

- NEWS RELEASE -

2022年度(第23期)カスタマーサポート表彰制度 受賞企業決定



Best Customer Support
of The Year 2022

公益社団法人企業情報化協会は2022年度カスタマーサポート表彰制度 受賞企業を発表
2022年9月15日(木)カスタマーサポートシンポジウム内にて表彰式典・受賞記念講演を開催

公益社団法人企業情報化協会はこのたび、2022年度カスタマーサポート表彰制度(Best Customer Support of the Year2022)において、10社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 譲司 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2022年9月15日(木)・16日(金)に開催される当協会主催「2022年度 第25回 カスタマーサポートシンポジウム(会場:東京プリンスホテル/オンラインライブ配信併催)」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)

最優秀賞	ブリストル・マイヤーズ スクイブ株式会社
優秀賞	DHL ジャパン株式会社
優秀賞	明治安田生命保険相互会社
特別賞(デジタル業務改革賞)	株式会社 NTT 東日本サービス
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
特別賞(リモート人材育成賞)	クラウドエース株式会社
特別賞(ES 向上賞)	株式会社 WOWOW コミュニケーションズ
奨励賞	株式会社アイティ・コミュニケーションズ
奨励賞	NTT レゾナント株式会社
奨励賞	株式会社オウケイウェイヴ

※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。

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。

2021 年度カスタマーサポート表彰制度審査委員会

◆審査委員長

小野 譲司 青山学院大学 経営学部 マーケティング学科 教授

◆審査副委員長

田口 浩 グッドエンゲージメント 代表

◆審査委員

中森 基雄 株式会社WCAT 代表取締役

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

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 エグゼクティブコンサルタント

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

中尾 知子 株式会社 JBM コンサルタント 執行役員 主任講師

寺下 薫 クリエイトキャリア 代表

神田 晴彦 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

デジタルイノベーション推進グループ ビジネスアナリスト 上級研究員 博士(経営学)

宮崎 義文 イー・パフォーマンス・ネクスト 代表

公益社団法人企業情報化協会(IT 協会)について



公益社団法人企業情報化協会は、「IT 活用による経営革新の推進機関」として 1981 年の設立以来、企業の情報化に関する調査研究及び開発を行い、その成果の普及並びに実施を促進することにより、わが国の社会・経済及び産業の健全な発展に寄与することを目的として活動しています。

名 称 : 公益社団法人企業情報化協会 (略称: IT 協会)

会 長 : 山内 雅喜 (ヤマトホールディングス株式会社 取締役会長)

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

2022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)

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」
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
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
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
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
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
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
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
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
奨励賞	株式会社 オウケイウェイヴ ユーザーやファン同士の助け合いのチカラを活用した次世代サポート Q&A コミュニティ

本件に関する問い合わせ先

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 3F

メール:info@jiit.or.jp

TEL:03-3434-6677

HP:<https://jiit.or.jp/>



Best Customer Support
of The Year 2022

最優秀賞

ブリistol・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」

ブリistol マイヤーズ スクイブ ヘマトロジー事業部門 CAR T 統括部では、患者個人の生きた細胞を加工して作成するカスタムメイドのがん治療薬である CAR T 細胞療法「ブレヤンジ®静注」を発売するに当たり、複雑なプロセスを辿る患者情報を一元管理すると共に、医療機関・ロジスティクスなどステークホルダーが情報を共有するためのプラットフォームを構築するなどによりバリューチェーンを整備。顧客である医療機関の声に基づきこれを継続改善することにより、大きな成果を挙げている。

具体的には、2019年に日本での事業立ち上げ準備に着手し、患者ジャーニー（症状認識から医療機関での治療までの患者の行動や思考などのプロセス）を作成すると共に、海外先進事例を参考にしながら、日本国内の環境に応じたビジネスプロセスの定義、模擬製造による検証、医療者向けホットライン開設などを実行。ホットラインでは、製造施設のある米国との時差を踏まえた体制を構築すると同時に、高度なトレーニングを行うことで、患者の白血球の採取～米国での製造～患者への投与に至る、製造・輸送プロセスのきめ細かい調整を実現。2021年8月に一例目の患者への投与を完了すると共に、その後もタスクフォースを結成し、継続的に顧客体験の向上に向けての改善活動を推進している。

