



Best Customer Support
of The Year 2025

優秀賞

みずほ証券株式会社

『エンゲージメント・デザイン』のススメ ～SV を起点としたコミュニケーション深化

みずほ証券株式会社のリテールビジネスは、コンタクトセンターが高度化し、営業担当の時間を創出することで、お客様満足度を向上しお客さまと会社の Win-Win 実現を目指している。同社のコンタクトセンターは、お客さまを中心に据え、営業店貢献にも注力し、「主役はヒト」を掲げ、組織と個人の成長の再現性・持続可能性を高めたセンター運営の実現を目指している。

コンタクトセンター運営において実現したいことは、「CX(顧客体験)の向上」、「EX(従業員体験)の向上」、「ビジネスへの貢献」であり、実現へのポイントとして結節点である SV の更なる成長とそのサポートが重要であることは認識しているが、SV の「成長実感」、「成果実感」、「貢献実感」を高めるエンゲージメント・デザインが課題であった。

エンゲージメント・デザイン設計において、SV インタビューからコミュニケーションの量と質の改善により、「スキル」と「マインド」、それをエンパワメント(後押し)する「仕組み」が必要であることがわかった。“SV ベスプラ”はヨコのコミュニケーションを深化させ、成功の再現性を高め、新たな試みを後押しすることができた。「スキル」と「マインド」を高め、「SV ベスプラ通信」の作成・言語化で「端的に伝えたいことを纏める力」を醸成することができた。失敗事例の共有は、失敗を恐れず新しいことに挑戦する風土醸成と SV 間の結束力を高める効果を上げた。

また、多くの SV をモニタリング・カリブレーションの改善プロセスに巻き込み、“耳合わせ勉強会”を新設し他拠点との意見交換することでスキル・マインドが向上し、ポジティブフィードバックの手法が確立した。自動化・省力化できる業務をデジタル活用し、SV はオペレーター育成や付加価値業務へ注力できた。研修動画活用や AI ロープレ活用により研修の実効性向上と省力化を両立し、SV とオペレーターとのコミュニケーションを深化できた。

この取り組みの成果として、ES調査では総合満足度、コミュニケーション指標、スキル向上の一次完結率が上昇した。また、同僚の良い点を発見して伝えること、自分の意見や考えを大切にしてもらえるなどウェルビーイング指標が向上した。デジタル活用により営業店への連携事項等の省力化を実現した。

以上の通り、組織の結節点である SV を中心としたタテ・ヨコ・ナナメのコミュニケーションとデジタル活用により、「主役はヒト」のスローガンのもと、組織と個人の成長を実現する『エンゲージメント・デザイン』により「CX 向上」、「EX 向上」、「ビジネス貢献」につながる素晴らしい取り組みであるため優秀賞に相応しいと評価した。