

Z世代の“電話業務の壁”

を乗り越える方法

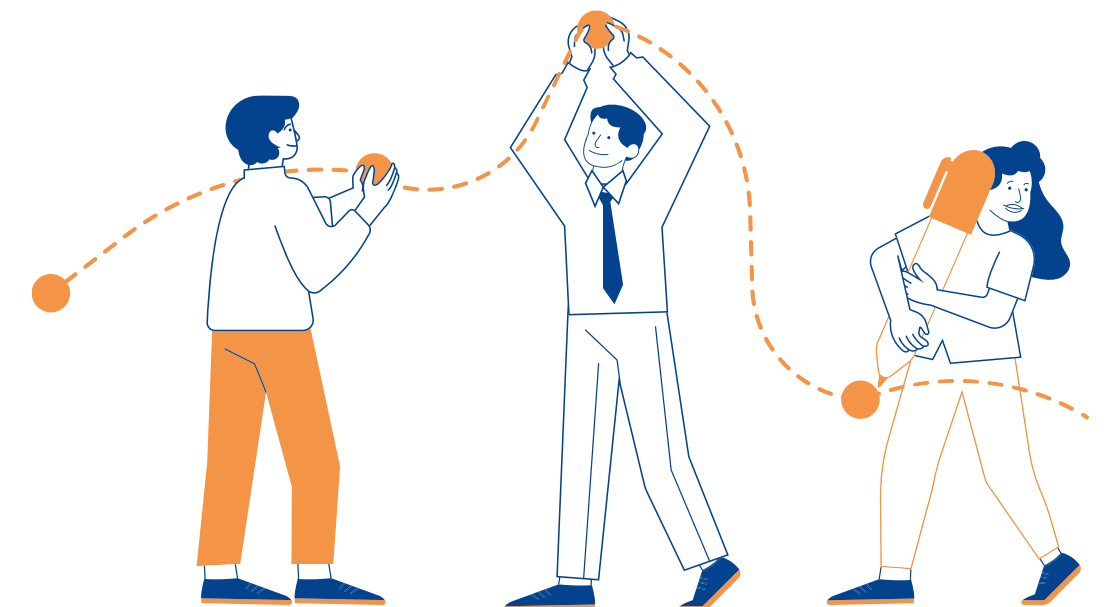
約5割が苦手と回答。

100コール後に立ちのぼる“見えない壁”とは？



AGENDA

- 1.はじめに：Z世代と電話業務のギャップ
- 2.若手の実態：電話業務が「苦手」と感じるZ世代の約5割
- 3.なぜ電話は苦手なのか？ 3つの根本背景
- 4.100コールを超えたところに現れる“見えない壁”
- 5.“見えない壁”を乗り越える6つのポイント
- 6.企業が今すぐ着手できる育成設計
- 7.当社の若手育成モデル（導入企業事例含む）
- 8.おわりに



1 | はじめに：Z世代と電話業務のギャップ

Z世代にとって、電話は“普段あまり使わないコミュニケーション手段”です。

テキスト文化の中で育った若手にとって、リアルタイムの通話は心理的負担が大きく、業務で突然求められると戸惑いやストレスを感じやすい傾向があります。

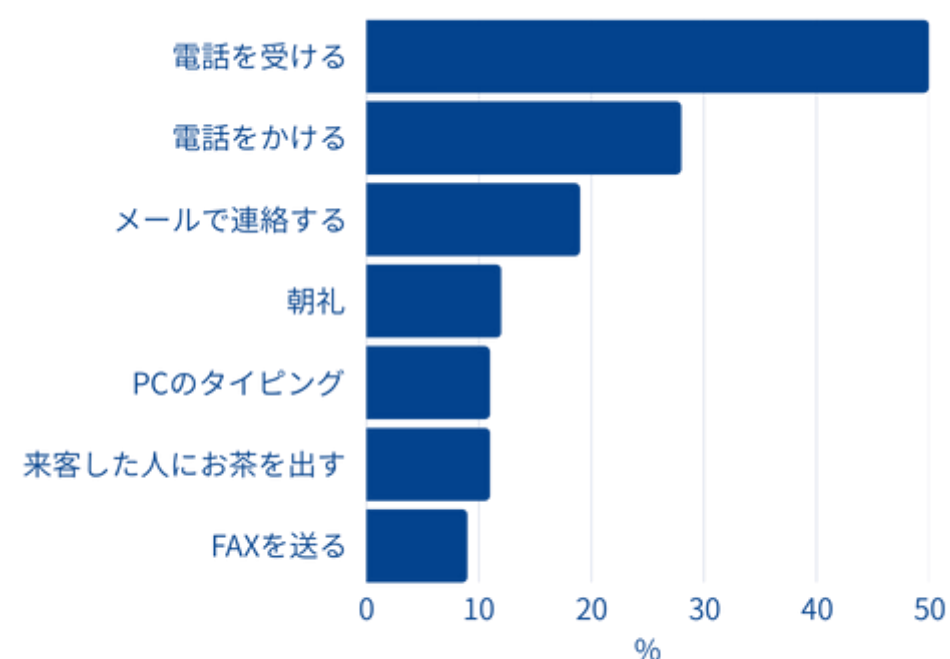
当社がPR TIMESで公開した調査、そしてSalesZineで報じられた電話業務の実態から見てきたのは、「約5割が電話応対に苦手意識を持つ」という現状と、その背景にある“見えない壁”の存在です。