効果指標としては、① 短期間での認証医療機関設立数、② 製品投与数、③ 短納期での製品製造、④ One Team での顧客サポートを提示。認証医療機関の整備、患者への製品投与共にスムーズなスタートを切ると共に（①）、発売後1年以内に二桁にのぼる製品投与を実現（②）。お互いの顔が見えないコロナ禍の中でも、プロセスにおけるトラブルや連携ミスにより投与に至らなかったケースはなく、想定期間内での製品投与を実現（③）。社内外・国内外で17チームに及ぶステークホルダーが一丸となって、顧客をサポートすることができたという（④）。

今回の成功体験に基づき、既に自社2品目の CAR T 細胞療法の薬事承認を取得し、4月より発売。今後は、取り扱う疾患領域や投与患者数の増大が見込まれる中、安定的に高品質な製品・サービスを提供するべく準備を進めている。加えて、標準納期の短縮を推進しており、顧客ごとに多様な例外的ケースが生じる可能性を受け、蓄積された事例に基づくプロセスの更新・再定義や、例外時の対応手順の確立を推進しているとのこと。

最先端の医療サービスである再生医療を巡る取り組みとしてはもちろん、医薬品をカスタマイズすることによる製品のサービス化という観点からも興味深い取り組み。GDL (Goods Dominant Logic) から SDL (Service Dominant Logic) へという時代の流れの中で、ヒトの命にもかかわる製品をサービス化し、国境を越えたホットラインのきめ細かいサポートにより事業を成功のうちにスタートさせると共に、これを継続的に改善している姿勢を高く評価し、最優秀賞を授与する。



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

同社のカスタマーコンタクトセンターでは、毎年全社で実施されている、従業員エンゲージメントレベルの調査において、会社全体平均や他部署と比較し低い結果であった。

従業員エンゲージメントが低い原因について分析を行い、その結果、「組織運営の参画機会が少ないと感じている」「自分たちの貢献がよく見えないと感じている」「コロナ環境下での業務、先行きに不安を感じている」という3つの課題があることが分かった。

これらの課題が発生している原因は、コロナ禍の繁忙で組織運営への巻き込みや、意思疎通の機会が十分に取れていなかったためであり、この原因を改善するために、現場のメンバーからボランティアを募り、プロジェクトチームを設置した。プロジェクトチームでは、同社で初めて、「CS WEEK」を企画から運営までをプロジェクトチームが主体として実施することや、コロナ禍においても安心・安全に働ける職場環境構築の取り組みや、応対品質コンテスト、各種表彰制度の実施などについて取り組みを行った。

現場メンバーが主体となったこれらの取り組みにより、2021年度の従業員エンゲージメントレベルは、目標設定がかなり高かったこともあり目標値には届かなかったものの、過去最高の得点となった。NPSスコア（顧客満足度評価）についても、調査を開始してから過去最高の評価得点となった。また、同社が経営貢献の指標として測定している、「新規顧客になり得るお客様情報の品質」や「付加価値サービスの販促率」についても過去最高の評価を得ることができた。

今回の現場メンバーの有志が主体となったプロジェクトチームの取り組み成果として、数値目標を達成できていない面はあるが、取り組み内容や、取り組み成果については、素晴らしい成果であると高く評価することができ、優秀賞にふさわしい取り組みである。

今後、更なる従業員エンゲージメントの向上と共に、会社貢献の向上を目指し、先進的な取り組み事例として、継続した取り組みを期待する。

※従業員エンゲージメントとは、会社の方針や目標に共感し、自発的に貢献したいと思う意欲のことである。



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

同社コミュニケーションセンターでは、コロナ禍の影響を受け、2020年4月の応答率が54.1%と大幅に低下し、繋がらない苦情も増大した。そのため、早急に応答率を改善することが求められた。

