

求められる“戦略拠点の司令塔”への進化 162社・団体に見るカスタマーサポートの今

2015年11月12日・13日の2日間、第16回『コールセンター/CRM デモ&コンファレンス』を、東京・池袋で開催した。テーマは、「“戦略的コンタクトセンター”のカタチを探る」。コンタクトセンターに求められる役割は、「電話を受ける」から、顧客をマスで捉えた対応によりロイヤルティを醸成する「顧客戦略の司令塔」へと変化している。新たな役割を果たすために必要なITやマネジメントを展示と講演で示した。

コンピューターテレフォニー編集部とUBMジャパンが主催する「コールセンター/CRM デモ&コンファレンス 2015 in 東京」を、11月12日・13日に、東京・池袋のサンシャインシティ・コンベンションセンターで開催した。出展社・団体数は前年比9.2%増の162、来場者数(延べ人数)は前年比10.7%増の7795人で、過去最大級の規模での開催となった(実践研修講座は、10日~13日の4日間実施)。

本イベントは、「5年後のto be——」を総合テーマとして、5年後のカスタマーサービスおよびコンタクトセンター像を提示している。今回は「“戦略的コンタクトセンター”のカタチを探る」をサブテーマに据え、顧客戦略の司令塔としてコンタクトセンターが機能す



図 出展社・セミナー講演企業一覧

るための条件を展示と講演によって探った。

近年、経営がコンタクトセンター

図 出展社・セミナー講演企業一覧

ア アーシング アートソフト 3Dグローバルソリューションズ アイアルリンク アイティフォー アイドマ・ホールディングス アイネス アイ・ビー・エス アクセラテクノロジ アクロスウェイ アズベイス アドバンスト・メディア アニモ アパール長崎 アルファコム anbx 伊藤忠テクノソリューションズ 岩崎通信機 インターコム インターパーク インタラクティブ・インテリジェンス インテック インテリボイス ウォンズ AIT Ai-Logix ASCジャパン HDI-Japan エス・アンド・アイ SCSK SCSKサービスウェア エステック SBクリエイティブ エヌ・アイ・ティネットワーク NEC NEC ネットウェア NEC フィールドテクノ NECプラットフォームズ NTTアイティ NTTアドバンステクノロジ NTTコミュニケーションズ	NITソフトウェア NTTデータ先端技術 NTTネオメイト NITフィールドテクノ NITマーケティングアクト MITシステム研究所 LG CNS エンビレックス オー・エイ・エス オウケイウェイヴ 岡田電機 岡山市 OKI OKIソフトウェア オデッセイ コミュニケーションズ カ Kyung Jin Electron 協栄産業 キングジム クルーグ KDDI KDDIエポルバ 高知県 コミュニケーションビジネスアヴェニュー コムデザイン サ サイバーコム サクシード 札幌市 佐渡市 三協エアテック GNネットコムジャパン ジーネクスト ジェネシス・ジャパン 下関市 JALインフォテック シンカ スターシステムズ セールズフォース・ドットコム Zendesk	ゼンハイザージャパン Seoul Information System ソフト・ダイバシティ ソフトバンク タ タカコム タグジャパン TIS ディアスクエア DupliCALL テクノロジー・リンク テクマトリックス 東芝 徳島県 ナ ナイスジャパン 長塚電話工業所 日興電機製作所 日本アイ・ビー・エム 日本アベクト・ソフトウェア 日本アパリア 日本オラクル 日本コールセンター協会 日本コンセントリクス 日本コンタクトセンター教育検定協会 日本証券テクノロジー 日本通信販売協会 日本フロントロニクス 日本マイクロソフト ニューロネット neix NEXUS COMMUNITY 野村総合研究所 ハ ハーチャレックス・コンサルティング パンズ パナソニック インフォメーションシステムズ P&Wソリューションズ BCC	日立システムズ 日立情報通信エンジニアリング 日立ソリューションズ 日立ソリューションズ東日本 ヒュレックス 福岡市 富士通 富士通コミュニケーションサービス 富士通ソーシャルサイエンスラボ 富士通ネットワークソリューションズ 不二家システムセンター フュージョン・コミュニケーションズ フライシス プラスアルファ・コンサルティング Preferred Infrastructure ブルーポート プロディライト ペリントシステムズジャパン ボイスサイバーテクノロジー・ジャパン VOISTORE HOYAサービス マ 三菱電機インフォメーションシステムズ 宮崎県 ミライト メディアリンク モバイルセレクト モビリス ヤ Yedlink Network Technology 八条 ラ ラクス ランドスケイプ りらいあコミュニケーションズ リンク ログイット (50音順、社名は2015年11月現在のもの) ※複数ブース出展社は1社名に集約
--	--	---	--

