みなので、今後も続けていきたい。
- 決済方法が、最初からQRコードではなくアナログな代引きと聞いていると、参加しそうなお客さまの心当たりが多数ありました。
- ターゲットを変えたり、しばらくするなどして今後も実施したい。



ような課題は多く残しましたが、古性氏は新たな可能性も見つかったと話します。

「今回、ある施設でデイサービスを利用していた方々にご参加いただきましたが、老人ホームや地域包括支援センターなどの福祉施設と連携し、買い物難民の問題の解消につなげることも考えられます。また、ツアー以外でも商店街の商品が購入できるショッピングサイトの開設など、新たな展開に気づききっかけにもなりました」(古性氏)

商連かながわの取り組みはまだ始まったばかりで、課題は山積しています。しかし、商店街のあり方を変える新たなカタチとして、大きな可能性を秘めているように感じられます。

※コトバスオンラインバスツアー：香川県の琴平バス株式会社が実施しているオンラインによるバスツアー。事前に自宅へ特産品が送られ、当日参加者とその特産品を食べ、自宅にいながら旅行気分を味わうこともできる。

「Zoom」, Zoomロゴは、Zoom Video Communications, Inc.の商標または登録商標です。

「QRコード®」は、株式会社デンソーウェーブの商標または登録商標です。

「Facebook」は、Facebook, Inc.の登録商標です。

公益社団法人商連かながわ

●団体概要
団 体 名：公益社団法人 商連かながわ
創 立：1952年(昭和27年)6月11日
所 在 地：神奈川県横浜市中区尾上町5-80
神奈川中小企業センター3階
事 業 内 容：神奈川県内の商店街の振興を図るための各種調査や普及啓発活動、各種情報発信など。

URL：https://shotengai-kanagawa.com/

ユーザ協会 D20009 検索



職場に進出し始めた「Z世代」 スマホ&SNS第一世代の彼ら彼女らとの 上手なつき合い方とは

スマホ&SNS^{※1}第一世代の「Z世代」の若者たちがいよいよ社会に進出し始め、職場で席を並べ、一緒に仕事をする機会も増えてきます。これまでの「ゆとり世代」とは明らかに異なる思考や考え方を持つ、新社会人たちにどのように接すれば良いのか。連載最終回は、「Z世代」に共通する社会背景や仕事に対する価値観、キーワードを紹介しながら、この世代への対応策のヒントを考えていきます。

好景気によって売り手市場な「Z世代」

これまで「Z世代」とはどういう人たちののか、またどのようなSNSを使いこなしているのかをお話してきましたが、今回はこの世代の典型的な特徴と、職場での接し方についてです。「ゆとり世代」と比較しながら、この世代はどういう人たちののかを見ていければと思います。

生まれてから成人になるまで“失われた20年”という暗い時代を過ごしてきた「ゆとり世代」と決定的に違うのは、アベノミクス^{※2}による好景気と少子化が続いたことによる超人手不足の中で育ってきたことです。「ゆとり世代」はアルバイトがなかなか受からなかったという思い出を持っている人がたくさんいますが、それが「Z世代」にはほとんどいません。アルバイトも受かり放題、子どもの人数が少ないので高校も大学も受かり放題。それが「Z世代」です。就職に関して言えば、コロナ禍になる前までは、

就職内定率が過去最高でした。これは「バブル世代」を超える数字です。そしてコロナ禍になって大変になるかと思ったら、下がりはしましたが今のところは新卒に関してはそこまで悪くない状況です。コロナ禍になる直前の就職情報会社の調査によると、私立大学文系女子の6割が、第二希望まで受ければ内定を取れていたという状況でした。「氷河期世代」が100社、200社受けたと言われていたのに対して、この世代の人たちはたった2社です。現在、会社に在籍するメイン層である「氷河期世代」や「ゆとり世代」とは全く違う社会背景を背負っています。

まったりとしながら自意識過剰な “チル&me”

そんな「Z世代」の特徴の一つが“チル”です。これはアメリカのラッパー^{※3}のスラング^{※4}で「チルアウト」からきていますが、日本語で言うと“まったりしている”という意味です。要は、そんなにガツガツ努力

しなくても高校・大学にも入れるし、就職もできてしまうため、全体的にのんびりしているということです。よく大人は「ゆとり世代」にのんびりしているというイメージを持ちますが、「Z世代」のほうが本質的な“ゆとり”を持った世代のような気がします。