センターのミッションは、同社の経営理念である「確かな安心を、いつまでも」の実現のために、「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』を追求することによって、期待を超える『感動』を提供する」ことを目指している。そこで、センター運営体制の高度化のために、「安定・安心感PT」「満足・特別感PT」「簡単・利便性PT」というミッション直結型のPTを立ち上げた。PTのメンバーは若手職員を中心に、ボトムアップによって現場に根差した改革を推進するとともに複数PTの兼務者を配置することでPT間の連携もできる体制が取られている。

「安定・安心感PT」では、従来、紙中心であったスクリプト・事務ルールなどのマニュアルを電子化した上で、AI活用により音声認識と連動して応対中のキーワードからアラート・マニュアルの自動表示ができるようにした。このことにより、応対時間が約12%削減され、素早い回答によるお客さま満足と応答率の向上に寄与している。また、膨大な紙資料の電子化によって、リモートワーク環境の実現にも大きく寄与している。

「満足・特別感PT」では、お客さま電話応対品質のいっそうの向上・CMの納得感の向上を目指して、SMSアンケートの導入と音声認識システムを活用した基本動作の応対品質評価を一部自動化した。これにより、従来はCMI人当たり年間6コールによる評価から、SMS回答のすべてと音声認識による評価が可能となり、応対品質向上と評価に対するCMの納得感向上を実現している。

「簡単・利便性PT」では、デジタルチャネルの利用件数が少ないという課題解決のために、テキストマイニングを活用しFAQ・チャットボットの改善、有人チャットの用件拡大、お手続きフォームの新設などによって、お客さまの自己解決手段の最適化と拡充を図ることで利便性向上と入電抑制に取り組んだ。その結果、デジタルチャネルの利用件数は約2.7倍と増加している。

このような取り組みによって、応答率は21年度で98.1%と高い水準へと回復し、繋がらないという苦情も大幅に削減された。また、SMSによるCM総合満足度も5段階の上位2つで80%以上、トップボックスでも70%弱と高い水準を実現している点が評価できる。また、今後についても、『「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」の実現』という企業ビジョンの実現に向けて、3つのPTを活かしたさらなるレベルアップのための課題が明確である。

このように、応答率低下という課題に対して、闇雲に取り組むのではなく、センターのミッションに立ち返り、運営体制の高度化を目指すという本質的な取り組みを推進し、成果を上げている点が評価できる。また、取り組みにおいてはトップダウンではなく、若手職員中心にお客さまの課題、現場の困り事・問題点を起点に着実な改革に取り組んでいる点も評価でき、優秀賞に値すると考える。



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

株式会社 NTT 東日本サービスでは、会社方針である経営基盤の確立・収益拡大に向け、既存事業の効率化により、人材を新たな成長分野へシフトすることが急務になっている。昨年度は、パートナー企業と同社の事務処理センタ間の連絡・確認工程を、電話からテキストへ見直すことで、双方の応対時間の削減に取り組んだ。

しかし、業務の前工程の「取次・受付」、後工程の「基幹システム投入」は人手で対応しているのが現状だ。これらの工程では基幹システムを利用しているため、人的対応からノンオペレーション化の実現に向けては、基幹システムの開発が発生し、多額の費用と長期の開発期間が必要になることが課題であった。

そこで、「取次・受付」「基幹システム投入」での人手対応の効率化・自動化を実施した。

「取次・受付」では kintone を利用したクラウド化と、AI-OCR を利用した紙申込書類のデジタル化による RPA 連携を実現した。「基幹システム投入の RPA・エラー対応」ではクラウド RPA・BPMS 導入によるオペレーションの自動化、業務の見える化・分析では BI ツール導入でデータ集計業務を自動化するなどの多岐にわたる取り組みを実施した。

今回の取り組みは、複数の DX ツールを活用し、紙ベースの業務をデジタル化し、開発期間や費用がかかる基幹システムとの連携を行い、生産性向上によるコスト削減に貢献するとともに、品質向上にも役立った。