本資料では、若手が電話に苦手意識を持つ理由、育成上のつまずきポイント、企業が取べき支援策を体系的に解説します。

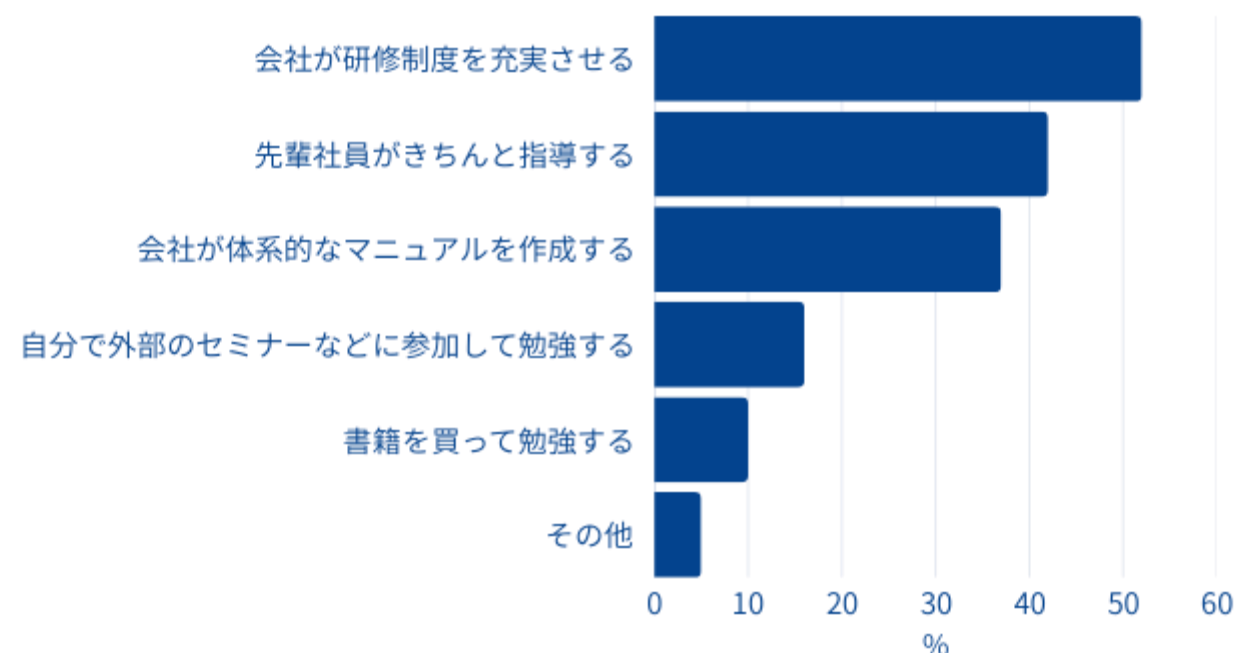


2 | 若手の実態：電話業務が「苦手」と感じるZ世代の約5割

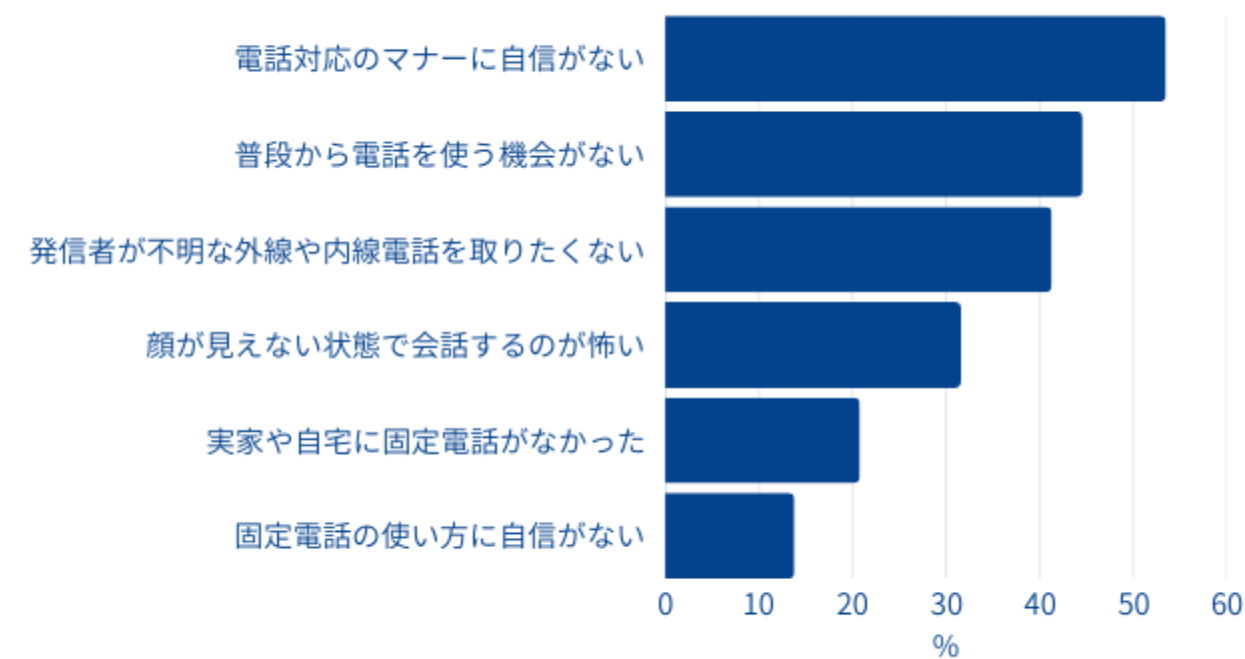
社会人になってすぐ、苦手だと感じた仕事は？（複数回答）



苦手な業務を克服するために、会社や自身が
どのようなことを行すべきだと考えますか？（複数回答）



なぜ電話を受ける・かけるのが
苦手だと感じましたか？（複数回答）



当社の調査では、若手の約半数が電話応対を
苦手と感じており、“電話は若手がつまずきやすい業務No.1”と
言える状況です。

また、マネジメント層へのアンケートでは、若手から
