

Customer Support Symposium 2022



開催結果報告書

2022年10月6日

目次

目次	2
I 開催概要.....	3
【1日目】9月15日(木) 10:00 ~ 17:00.....	3
【2日目】9月16日(金) 9:30 ~ 17:00.....	5
【カスタマーソリューションセッション 会場セッション】9月16日(金)9:30 ~ 17:00.....	6
【カスタマーソリューションセッション アーカイブ配信セッション】9月16日(金)~9月30日(金).....	7
II. 2022年度 カスタマーサポートシンポジウム運営委員会 委員.....	9
III. ご協賛企業・団体.....	10
IV. ご後援企業・団体.....	10
V. 開催当日 会場風景.....	11
VI. シンポジウムご講演概要.....	14
基調講演.....	14
受賞記念講演Ⅰ 9月15日(木).....	16
ブリストル・マイヤーズ スクイブ株式会社.....	16
DHL ジャパン株式会社.....	17
明治安田生命保険相互会社.....	18
受賞記念講演Ⅱ 9月16日(金).....	19
株式会社 NTT 東日本サービス.....	19
東日本電信電話株式会社/キューアンドエー株式会社.....	20
クラウドエース株式会社.....	21
株式会社 WOWOW コミュニケーションズ.....	22
株式会社アイティ・コミュニケーションズ.....	23
NTT レゾナント株式会社.....	24
株式会社オウケイウェイヴ.....	25
グッドエンゲージメント.....	26
VII. アンケート集計結果.....	27
VII-1.カスタマーサポートシンポジウム(有料コース)アンケート集計結果.....	27
VII-2. カスタマーソリューションセッション 登録時事前アンケート集計結果.....	32
VII-3. カスタマーソリューションセッション 終了アンケート集計結果.....	33

I 開催概要

名称 :第 25 回 カスタマーサポートシンポジウム
 ～顧客価値創造を実現するカスタマーサポートを目指して～
 会期 :2022 年 9 月 15 日(木)・16 日(金)
 会場 :東京プリンスホテル / オンラインライブ配信 併催
 主催 :公益社団法人企業情報化協会(IT 協会)
 プログラム :

【1 日目】 9 月 15 日(木) 10:00 ～ 17:00

於 東京プリンスホテル 2 階 マグノリアホール
 併催 オンラインライブ配信(Zoom)

オープニングセッション	
10:00 ↓ 10:10	主催者代表挨拶 2022年度 カスタマーサポートシンポジウム運営委員会 委員長 プラス株式会社 代表取締役副社長 浅野 紀美夫
10:10 ↓ 11:00	基調講演 I 株式会社 NTT データ 「顧客価値リ・インベンション戦略による新たな顧客接点の創出と高度化」 代表取締役副社長 山口 重樹氏
11:10 ↓ 12:00	基調講演 II 株式会社丸井グループ 社員のやりたい！を叶えるウェルビーイング経営～丸井グループの取り組み～ 取締役執行役員 CWO(Chief Well-being Officer) 小島 玲子氏
2022 年度 カスタマーサポート表彰制度 受賞記念講演 I	
13:20 ↓ 14:00	最優秀賞 ブリストル・マイヤーズ スクイブ株式会社 顧客の声で磨くバリューチェーン ～カスタムメイドのがん治療「CAR T 細胞療法」 ハマトロジー事業部門 CAR T 統括部 統括部長 前田 敏宏氏
14:10 ↓ 14:50	優秀賞 DHL ジャパン株式会社 従業員エンゲージメント向上が創り出す更なる顧客満足と経営貢献 カスタマーサービス本部 プロジェクトマネージャー 汐待 久寿氏
15:00 ↓ 15:40	優秀賞 明治安田生命保険相互会社 ボトムアップ活動から生まれたアイデアによるコミュニケーションセンター運営の改革 お客さまサービス相談部 インバウンドコール業務グループ 主席スタッフ 小黒 ゆかり氏 お客さまサービス相談部 コール業務開発グループ スタッフ 木村 哲也氏

2022年度 カスタマーサポート表彰制度 表彰式典 (表彰順 敬称略)

16:00 ↓ 16:40	<p>【最優秀賞】 ブリストル・マイヤーズ スクイブ株式会社 代表取締役社長 Jean-Christophe Barland 氏</p> <p>【優秀賞】 DHL ジャパン株式会社 代表取締役社長 トニー カーン氏 明治安田生命保険相互会社 常務執行役員 植田 剛生氏</p> <p>【特別賞】 (デジタル業務改革賞) 株式会社 NTT 東日本サービス 取締役 営業推進部 サービス支援部門 森田 大輔氏 (ICT 活用賞) 東日本電信電話株式会社/キューアンドエー株式会社 東日本電信電話株式会社 ビジネス開発本部 第三部門 部門長 増澤 俊也氏 (リモート人材育成賞) クラウドエース株式会社 代表取締役社長 青木 誠氏 (ES 向上賞): 株式会社 WOWOW コミュニケーションズ 代表取締役 社長執行役員 山崎 一郎氏</p> <p>【奨励賞】 株式会社アイティ・コミュニケーションズ 代表取締役会長 小金澤 健司 氏 NTT レゾナント株式会社 代表取締役社長 楠木 健氏 株式会社オウケイウェイヴ 代表取締役社長杉浦 元氏</p> <p>【審査講評】 カスタマーサポート表彰制度 審査委員長 青山学院大学 経営学部 マーケティング学科 教授 小野 譲司氏</p>
---------------------	---

2022年度カスタマーサポートプロフェッショナル 100人衆 公表・表彰 (表彰順 敬称略)

16:40 ↓ 17:00	<p>DHL ジャパン株式会社 明治安田生命保険相互会社 株式会社 NTT 東日本サービス キューアンドエー株式会社 クラウドエース株式会社 株式会社 WOWOW コミュニケーションズ 株式会社アイティ・コミュニケーションズ NTT レゾナント株式会社 株式会社オウケイウェイヴ</p> <p>汐待 久寿氏 小黒 ゆかり氏 秋村 高志氏 久保田 由美氏 長谷川 真希氏 本間 信朗氏 勝田 大介氏 深澤 澄子氏 小林 義忠氏</p>
17:00	閉会



【2日目】 9月16日(金) 9:30 ~ 17:00

於 東京プリンスホテル11階 未広
併催 オンラインライブ配信(Zoom)

2022年度 カスタマーサポート表彰制度 受賞記念講演Ⅱ

9:30 ↓ 10:10	特別賞(デジタル業務改革賞) 株式会社 NTT 東日本サービス 「DX ツール製作の内製化・コンバージェンス化によるオペレーションの自動化の実現」 営業推進部 サービス支援部門 秋村 高志氏
10:20 ↓ 11:00	特別賞(ICT 活用賞) 東日本電信電話株式会社 / キューアンドエー株式会社 「メタバース環境・フルリモート研修の構築・活用による未来型コンタクトセンタの実現」 キューアンドエー株式会社 オペレーション事業本部 NTT オペレーション事業部 仙台 NTT オペレーション部 第1グループ サブマネージャ 久保田 由美氏
11:10 ↓ 11:50	特別賞(リモート人材育成賞) クラウドエース株式会社 「DX時代のエンジニア数有効活用 2.0 とアウトプット能力向上の取り組み」 取締役 CTO 高野 遼氏
13:10 ↓ 13:50	特別賞(ES 向上賞) 株式会社 WOWOW コミュニケーションズ 「~コンタクトセンターを魅力的な職場へ~ 働きやすい職場環境づくりに向けた全社一丸の PDCA チャレンジ」 CRM 事業企画部 CRM 事業企画課 本間 信朗氏
14:00 ↓ 14:40	奨励賞 株式会社 アイティ・コミュニケーションズ 「資格取得支援制度導入に基づく ES 向上・社員スキル向上・CS 向上」 運営事業本部 部長 南野 朱里氏
14:50 ↓ 15:30	奨励賞 NTT レゾナント株式会社 「デジタルリテラシーに配慮した顧客接点のデジタル改革」 パーソナルサービス事業部 顧客フロントチーム 伊藤 奏氏
15:40 ↓ 16:20	奨励賞 株式会社 オウケイウェイヴ 「ユーザー同士の助け合いのチカラを活用した次世代サポートの成果」 プラットフォーム部 コミュニティグループ マネージャー 小林 義忠氏
16:20 ↓ 17:00	特別講演 グッドエンゲージメント 「カスタマーサポート表彰制度の総括と今後のセンターマネジメント」 代表 田口 浩氏 (カスタマーサポート表彰制度 審査委員会 副委員長)

【カスタマーソリューションセッション| 会場セッション】 9月16日(金)9:30 ~ 17:00

於 東京プリンスホテル11階 高砂

【B1】 9:30 ↓ 10:10	<u>株式会社NTTマーケティングアクトProCX</u> CX(顧客体験価値)を高め収益に繋げる戦術とは ~VOCの本質を理解し、人とデジタルの融合で顧客インサイトに応える~ CXソリューション部 シニアプロデューサー 米林 敏幸氏
【B2】 10:20 ↓ 11:00	<u>株式会社 WOWOW コミュニケーションズ</u> マーケティングを動かすファンの声との向き合い方 ~WOWOWグループが実践するデータマーケティング~ マーケティング部 マーケティング課 チーフコンサルタント 曾根 孝浩氏
【B3】 11:10 ↓ 11:50	<u>株式会社アイティ・コミュニケーションズ</u> 『人 x 技術 でもっと「伝える」もっと「伝わる」コンタクトセンターソリューションデザイン』 取締役本部長 大塚 隆博氏
【B4】 12:00 ↓ 13:00	特別講演 <u>サイボウズ株式会社</u> 「多様な人材を活かす組織風土づくりとチームワーク」 執行役員 カスタマー本部長 関根 紀子氏
【B5】 13:10 ↓ 13:50	<u>トレジャーデータ株式会社</u> 「コンタクトセンター」から「CX マネジメントセンター」へ ~データ活用で実現する顧客接点における中心的役割とは~ Beyond Marketing 部門 セールスディレクター 栢菅 裕介氏
【B6】 14:00 ↓ 14:40	<u>株式会社セールスフォース・ジャパン</u> アフターコロナのその先へ ~変化の時代のコンタクトセンターの次なる一手はオムニチャネル、業務の自動化、そして AI 活用 マーケティング本部 プロダクトマーケティング マネージャー 大竹 絢子氏
【B7】 14:50 ↓ 15:30	<u>ServiceNow Japan 合同会社</u> カスタマージャーニーの最適化による顧客体験の変革 ~顧客接点のデジタル化とシームレスな部門間連携の融合~ ソリューションセールス統括本部 副統括本部長 兼 カスタマーワークフロー事業部 事業部長 李 広泰氏
【B8】 15:40 ↓ 16:20	特別講演 <u>住信 SBI ネット銀行株式会社</u> 顧客価値創造を牽引する DX 推進の要点~徹底したお客さま中心主義の実現~ 企画部 兼 マーケティング部 部長代理 松丸 剛氏
【B9】 16:20 ↓ 17:00	<u>富士通コミュニケーションサービス株式会社</u> ~企業と顧客をつなぎ、そして成功に導く~ サブスクリプション時代の進化型コンタクトセンター 第一 CX ビジネス本部ビジネスプロデューサー統括部ソリューションセールス部 マネージャー 杉田 徹史氏

【カスタマーソリューションセッション| アーカイブ配信セッション】 9月16日(金)~9月30日(金)