今後は、完全ペーパーレス化と DX の加速に向けた人材の育成・創出を目指し、DX ツールを活用した提案ができるレベルの人材の育成を目指す。

これらの取り組みを評価して、特別賞（デジタル業務改革賞）を授与する。



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

東日本電信電話株式会社では新しいビジョン循環型ミライの実現を目指して、感動共有企業を掲げるキューアンドエー株式会社とともに、東京・仙台拠点を含め会社を横断したテクノロジーとコミュニケーションを融合させたバーチャルセンタを目指している。

今回はそのバーチャルセンタにおいて、相互コミュニケーションが取れるリモート研修プロセスを構築した。その具体的内容は以下のとおり。

①臨場感あふれる研修のフルリモート化

配信用のスタジオを構築してリモート講師を擁立し、大型モニターやカメラを駆使して様々な工夫を凝らし、対面研修以上のクオリティを目指したフルリモート研修を実施している。

②離れた場所でも1センタと感じられるメタバースの活用

メタバースを活用し、ウェブ上の各アバターを近づけるだけで即座に会話ができる双方向コミュニケーションを確立することにより、集合形式だけではなくロールプレイングやグループディスカッション等さまざまな形式の研修が場所を意識せず実現可能となった。

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、習熟コンテンツとして公開していつでもどこからでも視聴が可能となった。また配信した研修映像を編集して座学研修を動画に置き換え、復習や補講等で再利用できるようになった。

上記取組みの成果を図るため、研修後の理解度テストとアンケート満足度結果、顧客満足度調査結果の指標を設定したが、すべての項目で集合研修を上回っていることは評価できる。またこのフルリモート研修は、アフターコロナ時代に求められる集合研修から脱却し ICT を活用した新しい研修形態の規範となるもので、新たな雇用の創出や地方創生にもつながる事例とし、特別賞 (ICT 活用賞) を授与するものとする。

ただ当取組みは目的や成果が研修に限った内容となっており、せっかく新テクノロジーを利用した先進的で意義あるものなので、企業経営に関わる目標までスコープを広げて、より価値ある成果が出ることを期待する。



特別賞（リモート人材育成賞）

クラウドエース株式会社

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

クラウドエースでは、Google Cloud の技術サポートを行っており、技術面での顧客サポートは、エンジニアが直接行なっている。Google にも公式の FAQ があるが、Google Cloud プロダクトなどの更新頻度が高く、すべてを網羅している内容になっていないため、クラウドエースのエンジニアが日々最新情報をキャッチアップすることで、顧客のサポートを行っている。そのため、顧客から質問があった際は、文面で顧客が抱えている課題へのヒアリングを行い、エンジニア自身が文章を作成して回答を行っている。サポート業務の主管部署からエンジニアが所属している部署へ毎月アサイン依頼を行い、その都度、必要な設定を行っていた。

しかし、アサインされたエンジニアにメンバー変更があった場合、サポートツールライセンスが不足したり、部署間でエンジニア工数の二重管理が発生していたため、スポットでエンジニアの空き時間が発生しても、活用できない状況だった。また、エンジニアから顧客への回答文章について、シニアエンジニアによる回答文レビューで同じ指摘を繰り返し受けたり、エンジニア間で回答品質にばらつきがあるといった課題があった。その結果、お客様の待ち時間が長くなり、顧客満足度の低下につながる可能性があった。

そのため、同社は、大きく 2 つの取り組みを実施した。一つは、エンジニア管理部署への権限委譲である。主管部門からエンジニア所属部門へ権限を委譲し、サポート業務に必要な設定をエンジニア管理部門内で完結できるように業務フローを見直し、よりシンプルな仕組みにすることで余分な工数を削減した。もう一つは、エンジニアのアウトプット能力の向上である。サポートツールによるレビュー前チェックはもちろんのこと、社外講師によるロジカルシンキングとテクニカルライティングの研修受講を進め、エンジニアの回答スキルを向上させた。

取り組みの結果、エンジニア管理部署内でサポート業務のアサインを調整できるようになり、主管部署は二重管理と調整で発生していた余分な工数を削減できている。また、顧客への回答内容の品質向上も実現できた結果、顧客満足度も 90.5% と高い数値を維持することに繋がったできた。