「研修制度の充実」「先輩との指導」「マニュアル整備」が
求められているとの声が強いことも確認されました。

出典：社会人3年目までの若手社員400名に調査【Z世代が苦手な仕事 電話業務が約5割】
<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000112.000012929.html>

< すべて 2025年3月 当社調べ >

3 | なぜ電話は苦手なのか？ 3つの根本背景

1 慣れの問題

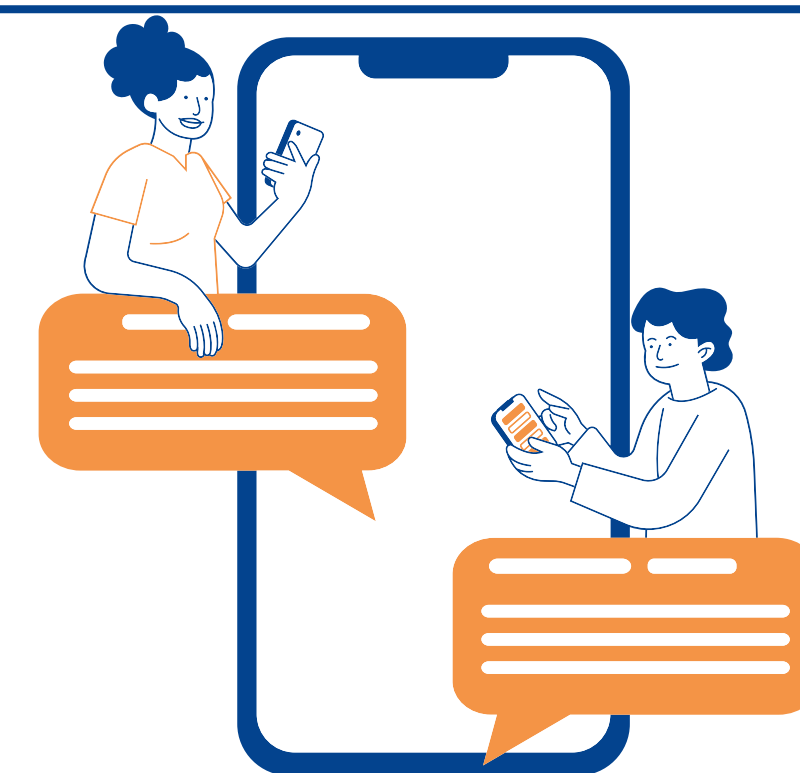
- ・ Z世代は日常的にテキスト（チャット・メール）でコミュニケーションを取る機会が多く、固定電話を使う経験が少ないという特徴があります。
- ・ こうした環境で社会人になると、リアルタイムで相手とやり取りする電話が心理的ハードルとなりやすいと予想されます。