そしてもう一つの大きな特徴が、第2回でもお話ししたスマホ&SNSの第一世代ということ。「ゆとり世代」の初めての携帯電話はガラケーでしたが、メールアドレスを知っている人たちとSNSを楽しんだり、紹介制のmixi^{※5}をしたりと、知っている友達とおしゃべりをする手段として使われていました。結果、世界を広げず、むしろ縮こまらせ、同調思考や内向き思考を強めたと言われています。

対して「Z世代」の初めての携帯電話がスマホになったことで、分からないことがあったらすぐに調べる、動画も見られる、SNSも複数使うという変化が見られるようになりました。

SNSは知らない人ともフォローしてつながっていくので、世界中の人に自分を見てもらえ、知ってもらえる環境になっていきました。そのことにより、“me意識”と呼んでいますが、いわゆる自意識が高い人物が多くなったのがこの世代。“チル&me”という、非常にまったりとのんびりしていながら自意識過剰な人間が多いのが「Z世代」です(図参照)。

給料より居心地の良い場所を 作ることが大事

これから社会で「Z世代」を受け入れていく上でキーワードとなるのがこの“チル&me”です。まず“チル”という特徴があるので、この世代は居心地の良さを大事にします。上の世代は、本当に好きな仕事を与えればやりがいを持って働いてくれると思いがちですが、それは通用しません。どんなに楽しくて好きな仕事でもプライベートを超える仕事は存在しない、ということを理解して接する必要があります。何が言いたいかというと、労働時間の中でしっかり働かせることが大事ということです。そのために、時間内で身の丈以上の成果を出せる育て方をしていくことが課題になります。

そしてこの世代は自分の居場所がすべてなので、プライベートが最優先です。そのためなら、多少給料が下がろうと自分の居心地の良い会社を選ぶ傾向があります。給料の高さよりも上司にすぐ柔らかい人たちが多くとか、自分たちにとっての有益な福利厚生があるとか……。そういうものを用意することで、この世代にとっての居心地の良い場所を作ることができます。

また、自己承認欲求が非常に強い自意識過剰な人たちなので、モチベーションが保てる場所も大事になります。「残業しています」とSNSに上げる際におしゃれに写真が撮れるスペースがあるとか、ヘルシーで最先端の料理が食べられる食堂があるとか、そういう些細なことがこの世代の働く意欲に大きく関わってくることを頭に入れておくと、この世代を理解しやすいと思います。

もちろん褒めてあげることも大事です。昔は、“新人は4割褒めて、6割叱る”なんて言われていた時代もありますが、「Z世代」の人たちは“9割褒めて、1割改善提案をする”ですね。叱るなんて存在しない。基本的に「いいよ」と褒めて、「でもこうしたほうがもっと良かったのにね」と話してあげることが大事です。いわゆる部署内表彰などは意外と良いのかもしれません。そうすると上司としての理想像が“褒め上手”です。些細なことでも褒めてあげて、気持ち良くさせて会社を居心地の良い場所と認識させる、これが大事です。

どんな一流の会社でも、何か自分にとって面倒くさいことがあればすぐに違う道を探そうという考えを持っている人が多い世代です。とはいえ、働くことが嫌いとかそういうことではないので、その世代の特徴を知って、その世代に合った接し方をしていけばいいと思います。ぜひ「Z世代」にとって長く居たくなる環境を作り、この世代の力を上手く引き出す職場を作っていってください。

※1 SNS: Social Networking Service (ソーシャルネットワーキングサービス)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 アベノミクス: 2012年12月に誕生した安倍 晋三内閣の経済政策。エコノミクスと安倍首相の苗字をかけ合わせた造語。