事例&ソリューションセミナー

顧客経験価値(CX)をいかに高めるか 11セミナーで実践ポイントを解説

事例&ソリューションセミナーでは、まさに旬のキーワード「カスタマー・エクスペリエンス(CX)の向上」「オムニチャネルの実践」が強調された。また今回は、大手アウトソーサーがITベンダーと協同で新たなサービスを訴求したり、マネジメント体制の強化事例を紹介するケースが目立った。

12日は、ジェネシス・ジャパンの飯塚純也氏が、アビームコンサルティングの秋山紀郎氏とともに「海外事例から考察するカスタマー・エクスペリエンスの成功ポイント」を紹介。ついでSCSKサービスウェアの杉山 実氏が「呼量削減に効く デジタル施策10選」と題して講演を行った。

ニュアンスコミュニケーションズジャパンは、同社の音声認識エンジンを

使った新サービス「ボイスクラウド」を提供するりらいあコミュニケーションズとともに、音声認識の最新技術を紹介。日本オラクルの横山 富氏は「オムニチャネル時代のコンタクトセンターとは」をテーマに、次世代コンタクトセンターの姿を描いて見せた。

オウケイウェイヴの綿貫健吾氏は、FAQの改善で問い合わせ件数を1割削減した事例を紹介。日本アспект・ソフトウェアは、ベルシステム24で採用されたWFMシステムの活用事例を解説した。

次世代コンタクトセンターが続々

13日は、LivePerson Japanの深沢明生代表が「スマートフォン時代の新たなコンタクトセンター」について言及。

に求める役割が大きく変化している。ただ電話を受けるだけではなく、問い合わせから顧客の声(VOC:Voice of Customer)を抽出し、自社製品や顧客対応の改善活動、顧客の個別ニーズを満たすサービスプロセスを構築する役割も担う。これを実現する手段として、デジタルチャネルも含むVOC収集・分析、WebRTC、クラウドなどのキーワードが提示された。

科学的・経験則からアプローチ 顧客接点のあり方を解説

基調講演では、コンタクトセン

ターをはじめとした顧客接点のあり方を、科学的アプローチと経験則をもとに解説した(詳細は58ページ参照)。

初日は、ペイン・アンド・カンパニー パートナーの森光威文氏が、コンサルティングに携わった企業の事例をもとに、ロイヤルティ指標であるNPS(ネット・プロモーター・スコア)を使いこなすヒントを提示した。

2日めは、15年間、日本橋高島屋の正面玄関で接客してきた“伝説のコンシェルジュ”敷田正法氏が登壇した。競合店の取扱い商

具体的な姿について、NTTソルコの武藤弘和代表が解説を加えた。

日本マイクロソフトは、anbxとともに同社のクラウドCRMについて紹介。コールセンターでの利用方法と、その導入メリットを訴求した。またプライシスの高原陽一氏は「顧客接点で業務改革」と題し、クラウドCTI「BIZTEL」を活用したコンタクトセンター運用事例を紹介した。日本オラクルの宮川 崇氏は「Oracle Service Cloudで実現する次世代コンタクトセンター・ソリューションご紹介」と題して講演。最後は、NTTソフトウェアの長谷川貴広氏が「経営に貢献するコンタクトセンターマネジメント」として、三井住友海上火災保険に導入されたWFMシステムの活用事例を紹介した。