2 拒否への恐れ

- ・ 営業目的の電話では、「断られる」経験が頻繁に起こります。
経験の浅い若手はこの拒絶に対して精神的なダメージを受けやすく、自信を失いやすいという声があります。
- ・ 特に“即断＝No”という反応が見える（表情がない、声だけ）電話では、不安を強く感じます。

3 正解が見えない：応対マナーへの不安

- ・ 電話応対にはマニュアルがあっても、実際の通話では想定外の質問や反応が来ることがあり、柔軟な対応が求められます。
- ・ 調査では「電話マナーに自信がない」と答えた若手が 53.5% に上っており、敬語、話し方、応答の仕方に不安を抱えている人が多いことが明らかになっています。



4 | 100コールを超えたところに現れる “見えない壁”

電話業務を続けている若手は、100コールを超えたあたりで突然伸び悩む“見えない壁”に直面します。

架電に慣れ始めた頃に訪れるこの壁は、

- 成果が出ない焦り
- 断られ続けるストレス
- スクリプトの限界

といった要因が重なって生じる「**心理的な折れポイント**」です。

この「見えない壁」は心理的な疲れ、モチベーションの低下、反応が取れないストレスなどを指し、**若手が最初の意欲を維持できず離脱しやすくなる重要なポイント**です。

出典：若手社員の5割は「電話が苦手」 心理的ハードルと“見えない壁”を乗り越え、アポイントを獲得する秘訣

<https://saleszine.jp/article/detail/7123>



5-1 | “見えない壁”を乗り越える6つのポイント



100コール突破後の壁を乗り越える具体的な対策

1

「どうせ無理」 と諦めずに 臨む姿勢

自信のない声や話し方は、
相手にもそのまま伝わります。

気持ちの持ち方ひとつで、相手の
反応が変わることもあるため、
**「アポイントを取る」という
強い意識を持って臨む**ことが大切です。

2

スクリプトを 読むだけでなく “使いこなす”