※3 ラッパー: リズムに合わせて早口で喋るように歌う音楽をラップと呼び、ラップの演奏者のこと。

※4 スラング: 俗語。改まった場面で用いられない品のない言葉。

※5 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。加入するにはユーザーの紹介が必要。

「mixi」は、株式会社ミクシィの商標または登録商標です。



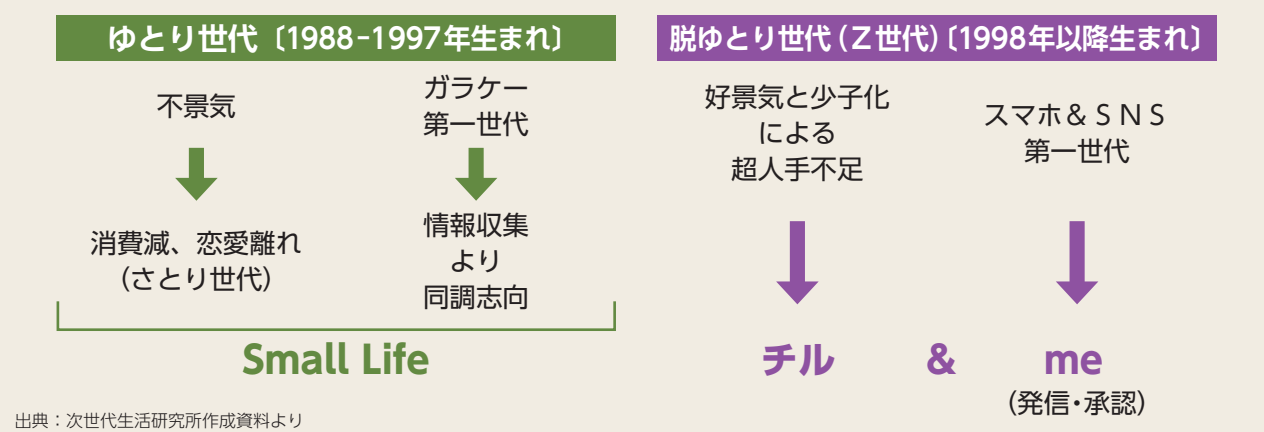
原田 曜平氏

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JAAA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『寡欲都市TOKYO 若者の地方移住と新しい地方創生』(角川新書)など。

ユーザ協会 D40024 検索



【図：ゆとり世代と脱ゆとり世代(Z世代)の違い】



出典：次世代生活研究所作成資料より



ICTの「へえ～そうなんだ!？」 《第10回》

あなたのセキュリティ対策は万全ですか？

消費者月間、食品衛生月間、地球温暖化防止月間のように、〇〇月間・〇〇週間といった、官公庁や企業・業界団体が呼びかける推進・啓発活動がたくさんあります。ICTに関連する分野においても、情報通信月間、テレワーク月間など、いくつかありますが、その中で2月1日から3月18日で行われている「サイバーセキュリティ月間」を取り上げます。

サイバーセキュリティ月間とは

サイバーセキュリティ月間は、内閣サイバーセキュリティセンターがサイバーセキュリティに関する普及啓発活動を強化する目的で実施されています。“サイバーセキュリティ”と聞くと、高度な技術や知識のここのように聞こえ、システムエンジニアなど技術者に関係することのように思えますが、そうではありません。コンピューターウイルスへの感染、パスワードを盗まれて個人情報が漏えい、といったような、スマートフォンやパソコンでインターネットへアクセスする際に起こり得る、すべてのリスクが当てはまります。

企業や団体、学校で使われるシステムやソフトはもちろん、家庭や個人で使用するスマートフォンやタブレット、パソコンについても、改めて、安心・安全に、そして便利に使えるようになっているか、確認したり意識を高めたりするのが、このサイバーセキュリティ月間の目的です。

さまざまな対策法

サイバーセキュリティの対策は、枚挙にいとまがありません。例えば、スマートフォンでは、「OSやアプリは最新版を使うようにアップデートする」「不審なアプリはインストールしない」「ウイルス対策ソフトを活用する」「機

器の紛失に備えパスワードやロックを設定する」などができているか確認するとよいでしょう。

家庭では、「Wi-Fiルーターは、他人に悪用されないよう適正に設定する」「迷惑メールなどで誘導される不正サイトへはアクセスしない」「SNSなどへは個人情報を書き込まない」「IDやパスワードを適正に保管する」など多くのチェックポイントがあります。また、最近では、在宅勤務によって家庭でも業務の情報を扱うことが多くなりました。在宅勤務環境から、業務の情報が漏えいしないよう注意が必要です。

企業では、情報システム担当が情報を保護するシステムを取り入れている場合もありますが、システムにばかり頼るのではなく、システムを利用する一人ひとりも情報管理に気をつけておくことが大切です。

詳細は、内閣サイバーセキュリティセンター「みんなでしっかりサイバーセキュリティ」(<https://www.nisc.go.jp/security-site/index.html>)に掲載されています。参考にしてみてください。

子ども向けのサイバーセキュリティ

企業では、強化月間を設けずと



も、年間を通して、日々、サイバーセキュリティに関して、注意喚起が行われており、自然と意識が高まっていきます。しかし、子どもたちを取り巻く環境は、それほどではありません。ここ数年で、学校や塾でタブレットやパソコンを使うようになり、中学生以上にもなると自分専用のスマートフォンを所有し、9割近い子どもたちがインターネットを毎日使っています。しかし、サイバーセキュリティに関する知識や経験がほとんどありませんので、大人のサポートが必要不可欠です。