2日間を通じて各セミナーとも大勢の聴講者が詰めかけて満席。立ち見が出る講演もあり、景気高揚を受けてのIT投資意欲の高まりを感じさせた。

品を要望されたエピソードを交え、売上につながらなくても真摯に応える姿勢が、「顧客ロイヤルティ醸成と継続的な購買につながる」と語った。

特別講演では、特定商取引法改正を受け、経済産業省商務流通保安グループ消費経済企画室長の伊藤正雄氏が、今後アウトバウンド業務にどのような制限がかかる可能性があるのかを説明した。

昨年に続き実施したBPOセミナーは、BPOプロセスの実践法のほか、労働人口の減少とストレスチェック義務化(労働安全衛生

法改正)を踏まえたスタッフマネジメント手法が紹介された。

13日には、オウケイウェイヴ主催のプライベートセミナーを開催。HDI-Japan(日本ヘルプデスク協会)CEOの山下辰巳氏による基調講演をはじめ、FAQ導入成功の要点を事例やセミナーでまとめた。

電話×Webで提供する顧客体験 新技術WebRTCゾーンを設置

展示会場では、ハード/ソフトウェアベンダー、SI企業、テレマーケティング・エージェンシー、人材サービス会社、地方自治体などが



最新のソリューション/サービスを紹介した。

今回、新たに設けた「WebRTCゾーン」には、Webブラウザ間で電話(音声)やビデオチャット、データ通信を可能にする技術

WebRTCを活用したソリューションを提供する8社が一堂に会した。いまや顧客行動の起点となりつつあるWebにおいて、コミュニケーション手段を網羅的に利用できることから、注目を集めていた。

トレンドテーマセミナー

10席から実現できる本格ソリューション クラウドコンタクトセンター構築法

コンタクトセンターをクラウドで構築する——いまや当然の選択肢となった。トレンドテーマセミナーでは、コンタクトセンターのクラウド化の最新動向を踏まえ、導入の指針を整理。そのうえで、具体的なサービス利用について、2社のベンダーがソリューションを紹介した。

最初に登壇したのは、コンタクトセンターのコンサルティングを手掛けるホライゾンBPC代表の堀 雄一氏。まずはクラウドソリューションの基礎を解説し、導入メリットを紹介。そのうえでコンタクトセンターのクラウド化動向を解説した。この中で堀氏はコールセンター白書の調査結果に言及。クラウド導入の懸念事項として、情報セキュリティへの不安、長期利用によるコストメ

リットの漸減に加え、オンプレミスと比較して機能面で制約されることへの不安が大きいことを挙げた。

そのうえで上手にクラウドを活用する方法を解説。セキュリティにおいては専用施設による管理の方が企業内管理よりもむしろ安全な場合があること、コスト面では柔軟な料金体系で自社にあった運用を選択できる点を強調した。また機能面では、クラウドであっても高機能化が進んでいることを説明し、ベンダーによるソリューション紹介へと引き継いだ。

オールインワン、スケーラビリティを訴求

ソリューション紹介では、まずはアズベイス代表取締役の奥野栄倫氏が、コンタクトセンター・プラットフォーム



ホライゾンBPCの堀 雄一氏

「BizBaseテレマーケティング」について解説。コンタクトセンターに必要なIP-PBX、CTI、CRM、通話録音などの機能がワンストップで提供できる製品コンセプトと、ノンカスタマイズで利用できる優位性について訴求した。

次いでフュージョン・コミュニケーションズ(現・楽天コミュニケーションズ)の三木善彰氏が登壇。数席から100席以上まで対応できるサービスラインナップを紹介するとともに、低コスト・短期導入・利便性・サポートの充実などの特徴を挙げ、サービス優位性を強調した。