■実践事例セッション

CS1	<p><u>フィデリティ証券株式会社</u> 在宅コールセンターの構築、運営とマネジメント ~フィデリティ証券の事例紹介~ 事業開発部 兼 事業管理部 カスタマーリレーションズチーム長 兼 カスタマーサービスチーム長 中村 剛氏</p>
CS2	<p><u>オリンパスマーケティング株式会社</u> 今後も継続します。在宅コールセンター ~私たちの運営ノウハウ教えちゃいます~ 医療カスタマーインフォメーションセンター センター長 小林 憲雄氏</p>
CS3	<p><u>セゾン自動車火災保険株式会社</u> 成長し続ける組織になるための人材育成 ~ツナガルタイムと 2.5 次元研修~ お客さまサービス部 課長 田中 秀和氏 お客さまサービス部 ジュニアチーフ 柳田 由美氏</p>
CS4	<p><u>損害保険ジャパン株式会社</u> 「AI」と「人」が融合したコンタクトセンターの実現に向けた取組 カスタマーコミュニケーション企画部企画グループ 課長代理 福田 晋太郎氏</p>

■ソリューションセッション

SS1	<p><u>株式会社エクレクト</u> TEPCOの事例から学ぶ、CX向上を実現する次世代コンタクトセンター構築 代表取締役 辻本 真大氏</p>
SS2	<p><u>株式会社NTTマーケティングアクトProCX</u> CX(顧客体験価値)を高め収益に繋げる戦術とは ~VOCの本質を理解し、人とデジタルの融合で顧客インサイトに応える~ CXソリューション部 シニアプロデューサー 米林 敏幸氏</p>
SS3	<p><u>ServiceNow Japan 合同会社</u> カスタマージャーニーの最適化による顧客体験の変革 ~顧客接点のデジタル化とシームレスな部門間連携の融合~ ソリューションセールス統括本部 副統括本部長 兼 カスタマーワークフロー事業部 事業部長 李 広泰氏</p>
SS4	<p><u>株式会社 WOWOW コミュニケーションズ</u> マーケティングを動かすファンの声との向き合い方 ~WOWOWグループが実践するデータマーケティング~ マーケティング部 マーケティング課 チーフコンサルタント 曾根 孝浩氏</p>
SS5	<p><u>株式会社アイティ・コミュニケーションズ</u> 『人 x 技術 でもっと「伝える」もっと「伝わる」コンタクトセンターソリューションデザイン』 取締役本部長 大塚 隆博氏</p>
SS6	<p><u>トレジャーデータ株式会社</u> 「コンタクトセンター」から「CX マネジメントセンター」へ ~データ活用で実現する顧客接点における中心的役割とは~ Beyond Marketing 部門 セールスディレクター 栢菅 裕介氏</p>

SS7	<p><u>モビルス株式会社</u> 顧客対応自動化で実現する呼量削減と業務効率化 ～チャットボット・ボイスボット活用の最新事例～</p> <p style="text-align: right;">執行役員 柏原 学氏</p>
SS8	<p><u>株式会社セールスフォース・ジャパン</u> アフターコロナのその先へ ～変化の時代のコンタクトセンターの次なる一手はオムニチャネル、業務の自動化、そして AI 活用 マーケティング本部 プロダクトマーケティング マネージャー 大竹 絢子氏</p>
SS9	<p><u>カラクリ株式会社</u> 攻めのチャットボット活用・CX の先進事例</p> <p style="text-align: right;">株式会社 IIJ エンジニアリング アウトソーシングサービス部 CX デザイングループ 主任 袖山 和穂氏 株式会社インターネットイニシアティブ MVNO 事業部 コンシューマサービス部 カスタマーサービス課 主任 野村 梨絵氏 カラクリ株式会社 Customer Relationship Group Sales Team Account Executive Unit Unit Leader 向川 啓太氏</p>
SS10	<p><u>ジェネシスクラウドサービス株式会社</u> クラウド型コンタクトセンター・サービス「Genesys Cloud CX」最新機能アップデート EaaS 第2営業本部 アカウントエグゼクティブ 軽米 由希英氏</p>
SS11	<p><u>富士通コミュニケーションサービス株式会社</u> ～企業と顧客をつなぎ、そして成功に導く～ サブスクリプション時代の進化型コンタクトセンター 第一 CX ビジネス本部ビジネスプロデュース統括部ソリューションセールス部 マネージャー 杉田 徹史氏</p>
SS12	<p><u>株式会社日本能率協会マネジメントセンター</u> 適性検査「Q-DOG」を用いたストレス耐性の把握とストレスケア ～レジリエンスを高めるために～</p> <p style="text-align: right;">組織・人材開発事業本部 副本部長 青木 千絵氏</p>

■知識習得セッション

KS1	<p><u>松井サービスコンサルティング</u> サービスの本質を科学するサービスサイエンス～日本の優れたサービス事例に学ぶ～</p> <p style="text-align: right;">代表 松井 拓己氏</p>
KS2	<p><u>カスタマーズ・ファースト株式会社</u> コンタクトセンター継続発展のためのカスタマーファーストの3つの考え方</p> <p style="text-align: right;">代表取締役 片桐 あい氏</p>

II. 2022 年度 カスタマーサポートシンポジウム運営委員会 委員

委員長:

浅野 紀美夫 プラス株式会社 代表取締役副社長

副委員長:

田口 英俊 株式会社WOWOWコミュニケーションズ 取締役常務 執行役員

委員:

菅野 真吾 株式会社アイティ・コミュニケーションズ 運営事業本部 副本部長
堀田 英一 アメリカンホーム医療・損害保険株式会社 客さまサービス向上室 室長
中村 岳 イマジネーション株式会社 BPO 事業部 オペレーション部 部長 (兼)経営企画部 担当部長
野澤 直人 AJS株式会社 クラウド基盤サービス事業部 マネージドサービス部 部長
武田 修 SMBC日興証券株式会社 東京コンタクトセンター 部長
松田 哲哉 ESRI ジャパン株式会社 サポート・トレーニング統括 部長
荒井 稔 NECフィールディング株式会社 カスタマーサポート事業部 コンタクトセンター統括部 部長
小境 雅登 NTTコミュニケーションズ株式会社 ビジネスソリューション本部 ソリューションサービス部 担当課長
池田 忠 株式会社NTT東日本サービス 営業推進部 営業企画部門 課長
永井 久盛 株式会社大塚商会 技術本部 たよれーるコンタクトセンター 部長
仁藤 丈久 株式会社オービックビジネスコンサルタント 開発本部 サポートセンター 部長
松本 善行 オカモト株式会社 お客様相談室 室長
久永 則昭 株式会社エビデント セールス&マーケティング/セールス&カスタマーサポート/ナレッジセンター
カスタマーインフォメーションセンター担当
指田 宗昭 株式会社カスタマーエンゲージメント研究所 代表取締役社長
麴池 貴彦 カラクリ株式会社 取締役 VP of Sales
和泉 祐子 カルディアクロス 代表
畠山 貢 キューアンドエー株式会社 オペレーション事業本部 執行役員常務
藤田 朋子 クボタシステムズ株式会社 KS 第三事業部 インフラ技術サービス部 カスタマーサービスグループ
副グループ長
寺下 薫 クリエイトキャリア 代表
関根 紀子 サイボウズ株式会社 執行役員 カスタマー本部 本部長
清水 光久 株式会社シーエーシー デジタルITプロダクト部 セールスディレクター
中尾 知子 株式会社JBMコンサルタント 執行役員 主席講師
斉藤 哲也 ジェネシスクラウドサービス株式会社 マーケティング本部 本部長
宮脇 一 情報工房株式会社 代表取締役社長
松丸 剛 住信 SBI ネット銀行株式会社 企画部 部長代理
森藤 学 セゾン自動車火災保険株式会社 お客様サービス部 お客様サービス企画 課長
吉原 淳 株式会社セゾン情報システムズ 執行役員 カスタマーサクセスセンター センター長
島田 康彦 株式会社セブン銀行 お客様サービス部 部長
川崎 之朗 CENTRIC 株式会社 執行役員 営業本部 本部長
川口 猛士 ソフトバンク株式会社 カスタマーサクセス本部 デジタルワーカー推進部 担当部長
大口 夏子 ダイキン工業株式会社 サービス本部 東日本コンタクトセンター CS担当課長
福田 直広 株式会社中央コンピュータシステム システムサービス部 JA共済サポート 2 グループ 課長
植村 真実子 チューリッヒ保険会社 ダイレクト事業本部カスタマーケアセンター シニアマネージャー

長谷 達郎	DHLジャパン株式会社 カスタマーサービス本部 カスタマーコンタクトセンター センター長
細井 武彦	株式会社テラスカイ 常務執行役員 クラウドインテグレーション営業本部 本部長
澁澤 昌之	東京海上日動火災保険株式会社 CX・プロセスデザイン部 お客様の声室 課長
赤羽 勉	株式会社東京海上日動コミュニケーションズ コンタクトセンター企画ユニット エグゼクティブ・マネージャー
高橋 徳彦	TOTO株式会社 お客様企画部 部長
尾勢 大	日本生命保険相互会社 お客様サービス部 課長補佐
大庭 正裕	日本電気株式会社 デジタルネットワーク事業部門 シニアエキスパート
蛭田 潤	株式会社日本能率協会コンサルティング CX・EX デザインセンター シニア・コンサルタント
奥 智則	日本リミニストリート株式会社 Vice President, Japan Service Delivery
若月 孝志	株式会社野村総合研究所 デジタルワークプレイス事業推進部 グループマネージャー
平林 由義	パーソルワークスデザイン株式会社 代表取締役社長
篠田 諭	東日本電信電話会社 ビジネス開発本部 第三部門 サポートサービス担当 担当課長
重岡 知昭	株式会社日立システムズ デジタイゼーション推進部 部長
坂上 陽子	株式会社ファンケル カスタマーサービス本部 カスタマーサービス部 美容相談グループ 課長
中村 剛	フィデリティ証券株式会社 事業開発部 兼 事業管理部 カスタマーリレーションズチーム長 兼 カスタマーサービスチーム長
飯塚 隆	ユニフォアテクノロジーズジャパン株式会社 営業部 部長
小泉 実成	富士通コミュニケーションサービス株式会社 みらいブランド推進室 室長
関田 邦博	プラス株式会社 ジョイントテックスカンパニー CRM部 副部長
山本 洋	株式会社プロトコーポレーション メディア管理部 課長
山内 信介	明治安田生命保険相互会社 コミュニケーションセンター センター長
石井 智宏	モビルス株式会社 代表取締役社長
吉谷 聡史	ヤフー株式会社 MS 統括本部 第三営業本部 セールスサポート部 部長
桜井 良典	株式会社LIXIL マーケティング部門 商品コンテンツマネジメント統括部 商品情報管理部 部長
山田 修司	株式会社リクルート 旅行ディビジョン CS・ES アドバイザー
貢 裕彦	リコージャパン株式会社 マーケティング本部 CX センター センター戦略室 室長
渡邊 博	株式会社WOWOWコミュニケーションズ マーケティング本部 営業部 部長

2022年6月現在（※順不同・敬称略）

Ⅲ. ご協賛企業・団体

- 株式会社エクレクト
- 株式会社 NTT マーケティングアクト ProCX
- ServiceNow Japan 合同会社
- 株式会社 WOWOW コミュニケーションズ
- 株式会社アイティ・コミュニケーションズ
- トレジャーデータ株式会社
- 株式会社セールスフォース・ジャパン
- モビルス株式会社
- カラクリ株式会社
- ジェネシスクラウドサービス株式会社
- 富士通コミュニケーションサービス株式会社
- 株式会社日本能率協会マネジメントセンター
- 株式会社日本能率協会総合研究所
- 一般社団法人日本能率協会

（※順不同）

Ⅳ. ご後援企業・団体

- 株式会社リックテレコム
- 株式会社 CCM 総合研究所
- 一般社団法人日本コールセンター協会
- 一般社団法人日本コンタクトセンター教育検定協会
- 公益財団法人日本電信電話ユーザ協会

