

◎録音審査大会 審査委員講評

- 練習不足と感じさせる人は少なかったと思います。また、例年よりも、「書き言葉」での対応は少ない印象でした。
- 比較的、滑舌が良い人が多かったように感じました。口も開いていたと思います。
- 声は良く出ていたと感じました。ただ、スクリプトを読んでいる人は、お客様と噛み合わなかったり、言葉が重なってしまったり、一方的だと感じるところがありました。
- 一文が長すぎる人、第一声のあいさつと自社名の間に「間」がない人がいましたので注意しましょう。
- 会話の流れはどの人もつかんでいたように思います。最低限必要なこともきちんと入っていました。
- 「メールでのお見積りはできますか」に対して、まず「できます」という肯定文で答えた人の割合が多かったことは良かったと思います。早い段階で否定的なことを言われると、お客様は心が折れてしまいます。
- セットやオプションの説明が前面に出過ぎる人がいました。何がどうキレイになるのか、サービスの具体的なイメージを伝えるのに時間を使ってみてはいかがでしょうか。
- 「エアコンの効きがわるい」に対して、「これからの季節寒くなりますからね」よりも「これからでしたら暖かいのが一番ですよね」など、「暖かい」という前向きな表現をすれば、お客様により共感してもらえるのではないのでしょうか。お客様が何を求めているのかを考えることが大切です。
- 「喜んでいただける提案」ですので、もう少し楽しそうに対応してほしいと思います。
- 「お客様からの情報収集」はできていましたが、答えやすい訊き方になっていたでしょうか。「なぜそんなことを訊くのか」と、お客様に思われぬような表現が必要です。

◎飯田・阿南地区大会 審査委員講評

- 声は良く出ており、スクリプトにも工夫の跡が見られました。
- 会話に笑顔があまり感じられず、お客様の言葉や気持ちを受け止められていない人が多かったように思います。
- 作成したスクリプトの吟味・検討が足りないと思われる人がいました。一般的な言葉遣い、オリジナリティや創造性を大切に、その場に適した言葉選びを心掛けましょう。
- 早口で「間」が少ないため、話している内容が入ってこない人がいました。会話の練習では、なるべくスクリプトを読まないようにしましょう。
- 「ありがとうございます」「失礼します」「恐れ入ります」などが事務的に聞こえる人がいました。良く使う言葉ほど、感情を込め、ゆっくり大事に発声しましょう。
- お客様の最初の質問を、そのまま全部復唱する人がいました。一字一句復唱すると、お客様に答えをお待たせするだけでなく、バカにされたような気持ちにさせてしまいますので気をつけましょう。

- ・「～にて」「～の際に」「～等（とう）」などの書き言葉が少し見られましたが、全体としては口語（話し言葉）で対応できていました。

◎中信地区大会 審査委員講評

- ・スクリプトは良く考えられていました。録音審査大会の講評を踏まえたものも多かったです。
- ・上位の人以外は、スクリプトを読むか暗記して対応している人が多く、つかえる、言い直す、模擬対応者と言葉が重なる、早口になるなどの対応が見られました。競技では、スクリプトを参照する場合でも、自分が一番伝えたいところを太字にしたり、色をつけたりするなど工夫し、緩急のある対応を心がけましょう。人を相手に練習することも大切です。
- ・書き言葉を使わないことへの配慮が見られました。
- ・クレーム対応ではないので、明るく元気に接するように心がけましょう。
- ・第一声のやり取りは大切です。どんな人からかかってくるでも、お客様とのやり取りは受話器を取ったところから始まっていますので、お客様の声を「聴く」ように心がけましょう。
- ・金額よりも作業時間を先に伝えた例がありました。お客様が気になっている金額の方を先に伝えた方がよいでしょう。

◎伊那・駒ヶ根地区大会 審査委員講評

- ・他の地区大会に比べて、声がしっかりと出ていた印象です。
- ・最初にお客様に問い合わせの理由を訊く際、「どちら」という表現を使う人が多かったです。「どちら」は場所を訊く言葉ですので、実際の場面で使うとお客様が答えに迷う場合もあります（例 エアコンではなく、リビングと解釈）。よりよい表現を考えてみましょう。
- ・「お客様」、と呼びかける人が少なかったです。距離感を縮める効果がありますので、試してみてください。
- ・最初の質問に対して否定形で答える場合があります。肯定形を使った方がお客様は良い印象を持ちます。また、室外機のくだりも、「問題がある」より、「掃除すれば効きが良くなる」などのプラス表現をすればお客様の気持ちは明るくなります。

