



Best Customer Support
of The Year

平成 30 年 7 月 13 日
公益社団法人企業情報化協会

—NEWS RELEASE—

平成 30 年度(第 19 期) カスタマーサポート表彰制度受賞企業決定

公益社団法人企業情報化協会は平成 30 年度カスタマーサポート表彰制度受賞企業を発表
2018 年 9 月 13 日(木)カスタマーサポートシンポジウム内にて表彰式典・記念講演を開催

公益社団法人企業情報化協会はこのたび、平成 30 年度カスタマーサポート表彰制度
(Best Customer Support of the Year)において、11 件の受賞を発表しました。

本表彰制度は、カスタマーサポート表彰制度審査委員会(委員長:小野 謙司 青山学院大学 経営学部 マーケティング学科 教授)による厳正な審議のもと、わが国における顧客戦略の充実とそれに伴うカスタマーサポートの推進・発展に寄与したと認めうる企業・機関・団体・事業所・部門等を表彰するものです。

受賞企業決定に伴い、来る 2018 年 9 月 13 日(木)に開催される当協会主催「カスタマーサポートシンポジウム
(会場:東京都港区 東京プリンスホテル)」にて受賞各社による記念講演、ならびに表彰式典を行います。

受賞企業は次の通りです(賞ごとに社名 50 音順)

最優秀賞	ミサワホーム株式会社
優秀賞	株式会社スタートトゥデイ
優秀賞	大同生命保険株式会社
特別賞(ES 向上賞)	住友生命保険相互会社
特別賞(パートナーサポート賞)	株式会社セゾン情報システムズ
特別賞(IT 活用賞)	富士通コミュニケーションサービス株式会社
特別賞(AI 活用賞)	三井住友海上火災保険株式会社
奨励賞	エヌ・ティ・ティ・コミュニケーションズ株式会社
奨励賞	株式会社建設システム
奨励賞	株式会社城南進学研究社
奨励賞	日清食品ホールディングス株式会社



Best Customer Support
of The Year 2018

※上記各社の受賞理由・内容については別紙をご覧ください。

お問い合わせ先 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表彰制度事務局
105-0011 東京都港区芝公園 3-1-22 日本能率協会ビル 3 階
TEL:03-3434-6677 FAX:03-3459-1704 Mail:info@jiit.or.jp Web: http://www.jiit.or.jp/

カスタマーサポート表彰制度とは

カスタマーサポート表彰制度(旧 優秀コンタクトセンター表彰制度)は、わが国の産業界ならびに行政機関などの、顧客サポートにおける生産性向上・効果的マネジメント・システムの整備・顧客接点の強化推進と拡大を促進することを目的として制定されました。

企業規模にかかわらず、顧客に対するサポート・サービスに関して、創意工夫や先進的試みを行い、顧客満足度の向上や課題解決を図ることによって経営に優れた貢献をし、カスタマーサポートの推進・発展に寄与したと認めうる企業・団体・機関・事業所・部門等に対して、公益社団法人企業情報化協会が授与するものです。

受賞された企業・団体・機関の成果は、わが国における顧客戦略の充実とカスタマーサポートの推進・発展に寄与すべく、当協会を通じて広く社会に公表いたします。

平成 30 年度カスタマーサポート表彰制度審査委員会

委員長	小野 謙司	青山学院大学 経営学部 マーケティング学科 教授
副委員長	田口 浩	株式会社東京海上日動コミュニケーションズ 執行役員
委員	中森 基雄	株式会社 WCAT 代表取締役
	天野 泰守	カルビー株式会社 コーポレートコミュニケーション本部 CS推進部 日本菓子BB協会 常務理事
	蛭田 潤	株式会社日本能率協会コンサルティング 経営コンサルティング事業本部 顧客価値・サービス生産性革新センター センター長
	西村 道子	株式会社アイ・エム・プレス 代表取締役社長
	諏訪 良武	ワクコンサルティング株式会社 常務執行役員
	菊池 淳一	株式会社 CCM 総合研究所 代表取締役「コンタクトセンターマネジメント」編集長
	玉本 美砂子	株式会社 JBM コンサルタント 代表取締役社長
	寺下 薫	ヤフー株式会社 ピープル・デベロップメント統括本部 コーポレート PD 本部 採用・育成部 人財育成チーム プロフェッショナルトレーナー
	神田 晴彦	株式会社野村総合研究所 ビッグデータイノベーション推進部 上級研究員