毎年2～4月にかけて、進級・進学に合わせて、スマートフォンやパソコンを持ち始める子どもが増えます。その時期に、内閣府・総務省・通信事業者が中心となって、「あんしんネット・新学期一斉行動」という取り組みを通じて、啓発しています。

大人が良き見本となり、正しい使い方やノウハウを子どもたちに伝えていくことも、サイバーセキュリティに必要な取り組みです。



お客さまの立場になって

SMBC日興証券は、全国に本支店を展開する総合証券会社として、お客さまにとって利便性の高い取引チャネルや、質の高い商品・サービスの提供に取り組んでいます。

私の所属する「フロントサービスセンター」は、全国の本支店の代表電話の窓口として、株式などの商品のご注文やご質問、各種お手続き、サービスのご案内など幅広いお問い合わせに対応しています。

耳を傾ける姿勢

これは数年前の出来事です。ある日、同じ部署のオペレーターから「今対応しているお客さまから、上席に代わってほしいと言われています。代わってもらえますか」と頼まれました。会話の概要をオペレーターに確認して電話を代わると、私が名乗った途端、そのお客さまは強い口調でこう言いました。

「私の言ったことをしてください。なぜ、できないのですか!」

お客さまのあまりの剣幕に、私は一瞬どうしたらいいのかと焦りましたが、まずはお話を丁寧にうかがうことにしました。しかしながら、そのお客さまのご要望に沿うことは難しく、心の中

私たちに言ってもどうしようもないのに」と考えてしまいました。その思いが私の対応にも出てしまったのでしょう。お客さまの口調がさらに強くなりました。

お客さまの声が私のマインドを変えた

「私だってこんなことは言いたくない!言ったってお互い気分が悪いだけなんだ。でも気になって心配だからこうして聞いている。それなのに、あなたは型通りのお詫びの言葉と、『できません』を繰り返すばかりじゃないか。そっちの物差しだけではかるんじゃない!もっとお客のことを考えろ!」この言葉に私はハッとしました。

その時の私の対応は、自分にとっての「普通」をお客さまに押しつけていたことに気づいたのです。お客さまと自分が考える「普通」という物差しは違う。そう実感した私は、この後、お客さまのお気持ちを汲み取ることができな



かったことをお詫びし、ご要望に沿うことができない旨を改めてお伝えして電話を終えました。

気づきを活かして

この出来事がきっかけで、私はお客さまへの意識が変わりました。顔が見えない分、発せられる言葉や声のトーン、息づかいからお問い合わせに至った経緯や感情をイメージし、お客さまの目線で見るようになりました。まだうまくいかないこともあります。一人でも多くのお客さまに満足していただけるように、同僚やオペレーターの仲間たちと一緒に日々実践で取り組んでまいります。

田中 明美氏
SMBC日興証券株式会社 フロントサービスセンター所属。電話応対技能検定指導者級資格保持者。所属部署内での研修の企画・実施、電話応対の品質向上活動、電話応対コンクールの出場選手の育成を担当。第52回、53回電話応対コンクール全国大会出場。

「次回の講師は、霧島酒造株式会社の谷口 幸子さんです。お客様相談室の室長として、新入社員の電話応対の研修をはじめ、応対品質向上を目指す研究会を立ち上げるなど積極的な活動をなさっています。笑顔の素敵な頼れる指導者です」



田中 明美氏

ユーザ協会 C10037 検索



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

ウェブ会議開催中に発生するハウリングへの対処法として最も効果がある方法を一つ選びなさい。

1. 参加者全員が、マイクとスピーカーをオフにする。
2. 参加者全員が、カメラをオフにする。
3. 参加者全員が、個別の機器（パソコンやスマホなど）を使用する。
4. 参加者全員が、ヘッドセットやイヤホン・マイクを使用する。

※2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 2022.3

ユーザ協会 D40025 検索





電話対応コンクールを通じて、 応対スキルを後輩に受け継ぐ文化を醸成

株式会社アイワホーム

石川県で注文住宅の設計、施工、アフターメンテナンスを一貫して行っている株式会社アイワホーム。入社1～2年目の若手社員が電話対応コンクール出場を目指して応対スキルを高め、それを後輩に受け継いでいくという好循環を生み出している同社に、応対教育の考え方についてお聞きしました。