同社は、この取り組みを 8 割以上の社員がリモートワークをしている中で進め、特にエンジニアを育成した点が評価に値する。今後も更なる業務の効率化を図りながら、同時に回答品質も担保したサポートを提供することで、顧客のビジネス推進に貢献されることを期待したい。
以上から、特別賞（リモート人材育成賞）と評価した。



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

株式会社 WOWOW コミュニケーションズは長年、離職率の高さに課題を感じつつも、その改善策は各チームによる局所的・散発的な試みに留まっていた。

このような問題意識のもと、全国 4 拠点、32 チーム、約 800 人に対し、ハズバークの「二要因理論」を取り入れた、従業員満足度調査を実施することで、改善が必要な項目を選択しアクションプランの作成・実施を行うという全社一丸の PDCA サイクルを実施した。

2020 年度に試行するも、改善活動ありきで進めたことから、多くの課題を残した。そこで、2021 年度に見直しを図ったのが本取り組みである。具体的には、低スコア項目、重視項目を推進メンバーと各チームが一緒になって評価し、アクションプランを検討する壁打ち会を実施した。また、同社が対応品質評価に用いているアクションプランシートをカスタマイズすることで、1 回目(2021 年 7 月)と、2 回目(2022 年 2 月)の満足度を比較して評価できるようにした。

アクションプランを実施したチームは 32 チーム中、28 チーム。実施したアクションプランは計 39 にのぼった。アクションプランの例として、「コミュニケーションをテーマとしたコミュニケターとの座談会」、「オンラインゲーム部やカフェ部といった部活動」、「やりがいをテーマにした評価表の作成・配布・フィードバック」、「マナーや業務ワンポイント知識等の簡易研修」などが挙げられた。満足度が向上したチームが過半数を超え、2020 年度比で退職率は 4.9 ポイント低下した。

本テーマで指標として取り上げた退職率のさらなる低下に向けては、本取り組みの更なるレベルアップに加え、採用時のマッチングの課題などにも注目する必要があると思われるため、今後に期待したい。

しかしながら、新型コロナ感染拡大に伴い、在宅・テレワークが進む中、同社のコミュニケターはセンター勤務を余儀なくされ、不満も高まっているという問題意識もあり、同社の本テーマへの着目は評価でき、一定の効果が見られたことを評価し、特別賞 (ES 向上賞) を授与する。



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

株式会社アイティ・コミュニケーションズは、2021 年 10 月から資格取得支援制度を導入された。所定の 11 資格は、合格まで最長 1 年間に研修手当を支給し、資格取得後は資格手当を支給する仕組みになっている。

応募者は、メンタルヘルスマネジメント 47%、コンタクトセンター検定試験 34%、IT パスポート 15%となっており、資格取得者の 90%が次の資格にエントリーしており、応募者が前向きに取り組んでいる様子が見て取れる。

しかし、本当の成果である CS 向上や ES 向上の成果を測定するアンケート調査などが行われていないのは残念である。

多くの会社で資格取得支援制度は取り組まれており、報奨として一時金が支給されている。ただし極めて忙しい仕事に取り組みながら、資格取得の勉強に取り組むのは難しく、一時金の支給は効果をあげていないことが多い。ここを改善し、毎月の給与に手当を支給する取り組みは効果的である。本取り組みを続けると大きな成果が期待できる。

この取り組みは、勉強する気力があるメンバーには効果的だが、勉強が苦手なメンバーには効果が薄い。サービス会社は、全従業員が学び続ける必要があるので、勉強が苦手なメンバーに効果的な施策を並行して取り組む必要がある。

本取り組みは、まだ始まったばかりであるが、今後は社員にとっての学び舎となる「Com-College」の設立や社内独自資格の導入も検討しているとのことで、スローガンとして掲げている『人×技術でもっと「伝える」もっと「伝わる」』を体現する人材育成をぜひ継続し、来年度以降も本表彰制度を通して、価値ある成果を報告していただきたい。