カスタマーサポート表彰制度受賞記念講演・表彰式典について

名 称 :「第 21 回カスタマーサポートシンポジウム」

※表彰式典は「サービス・ホスピタリティ・アワード」と合同開催

日 程 :2018 年 9 月 13 日(木) ※一部の受賞記念講演は 9 月 14 日(金)に開催

会 場 :東京プリンスホテル(東京都港区芝公園)

公益社団法人企業情報化協会(IT 協会)について

名 称 :公益社団法人企業情報化協会(略称:IT協会)

会 長 :小縣 方樹(東日本旅客鉄道株式会社 取締役副会長)

設 立 :1981 年 7 月 16 日

会 員 数 :約 200 社

所 在 地 :105-0011 東京都港区芝公園 3-1-22 日本能率協会ビル 3 階

お問い合わせ先 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表彰制度事務局
105-0011 東京都港区芝公園 3-1-22 日本能率協会ビル 3 階
TEL:03-3434-6677 FAX:03-3459-1704 Mail:info@jiit.or.jp Web: <http://www.jiit.or.jp/>

平成30年度カスタマーサポート表彰制度 受賞企業とテーマ（賞ごとに社名50音順）

最優秀賞	<p>ミサワホーム株式会社 「オーナー様満足度向上 及び 住生活価値向上提案による営業情報の創出」</p>
優秀賞	<p>株式会社スタートトゥデイ 「『顧客対応のプロになる』人の力がビジネス貢献を実現する」</p>
優秀賞	<p>大同生命保険株式会社 「営業担当者と本社が一体となったアフターサービス体制の構築」</p>
特別賞 (ES向上賞)	<p>住友生命保険相互会社 「職員満足度向上を通じた顧客満足度の向上」</p>
特別賞 (パートナーサポート賞)	<p>株式会社セゾン情報システムズ 「パートナー様と“伴”に提供するサポート品質向上の取り組み」</p>
特別賞 (IT活用賞)	<p>富士通コミュニケーションサービス株式会社 「お客様の取次ぎ窓口から、 グループ企業全体の商談に貢献するデマンドセンターへの発展」</p>
特別賞 (AI活用賞)	<p>三井住友海上火災保険株式会社 「AI活用によるコンタクトセンターの生産性と顧客体験価値向上」</p>
奨励賞	<p>エヌ・ティ・ティ・コミュニケーションズ株式会社 「コンタクトセンタショーケースによる お客様のデジタルトランスフォーメーション実現支援」</p>
奨励賞	<p>株式会社建設システム 「【学ぶ】と【課題解決】を提供しソフトウェアの習得を支援する WEBサポートサービス「KSサポート」の提供」</p>
奨励賞	<p>株式会社城南進学研究社 「経営貢献の為のアウトバウンド。チャレンジの深化」</p>
奨励賞	<p>日清食品ホールディングス株式会社 「ITサービスマネジメントツールを利用した自動化による工数削減」</p>



Best Customer Support
of The Year 2018

最優秀賞

ミサワホーム株式会社

「オーナー様満足度向上 及び 住生活価値向上提案による営業情報の創出」

住宅業界全体として、新築市場が縮小する中、既存オーナーとの関係性の維持・向上と紹介受注の拡大に向けた、事業成長の中核機能としてのコンタクトセンターの役割発揮の方向性が明確になっている。