V. 開催当日 会場風景

9月15日(木) オープニングセッション

主催者代表挨拶

2022年度 カスタマーサポートシンポジウム 運営委員長
 プラス株式会社 代表取締役副社長
 浅野 紀美夫氏



基調講演 I

株式会社 NTT データ 代表取締役副社長 山口 重樹氏



基調講演 II

株式会社丸井グループ取締役執行役員 CWO(Chief Well-being Officer) 小島 玲子氏



9月15日(木) 受賞記念講演 I



ブリistol・マイヤーズ スクイブ株式会社 前田氏 DHL ジャパン株式会社 汐待氏

明治安田生命保険相互会社 小黒氏・木村氏

9月15日(木) 2022年度 カスタマーサポート表彰制度 表彰式典

審査講評

カスタマーサポート表彰制度 審査委員長
 青山学院大学
 経営学部 マーケティング学科
 教授 小野 譲司氏



2022年度 カスタマーサポート表彰制度 受賞代表者 記念写真



2022年度 カスタマーサポートプロフェッショナル 100人衆 受賞者



9月16日(金) 受賞記念講演Ⅱ

株式会社 NTT 東日本サービス 秋村氏



クラウドエース株式会社 高野氏



キューアンドエー株式会社 久保田氏

株式会社 WOWOW コミュニケーションズ 本間氏

株式会社 アイティ・コミュニケーションズ 南野氏

NTT レゾナント株式会社 伊藤氏



株式会社 オウケイウェイヴ 小林氏

【特別講演】グッドエンゲージメント 田口氏

VI. シンポジウムご講演概要

基調講演

株式会社 NTT データ

顧客価値リ・インベンション戦略による新たな顧客接点の創出と高度化

代表取締役副社長 山口 重樹氏

ネットにつながるデバイス数はPC・スマホ・IOTにより急拡大し、デジタル技術面では、複数の技術の組み合わせが新たな世界を生み出している。デジタル化には2つのタイプがあり、現状ビジネスの拡大・効率化を行う「足し算のデジタル」と新たなビジネスの創出を行うことのできる「掛け算のデジタル」です。

経営にとって「足し算のデジタル」も必要だが、これから目指すべきは、「掛け算のデジタル」です。「掛け算のデジタル」とは、顧客の真の課題を発見し、提供価値を再定義、新たな顧客価値を創造することである。顧客価値リ・イノベーションとは、「掛け算のデジタル」による顧客価値創造です。

顧客の真の課題を把握するには、顧客のアクティビティを見極め、背景にあるシーンと実現したいジョブの洞察が必要である。既存企業がGAFAにない価値を出すには、既存の強みを活かし、既存の顧客接点を起点に、顧客の真の課題解決するリ・インベンションに向かうべきである。事例としてウォルマートについて説明したい。ウォルマートは、実店舗で最強の小売であるが、ECでもアマゾンに次ぐ第二位の位置を占めています。

お客様が「食材買う」のは何故かと考えると、一つに「自宅で食事を楽しむ」があります。これをジョブと考えると、「食材購入」のシーンの外に「献立を考える」というシーンが浮かび、美味しく食べるためのレシピ提供といったニーズが見えてきます。このようにウォルマートは、「食材の販売」から「個人の好みに合った消費のサポート」という顧客価値の再定義を行い「掛け算のデジタル」で企業変革を実現しました。

コンタクトセンターは、顧客の声を直接受け取る重要なタッチポイントの一つです。多様な顧客接点から情報を収集できる位置にあります。それだけにコンタクトセンターのリーダーには、自部門だけでなく全社の業務、お客様のカスタマージャーニー全体をどうやって改善するか、統合的な視点が求められます。

デジタル変革を成功させるには、事業を成し遂げるリーダーの存在が不可欠です。これまでの成功事例を分析したところ、変革リーダーには、ビジネスとテクノロジーの理解力や顧客課題の解決能力だけでなく、解決を価値に変え、変革を成功させる「人間力」ともいうべき共通的な能力が不可欠であることがわかりました。

これからは、従来のPDCAに替えて、将来からあるべき姿を考え、それを実現していく、仮説検証型のアプローチ、仮説→計画→試行(実験)→見直しの“HYPER”サイクルの実践が必要です。



株式会社丸井グループ

社員のやりたい！を叶えるウェルビーイング経営～丸井グループの取り組み～

取締役執行役員 CWO(Chief Well-being Officer) 小島 玲子氏

産業医を20年続ける中で、社内外の企業で見聞きしたのは、健康のアドバイスをしたところで、社員の方々は「自分ごととして聞かない」でした。病気の恐ろしさで脅したりしただけでは、行動変容には繋がらないのです。従来型の健康推進に違和感があり、ウェルビーイングに着目するようになりました。

丸井グループに産業医として関わり、私が主張していることと会社の目指す方向とが同じだということで、ウェルビーイング担当を引き受けました。ウェルビーイングは新しい言葉のように思われますが、健康の定義は「(病気等で)弱っていない」ことではなく「肉体的にも精神的にも全てが満たされた状態(Well-being)」であり、実は Well-being の状態が本来の健康です。「健康」=「しあわせ」です。

丸井グループ経営の目標は、全ステークホルダー「社員」、「お客さま」、「お取引さま」、「将来世代」、「地域・社会」、「株主・投資家」の「しあわせの拡大」です。ウェルビーイングの具体活動を2つご紹介します。

一つ目は、「手挙げ」によるウェルビーイングです。健康経営推進の全社横断のプロジェクトで、「やらされ」から「やりたい」への転換を図りました。1期1年、毎年1テーマを設定し、「手挙げ」で50名のメンバーを募集します。応募方法は、参加理由 800 字の作文です。初回から定員枠を大幅に超える応募があり、中には「入社理由が丸井のウェルビーイング」という社員もいました。

活動は勤務時間内でメンバー自身が「丸井グループが目指す健康とは？」というテーマでビジョンを作成し、これを自分の職場に戻り、展開するという取り組みです。これまで「仕事の意味感向上」、「他社との共創」、コロナ流行の2020年には「コロナと社会」のテーマで活動、「本業を通じた社会課題の解決」のテーマでは「働く女性の健康を切り口に世の中をウェルビーイングに」の活動をしてきました。

二つ目の活動は、「リーダ層・トップ層の巻き込み」です。なぜなら、勤務時間に活動を行う社員メンバーに、その社員の上司が「そんなことより目の前の仕事をしたら」と言ったら終わりだからです。2016年以降部長職以上を対象に1期1年で「レジリエンスプログラム」を実施しています。1年に渡り「人と組織の活力を高める」をテーマに活動して自分・家族・職場からの360度評価を行っていただいています。

ある本部長クラスの人から、娘さんから「仕事ばかりだった父親が行きたいところに一緒に連れて行ってもらった」等の素晴らしいフィードバックがありました。

このレジリエンスプログラムは、他社(パナソニック、ソニー、IHI等)にも展開し好評をいただいております。



受賞記念講演 I 9月15日(木)

カスタマーサポート表彰制度 最優秀賞

ブリストル・マイヤーズ スクイブ株式会社

顧客の声で磨くバリューチェーン

～カスタムメイドのがん治療「CAR T 細胞療法」

ヘマトロジー事業部門 CAR T 統括部 統括部長 前田 敏宏氏

CAR T 療法とは再生医療の1つの治療法で、生きた細胞を加工して細胞を作成し、臓器や組織を再生させる医療です。従来型の再生医療と異なるのは、患者自身の細胞を使って細胞を作るカスタムメイドの治療であることで、平均余命 6 か月の末期がん患者さんの約 4 割に 2 年の生存をもたらす画期的な治療法です。

ただし、治療が行えるのは、認証医療機関に限られ、治療のプロセスは、大変複雑であります。まずは、治療の説明に始まり、患者個々の白血球採取、海外の施設での細胞の遺伝子加工・培養、国内への低温輸送、再び国内病院での準備、投与・経過観察と国内と海外をまたがるプロセスで、最短40日程度を要するものになっています。そこで、プロセスの最適化に向けた体制構築が必要でした。

まず、患者ジャーニー を作成しました。ここでは患者さんは、従来の「顧客」ではなく、患者さんによりよい治療を提供する「協力者(Partner)」と再定義し、患者視点でステークホルダー(約 20 チーム)を踏まえ、イレギュラー事象にも対応できるよう治療プロセスを整理しました。さらに、関係者間での情報共有とリアルタイムで調整を行えるデジタル・プラットフォームを実現いたしました。

全プロセスで実際のシステム・手順・資材等を用いて検証し、顧客体験の継続的な向上を目的としたタスクフォースにより、顧客(医療従事者)および社内関係者にインタビューを行い、約 50 件の課題を抽出、課題に対するアクションを検討、約 1 か月で 62%の課題を解決いたしました。

成果として、発売後 1 か月で最初の患者さんの細胞採取ができ、昨年 12 月時点で 10 施設を超える認証医療機関を確立することができ、また、互いに顔が見えないコロナ禍の中でも、同プラットフォーム上でのデータ共有とオンライン調整により、社内外・国内外約20のステークホルダーが One team で顧客をサポートすることが出来ました。

その結果、ミスなくタイムリーに市販後 1 年以内に二桁以上の製品投与をすることが出来、さらに、例外的な遅延以外、約 40 日以下の日数での製品提供ができております。

細胞治療法は全世界で急成長している最先端分野ですが、複雑なサプライチェーンの構築が不可欠であり、日本は世界をリードできる立ち位置にあります。リーダの地位を固めるべく、今後も国内の優れた製造・物流パートナーとともに、CAR T 細胞療法を日本の新たな技術・産業を一緒に育てていきたいと考えております。



DHL ジャパン株式会社

従業員エンゲージメント向上が創り出す更なる顧客満足と経営貢献

カスタマーサービス本部 プロジェクトマネージャー 汐待 久寿氏

カスタマーサービス本部に所属するカスタマーコンタクトセンタ(フロントライン)部門での活動について、お話いたします。当社は、毎年、従業員エンゲージメントレベルの改善を重ねていますが、2020年末の時点でコンタクトセンタの従業員エンゲージメントレベルが、他部署や会社全体と比べて低いという課題があり、今回、従業員エンゲージメントレベルの向上をテーマといたしました。

DHL では、従業員エンゲージメントレベルの高みを目指し続けることで、対応品質が向上し、顧客満足度が向上、経営貢献に繋がり、職場環境・認知が向上し、更なる従業員エンゲージメント向上に繋がるという好循環のサイクルが円滑に回り、更なる顧客満足と経営貢献につなげることが出来ると考えています。

取組みにあたり、まずは、マネジメントチームが結果を受止め理解し、その結果を全員で共有、全従業員とのインタビューからカギを特定、深堀により、次のようにフォーカスポイントを絞り込みました。

1. 電話対応に追われ、改善活動やイベント運営、組織創り等の組織運営への参画機会が少ない。
2. 実際には貢献があるに関わらず認知度が低く、自分たちの貢献がよく見えないと感じている。
3. コロナの感染不安や在宅勤務でのコミュニケーション機会の減少により、先行きに不安がある。

具体的には、ボランティアメンバーでアクションチームを立ち上げ、「現場の巻き込み」「コミュニケーション」「ボトムアップ」をキーワードに次のようなアクションプランを策定・実行いたしました。

- ・ ボランティアメンバーにより CS WEEK の企画立案から実行と運営
- ・ 感染対策では、実施対策をイントラに掲示し見える化や安全・安心なオフィス環境整備
- ・ 対応品質コンテストを実施、チームで「最高に輝いた人」と、その中から「今年最高に輝いた人」を選出
- ・ 貢献の見える化では、「最も数多く新規顧客獲得に結び付く情報を提供した人」への社長賞授与