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

NTT レゾナント株式会社 パーソナルサービス事業部 CS マネジメントチームがマネジメントするインターネット接続サービス (OCN) の総合受付センター (3 拠点) とテクニカルサポートセンター (3 拠点) では、人員数 1000 名で年間 280 万件の問い合わせを受付けている。

同社センターは、様々なチャネルで迅速にお客さまのご用件を解決するとともに、有人の応対では高付加価値を提供することをゴールに掲げている。2018 年よりチャットボット、AI による自動応答・音声認識など最先端の技術を導入し、人と AI が共存する AI コンタクトセンターとして運営を行っている。

2021 年度は、お客さまの利用率が低い DX チャネルの改革に取り組んだ。従来は単純なお問い合わせを IVR で受け付け、SMS 送信の応諾を取り回答を送信する仕様だったが、SMS 送信の応諾率が低い上に SMS を送信しても再入電率が高く、期待した効果が得られない状態であった。分析の結果、入電顧客の約 40% がシニア層であったことから、シニア層のデジタルリテラシーに配慮して再設計をおこなった。IVR のアナウンス内容をお客さま視点に修正し、お客さまからの情報提供は最小限で済むように変更することで、利用率・再入電率ともに大きく改善が見られた。

さらに、訪問サポート受付の自動化にも取り組んだ。上記の経験を生かしてシニア層に配慮した Web チャネルを設計したものの、利用率の低さが課題であった。アンケート調査によって、シニア層が Web チャネル自動受付へ使いづらさや不安を抱いていることが判明したため、シニア層が使い慣れた電話を活用する方針へ転換。プッシュボタンと自動音声認識を組み合わせることで、自動受付の利用率向上に成功した。これらの改革により、コスト削減にも大きく貢献した。

超高齢社会の日本では、DX チャネルのシニア層への浸透は大きな共通課題と言える。お客さま視点で考え、シニア層のデジタルリテラシーに配慮して改革を行ったことを評価し、奨励賞を授与する。しかしながら、今回の発表ではシニア層の満足度など満足度の測定値がなく、指標の測定方法に曖昧さがあった点は残念である。

本取り組みを継続するとともに、お客さまに寄り添う視点でチャネルを育て続け、同社が目指す『最高の顧客体験を提供するセンター』に成長されることを期待する。



奨励賞

株式会社オウケイウェイヴ

ユーザーやファン同士の助け合いのチカラを活用した次世代サポート Q&A コミュニティ

テクノロジーの進化によりさまざまな製品やサービスが登場していることで、使い方やトラブル対応などのサポートも複雑化している。こうした中、同社では、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」を提供する事業を展開している。

同サービスのお客様は、サービスの契約企業とサービスを利用するユーザーである。「OKWAVE Plus」の導入効果を最大化するため、利用ユーザーを「質問者」「回答者」「閲覧者」に分類し、それぞれの UX を最適化するための取り組みを実施し、①質問のしやすさ、②回答者の支援、③閲覧者の解決促進の観点から改善した結果、回答数において「OKWAVE Plus」導入前と比較して、20 倍近く伸びた事例を確認できている。

契約企業がコミュニティを始めるにあたっては、同社が個人向けコミュニティサービスで蓄積した 800 万件の質問コンテンツの中からの初期コンテンツを提供できるため早期の立上げが可能である。また導入以降は、同社のカスタマーサクセス部隊がリテンションの役割を果たしており、契約者のアンケートで CSI 95%、コンタクトセンター従業員の声からも従業員満足度の向上が確認できている。

コスト削減の効果を測る KPI として、解決価値を次のように設定し、
解決価値=件数 × 解決率 × 1解決価値 (コールセンターを前提に 900 円とした)

質問解決率 : 69.05% 閲覧解決率 : 26.46%

事例として、PC周辺機器 2700 万/月、パソコン 1800 万/月等、大きな成果が出ている。

コミュニティを活用したユニークな B2B カスタマーサポートのサービスである点、新たに解決価値という指標により効果を数値化した点など評価に値する。今回、自社の商品・サービス改善と導入企業にとってのメリットの発表であったが、今後さらに掘り下げた具体的な活動についても発表いただけるものと期待し、奨励賞を授与するものとする。