これは一朝一夕にできあがったのではなく、これまでの歴史の中で、コンタクトセンターが役割拡大することにより、自社内およびグループへの貢献実績(CS 向上と他部署の効率向上の同時実現)の積み重ねにより達成している。

このことは営業・サービス現場が最前線としてすべての活動を担い、オーナー密着するのが当たり前という企業文化から、企業全体で適正な役割分担をすることによって企業の総合力でオーナー対応するという文化への変革を実現しているという点からも評価に値する。

オーナー対応の支援システムを見ると、手作り感はあるが、すべての個客単位の情報(住宅ハード面、CS 調査・VOC・会員サイトからの注文履歴等)を集約し、その情報を活用した個別対応を実現している。

体制面では、住宅に精通した技術系・営業系のベテラン社員を定年再雇用し支援メンバーとして配置することで、一次完結率向上やベテラン社員の活躍の場作りができており、労働人口の減少における人材活用のモデルともなっている。

顧客接点づくりの側面では、ミサワオーナーズクラブという WEB サイトを構築し、利便性向上のためのシングルサインオン、レコメンド、プッシュ通知機能による利便性向上や見守りサービス、オーナー自身でできるメンテナンス情報、ポイントサービスなどのコンテンツ拡充を行うことで、オーナーとの接点を意図的に設計し、関係性強化を図っている。

さらに LinkGates のように IoT を活用した関係性強化策も積極的に展開している。この結果、オーナー満足度、応答率、完結率、営業貢献等の主要指標の達成度が高い水準で推移しており、成果につながっている。

今後は、中長期的なオーナー満足度向上と営業情報の更なる創出を目指しているが、人による訪問・電話、情報誌、WEB の接点別に全社のコミュニケーションマップが展開されており、その中でのコンタクトセンターの役割が明確となっている。

このように、住宅業界の中でも先進的な取り組みを実現しているが、コンタクトセンター設立から取り組まれた担当役員は、今後のオーナー価値向上や自社らしさの発揮方向のビジョンを明確に認識できており、今後とも期待が持てる。以上のような理由から最優秀賞に値すると考える。



Best Customer Support
of The Year 2018

優秀賞

株式会社スタートトゥデイ

『顧客対応のプロになる』人の力がビジネス貢献を実現する」

ファッション通販サイト「ZOZOTOWN」のカスタマーサポートセンターは、企業理念である「世界中をカッコよく、世界中に笑顔。」に基づいて「お客様と友達になる」というセンター理念を掲げて活動している。ZOZOTOWN にアクセスしてから商品が届くまで、4 種の手段(電話、メール、WEB 接客、SNS)で顧客接点を持ち、働く一人一人が顧客対応のプロフェッショナルとなって顧客満足度向上及びビジネス貢献を実現させているのが特徴だ。

今回は「人」をテーマに設定し、経営層と人事部門との連携によって 2016 年から次の 3 施策に取り組んで成果を出している。

① VOC の活用サイクル

顧客の声を収集してフィードバックと表彰に繋げるサイクルを回しており、対応品質 レベルの高い「神対応ができる」品質管理担当者による評価・指導することで品質が向上した。

② ステップアップ制度の導入

スタッフ育成とモチベーション維持のため、キャリアパスを明確にしたステップアップ制度を導入して運用。その結果、従業員満足度調査ポイント(特に「仕事に「対するやりがい」)の向上が実現している。

③ 時給と雇用形態の変更

高品質・高パフォーマンスの成果が経営層・人事部門に認められ、時給アップと雇用形態変更(アルバイトから契約社員)が実現した。その結果平均勤続年数が 3 年間で 0.7 年向上し、定着率向上への成果が出ている。

これら「人」の取り組みに加え、絶対にお待たせしないセンター実現のためのリアルタイムモニタリングの実施を意欲的に展開して、電話応答率と応答速度、メールレスポンスタイムの目標を継続的に達成できている点が素晴らしい。その結果、顧客満足度ポイントについても、継続的に高レベルで達成できている。