成果として、

- ① 従業員エンゲージメントレベルについて、会社全体との差を埋めることはできなかったものの、2021年に過去最高の85を達成
- ② NPSスコア:2021年はコロナ渦が継続する中、調査開始後の最高58.0を達成
- ③ 経営貢献:新規顧客になりうるお客様情報の品質向上 65.1%(過去最高)
付加価値サービスの販促率 :17.0%(過去最高)

今回の取組みを、毎年、繰り返すことで、従業員エンゲージメントレベルの更なる向上、顧客満足向上と経営貢献の好循環サイクルを回していく事が出来ると思っております。



明治安田生命保険相互会社

ボトムアップ活動から生まれたアイデアによるコミュニケーションセンター運営の改革

お客さまサービス相談部 インバウンドコール業務グループ 主席スタッフ 小黑 ゆかり氏
 お客さまサービス相談部 コール業務開発グループ スタッフ 木村 哲也氏

当センターでは「確かな安心を、いつまでも」という経営理念のもと、ご利用いただくお客さまへ「安心感」をお届けすることを前提に、「満足・特別感」、「簡単・利便性」を追求しています。

コロナ禍の影響を受け 2020 年 4 月の応答率は 54.1%まで落ち込み、応答率低下に伴う「繋がらない苦情」が大幅に増加、早急に応答率を回復させる必要がありました。

CC 運営体制の強化と高度化に向け、若手職員を中心に、次にご説明する 3 つの PT を組成。各 PT での意見をもとに、当社の企業風土・ブランド創造運動も絡め、ボトムアップで対策を立案・実行いたしました。

「安定・安心感 PT」では、AI 活用・音声連動によるマニュアル表示等の CM 対応支援を導入、ICT(ノート PC・CTI・ナレッジ参照用モニター・Teams) を利用したリモート SV サポート環境を構築し、自宅でもセンター内と同水準の効率化を実現しました。その結果、コロナ禍や災害時にも、場所にとらわれずに安定した受電サービスが可能なりリモートワーク環境を整備することができました。

「満足・特別感 PT」では、新たに SMS アンケートを展開。CM の対応品質をお客さまから直接評価いただく仕組みを導入、音声認識システムによる CM 評価を実施し、お客さま対応の高度化と CM の納得感の向上を実現しました。

「簡単・利便性 PT」では、テキストマイニングを活用し会話中のキーワードを定量的にカウントし、お客様の疑問を把握し、追加の余地のある FAQ を準備することにより FAQ を強化いたしました。また有人チャットの要件拡大やチャットボット、お手続きフォームの新設等、自己解決手段を充実いたしました。

- 「安定・安心感 PT」の成果
- ・2021 年度 98.9%高い応答率の確保
 - ・「繋がらない苦情」が減少、2020 年度 258 件から 2021 年度 20 件に
 - ・AI による対応支援により、対応品質向上と約 11%の対応時間短縮を実現
- 「満足・特別感 PT」の成果
- ・2021 年度 SMS アンケート CM 総合満足度は高水準、上昇傾向で推移
 - ・第 1 四半期:81.2%、第 2 四半期:81.7%、第 3 四半期:83.5%
- 「簡単・利便性 PT」の成果
- ・デジタル利用件数が増加 2020 年度から 2.8 倍 に増加し入電減少に寄与

今後、3 つの PT で実現した運営を「ボトムアップ運営」と「お客さまの声」分析でさらに高度化し、企業ビジョンである「信頼を得て選ばれ続ける、人に一番やさしい生命保険会社」を目指したいと考えています。



受賞記念講演Ⅱ 9月16日(金)

カスタマーサポート表彰制度 特別賞(デジタル業務改革賞)

株式会社 NTT 東日本サービス

「DX ツール製作の内製化・コンバージェンス化によるオペレーションの自動化の実現」

営業推進部 サービス支援部門 秋村 高志氏

NTT 東日本サービスは、東日本電信電話株式会社の100%出資会社で、同社からコールセンター業務受託し、39のコールセンターや事務処理センターで、サービスの運営をしています。

NTT 東日本の方針に「自らの既存業務のDX化効率化・DX人材の育成・創出」が掲げられていること、販売ターゲットがビジネス市場にシフトしていること、扱い商材が増え多種多様となってきたこと等の背景を踏まえ、今回、代理店販売業務と郵送申込業務の2つの業務で生じている問題解決に取り組みました。

代理店販売業務は、代理店様からの取次を受けて、お客様情報や申込情報を基幹システムに投入する業務ですが、取扱い商材を増やすために、既存システムを更改するには、莫大な費用と時間がかかるという問題がありました。そのため、新商材については、Excelをメールでやりとりしていたので、入力誤りや漏れが発生するという問題がありました。そこで、解決策として、kintoneを活用して代理店様からの取次システムを内製化、Excelをメールでやり取りする方法からクラウド上で情報をやりとりする方法に変更しました。

郵送申込業務は主に電話契約の名義変更を受付する業務ですが、次のような問題がありました。

- ・ 郵便の開封、名義書類の確認、変更内容のシステム投入等、かなり作業ボリュームがあること
- ・ 紙の申込を確認しながら人手でデータ投入するため、ヒューマンエラーの発生が避けられないこと
- ・ 入力やチェック作業、ファイリング業務等に稼働が発生すること

解決に向け、タブレット端末で郵送された申込みを撮影し、OCR技術によりデジタル化したデータをRPAにより基幹システムに自動入力する仕組みを構築しました。さらにBPMSを活用し、複数のRPAシステムの完全無人オペレーションを実現、複数システムからのDLデータや書類をクラウドに集約し、BIツールでクラウド上のデータを自動集計することで、業務量や実績の把握スピードをUPし、改善に活かせるようにしました。

結果として下記の成果が得られております。

1. 自動化による稼働人員の削減:担当者40名が丸々別の業務にシフト(労務費 約2億円分)
2. 制作費用ゼロ。kintone アプリ製作とRPAのシナリオ作成等はすべて内製化
3. RPA導入によりヒューマンエラーによる住所入力誤りや誤郵送のリスクを軽減
「メールのやりとり」を「クラウド上でのやりとり」にしたことで情報漏洩リスクを低減
4. DX人材の育成:内製化によりkintoneやRPAのスキルを社内に展開
社外研修により社内kintoneアプリ作成スキル保有者は100名超に、作成アプリは900超
5. 代理店企業様の取次稼働削減(アプリ利用企業数120)



東日本電信電話株式会社/キューアンドエー株式会社

「メタバース環境・フルリモート研修の構築・活用による未来型コンタクトセンタの実現」

キューアンドエー株式会社 オペレーション事業本部 NTT オペレーション事業部
 仙台 NTT オペレーション部 第1グループ サブマネージャ 久保田 由美氏

NTT グループでは、「だれもが、いつでも、あらゆる場所をワークプレイスに、地域に密着し、ICT を活用した循環型未来」を目指している。そこで、今回、未来型コンタクトセンターの実現を目指して、仙台市のメイン拠点、2つのサテライト(南三陸町と東京新宿)、在宅(仙台圏と首都圏)の全体をバーチャルセンタとして、相互コミュニケーションが可能なりモート研修の仕組みを構築するための取り組みを行いました。

① 臨場感あふれる研修のフルリモート化

配信専用スタジオを構築、対面の研修以上のレベルでのリモート研修ができるようリモートの講師スキルに磨きをかけ、講師の手元カメラを用いて実機に触れずとも学べるように工夫、大モニターで受講生の表情を常時チェック、理解度や集中の持続状況を把握できるようにしました。

② 離れた場所でも1センターと感ぜられるメタバースの活用

バーチャルオフィスサービスを導入し、メタバースでバーチャル1センターとしての一体感を醸成、離れた場所のスタッフ同士を「つなげる」、会議室で複数名の同時通話をする、休憩室で談笑しているようなリアルな会話をする等、あたかも同じフロアにいるかのように感ぜられる環境を構築しました。

③ マイクロラーニングを活用した復習用動画コンテンツの活用

配信した研修映像を編集し、1回あたり5分程度の動画に凝縮、マイクロラーニング用コンテンツとして公開、離れた拠点のスタッフがいつでも閲覧可能とした。マイクロラーニング用コンテンツを利用すれば、体調不良で欠勤しても、すぐに補講を受けられ、隙間時間でもセンター外から復習ができるようにしました。

配信した研修映像は、遠隔地のスタッフだけでなくメイン拠点での従来の初期研修にも活用することで、講師稼働を約50%削減することができ、さらに下記の成果を得ることができました。

- ① 研修満足度アンケート:目標 90%に対して、実績 100%
- ② 孤独感の解消:導入前の定着率 72.5%に対して、導入後の実績 75.5%
- ③ マイクロラーニングの活用:研修理解度テスト 目標 85 点に対して、実績 88 点

今後も地域に密着して様々な地域の方に活躍いただけるフィールドを提供し、お客様の様々なご要望に柔軟に対応できる未来型コンタクトセンターを実現していきたい。



クラウドエース株式会社

「DX時代のエンジニア工数有効活用 2.0 とアウトプット能力向上の取り組み」

取締役 CTO 高野 遼氏

クラウドエースは、Google Cloud のインフラストラクチャの SIer であり、同時に Google Cloud のテクニカルサポートを提供している。問合せの8割は Google の公式ドキュメントでは、解決できないものとなっており、SI の現場・第一線で活躍するエンジニアが直接で回答することが、当サポートの特徴になっています。

今回、事業成長(毎年 170%以上)に伴い、サポートメンバー数が増加、生じた2つの問題に取り組みました。

問題1. 管理オーバーヘッド増大

サポートエンジニアの工数管理がエンジニア管理部門とサポート主管部門による二重管理になっているため、スポットでエンジニアに空きが生じても、有効活用がしづらい状況が発生していました。

→メンバー管理とサポートツールのライセンス運用をエンジニア管理部署に権限移譲、負担軽減のために定型処理を自動化、メンバー工数管理を社内システムに一元化し、二重管理を根本的に解消することができました。

問題2. エンジニアのアウトプット能力向上

メンバー増加に伴い、エンジニアから顧客への回答文章の質にバラツキが生じ、回答文のレビューで同じ指摘を繰り返し受けたりすることで、レビューを受ける側もレビューを行う側も満足度が低下、レビュー時間が長くなることで顧客満足度も低下するという状況が生じていました。

→技術よりも文書によるテクニカルコミュニケーション能力に問題があるという仮説のもと、推敲/校閲ツールや社外講師によるオンライン研修、検定試験の利用検討を実施しました。

成果

- ・ 二重管理の解消により、主管部署だけで 6 時間/月程度の工数削減に成功しました
- ・ サポートツールのライセンス効率が向上、エンジニア空き工数の有効活用が可能になりました。
- ・ サポート業務体制のスケールアウトが可能であることが確認できた。
- ・ アウトプット能力向上施策のうち、社外講師によるオンライン研修、検定試験の効果を検証しところ、(ただし、推敲/校閲ツールの導入は一旦見送った)
結果として、Rookie なエンジニアの 1 チケットあたりの工数が、8.5h から 6.0h となり、効率が 30%向上、月あたり 100h 以上の工数が削減できました。

今後の課題として、お客様の期待に応えるため、生産性向上とあわせて「エンジニアが自ら成長できる環境をどのように提供していくか」に取り組んでいきたい。



株式会社 WOWOW コミュニケーションズ

「～コンタクトセンターを魅力的な職場へ～
働きやすい職場環境づくりに向けた全社一丸の PDCA チャレンジ」

CRM 事業企画部 CRM 事業企画課 本間 信朗氏

株式会社 WOWOW コミュニケーションズは課題である離職率の高さへの改善を進めてきたが、各チームによる局所的・散発的な試みに留まって成果に結びつかない状態が続いていました。それを打開するため、「働きやすい職場環境づくり」を目指してチーム状況を把握し、現場課題に沿った施策を検討して PDCA を回していく方法に変更しました。