取締役 副社長
林 壮一氏

Q 事業概要についてお聞かせください。

A「アイワホームは、石川県で注文住宅の設計、施工、アフターメンテナンスを行う会社です。創業から33年、建築実績は3,300棟を超えています。ご契約からお引渡し、さらにアフターサービスまで一貫したサポート体制で、お客さまのご要望をかなえる『オンリーワンの家づくり』を実現しています。オンリーワンの家づくりをするには、お客さまのご要望をしっかりと理解しなければなりません。仕事内容やご家族の状況、趣味や休日の過ごし方など、普段の生活スタイルをしっかりとお聞きすると同時に、言葉にならないご要望やニュアンスなどをくみ取って、家づくりに活かすようにしています」(林氏)

顔の见えない相手にも感情が伝わるよう、 声に表情をつけることが大事

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「家づくりには、お客さまや大工さん、工事業者などさまざまな人が関わるので、コミュニケーションをととても大切にしています。中でも電話は、言葉と声でしか情報が伝わらないため、『笑声』で話すように指導しています。また、最近は対面でもマスクをつけて

接客するため、相手の方に想いが伝わりにくいと感
ることがあります。電話だけでなく、対面の接客にお
いても声に表情をつけることを意識しています」(林氏)
「お客さまからの電話には、修理依頼など困って
いる方からのものもあります。そういう場合は、明るく
話すのではなく、親身になって『大丈夫ですか、大変
でしたね』と声のトーンを落とすようにしています。
また、緊急時こそ、こちら側が落ち着いて対応するこ
とが大切です。私も、入社直後は電話対応に緊張して、
緊急の電話にしどろもどろになってしまったことがあ
りました。その後、経験を積んだことで、今では一呼
吸おいて落ち着いた対応ができるようになりました。
新入社員にもできるだけ多くのことを経験してもらえ
るよう、電話対応コンクールなどの実践的な教育を取
り入れています」(水上氏)

先輩から後輩へ、接客の姿勢や スキルを受け継ぐ企業文化が醸成された

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「取り組みのきっかけは、ビジネスマナーの講師か
らスキルアップに良いと勧められたことで、当時の一
般事務職の社員が自分たちで出場を決めました。トッ
プダウンで指示されたのではなく、自ら率先して行動



東営業所 営業庶務
水上 舞氏



東営業所 営業庶務
中 穂乃香氏

したので、その文化が後輩にも受け継がれていると感
じます。毎年同じ人が出場して、優勝を目指すのでは
なく、入社1～2年目の若手社員が電話対応コンクー
ルを通じてレベルアップし、次年度の新入社員をサポ
ートする、という良い循環ができていると思います」
(林氏)

「入社した当初は、電話対応の大会があること自体
を知らなかったので、驚きました。電話対応コンクー
ル出場を目指すのは大変そうだとも思いましたが、先
輩方が普段の電話対応をスマートにされている姿を見
て、私もあのような応対ができるようになりたいと思
うようになりました。先輩方の指導を受けているうち
に、『私は自然な相づちを打つのが苦手なのだ』と気
づき、日常の電話対応でも目の前にお客さまがいると
思って、その人に向けて話すようにしました。その結
果、少しずつ自然に間をとれるようになったと思いま
す。また、私たちは住宅展示場で受付業務をすること
も多いのですが、その際にも教えていただいたことが
役立っています。展示場は会社の第一印象につながる
場所です。初めてご来場いただくお客さまは身構えて
いる方が多いので、こちらから声をかけたり、小さい
お子さまにはできるだけ柔らかい雰囲気、視線を下
げて接するようにしています。営業担当者からは、『お



社内での打ち合わせの様子



お客さまのご要望をくみ取り、ご提案に活かします



電話対応の様子



客さまを和ませてくれて、その後も話がしやすかった
よ』などと声をかけてもらえるので、これからも接客
のスキルをさらに高めていきたいなと思います」(中氏)

コミュニケーション手段が変わっても、 「お客様との一生のおつきあい」を追求したい

Q 最後に、今後の目標についてお聞かせください。

A「アイワホームの基本コンセプトは、『私たちはお
客様との一生のおつきあいを大切にしています』とい
うものですが、その考え方が変わることはありません。
ただ、お客さまとの接点は、展示場や電話といった手
段だけでなく、オンラインミーティングやSNSでの
問い合わせなど、バリエーションが広がってきたと感
じています。また、コロナ禍を経て生活様式も変わっ
てきましたので、お客さまのニーズも今後変化すると
思います。そういう変化の時でも、どうしたらお客さ
まのご要望をくみ取ることができるか、こちら側の想
いやご提案を表情豊かに伝えられるかをしっかりと考
えて、お客さまに『アイワホームにして良かった』と
思っただけのようにしたいですね」(林氏)