カスタマーサポートにおける重要な要素である「人」をテーマに設定した活動であるが、それを支えるプロセスとシステムの基盤もできていて、経営貢献につながる成果を出している点も評価できる。今後はそれらの基盤と良い人材をより連携させて、さらなるビジネス貢献できる取り組みが実現することを期待する。



Best Customer Support
of The Year 2018

優秀賞

大同生命保険株式会社

「営業担当者と本社が一体となったアフターサービス体制の構築」

同社では、商品やサービスが多様化し、その結果、商品内容や手続き方法が複雑化したため、お客様からの照会に対し、営業担当者が「迅速」「正確」に回答できない状況が発生していた。そのため、お客様へのアフターサービスに関する対応を、本社カスタマーサービスセンター内に集約し、受付から手続き完了までの一連のプロセスを処理、管理する体制を構築した。また、お客様にとってよりよい体制となるよう、営業担当者によるフォロー連絡の標準化や、手続書類の改善をあわせて実施した。

その結果、お客様に対して「迅速」「正確」「丁寧」なアフターサービスを提供することができるようになり、お客様からの同社に対する総合的満足度の向上や同窓口に対する満足度の向上を実現している。

また、アフターサービスをカスタマーサービスセンターに集約したことで、営業拠点の営業担当者や事務担当者がコア業務に注力できるようになり、全社の効率的な営業活動の支援にもなっている。

お客様のアフターサービスをカスタマーサービスセンターに集約化した同社の取り組みは、「利便性」「正確性」「迅速性」の向上によりお客様満足度の向上を実現しただけでなく、効率的な営業活動の支援にも寄与している点で、大変評価できるものであり、優秀賞の受賞となった。



Best Customer Support
of The Year 2018

特別賞 (E S 向上賞)

住友生命保険相互会社

「職員満足度向上を通じた顧客満足度の向上」

同社コールセンターは「職員満足度向上を通じた顧客満足度の向上」に取り組み、成果を上げられた。全国 700 万名超えのお客さまから年間 120 万件に及ぶ入電を職員 300 名体制で対応している。この職員の対応レベルが顧客満足度向上に直結しているため、まず「従業員満足度の向上」が重要と従業員の現状把握から行った。

従業員の満足度調査より抽出した課題に対してきめ細やかな対応策を講じている。例えば、「職員の意欲・士気向上」のために実施したアンケートに「個人の状況をしっかり見てほしい」という要望があり、対応策として、全社ではなく個別に評価・称賛する機会・方法を創出している。

また、個々人の知識やスキル、モチベーションなどの違いを踏まえた目標設定・教育を実施するなど一人一人に焦点を当てた対応策が策定されている。ほかに「私の新記録」と題し、上司との密な対話により個々のスキルや状況などに応じた目標設定、運営することで個々人の意欲・士気向上を目指している。

札幌コールセンターでは、受電者の入社時初期研修において習得レベルに応じた教育カリキュラムを施行し、全センターへの展開を検討している。更には、同業務を行なっている委託会社 2 社にも職員がサポートを行なっている。

実務についてのアンケートから出た要望として「受電後事務時間の短縮」や「受電メモの入力の簡潔化」などに対してもメスを入れ、作業の省力化や受電メモ作成のルール化など運営面での取り組みも徹底して行っている。

この成果として、職員のやりがい(受電意欲)の向上そして定着率の向上が見られた。札幌コールセンターにおいては委託職員の定着率は 25 パーセントアップという結果が出ている。これは、自社職員・委託職員の枠を超えた一体感醸成も大きな成果と言える。実務では受電後の事務時間の削減に伴い、受電効率の向上が顧客満足向上にも寄与している。

今回の取り組みは職員満足度の向上の事例としても評価できるものであり、今後も更なる成果が出ることを期待する。



Best Customer Support
of The Year 2018

特別賞(パートナーサポート賞)