具体的には、OKAN 社のツール「ハタラクカルテ」を用いた年 2 回(7 月・2 月)のアンケート調査から定型フォームを活用した分析と評価を行い、各チームによるアクションプラン作成と実施を進めました。当施策ではチーム単位の満足度を図る事ができたのと、従業員が重要視する項目を確認でき、アクションプランを立てやすくなったことが特徴でした。

当施策に参加したチームは 28 で計 39 のアクションプランを実施したが、半数を超える施策について満足度が向上した結果となり、満足度が低下した施策が無かったことは成果であると考えています。

この取り組みによって運用全体の退職率が 4.9 ポイント減少し、入社 1 年未満の新人退職率が 15.9 ポイントと大幅に改善しており、当施策が課題解決に貢献している事がわかる。その要因として、特にコミュニケーターを対象とした改善アクションが多かったことが挙げられます。

今後は当施策を活用した「従業員による働きやすい職場環境づくり」を継続していくことで職場環境の一層の改善を進め、従業員満足度の向上、採用面へのポジティブな波及効果、引いてはお客様へのサービス品質向上につながるよう、取り組みを続けていきたいと考えています。



株式会社アイティ・コミュニケーションズ

「資格取得支援制度導入に基づく ES 向上・社員スキル向上・CS 向上」

運営事業本部 部長 南野 朱里氏

株式会社アイティ・コミュニケーションズでは創業時より「深い専門性とマルチスキル」の習得を前提とした社員教育を実施しているが、今回目指すべき社員教育を更に進化させる取り組みとして、資格取得支援制度を活用した人財育成を開始しました。

その取り組み概要は以下のとおりで、「合格までのサポート」にこだわっているところが特徴です。

- ・ 導入時期は 2021 年 10 月で支援対象は 38 資格
- ・ 資格取得申請から合格までの期間は研修手当を毎月最長 1 年間支給
- ・ 初回受験費用も可否に関わらず全て会社負担
- ・ 取得後の資格手当では、職位毎に定めた資格に対して給与に加算
- ・ 狙いは複数の資格取得におけるスキル向上と給与アップに向けてのモチベーション向上
- ・ 人財育成部門で資格取得に向けての合格促進を支援

当施策を導入してから 2022 年 8 月までに 728 名が申請し、240 名が合格できた。また 239 名が 2 回目及び 3 回目の研修申請を実施し、会社主導の階層別研修から自ら学びたい社員の発掘に繋がったのは大きな成果です。

また一人一人のスキルが向上して、それが給与へ反映されていることで従業員満足度が向上しており、その結果資格支援制度を始める前後でお客様満足度が向上しているのは二つ目の成果です。

今後は社内でのフォローを強化するため、社員の学び舎としての位置づけである Com-College を設立し、全社員の資格取得フォローだけではなく人事評価への紐づけや社内独自資格の考案を進めていく予定です。IT 人財不足が予測され中で IT のみの人財育成ではなく、IT と人財醸成の育成コラボレーションを実現したいと考えています。



NTT レゾナント株式会社

「デジタルリテラシーに配慮した顧客接点のデジタル改革」

パーソナルサービス事業部 顧客フロントチーム 伊藤 奏氏

個人向け ISP 事業(OCN)を支える NTT レゾナント株式会社のコンタクトセンターは、「総合受付センター」と「テクニカルサポート」という 2 つの機能で運営されている。当センターはデジタルと人が共存共栄する AI コンタクトセンターで、単純な用件はデジタルで解決し、複雑(寄り添いが必要)な用件は人で解決することを目指しています。

ただ実際の運用ではデジタル受付の割合が増えず、人による受付が大半であるのが課題となっていた。その要因としてチャネルの振分けに着目した結果、2 つの指標「SMS 送信率」と「自動受付利用率」が低いことがわかり、それを改善するため下記 2 つの取組みを実施しました。

① シニア層に配慮した音声 IVR・web の再設計

お客さまの年齢層を調査した結果、65 歳以上のシニア層が約 40%を占めることがわかり、このシニア層に配慮したサービスの構築を実施。具体的にはお客さま目線で音声ガイダンスを再設計し、お客さまが入力する情報は必要最低限の情報に絞り、ログインの難易度を下げる改善に取り組みました。

② 電話という UI を活かした 訪問受付の自動化

web の自動受付を実装したが利用率はわずか 10%というのが調査結果でわかり、使い慣れた電話での自動受付ならシニアの方々にも使ってもらえることから電話受付の改善を実施。具体的にはプッシュボタン受付の実装、音声認識受付の実装を行い、電話での訪問受付を全自動化することに成功しました。

これらの取組みによってお客さまのセルフ解決を促進させることができ、2 つの指標「SMS 送信率」と「自動受付利用率」が両方とも大幅に向上し、AI コンタクトセンターとしてのデジタル受付の割合が 5%アップしたことは成果である。今後は電話だけでなく、チャットボットや AI・音声認識などのチャネルを徹底的にお客さまに寄り添ったものに育てていけるよう、挑戦を続けていくつもりです。



株式会社オウケイウェイヴ

「ユーザー同士の助け合いのチカラを活用した次世代サポートの成果」

プラットフォーム部 コミュニティグループ マネージャー 小林 義忠氏

「互い助け合いの場の創造を通して、物心両面の幸福を実現し、世界の発展に寄与すること」をミッションとして掲げる株式会社オウケイウェイヴは、ユーザーと企業、ユーザー同士によるコミュニティによる解決を目的とした法人向けのコミュニティサービス「OKWAVE Plus」を提供しています。

この「OKWAVE Plus」には、最初からコンテンツと回答力がある状態ですぐに活用できること、運用はOKWAVE が責任をもって実施するため管理・運営コストがゼロ、運用結果のレポート提供によって「解決価値」がわかること、以上3つの特徴を持っています。

その「解決価値」には「質問の解決価値」と「閲覧の解決価値」があり、それぞれコスト削減の効果を測る KPI として定義されている。それぞれの定義は以下のとおりです。

「質問の解決価値」= 質問数 × 質問の解決率 (69.05%) × 1 解決の価値 (900 円)

「閲覧の解決価値」= UU 数 × 閲覧の解決率 (26.46%) × 1 解決の価値 (900 円)

導入各社の「OKWAVE Plus」で生み出された解決価値の試算をしてみると、PC 周辺機器メーカ 2700 万円/月、パソコンメーカ 1800 万円/月等、大きな成果が出ているのがわかります。

またお客様を「質問者」「回答者」「閲覧者」に分類し、それぞれの UX 最適化を行う取り組みを行いました。その結果活性化事例各指標において 20 倍近い解決力の強化を実現したことも「OKWAVE Plus」の導入効果に繋がっていると考えています。

これからも互い助け合いをベースとしたサポート領域における総合ベンダーとして、ビジネス貢献と社会課題の解決に寄与していくつもりです。



特別講演

グッドエンゲージメント

「カスタマーサポート表彰制度の総括と今後のセンターマネジメント」

代表 田口 浩氏
(カスタマーサポート表彰制度 審査委員会 副委員長)

カスタマーサポート表彰制度の目的は、

- ① カスタマーサポートを実施している部門が審査対象
 - ② 国内におけるベストプラクティスを発見と公表
 - ③ カスタマーサポートの推進・発展に寄与
- の3点で、カスタマーサポート領域の一層の強化・充実をサポートしている。

過去5年間の応募テーマについて振り返ると、コンタクトセンター業界は毎年トレンドがあり、応募テーマもトレンドを反映した内容が多いことがわかりました。具体的には2018年～2021年まではAIシステムに関するテーマが目立ったが、2022年度(今年度)は「人材」に関するテーマが多かった。これは、コロナウイルス感染症の影響で在宅勤務が増え、従業員のケアが最近のトレンドになっていることがわかります。

そこでカスタマーサポート表彰制度を今後も実施する企業や部門のために、以下6つの項目について評価ポイントを説明します。

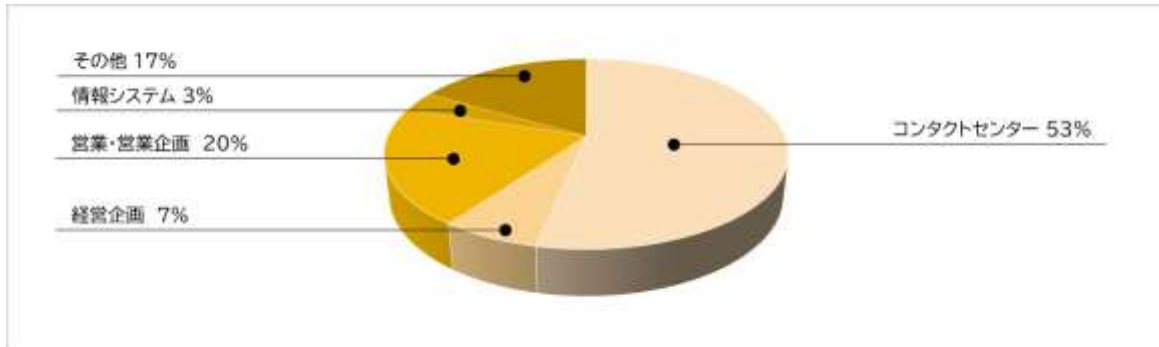
- ① 改善活動を実施するためには、明確な目的・目標は何かを定義する
改善活動の「ゴール」はどこなのか、ゴールしたと判断する評価は何かを定義しておく(KGI)。また定量的に評価できる項目を設定すること、達成状況は適切に評価すること。
- ② 対象者を明確にする
「定義した顧客」から定量的な指標で成果が評価できるようにすることがポイントです。
- ③ 活動の成果を評価する
「どのような取り組み」で「何が改善されたか」を明確にすること、定量評価で改善状況を分析・評価すること。
- ④ 取り組みの成果を評価する
定義したGOALに対する結果を定量データで評価すること、顧客に関する調査と分析(NPS、CES、CSAT)を実施することがポイント。
- ⑤ その他のポイント
用語を正しく理解すること、システムの導入は成果ではないこと。システム導入は「経営貢献」として報告されることが多いが、重要なのはカスタマーにどのような影響・メリットがあったのかを評価すること。
- ⑥ カスタマーサポート表彰制度を活用する
最後に審査員からのアドバイスにより改善活動を推進すること、表彰制度を社員のモチベーション向上に活用することも大きなポイントです。