愛と和を育む家づくり
AIWA HOME

会 社 概 要

会 社 名：株式会社アイワホーム
設 立：1988年（昭和63年）
本店所在地：石川県野々市市押野3丁目61番地
資 本 金：1億円
代表取締役社長：林 一二
事業内容：木造在来軸組構法による、木造注文住宅の設計・施工・アフター
メンテナンス
URL：https://www.aiwahome.co.jp/
[ユーザ協会会員]

ユーザ協会 C20034 検索



葬儀という特別な状況下での お客さまの気持ちに寄り添った対応が大切

株式会社あいプラン

北海道で、結婚式やお葬式などの冠婚葬祭事業を中心に、人生の節目のセレモニーに関するサービスを幅広く提供している株式会社あいプラン。今回は、葬祭部門のインバウンドコールセンター立ち上げに尽力した大塚 周雄氏に、葬祭業ならではの電話対応についてお話をうかがいました。



渉外営業室
シニアマネージャー
大塚 周雄氏

大切な方を亡くしたばかりの人の気持ちを 押し量って対応する

Q 葬儀業のコールセンターには
どのような特徴がありますか。

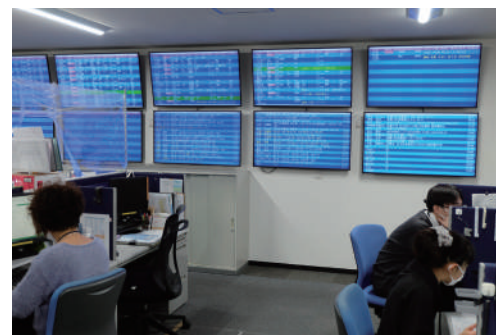
A 「高齢の方からのお問い合わせが多いということがあります。また、地域の慣習や宗教、亡くなった状況などによって正解は一つではないので、お客さまの情報をお聞きするのに時間がかかります。例えば、北海道では常識とされていることでも、本州では非常識ということもありますし、北海道の中でも地域によって違いがあります。北海道は、本州からの移住者で構成されている土地柄ですので、ある地域では出身地の風習が根づいていても、札幌などの都会では慣習にとらわれないということがありますね。また、葬儀は、心理的に日常とは異なる状況の方も多くいらっしゃいますので、それを押し量って対応しなければなりません。淡々と必要事項を話されるご家族もいらっしゃれば、電話口で涙ながらに話し、途中から言葉にならない方もいらっしゃいます。だからといって、聞き間違いをすると大変なことになります。多くの方は病院で最期



お見送りをするスタッフ

Q 事業概要についてお聞かせください。

A 「あいプランは1963年（昭和38年）に北海道で設立されました。結婚式、お葬式などの冠婚葬祭事業を中心に、介護やレストラン事業など人生の節目のセレモニーをお手伝いする会社です。北海道内に、葬儀場が50ヵ所、結婚式場が5ヵ所、レストランが5つあり、合わせると1,500名ほどが働いています。私は、葬儀のインバウンドのコールセンターに長く関与しておりますが、葬儀は、24時間365日稼働し、お問い合わせの電話が途切れることはありません。内容は、これから葬儀を迎えそうだというご相談、葬儀後の諸手続きや仏壇や墓石に関すること、シーズンによっては初盆やお正月の迎え方など、非常に広範で多岐にわたっています。葬儀の仕事はその性格上、次に持ち越すことができない業務がほとんどですので、その点が大変なところですよ」



インバウンドコールセンター

を迎えますが、似たような名前の病院があるので、『市立病院』と聞いて『札幌市立病院』と思い込み勝手に判断しないよう、しっかりと確認するようにしています」

Q 葬儀業ならではの電話対応の留意点をお聞かせください。

A 「会話のトーンで言えば、ドレミの『ミ』くらいの音程で話そう、指導しています。ブライダルでは2つ上の『ファ』や『ソ』くらいの音階で電話に出るのですが、葬儀はそれでは高すぎます。また、オペレーターの後ろで笑い声がしないようにすることにも気を付けています。葬儀のご用命の電話が入った時は、ランプ（葬儀入電アラーム）と警告音で全員に静粛にするよう、注意喚起します。大切な方を亡くした直後の方々にとっては、いつもと変わらない日常を送っている人たちとの間に距離を感じるものです。笑い声はそれを増幅させる要因となりますので、このあたりのご遺族の心情をくみ取った対応をすることを常に意識しています」