プライベートセミナー

サポートの最前線はWebコンテンツ—— デジタル・エクスペリエンスを高めるFAQを提案

生活者が何か疑問に思った時、最初にとる行動はネット検索だ。そして企業サイトでFAQを参照し、目的の情報を見つけ出して自己解決を図る。それでも問題が解決しない場合に、はじめてコールセンターに問い合わせる。

オウケイウェイヴのプライベートセミナーでは、Web上でのセルフサポート“Eサポート”をテーマに、数々の講演・セッションが開催された。

最初は日本ヘルプデスク協会(HDI-Japan)の山下辰巳CEOが登壇。『HDI三つ星獲得のポイントとEサポートのあるべき姿』と題し、2015年の問い合わせ窓口格付け調査結果と、HDI「Eサポート研究会」の最新情報を紹介した。この中で山下CEOは、三つ星サポートのポイントを掲げ、近年はスマー

トフォンやタブレット端末への対応が必須となっていると強調した。

Eサポートの“あるべき姿”を訴求

続くソリューションセッションでは、「サポートセンター改善事例」としてオウケイウェイヴの廣川佳嗣氏が講演。HDI-Japanの「Eサポート研究会」が定義したEサポートにおける“あるべき姿”や評価項目・評価軸を踏まえ、同社がいかにソリューションを実現するか、具体例を交えて紹介した。また、同社の佐野浩太郎氏は「FAQマネジメント実践講座」と題し、良いFAQ構築のポイントを「効率性」「有効性」「運用性」の3つの分析軸で解説。Web担当者として連携してサポート業務を最適化するためのプロセスを説明した。



さらにベルシステム24の北村 圭氏は、個人情報漏えいやリコールなど、クライシス・マネジメントに言及し、緊急コールセンターの立ち上げから運営までのポイントを解説していった。

事例セッションでは、オウケイウェイヴのユーザー企業(ソニーマーケティング、シャープの2社)のEサポート事例を紹介。オウケイウェイヴ取締役の佐藤哲也氏がリードしながら、各ユーザー企業の担当者から話を引き出す対談形式で進行した。どちらの企業もサポートコミュニティを活用。一方的な情報発信だけではなく、これからのサポートのあり方が垣間見れた。

展示会場全体では、チャットやSNSなどのデジタルチャネルを活用したソリューションの出展が目立った。電話とデジタルチャネル(Webやチャットなど)間で顧客の行動情報を共有することで、オムニチャネル対応を実現することが示された。このほか、注目を集めていたのは、中小規模コンタクトセンター向けソリューションだ。国内センターのボリュームゾーンである「50席以下」に最適化されたプラットフォーム製品のデモンストレーションが、主要ベンダーのブースで実施された。

会場内セミナーでトレンド提示 「5年後の研究会」は成果報告

「5年後のコンタクトセンター研究会」は、これまでの活動の集大成となる成果報告を行った。マネジメント、ソリューション/サービス、カスタマー・エクスペリエンスの3分科会に、情報処理学会コンタクトセンターフォーラムの経営貢献に関する研究会を加えた計4研究会が最終成果としてプレゼンテーションを実施した(詳細は60ページ参照)。

会場内では出展社・団体による

セミナーやワークショップも多数開催された。「WebRTC×コンタクトセンターセッション」では、NTTコミュニケーションズ技術開発部の仲 裕介氏が、WebRTCの技術概要と市場動向を解説。トレンドテーマセミナーではホライゾンBPC代表取締役の堀 雄一氏が、コンタクトセンターにおけるクラウド化動向と具体的な活用シーンを提示した。事例&ソリューションセミナーは、両日合計で11セッションを実施、ベンダーおよびSIが、呼量削減やオムニチャネルをテーマに自社ソリューションを紹介した。