◎北信地区大会 審査委員講評

- ・全体的に声は出ていましたが、感謝の気持ちなど、自分の気持ちを声に乗せるところや言葉選びの面では物足りない人が多かったです。
- ・第一声が物足りない印象でした。「お電話ありがとうございます。〇〇です。」など普通の言葉ですが、ギュッと心を掴む「チャンス」です。もっと意識を持って練習しま

しょう。

- 笑顔（声）も不足していたように思います。スクリプトを読むあまり、そこに人がいない、相手が見えないような印象でしたので、だれかと一緒に練習したり、対応を録音して聞いてみたりしてみるのも良いでしょう。
- 「ご自宅でしょうか」「室外機は据え置きですか」など、問題の状況設定に書かれていることを入れて質問しています。本来はお客様から収集すべき情報です。お客様のことは何も知らないという前提に立たないと、お客様は驚いて警戒心を持ち、心を開いてくれません。必要な情報を訊き出してから次の質問や提案につなげることが、問題のポイント②（必要な情報を収集）です。
- 問題のポイント③（喜んでいただける提案）では、金額やセット、オプションなどの情報は全て入っている人が多かったですが、プランを一方向的に押し付けているような印象の方がいらっしゃいました。情報を訊き出しながら、お客様と作り上げていくことが理想です。
- 追加質問のところでお客様からの問い合わせに「お気遣いありがとうございます」と応じる例が多かったですが、基本的にお客様は気遣いされる側ですので、「おそれいます」ぐらいに留めるのが良いでしょう。
- 受話器が口に近い人がいました。電話を録音して聞くことができる環境のある人は、録音して確認することをお勧めします。受話器が無意識に近くなることを防ぐために、小指で邪魔をする方法もあります。
- 「ご案内は以上となります」が気になりました。「なります」ではなく、「です」「ございます」が適切です。

◎東信地区大会 審査委員講評

- お客様に寄り添い、埃や匂いまで想像できるような、独自性のあるレベルの高いスクリプトでした。忙しい中で、工夫して時間を割いて考えたことがうかがえます。
- 練習にも方向性を持ち、時間を作って一生懸命に取り組んだと感じられました。
- 良い意味で肩に力が入らない優しい声の人が多く、それを意識して使える心のゆとりを感じました。
- 傾聴が良くできており、お客様の最初の質問の最中に相づちを入れる人が多かったです。会話もできていました。
- お客様の最初の質問に対して、「正確な見積り後でも承諾前であればキャンセルできる」ことまで伝えている例が複数ありました。これはあれば良い情報ですが、お客様によってはそこまで訊いておらず、情報過多になる可能性があります。お客様の知りたいことに過不足なく答える意味では、「メールでの見積もりはできますか」への答えまでに留めるのが無難でしょう。
- 「どのようなお掃除を」と質問する人が多かったです。エアコンの掃除をお考えの

お客様が答える場合の訊き方として適切な表現だったのか考えてみましょう。

- 「またのお電話をお待ちしております」のような、常套句の使用は少なかったです。常套句を使った場合でも、センテンスの意味を理解して表現できていましたので印象が悪くなく、本当に待ってくださっていると感じました。

◎諏訪地区大会 審査委員講評

- 声がしっかり出ている人が多かったです。
- 作成したスクリプトを読むのが精一杯の方が多く、壁に向かって話しているように感じました。
- 早口の人が多かったので、もう少しお客様の声を聴いたり、「間」を入れたりしてほしいです。お客様の最初の質問のときにも相づちがありませんでした。
- 最初の名乗り方にフレッシュさ、はつらつさを感じ、ぐっと中身に引き込まれる方もいらっしゃいました。会話は第一声から始まっています。
- スクリプトは同じベースのものが使われていました。もう少しオリジナリティを出すと思ったと思います。
- 第一声で社名のみを名乗る人がいました。その場合、最後にお客様の名前を訊く際は、まず自分の名前を名乗ってからお客様に訊くのがビジネスマナーです。
- 「クリーニングの場所は？」という訊き方が多かったですが、エアコンの掃除をお考えのお客様が答える場合の訊き方として「場所は？」が適切な表現だったのか考えてみましょう。
- 「2台」と「据え置き型」の情報だけでセットメニューとオプションを勧めるパターンが多かったですが、それで情報を集めたことになるのだろうかとなりました。情報を集めるにしても、もう少しお客様に関心を持ち、その生活を想像し、その上でお客様に寄り添った会話をしてほしいと思います。
- 「またのご連絡をお待ちしています」などの常套句を使う場合は、その意味を理解して音声表現すれば心地よく響いてきます。
- クロージングは「ありがとうございました」ではなく、現在形の「ありがとうございます」が良いです。今に感謝し、今後にもつながる表現です。