電話対応コンクールは個人が評価されるため、 日々の対応につなげやすい

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 「社内で評価されるものとは違い、中立的な立場で公正な評価をされるので、定期的に電話対応コンクールに出場することは意味があることだと思っています。一方で、どの研修やコンクールにも当てはまるのですが、参加した直後、一時的に意識やスキルが向上しても、それを維持していくことが課題になります。ただ、ほかの研修と違って、電話対応コンクールは組織というよりも個人が評価されるので、参加者は学んだこと、評価されたことを真摯に受け止めて、日々の業務に活かしやすいと思います。今後の希望を言えば、業種に



葬儀入電アラーム

よって対応の仕方は異なるので、それを踏まえた指導があるとありがたいです。例えば、高齢者層を対象としている企業は、こういうところに気をつけなければならないとか、同じインバウンドのコールセンターでも、私たちは元氣よく出られるサービスではないので、業種に応じた指導や大会があると良いと思います」

ライフエンディングステージを 総合的にサポートできる会社になりたい

Q 最後に、今後の目標についてお聞かせください。

A 「これまでは、葬儀を起点としてお客さまとのお付き合いが始まるところがありましたが、今後は『ライフエンディングステージ』を総合的にお手伝いする会社になりたいと思っています。例えば、認知症の対策や健康相談、相続や不動産売却のお手伝い、遺品整理などさまざまな業務があります。かつては、ご町内の世話役に頼むとすべて自動的にやってもらえるような時代がありましたが、今は自分のことは自分でやらなければならない、家族がいても迷惑をかけられない、という時代です。そういった皆さまの人生の終盤のステージをトータルでサポートできる会社になっていきたいですね」



会社概要

会 社 名：株式会社あいプラン
設 立：1963年（昭和38年）
本 社 所 在 地：北海道札幌市中央区南2条西8丁目12-1
資 本 金：8,000万円
代表取締役社長：新道 喜信
事業内容：冠婚葬祭の施行を目的とする会員システムの運営、結婚式場、葬祭式場、飲食店等の経営
URL：https://www.apg-aiplan.com/
[ユーザ協会会員]

ユーザ協会 C20035

検索





「説明が届かない」

ビジネスパーソンに求められる必須の能力の一つが説明力です。電話のオペレーターにとっても、お客さまの信頼を得るには、明快で温かい説明力は必須です。しかし、最近その説明力が劣化しているように思えるのです。IT化が進む中で、人間が説明する場面が減ったためか、それともコロナ禍の自粛の影響なのか。気になる説明力の現状について考えます。



言葉での説明が下手になった

本誌連載の第54回で、「最近は電話での道案内が下手になった」と書きました。すると、「スマホの時代に電話で道を訊いてくる人なんかいませんよ」とのお叱りがありました。しかし、現実には、説明力が確実に落ちているのです。そのことはすべてに影響しているのです。

つい先日、都内のデパートでのことです。売り場の女性にトイレの場所を訊きました。彼女はカウンターの中から、方向を指さして「あそこの白い壁の奥にあります」と教えてくれました。しかし、教えてくれた先にあったのは女子トイレだけで、男子トイレはその階にはなかったのです。やむなくまた別のの人に訊いて、階段を上り、そこでまた訊いて、目的のトイレに辿り着くまでに十数分かかりました。

もう1件は東京の都心の街頭でのことです。ある会合に出るのに、場所が分からずスマホで探したのですが見つかりません。時間に遅れそうなので、ちょうど目についた交番に駆け込みました。目的の建物の所番地を言って訊きますと、若いお巡りさんがすぐにポケットから自分のスマホを取り出し、手際よく地図画面を出して私に示してくれました。ところが、それは私が迷ったのと同じ画面だったのです。昔の交番のお巡りさんは、地域の情報を熟知していました。道を訊くと、立ち所に大きな住宅地図をとり出して懇切に教えてくれたものです。この時もそうして教えてくれるだろうという期待がありました。しかし違いました。すべてスマホなのです。

言葉での説明はほとんどありませんでした。

こうした傾向が、最近増えているように思います。案内は説明力の基本です。説明とは、相手が何を知りたいのか、何が分からないのか、置かれた状況まで察してそれに答えられなければならないのです。



コミュニケーションとは説明力

考えてみますと、人間社会は説明という行為で成り立っているように思います。教育も科学も、ビジネスも医療も、スポーツも娯楽も、すべては「説明」なくては成り立ちません。知識も技能も考え方も、しっかりとした説明があって初めて、普及し継承されるのです。