VII. アンケート集計結果

VII-1. カスタマーサポートシンポジウム(有料コース)アンケート集計結果

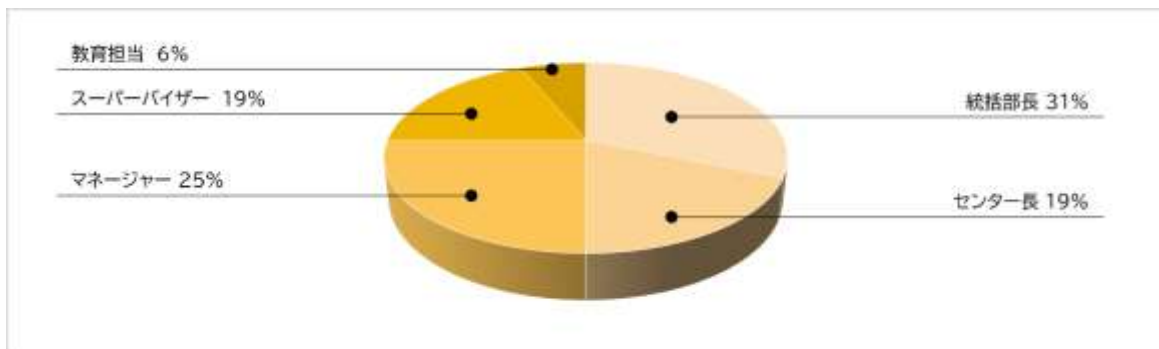
1. ご参加者様の属性について

1-1. ご所属について

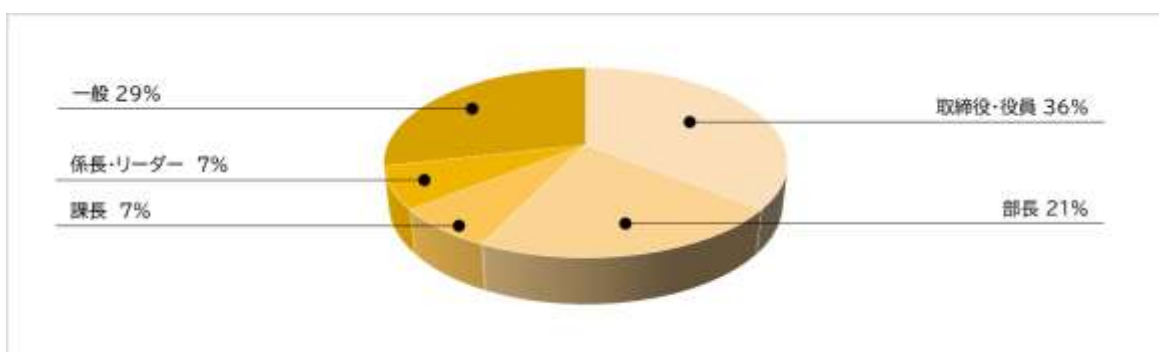


1-2. お役職について

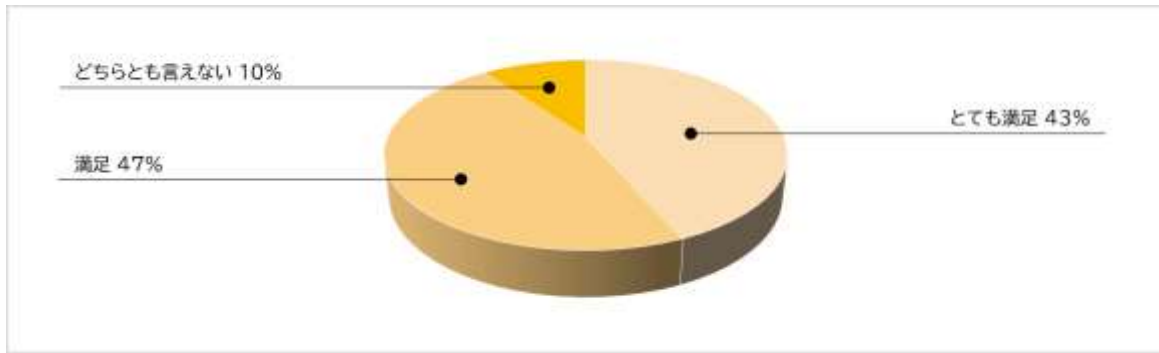
(コンタクトセンター部門にご所属の方)



(コンタクトセンター以外にご所属の方)



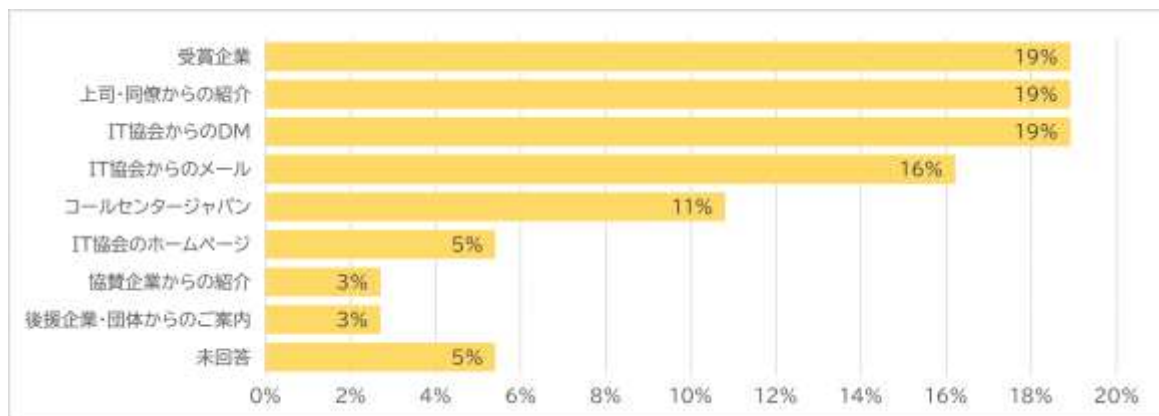
2、本シンポジウムの総合的なご評価について



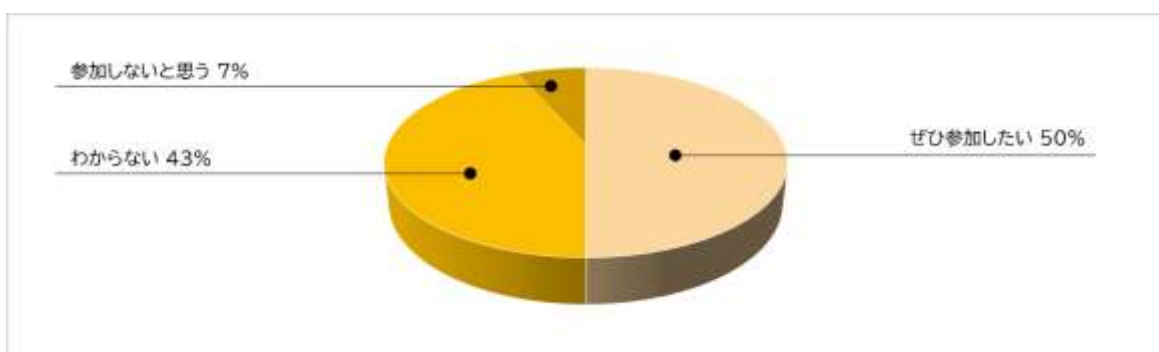
【ご意見・ご感想】

- ・ やや駆け足な発表もあったので、持ち時間がもう少し長くてもよいと思いました。（それぞれ、あと 10 分づつくらい長くてもいいと感じた）
- ・ 業務改善の取り組みが聞けて自社での参考になる。
- ・ 3 年ぶりに対面で参加させていただきました。ハイブリッドでの開催、運営ありがとうございます。この度はありがとうございました。今後ともよろしくお願いいたします。
- ・ 総合評価: オンライン併催で参加しやすい
- ・ 表彰の機会、取り組みの共有などとても価値のあるシンポジウムだと思います。
- ・ 会場スペースが広く、発表を拝聴することに集中できたため。
- ・ 久々に懇談会があり、参加して大変良かったです。
- ・ 基調講演が、デジタル・ピープルをテーマにされていた点が非常によい。

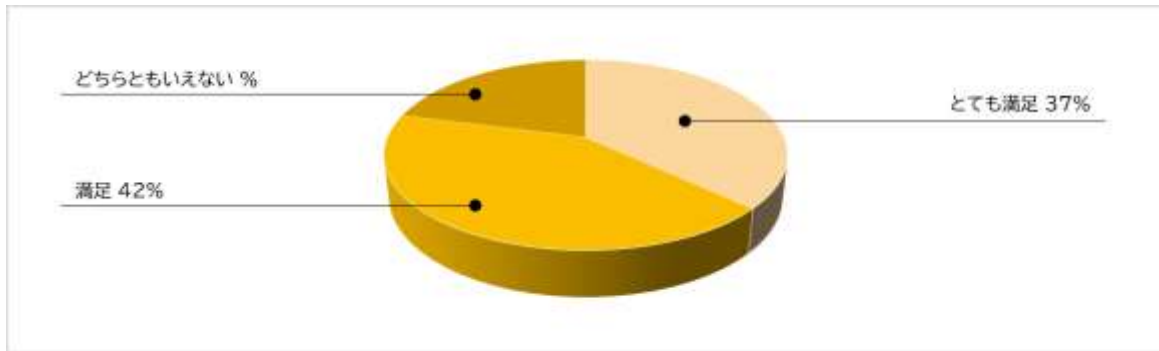
3、本シンポジウムご参加のきっかけについて



4、今後のシンポジウムへのご参加について



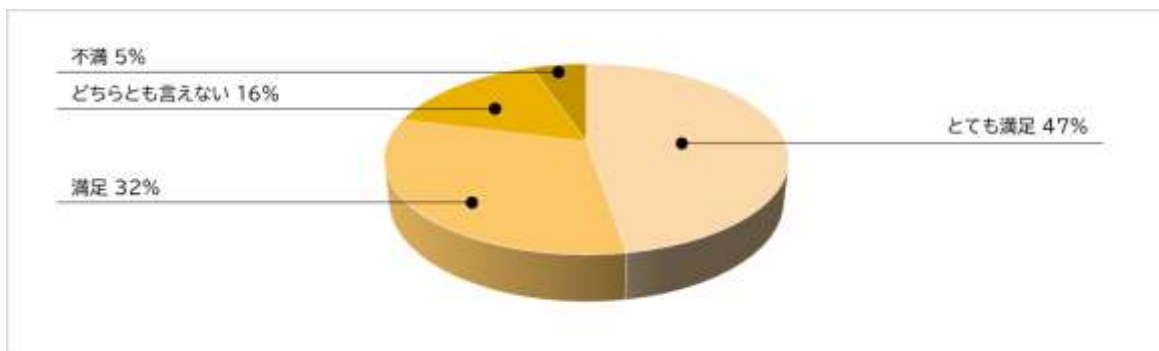
5、資料の配布方法について



【ご意見・ご感想】

- ・ 資料事前にダウンロードできて助かります。
- ・ 全ての講演を聞けるわけではないので、ダウンロードできるのは助かります。
- ・ 資料 DL ありがとうございます。DHL 様の資料で共有いただけるものがありましたら大変ありがたいと思います。
- ・ 後で資料を見て振り返りができるのでありがたい。
- ・ メモが追いつかないので、資料を提供していただけて理解が進みました。

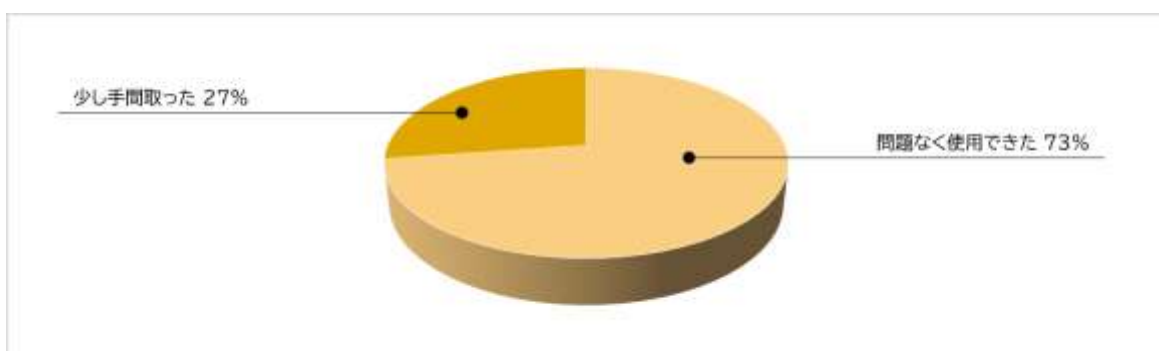
6、会場のご感想はいかがでしたか(会場参加者のみ)



