

## “ Best Call Center of The Year 2002 ”

### 【金 賞】 株式会社スルガ銀行 営業本部ダイレクトバンク

地方銀行の地位に甘んぜず、日本全国でビジネスを行うという大方針の下に、IT の活用を開拓してきた。身近で親身で頼りがいのある銀行を目指して、「コンシェルジュ・バンク」という経営ビジョンを設定している。このため業務内容別「オンライン専門支店」を 8 店設置し、これを「アクセスセンター」と企画部門とが支援している。従ってコールセンターは経営戦略そのものという位置付けと考えられている。基本はテレフォン・バンキングであり、その非対面のノウハウと商品開発とを組合せている。システム的には勘定系と情報系とを一元化した CRM を活用しており、対応者が変わっても顧客が同じ話を二度しなくてよいようにしている。これを用いて、顧客のニーズやウオントから作り出された新商品を、アウトバウンドで PR し、収益に貢献している。その結果、顧客満足度は極めて高く、それがさらに改善・改革に反映されている。

要員の教育（発声練習から始まる）、システム環境、インセンティブ（ポイント制）をうまく使うと共に、CEO、COO もアクセスセンターを頻繁に訪れて、TSR との直接的コミュニケーションを図っている。

顧客の声はお客様相談センターに集約され、重要度の高い問題はコンシェルジュ・コミッティ（執行役員と本部部長で構成、毎月開催）で問題解決が図られる。将来ビジョンに関してはバランスト・スコア・カードの概念を導入し戦略マップとスコア・カードの作成に着手している。

以上の如く経営ビジョン及びコールセンターの運営指標に基づいた運営がされており、経営陣の熱意も感ぜられ、ビジネスモデルの策定からインプリメントまで極めて洗練されている。

## *“ Best Helpdesk of The Year 2002 ”*

### **【銀賞】**

#### **株式会社シーエーシー NSM ソリューション事業部 EHD サービス部**

「統合ソリューション・サービス」というサービス・コンセプトの下で、システム企画から保守までが社の業務となっているが、その一環として NSM センター ( Network Systems Management Center ) がある。ヘルプデスクはこの部門の中で EHD ( Enterprise Help Desk ) と名付けられ、NOC ( Network Operation Center ) AS ( Area Service ) 及びスペシャリスト・グループと連携する組織として機能している。EHD の役割は顧客企業向けヘルプデスク・サービスで、一本化窓口としてまた一次レベルとして顧客の問合せに対応することである。

各顧客との間には SLA が合意され、それに基づいて業務が遂行されている。SLA は 3 ヶ月毎に見直され、ここで顧客との間で協議が行われてサービス・レベル認識の徹底と品質基準の明確化が図られると共に、顧客満足度調査の代わりになっている。この見直し結果は、承認後全員に周知されている。

問題解決・回答のためのシステム環境はよく整備・活用されている。特にコーディネータが任命されていて問題解決に当たっての他部門との調整を行っていることはユニークである。要員教育はアナリストに対して初級・中級・上級と独自の教育体系が生まれ、その他に外部研修が組み込まれて体系化されている。同時にセキュリティについても情報セキュリティ手帳・コンプライアンス手帳が配布されて、徹底が図られている。

高度に機能分割された組織で、セキュリティ対策を中心に管理が行き届き、アウトソーシング先として信頼感のあるヘルプデスク運営が心がけられている。

## *“ Best Helpdesk of The Year 2002 ”*

### **【 奨励賞 】**

**株式会社大塚商会**

**トータル サポートセンター**

OA 機器を中心とする取扱商品のアフターサービス業務が、商品種類の増加に伴って拡大し、その都度ベターな方法を手探りしながら今日の「トータル サポート・センター」に成長した。サポート対象は中小型コンピュータのハード（殆どのメーカを対象）、ソフト（業務アプリケーション、CAD など含む）、ネットワーク全般に及び、極めて範囲が広い。現在では中堅・中小企業を中心に 25 万社の顧客があり、「サービスも性能の一部」を理念に運営が行われ、売上の 3 割の「サービス&サポート」が営業利益の 7 割を占めるに至っている。

トータル サポート・センターは、「親切・丁寧・正確・迅速」が内外から一流とみなされるポイントと見て、これに向かって努力を続けている。運営の柱は顧客満足度にあると考え、毎月 1 万 2 千社の顧客にアンケートし、約 30%の回収率のデータをもとにお客様相談室を中心に関係マネジャーが対策を打って配下に徹底するとともに、社内掲示板で全社周知が行われている。このため目標値に基づく管理の他、エージェントにはモニタリングその他を通じて対応品質の向上に努力している。またセキュリティについても、全就労者の啓蒙に努めている。その結果、問題指摘率は着実に減少傾向にある。今後について同社では、サポートセンターの役割は顧客の成長に合わせてそれを先取りして行きたいとして、基礎固めを行うとともに、総合化を目指している。

創業理念が浸透し、経営戦略に沿った幅広いサービスを行うために、手堅いやり方で現在の業務の効率化に効果を上げて来ている。