架電数が100件を超えるころには、
スクリプトを“読む”のではなく
“使いこなす”意識づけを行うと
良いでしょう。

**顔を上げて
前を向いて話すだけでも、
声の印象が大きく変わります。**

3

声のトーンを 意識する

声は電話における唯一の情報です。

明るく自信を持ったトーンは、
それだけで相手の印象を左右します。

**気持ちと声のトーンは連動していることを
改めて伝えていきましょう。**

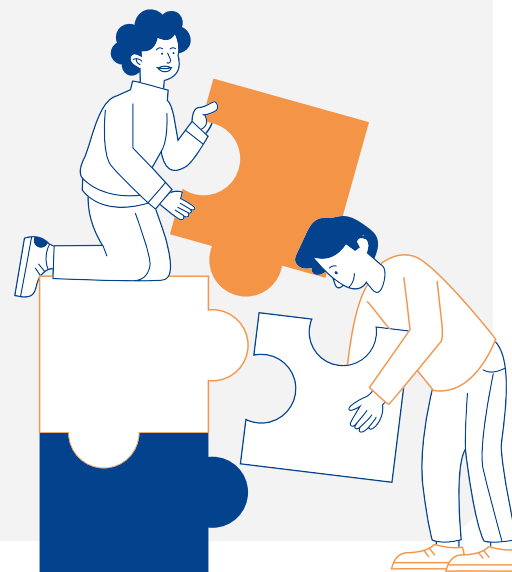
5-2 | “見えない壁”を乗り越える6つのポイント

100コール突破後の壁を乗り越える具体的な対策

4

小さな 成功体験を積む

最初は難易度の低いリストや、
比較的話しやすい業界から始める
ことで、自信につながります。



5

ロールプレイで 経験値を高める

本番前のシミュレーション
(ロールプレイ) を通じて
不安を軽減し、スクリプトへの理解を深め
臨機応変な対応力を鍛えます。

6

具体的な フィードバックを与 える

**成功した部分と改善すべき点を
セットで伝えることで、
前向きな改善サイクルを回します。**

例えば「会社名を最初に伝えると
通しやすい」といった具体アドバイスが有効
です。

6 | 企業・マネージャー視点での示唆：若手育成への戦略

研修制度の強化

ロールプレイやメンター制度など、実践的な練習の場を体系的に設ける。
若手の成功・失敗事例を共有する場づくりが効果的です。

マニュアル整備 + 応用訓練

スクリプトをただ読ませるだけでなく、
「使いこなす」ことを前提とした応用練習を設計する。

心理的サポート

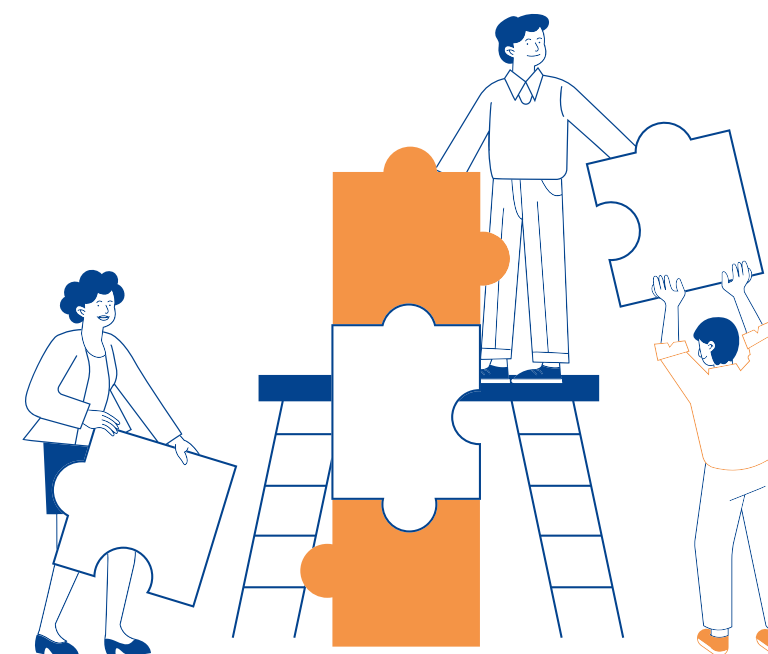
拒否への恐怖を軽減するためのメンタリング・コーチング。
定期的な振り返りとポジティブ強化を通じて、モチベーションを維持させる。

声のトーン指導

声のトーンや言葉遣いなど、電話特有のスキルを高めるトレーニングを導入。
明るさ、自信をどう表現するかを教える。

評価/ フィードバック

成果（架電数、アポイント数）だけでなく、対話の質や振り返りを評価。
改善点を具体的に伝え、次のコールに活かせるようにする。



7-1 | 当社の若手育成モデル「ラプトレ」

IT営業育成に特化したeラーニングサービス



当社では、電話営業の基礎から社会人マナー、名刺交換まで、ビジネスの土台を確実に身につける新人研修を提供しています。これらのプログラムは**社外向けサービス「ラプトレ」**として展開しており、多くの企業様から高い評価をいただいております。

「現場が忙しく、教育まで手が回らない…」

そのようなお悩みをお持ちの管理職・育成ご担当者様は、ぜひ一度ご検討ください。新人育成の負荷を軽減し、早期戦力化を実現しませんか？

STEP
1



マインド研修

社会人として、特に営業として大切なマインドを学びます

STEP
2



ビジネスマナー研修

名刺交換の仕方やメールの書き方などを学びます

STEP
3



IT知識・営業研修

IT営業として必要な知識を幅広く学びます

7-2 | 若手の教育よりも、、、今すぐに即戦力が欲しい方へ（導入事例）

日本電気株式会社 様



営業アウトソーシング事業事例

営業派遣

開発出身の社員が多い当部署では、お客様視点でわかりやすく技術を伝えられるBCCのIT営業は貴重な戦力。他部署と連携したソリューション提案にも対応し、大きな案件も獲得しています。

NEC

インフラ・テクノロジーサービス事業部門
データストレージ統括部
データストレージ販売推進グループ ディレクター
大寺様※役職は取材当時のもの
[日本電気株式会社Webサイト](#)