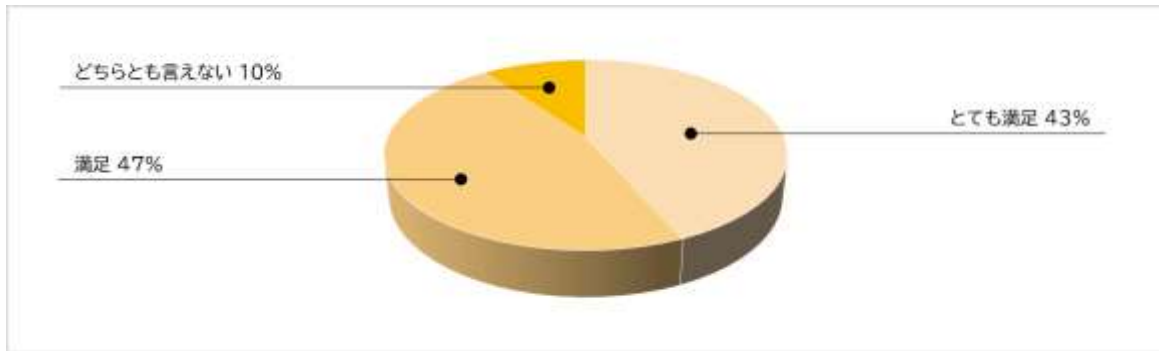
【ご意見・ご感想】

- ・ 一人あたりの席が広くて快適だった
- ・ 間隔が空いていて安心感がありました。
- ・ コロナ対策がされていて大変満足
- ・ 会場について、中間後ろの席にもモニターがあると見やすくなると思います。
- ・ 会場手前側、室温が低く寒かった。
- ・ 会場の空調が少し寒かった。

7、オンライン配信のご感想はいかがでしたか(オンライン参加者のみ)



8、基調講演、特別講演のご感想をお伺いします



【基調講演Ⅰ】株式会社 NTT データ 山口氏

- ・ 非常に共感できる内容で、改めてデジタル化を考える内容でした。ありがとうございました。
- ・ NTT データ山口様のご講演内容がとても勉強になった。
- ・ 最新の取り組みや考え方を聞くことができた
- ・ 社内推進の必要なポイントについて事例と共にお話頂きありがとうございました
- ・ コンタクトセンターでのデジタル活用例を学ぶことができた
- ・ 社内でデジタル化を進めることを求められているが、推進のために必要な考え方を学ぶことができました。会社に持ち帰り、上司に共有します。貴重なお話をありがとうございました。
- ・ 自社のデジタル化の取り組みが上辺だけのものであることに気付かされました。
- ・ DX を推進するリーダー像、人間力など、社員とてらし合わせながら拝聴しました。人材育成について深く考えさせられるお話でした。

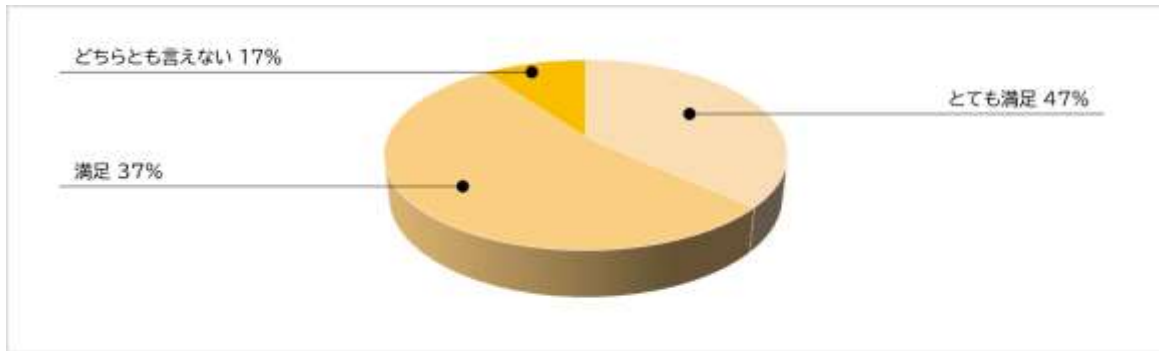
【基調講演Ⅱ】株式会社丸井グループ 小島氏

- ・ 弊社でも健康経営に取り組んでいるが、そもそも健康の定義が何か？という事を考えた事がなかったので、大変参考になった。
- ・ 最新の取り組みや考え方を聞くことができた
- ・ 社内推進の必要なポイントについて事例と共にお話頂きありがとうございました
- ・ 意気込みだけではなく、自発性を持った取り組みが大変参考になった
- ・ well-being の取り組み例を知ることができた

【特別講演】グッドエンゲージメント 田口氏

- ・ 分析のお話、CES のお話、審査員視点のお話と短い時間ですが大変勉強させて頂きました。ありがとうございます。
- ・ 業界のマクロトレンドは非常にわかりやすく興味深い話でした。
- ・ 上位入賞を目指すためのポイントが良く分かった。来年は今年より上の賞を受賞できるよう、応募時に工夫します。
- ・ 審査のポイントだけでなく業界の最新情報も織り交ぜてお話しいただいたので、とても勉強になりました。
- ・ 弊社なんかに応募しても、、、と思っていたが、挑戦してみたいと思いました。
- ・ 評価ポイントは、業務改善を進めるうえで勉強になりました。ありがとうございました。

9、1日目:受賞記念講演のご感想をお伺いします



■ Bristol-Myers Squibb 株式会社

- ・ 弊社と業種が全く異なるが、社会的に意義のある取組であり、大変興味深く拝聴しました。
- ・ 最優秀賞の Bristol-Myers Squibb 様の取り組みはコンタクトセンターと異なる事例でよかった。
- ・ 新しい取り組み、大変勉強になりました。
- ・ 余命半年の患者さんの命をつなぐ治療薬の提供は大きな価値があると感じた。一方、カスタマーサポートの観点での取り組みの評価ポイントがどこであるかわかりにくかったです。
- ・ がん治療という社会問題への取り組みが先進的であり、より未来的な技術であると感銘を受けた。

■ DHL ジャパン株式会社

- ・ 会社とコンタクトセンターのエンゲージメントの違いに真摯に向き合って、組織を強くする実行力、大変すばらしく、勉強させていただきました。
- ・ ボランティアで活動を推進できるのはエンゲージメントが高い証拠だと感じました。
- ・ 貢献の見える化、経営へのインパクトまでしっかり分析をされていて大変すばらしいと思いました。真似して簡単にできることではないと思いますが、やらなくてはいけないことだと痛感しました。ありがとうございました。

■ 明治安田生命保険相互会社

- ・ 弊社と同じ保険会社で、かつ弊社内の取組内容と似ている部分があったので、参考になりました。
- ・ 音声認識とテレワークの効果が特に参考になりました。前進され続けていることが伝わってきました。
- ・ 3PJT とも、とても素晴らしい取り組みでした。勉強になりました。
- ・ 当社課題の先行事例として大変参考になった。過年の複数の取り組みを総合した好事例

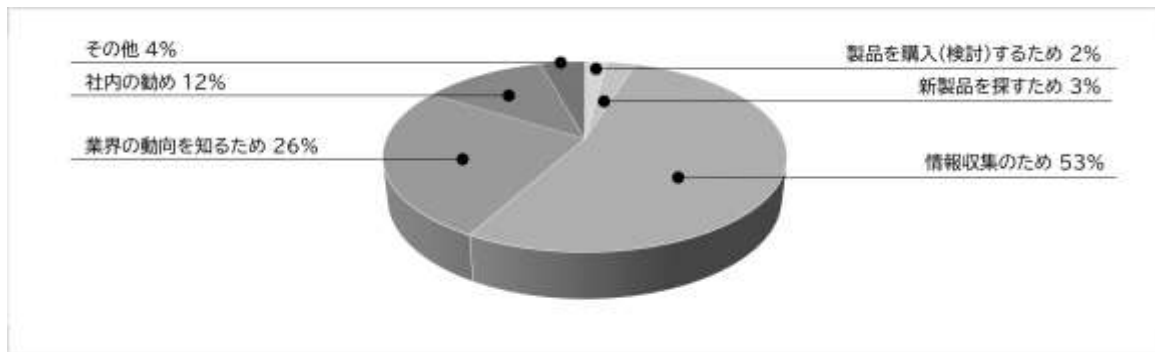
10、今後、聞いてみたいテーマがあれば教えてください

- ・ 音声認識システム導入による反完全自動化事例など
- ・ SDGs、ESG、サステナビリティ、エシカルなど
- ・ NPS/CES の活用事例など(グッドエンゲージメント様実践講演など)