株式会社セゾン情報システムズ

「パートナー様と“伴”に提供するサポート品質向上の取り組み」

通信基盤のミドルウェア「HULFT」の開発から販売・保守を行う同社はパートナーと課題を見つけ、一緒に課題解決を図ってゆく「パートナー様と伴に」のスローガンのもとにテクニカルサポート活動をしている。

今回はサポートパートナーへのサポート品質向上への取り組みで、成果を出した。

同社はサポートパートナー9社に対し定例会で感じていたコミュニケーション不足を解消すべく各社の現状分析を行い、その改善策を個別に練り、勉強会などで一緒に考え、改善活動を行っている。BtoBの取引先としての大小があるなかで個々のサポートパートナーの満足度を上げる活動をしているが、その品質のばらつきに注目して課題解決をはかる難しい課題に挑戦した。

その改善活動としてサポートパートナーの対応品質のばらつきをなくすために、マニュアルの改善を行い、勉強会の実施を通じた良い事例、悪い事例や過去事例の共有を行うなどナレッジ強化にも力を入れて品質向上に役立つ関係構築が図られていた。まさに「伴に」の精神が生きている活動である。

成果として戦略的課題の対応のばらつきが準標準化し、底上げされている。サポートパートナーの満足度が自社目標を上回り、前年度より向上している点は評価できるが、その先のエンドユーザーの満足度までの評価がなされていないのが残念である。

これはパートナービジネスにおけるチャレンジだと思う。正確性と迅速性の品質基準では最終的な顧客満足に結びつかない。製品品質の評価には結びつくがサービス品質の結びつきやその先のエンドユーザーの評価まで可視化できたら、さらに素晴らしい。

このことが出来たら次の製品開発やパートナー企業が同社を外せない関係構築ができると思う。

今後の課題はパートナー企業との文化の違いをどのようにして乗り越えるのかが課題と思われる。

勉強会などは全パートナーを集めての合宿等で組み上げてゆくなど取引先全部を巻き込んだ取り組みの深耕や品質の準標準などパートナーサポートのプラットフォーム作りに取り組むことを希望いたします。

また会社移転に伴い、コンタクトセンターのオフィス環境は素晴らしいものとなっていたことが印象的でした。



Best Customer Support
of The Year 2018

特別賞 (IT活用賞)

富士通コミュニケーションサービス株式会社

「お客様の取次ぎ窓口から、
グループ企業全体の商談に貢献するデマンドセンターへの発展」

富士通グループとして、顧客からの問い合わせ窓口の一元管理や情報の分析、再配分などを行うデマンドセンター構想は今後のセンター運営の方向を示す事例である。

コストセンターからプロフィットセンターに変わる、情報の付加価値付けができた好事例であった。

同社は大企業ゆえに商品数も多く、グループ各社も多く、日々の多くの情報が行き交うなかで問合せ窓口一本化は難しい作業と思われるが顧客からの問い合わせを「たらいまわしにしない」重要性はセンターの進化のなかで痛感した現場発想の課題であろう。

長いセンター構築の歴史のなかで情報のハブ機能を有し、多くの課題が出てきた中で経営貢献ができる、センターにしかできない課題を見つけ出したことが素晴らしい。

今回の課題設定はセンターでの判断の重要性や声の気づきなどメンバーの経験や知識がなければ成り立たないことであり感情労働の最先端である現場のエンドユーザーの属性を調べるアプローチなど卓越したスキルが非常に必要である。

多くの情報が集まるセンターの中で、「捨てられた商談の芽」や「顧客の動向」などセンター内部でしかわからないことに課題を見つけ、それを案件化したことを評価できる。

このことで今までよりエンドユーザーに近い目線でビジネスが展開され、営業との連携で業務分析を行い、自分たちの役割をしっかりと確立できていると思われる。

課題化した案件を同社ゆえの仕組みに乗せ、売り上げ貢献につなげる工夫がなされ商談化案件として商談貢献金額が明確に数値化されグループ企業内での評価は非常に高くセンターとしての業務が多くの部署から信頼されているのがわかる。