当社の教育プログラムを
完了した人材を
即座に導入できます！

—— BCCさんからの営業派遣は当初2名だったのですが、展示会の企画などを担当するマーケティングチームができたときに、1名そのチームに引き抜かれてしまいました(笑)。営業の勘どころをわかっている人材がほしいということだったのですが、それは私たちのチームも同じです！そこであわせてBCCさんに相談して、新たにもう1名来てもらうことになりました。この方ももちろん、フロントに立つ営業の動きが当たり前にできるので、戦力ダウンにならずに済みました。

的確なコミュニケーションで
他部署と連携したソリューション提案にも対応。



その他の導入事例は

[こちらから](#)

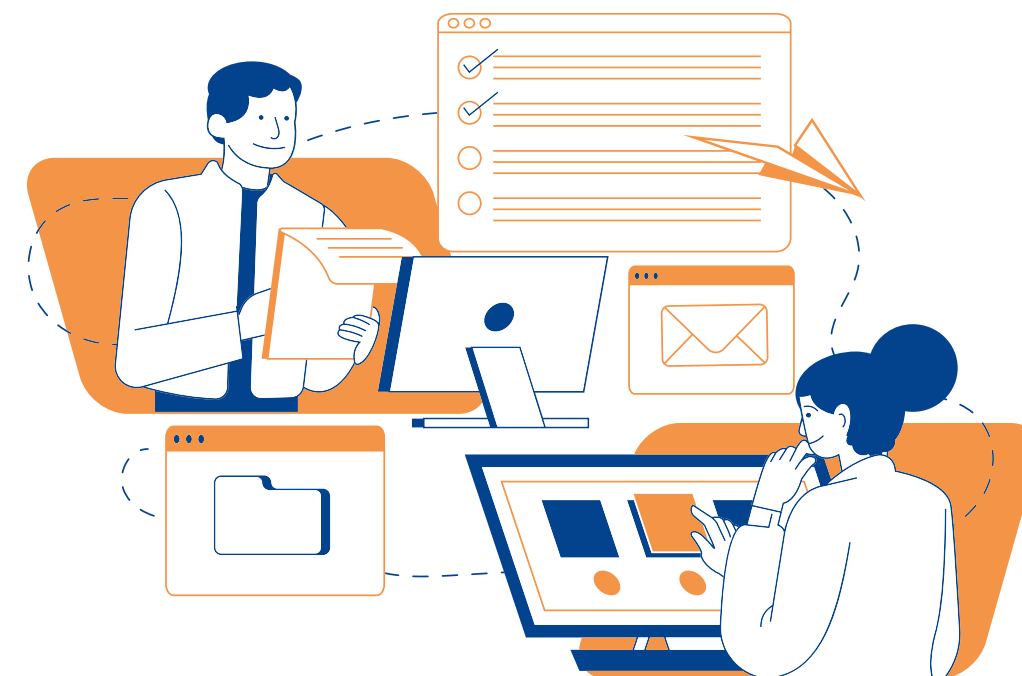


8 | おわりに

Z世代（若手社員）にとって、電話対応は「慣れない・恐怖・不安」という三重のハードル。特に100コールを超えるあたりに現れる“見えない壁”は、育成上の大きな分岐点となります。

しかし、6つのポイントを活用した適切な育成施策によって、この壁を乗り越えることは可能です。その結果、若手社員の自信が高まり、アポイント獲得力が強化。営業や顧客対応の質の向上につながります。

「若手社員の教育に悩みを抱えている」「IT営業ができる人材が不足している」といったお悩みをお持ちの教育・人事のご担当者様は、ぜひ当社へお気軽にお問合せください。



会社概要

商号	B C C株式会社
事業所	東京本社：東京都千代田区外神田 6-15-9 明治安田生命末広町ビル9F 大阪本社：大阪府中央区今橋2-5-8 トレードピア淀屋橋9F
創立	2002年3月
代表取締役社長	伊藤一彦
カンパニー名	IT営業アウトソーシングカンパニー
カンパニー長	松村健太
主要部門	・営業アウトソーシング ・ソリューション
許認可	一般労働者派遣事業（派27-302361） 有料職業紹介事業（27-ユ-302045） プライバシーマーク認定（第10861424(07)号） 電気通信事業（E-28-03972）
主要取引先	株式会社インターネットイニシアティブ(IIJ) 日鉄ソリューションズ株式会社 ダイワボウ情報システム株式会社 日本電気株式会社(NEC) 富士ソフト株式会社