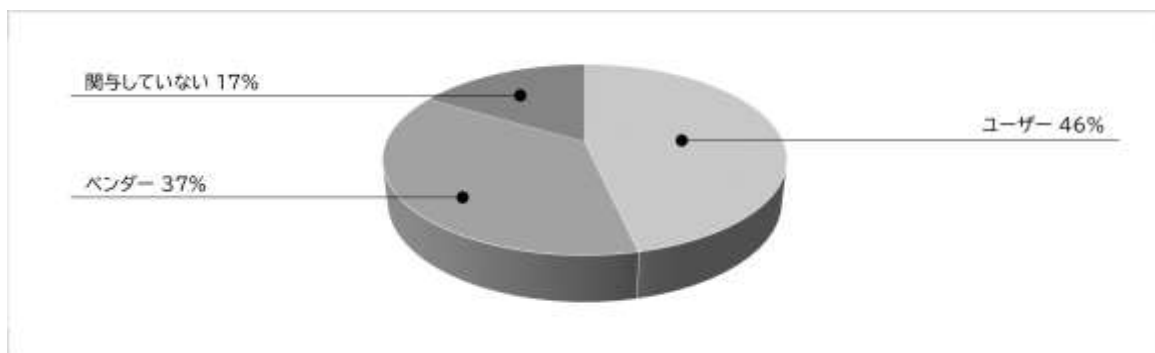
VII-2、カスタマーソリューションセッション 登録時事前アンケート集計結果

N=224

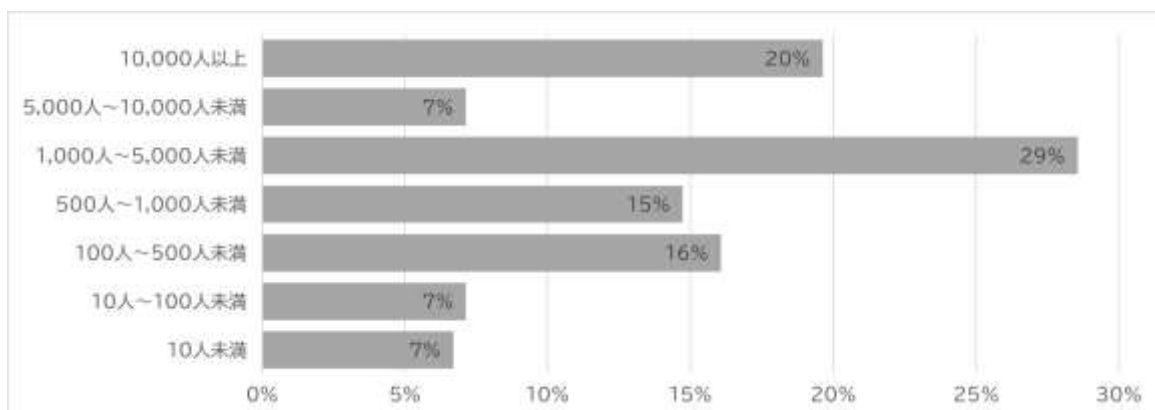
1、ご参加の目的について



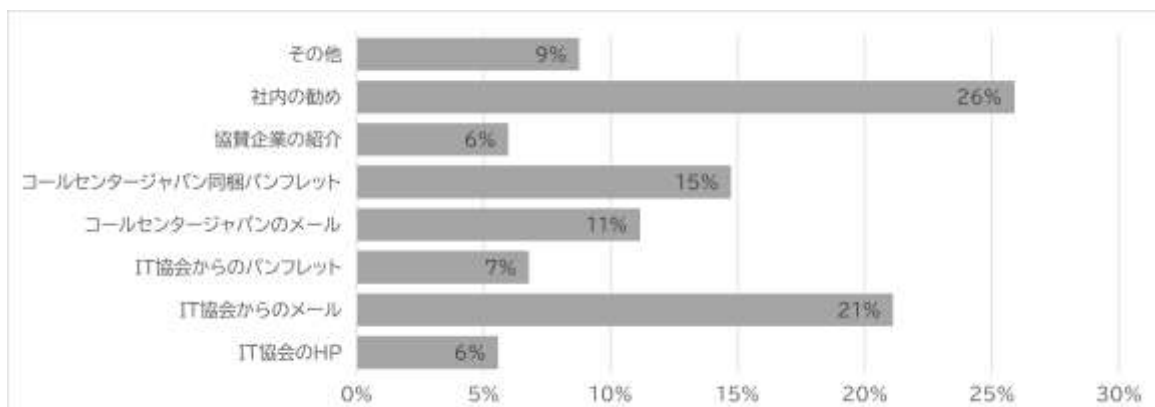
2、ご参加者様のお立場について



3、従業員規模



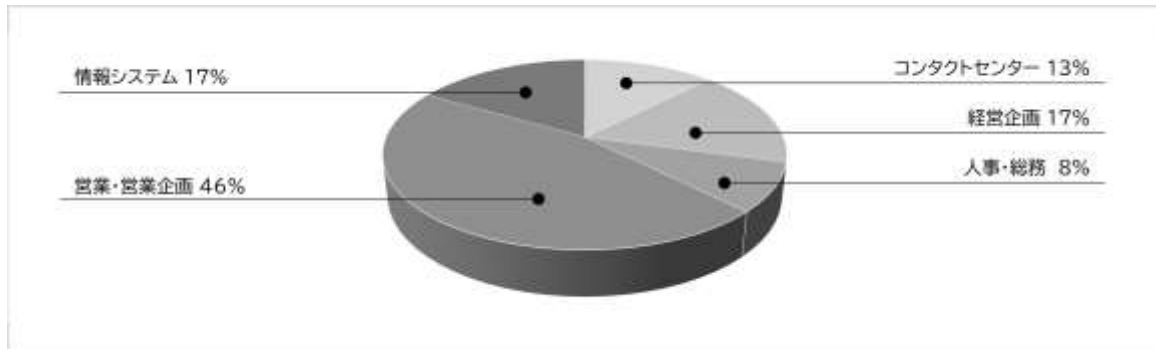
4、参加のきっかけとなった媒体について



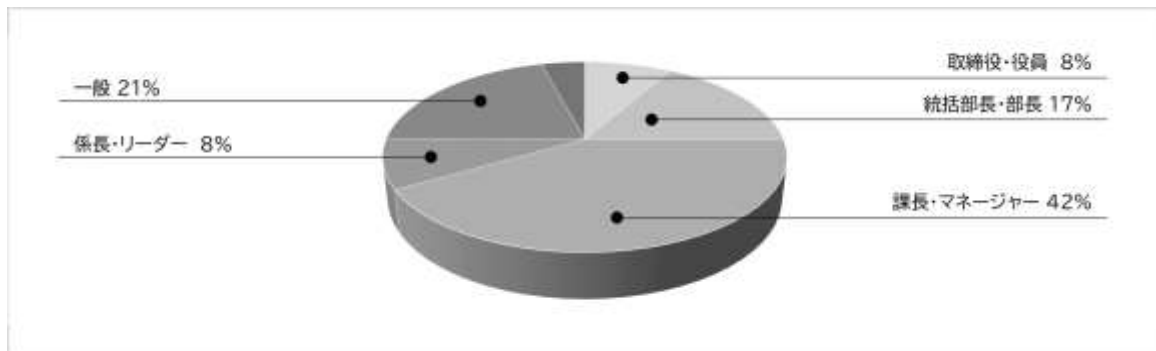
VII-3、カスタマーソリューションセッション 終了アンケート集計結果

1、ご参加者様の属性について

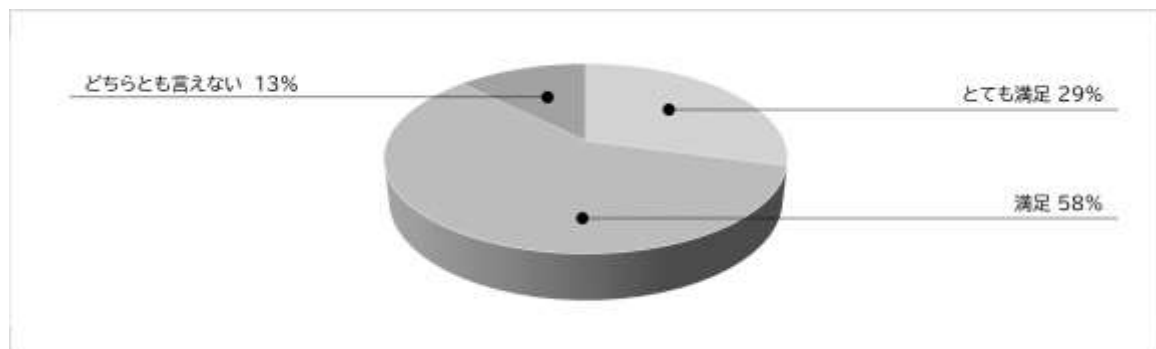
1-1、ご所属について



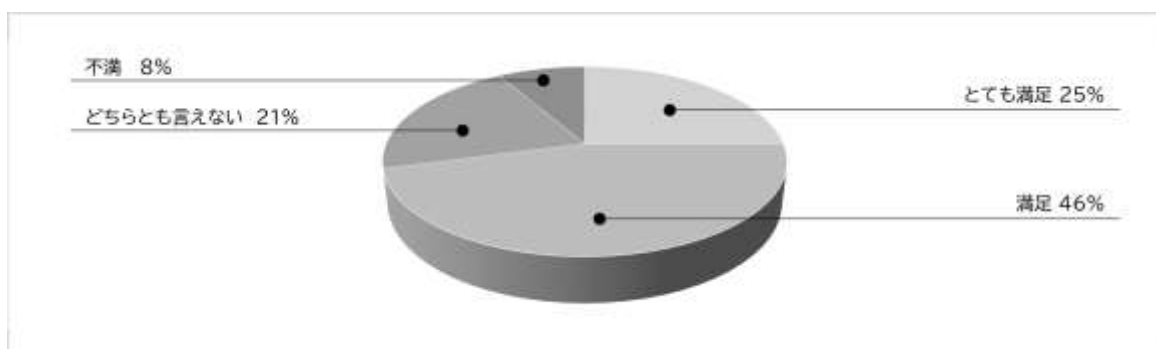
1-2、お役職について



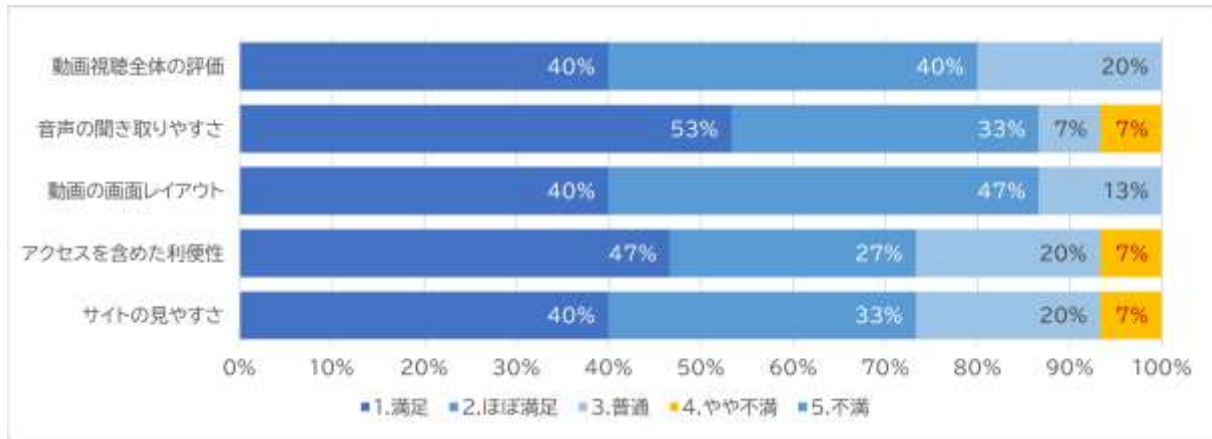
2、ソリューションセッションのご感想を伺います



3、特別講演・実践事例・知識習得セッションのご感想を伺います



4、アーカイブ配信につきまして、視聴方法や録画品質等のご感想をお聞かせください。



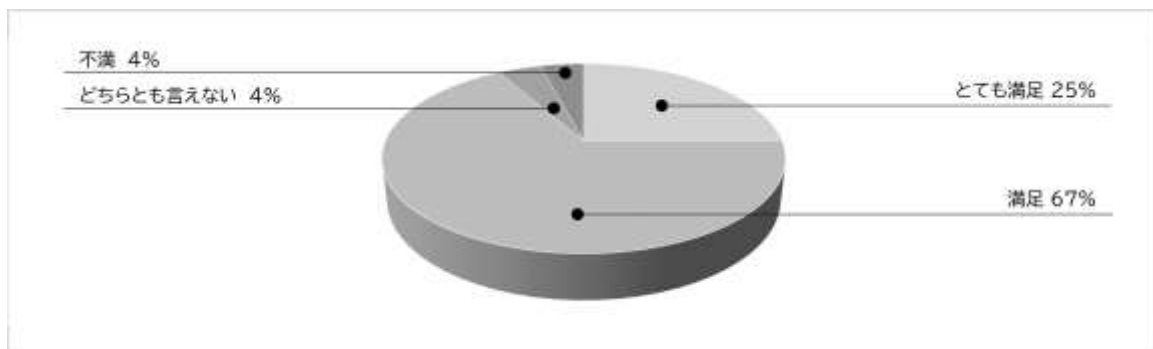
【コメント】

- ・ 快適でした
- ・ WEB サイトの構成等、利用者の目線にとってもあったと思います(わかりやすく必要な情報が基本的に包含されている)。
- ・ シンプルな視聴方法にしてほしい
- ・ 音声の小音量しか利用できなかった。

5、今後企画を望まれるテーマ等がございましたら教えてください

- ・ ニューノーマルな働き方
- ・ お客さまとの接点温度など 緊密度を測定する仕組みなどの事例紹介
- ・ 今回と同様でいいと思います。
- ・ セキュリティソリューション
- ・ CX
- ・ 女性活躍推進事業の施策
- ・ コンタクトセンターにおける AI 活用事例

5、本シンポジウムの総合的なご評価を教えてください



【コメント】

- ・ 良かったです。
- ・ カスタマーサービス目線での最新情報は大変ありがたいと思います。
- ・ カスタマーサポートをテーマとした講演でしたが、営業職でも参考になる点が多くあったと思います。また、アーカイブ配信は時間の自由があり良かったです。
- ・ シンプルな視聴方法にしてほしい
- ・ テンポよく、非常にわかりやすかった。Baas 興味深く拝聴した。参加させていただきありがとうございました。
- ・ 資料 DL 配布はかさばらず、荷物にならないので良い

以上

第25回カスタマーサポートシンポジウムは盛況裡に終了いたしました。
ご協力賜りました関係者の皆さま、ご参加いただいた皆さまに厚くお礼申し上げます。

【製作協力(講演レポート)】
カスタマーサポート表彰制度 審査委員

株式会社 WCAT
代表取締役 中森 基雄

イー・パフォーマンス・ネクスト
代表 宮崎 義文

【編集・発行】

公益社団法人企業情報化協会(IT協会)
カスタマーサポートシンポジウム事務局



〒105-0011
東京都港区芝公園 3-1-22
日本能率協会ビル 3F

TEL:03-3434-6677
Mail:info@jiit.or.jp
HP:https://www.jiit.or.jp/