しかしながら各グループ企業との情報共有はデータ分析などリアルタイムで表現できるがライセンスの関係でタイムラグがでているのが気になる。同社のような企業が今後は AI などの進化により一歩先を行く世界標準の仕組みを構築されるようになれば良いと感じた。

今後はシステムの進化と同時にコミュニケーターの教育、育成計画など AI の活用によりコストダウンと業績向上に大きく貢献すると思われるのでこの点も注目したい。



Best Customer Support
of The Year 2018

特別賞 (A I 活用賞)

三井住友海上火災保険株式会社

「A I 活用によるコンタクトセンターの生産性と顧客体験価値向上」

三井住友海上火災保険のコンタクトセンターでは、札幌・東京・神戸を含め、600 名以上のオペレータが業務に従事している。一般に、損害保険会社が顧客に提供している商品ラインナップは、自動車保険や火災保険、海外旅行保険、ゴルファー保険など多岐に渡っており、商品ごとにマニュアルも異なることから、顧客対応には、多くの知識が求められる。

同社ではこのような環境下で働くオペレータの業務負担を軽減するため、2014 年にお客様対応時のオペレータのサポートツールとして IBM 社の『Watson』を導入。2017 年からは Watson の一機能である照会応答支援システムと音声認識システムを組み合わせた「プレミアムナビ」の本格運用に乗り出している。

プレミアムナビの正答率は、導入直後には 60%を切る商品もあったが、検証を繰り返していった結果、右肩上がり改善している。商品によっては、正答率が 95%を超えるものもあり、平均で 85%以上の正答率を誇っている。正答率の大幅な改善は、プレミアムナビを使うオペレータと使わないオペレータのばらつきを無くすための対策を行い、地道に回答の精度確認を継続してきた結果と言える。

このほか、三井住友海上火災保険では、オペレータ側でも顧客が閲覧している画面を見ることができ、また顧客側でもオペレータが見ている画面を確認できる画面共有システムを導入しており、顧客の利便性だけでなく安心感も創出している。その効果は数値面でも出ている。操作に関する照会割合が 30%近くあり、平均 40 分かかっていた 1 件あたりの対応時間が、画面共有システムを導入したことにより、50%削減でき、顧客の満足につながる施策として、評価に値する。

また、「Watson」をコンタクトセンターだけではなく代理店や営業課支社と一部システムを共有し、代理店から営業に照会があってもコンタクトセンターと同様の内容の回答ができる仕組みを取っている点は、特に印象的であった。コンタクトセンター内だけにナレッジを溜めておくのではなく、それを利用する他部署にも広く、活用できている点は、他の企業に比べて進んでいるように感じた。

プレミアムナビ導入による研修の効率化については、発展途上にあるようだが、今後、更なる効率化や従業員満足の上昇及び顧客満足の上昇が実現できるよう期待したい。

以上から、特別賞(AI 活用賞)と評価した。



Best Customer Support
of The Year 2018

奨励賞

エヌ・ティ・ティ・コミュニケーションズ株式会社

「コンタクトセンタショーケースによる
お客様のデジタルトランスフォーメーション実現支援」

エヌ・ティ・ティ・コミュニケーションズでは、法人顧客を対象としたコンタクトセンタショーケースを開設。自社の顧客接点に AI や音声マイニングなど先進的な技術とサービスを導入した経験と実績をお客さまに共有することで、お客さまのデジタルトランスフォーメーションを支援する取り組みを推進している。