電化製品など、多少なりともメカニク的な商品には、トリセツと言われる取扱説明書がしっかりついていました。ところが、最近のペーパーレスの波に乗って、そのトリセツも淘汰されつつあります。これからは、ますます口頭での説明力が問われることになるでしょう。

とかく批判もされる一国の首相の施政方針演説は、国をどう動かして行くかの最も大事な説明です。しばしば問題となる、政治家たちの公約や、法の裁き、外交や経済の交渉ごと、また企業トップの訓示なども、一つ一つが重い言葉で語られるべき説明です。そして、皆さんが日々お客さまと交わす会話のほとんども、大事な説明なのです。



説明は努力で上手になれる

説明は分かりやすくなければいけません。その巧拙は天性の資質

より努力で磨かれるのです。説明は、大別すると①知識を説明する。②考え方を説明する。③技術的なことを説明する。の三つに分けられます。自動応答システムやAIの説明には、まだまだ不満が残ります。人間の応答者に期待する「説明」には、事前に確認し把握しておかなければならないポイントがあります。

1. 相手が知りたいことは何か
 2. なぜそれを知りたいのかの理由
 3. そのことについてどこまで相手が知っているかの確認
 4. 今相手が置かれている状況
- 以上の四つです。



説明には優しさ親切さが大事

マニュアルやインターネットに慣れますと、そこには便利な反面、大きな陥穽*があります。どちらも答が先に分かっているために1. だけ聞いて説明を急ぐのです。先ほどの極端な例で言いますと、「トイレはどこ」と訊かれた店員は、訊いた人間が男性であることすら忘れていました。またお巡りさんは、訊いた老人のスマホの熟知度に思いは至っていないのです。

お客さまが満足してくださる説明には2. 3. の確認が必要です。そしてお客さまの最後の満足は、「優しく親切な説明であった」にあると思います。



岡部 達昭氏

日本電信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。



新型コロナウイルスの影響による「もしもし検定」受検などに関する特例措置の延長について

新型コロナウイルスの感染拡大などにより、「もしもし検定」を受講・受検できなかった方について、2020年2月～2022年2月の期間において特例措置を設けることとしました(2021年1月13日通知)。しかしながら、新型コロナウイルスの感染拡大は未だ沈静化されないことから、特例措置の期間をさらに1年間延長して、2020年2月～2023年2月とします。

特例措置に関する申請方法については、ユーザ協会ホームページに掲載しています。

<https://www.jtua.or.jp/education/moshimoshi/>



《期間限定》会員特典



テレワーク導入支援!「クラウド勤怠管理サービス(サポートサービス付き)」を最大3ヵ月間無料で提供します!

受付期間
2022年3月31日まで

- ・「社員の直行・直帰や出張が多く、社内から勤務状況が把握できない」
- ・「在宅勤務時の勤務時間など、勤怠管理に課題がある」
- ・「月末の集計・管理や給与ソフトへの手入力業務が大きな負担になっている」
- ・「勤怠管理をもっと効率化させたい」

このようなテレワークに欠かせない「勤怠管理」を効率化する「クラウド勤怠管理サービス」と、導入や運営時にも安心な「サポートサービス(基本サービス)」のセットを、期間限定で無償提供します。

ヘルプデスクへのお問い合わせも月20回まで無料ですので、導入時や導入後の「困った」際にも安心です。ぜひご活用ください。

<特典内容> NTT東日本「おまかせ はたラクサポート」(クラウド勤怠管理サービスとサポート基本サービス)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。

第60回 電話対応コンクール全国大会・第24回 企業電話対応コンテストのDVDを発売中

2021年11月2日(火)にリモートで開催された「第60回 電話対応コンクール全国大会」の優勝・準優勝・優秀賞受賞者の対応模様や、「第24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。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60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・優秀賞受賞者の対応模様など
- 第24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 検索

ユーザ協会が開催するイベントやセミナーにぜひご参加ください

ユーザ協会では、全国各地でICTや電話対応などの分野において、イベントやセミナーを開催しています。詳細は、ユーザ協会ホームページの「イベント・セミナー検索」または各支部のホームページをご覧ください。

「イベント・セミナー検索」
<https://www.jtua.or.jp/event/>



「ユーザ協会の各支部ホームページ」
<https://www.jtua.or.jp/about/region/>



登録は無料です! どなたでも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
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

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

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

