

“ Best Helpdesk of The Year 2003 ”

トレンドマイクロ株式会社 ウイルスバスタークラブセンター 殿

トレンドマイクロ株式会社は、コンピュータウイルス対策ソフトおよびサービスを主製品とする極めてユニークな製品構成の企業である。製品は日々進化するコンピュータウイルスに対応するため、常に最先端のものを最新バージョンの状態で維持し続けなくてはならない。またサポートサービスの特徴としては、新種ウイルスが発生するとセンターに問合せが急増し、しかもその時期が全く予想できないという性格を持つ。更にウイルスに関する情報の収集においてはグローバルな網を張っていなければこれに対応できず、ユーザは全世界に亘っている。その中でも日本は本社として、国内累計 250 万人 1 以上のユーザの問合せに対して、世界最先端の知識をもって対応しなければならない。これに応えるために、同社全体のビジョンとして「デジタル情報を安全にやり取りできる世界」を、それを実現するためのミッションとして「顧客のデジタル情報資産を守るリーダーになる」を掲げ、バリューとして「創造性」「コミュニケーション」「変革」「顧客」「信頼性」の 5 つを挙げており、これらを展開して諸政策が作られている。同社の持つ高い技術レベルをバックに、ヘルプデスクとしては、このビジョン/ミッションなどを、社員のみならず、ヘルプデスクの一次窓口を務める協力会社にも徹底し、緊密なコラボレーション関係が築かれている。問合せの対応に当っては、独自開発の知識システムを用いるとともに、顧客の声を把握するために、顧客満足度調査では iCS (Internet Customer Survey) と呼ばれる独自のオンライン・アンケートによって、1 週間サイクルで集計・報告・改善が行われている。また、従業員満足の向上が顧客満足度向上に直接つながるとして、複数のインセンティブ制度を取り入れ、その結果、元来高いレベルであった顧客満足度を更に向上することに成功した。このように組織及び対应手順のメカニズムの強化に着実かつ独創的に努力していることが窺える。

“ Best Call Center of The Year 2003 ”

NEC フィールディング株式会社 カスタマサポートセンター（東京および大阪）

大企業の運用サポート部門として発足し、長い歴史の中で徐々に成果を積上げ、7,000名弱の従業員を擁して全国37万サイトのユーザをサポートしているITサービス企業である。サービス対象はPCからスーパーコンピュータまでのハードウェア本体、周辺機器、ソフト、システムと広範囲に亘っている。具体的な事業内容は、ITシステムの障害未然防止と障害発生時の迅速な対応を行うプロアクティブメンテナンス事業と、ITシステムの快適運用と最適活用の実現を提供するフィールディングソリューション事業を2つの柱としている。グローバル水準でのCS No.1を目指したCS経営を事業運営の基軸とし、カスタマサポートセンター（CSC）もお客様の満足向上を最大の目標として運営されている。投資計画に関しては、近年、計画以下の投資額に対して計画以上のコスト削減に成功している。またCSCとしてはコール予測も手堅く、顧客満足度調査が徹底しており、成果も高い。このように、大プロジェクトとして、最先端の技術を導入し、運用品質の管理を綿密に追求・実行している。顧客情報は一元管理され、フィールド情報が窓口で活用でき、画像データを使って顧客の視点で操作方法などを説明することができ、ナレッジベースによって検索も早い。これらは他社でも浸透されつつあるが、それが実際にシステムティックに完成しており、威力を発揮している。同時にこのことは平均処理時間の短縮など多くの管理指標に確実に現われている。これを支える従業員教育も充実しており、まさに経営戦略と一体化されたコンタクトセンターの運営が実現されている。

“ Best Call Center of The Year 2003 ”

カブドットコム証券株式会社 お客様サポートセンター

数年前には存在しなかったネット証券という新しい事業形態をとり、その中でも IT を中心にユニークなビジネスモデルを作り上げてきた。少数精鋭を貫き、従業員平均年齢が 33 歳と若く、組織が小さく、顧客志向に徹し、お客様サポートセンターを中心として経営されている。業務知識、システム及びサポーターが一体化しており、これは社会的及び技術的なシステムについての深い見通しと事業化の熱意の上に、新規構想に基づいて創造されたものである。サービスのコンセプトとして「リスク管理追求型」換言すると「“ 損をしないこと ” を重要視するスタイルが “ 儲かること ” に繋がる」を掲げ、システムがそれに沿った内容で構成されている。お客様サポートセンターは顧客との唯一の接触ポイントとして戦略的に位置付けられている。社員は証券 1 種外務員資格試験の他、情報処理及び日本語文章等の資格取得が求められる他、社内外の電話対応コンクールでこれに磨きをかけている。将来展望に関しても、事業特性からターゲットを絞って、方向性を見据えている。以上のように、インフラ・方法論・対応実績は大変優れており、意識も高く、お客様サポートセンターが顧客指向経営の中心になっており、業績の拡大に貢献している。