まず、自社の顧客接点では、2016 年度から 2017 年度にかけて、「AI を活用したお客さま接点の自動化による利便性の向上」と「音声マイニング技術を活用したお客さま対応品質の向上」の2つの取り組みを実践。前者では夜間での対応率 50%以上、有人チャットの対応件数 60%削減、LINE と AI の活用による販売効果の約 4 倍増、後者では品質管理におけるモニタリング稼働の約 50%削減、コンタクトセンター起因でのクレーム数の約 60%削減などの成果を達成した。

そこで 2017 年 1 月以降、これらの経験を通して培ったノウハウや問題点の解決方法、取り組みの効果、および苦労した点や失敗談をコンテンツ化するなど、自社の経験と実績を法人顧客に共有する準備を行い、2017 年 5 月には東京・新宿に、プレゼンテーション・ルームやデモンストレーション・ルームを備えたショーケースを開設するに至った。

お客さま向けのサービス展開に当たっては、まずは営業担当者が法人顧客を対象に顧客接点における課題についてアンケートを実施し、コンタクトセンター／ショーケース運用部門と連携しながら、顧客ごとに課題解決策を提案していった。この結果、過去 1 年間のショーケース見学企業 300 社のうち 240 社に何らかの提案を実施、31 社が提案内容を検討、5 社が商品・サービスの導入に至るという成果を達成。このうち 3 社とは担当者間のディスカッションも行われるなど、お客さまとの関係づくりにも寄与している。またショーケース見学者の満足度も「大変良かった」が 82%に達しており、「良かった」を含めると 98%以上から高い評価を獲得している。

回線や情報システムなどさまざまな切り口から企業の顧客接点を支援する企業として、自ら率先して先進的な技術やサービスを活用、そのノウハウを見込客にシェアする取り組みに挑戦した点を評価して「奨励賞」を付与する。現在、ショーケース見学者は大手企業が中心とのことだが、今後は課題ごとのソリューションのメニュー化や、ショーケース来訪前後のコミュニケーション・プログラムの開発などを通して、中堅中小の法人顧客を対象としたサービスを強化することが期待される。



Best Customer Support
of The Year 2018

奨励賞

株式会社建設システム

「【学ぶ】と【課題解決】を提供しソフトウェアの習得を支援する
WEBサポートサービス「KSサポート」の提供」

建設土木業向けのソフトウェアの開発・販売・サポートを行うソフトウェアメーカーである株式会社建設システム(本社:静岡県富士市)は、1992年に設立し創立26年を迎え、全国に35,000社の導入実績を誇る全国シェアNo.1である。全国15カ所の営業拠点と5カ所のコンタクトセンター拠点を持っている。

現在、建設業界は他の産業と比較すると「長時間労働」や「休日日数が少ない」などの数多くの課題を抱えており、「徹底的な業務効率化」「ICTの活用」「意識改革」を軸とした「働き方改革」を掲げている。今回の応募のテーマは、働き方改革の実現のために、同社が提供するソフトウェアの習得・活用を提供するために必要な各種サポートツールを同社のホームページにあるサポートページに集約した「KSサポート」として、2018年1月にリニューアル(プレオープン)し、利便性を追求した取り組みを行っている点が評価できる。また、2018年7月の本オープンに向けて、サービスの拡充・改訂を行っている。

KSサポートを通じた具体的な取り組みには、①基本操作・操作の流れをダウンロードできるPDFマニュアル、②スマートフォンにも対応した動画Q&A、③基本操作・操作の流れを学習できる体験型動画、④すべての機能の詳細を確認できるヘルプ、⑤よくあるお問い合わせなどを中心に、毎月無料で開催しているライブセミナーがある。コンタクトセンターの問い合わせ履歴をもとに、オペレーターと連携し、広報・WEBデザイン部にてKSサポートのコンテンツ制作及び改善を実施している。また、動画Q&Aにてお客様が検索したキーワードの収集及び分析と未解決Q&Aの集計及び分析を通じてコンテンツの追加および改善を実施している。その結果、動画Q&Aの解決率が78%、サイトアクセス数が前年比160%と成長している。

KSサポートの利用者数の向上につながるために、同社製品のインストール及びバージョンアップ時にKSサポートのショートカットが作成されるように工夫している。また、各製品に動画Q&Aのリンクボタンを設置し、各製品の動画Q&Aにダイレクトにアクセスできるように工夫している。

今後の課題・展望は、これまでの訪問導入指導からコンタクトセンターのオペレーターによる遠隔導入指導による導入指導の効率化や、地域単位の導入企業に対して、拠点センターのオペレーターによる遠隔集合教育による地域密着サポート、さらにKSサポートで検索すると最適なコンテンツをAIが解析して提示する仕組み作りを行うなど、今後の取り組みの期待も込めて、奨励賞を授与するものとする。



Best Customer Support
of The Year 2018

奨励賞

株式会社城南進学研究社

「経営貢献の為のアウトバウンド。チャレンジの深化」

学習塾業界は少子化の影響だけでなく、大学入試センター試験の改革など、抜本的な教育改革という、大きな環境変化に見舞われている。城南進学研究社は、「生徒第一主義」を掲げて乳幼児から社会人に至る総合教育に取り組んでいる。

昨年度、当コンタクトセンターは、各種問い合わせやクレーム対応などのインバウンド業務が中心であったが、今年度は営業に貢献するためにアウトバウンド業務の比率を高めている。当初、2人からスタートしたコンタクトセンターが6人～7人の運営に拡大しており、城南進学研究社にとって必要不可欠な組織になりつつある。

学習塾ポータルサイトと連携し、ポータルサイト経由でのユーザーコンタクトに対して、リアルタイムに電話を入れる迅速性の高い運用を実現している。成果の指標としては決して高いものではなかったが、ヘッドセットが使用できないビジネス電話機とエクセルおよびグループウェアによる最低限のシステム環境下でコンタクトセンターを運営している点を考慮した。

このような厳しい環境下にも関わらず、成果を出すことを強く望んでいるリーダーは、極めて前向きな姿勢でメンバーとの強い絆のチームワークを構築し、目標達成に向けて日々邁進している。小さいながらも前向きなこのチームの姿勢を評価したいと思った。他社のコンタクトセンターのメンバーとの交流や見学会への参加、さらにサービスサイエンスの勉強にも励んでおり、この先の進化(深化)が楽しみなコンタクトセンターである。



Best Customer Support
of The Year 2018

奨励賞

日清食品ホールディングス株式会社

「ITサービスマネジメントツールを利用した自動化による工数削減」

日清食品ホールディングスの情報企画部は、社内ユーザーのためのサポートデスクサービスを4人の小さなチームで運用している。昨年度に企業情報協会のIT総合賞を受賞した情報企画部のサポートデスクサービスである。

当サービスは、年間 25,000 件から 30,000 件のメール中心で一部が電話の問い合わせなどの業務の一次対応を担当しており、技術的に難しい内容や各種の申請業務は、二次対応のバックヤードにエスカレーションする運営となっている。

4人のチームの業務の生産性を高めるために、「メールからの自動起票」や「二次対応への自動エスカレーション」や「回答内容のテンプレート化」に取り組んでおり、それなりの成果をあげている。

しかし、一次対応のコストと二次対応のコストを比較すると、当然一次対応比率を上げる方がコストダウン効果につながり、経営に貢献できると思われる。また、ヘルプデスクサービスは、社内ユーザーの業務効率の向上の効果をj出しているはずだが、そのことが成果として計上されていないなど、ヘルプデスクサービスの目標設定をさらに価値あるものにすべきである。

ただし、本アワードの窓口を担当していただいたリーダーの本当に真摯で聡明な対応には感心させられ、審査するというよりは、審査員が本気でアドバイスする時間になっていた。サポートデスクサービスの目標をしっかりと再設定すれば、素晴らしいサービスを実現できる。ぜひとも来年もアワードに参加され、大きな進化を見せていただきたい。