

シニア対策からモニタリング改革まで 高評価得た「地に足が着いた」取り組み

2022年の「コンタクトセンター・アワード」は9月29日、24社・25申請のなかから5社4申請の最優秀部門賞が決定、全日程を終了した。最終審査会に臨んだのは、投票と審査員による審査で選ばれた8申請。また、審査員特別賞は4社が受賞、業務改善/改革に貢献した人材を表彰する個人賞部門では、7名を表彰した。すべての受賞企業/受賞者に共通したのは「変化への対応力」だ。

2022年の「コンタクトセンター・アワード」は、7月の一次審査会、9月の最終審査会ともにリアルで開催。いずれも大勢の申請企業が会場に足を運んだ。8申請が駒を進めた最終審査会では、課題としてあげられることが増えている高齢者対応や、オペレーション品質

の最適化を図るITソリューションなど、比較的、取り組み成果として即効性が高いと推察される「地に足がついた取り組み」が高い評価を受けた。

最終審査会は9月29日、東京都墨田区の両国KFCホールで開催、5社4申請の最優秀部門賞が決定

した。なお、個人賞である「マネジメント・オブ・ザ・イヤー」(主な対象はセンター長や部門長)と、「リーダー・オブ・ザ・イヤー」(主な対象はスーパーバイザーやチームリーダー)は計7名、審査員特別賞は4社が受賞した。

部門賞は、参加企業が申請内容をお互いに審査、投票する(自社投票は禁止)オープン形式の審査と審査員の評価点を合わせて決定。審査部門は、「オペレーション」「ピープル」「ストラテジー」「テクノロジー」の4部門で、専用Webサイトにアップロードされた各社の申請資料および一次審査会におけるプレゼンテーションをもとに投票。審査員(別表参照)の採点と合わせて各部門賞を決定した。なお、一次審査会のプレゼンテーションは動画として期間限定でアップされ、本アワード最大の目的である、各社が日々取り組んでいる業務改善の内容や成果を共有する“相互研鑽”の一助となったようだ。

最終審査会では、部門賞各社が

第9回 個人賞

人材育成と業務改善提案に手腕を発揮 CS組織をけん引する7名のリーダー

個人賞は、チームやグループの改善を主導したSVやリーダーを対象とした「リーダー・オブ・ザ・イヤー」、センター全体や関連部署を含めた改革をリードしたマネージャーを対象とした「マネジメント・オブ・ザ・イヤー」の2

部門で構成。自己/他者推薦で応募を募り、書類選考、審査員による面接を経て、最終発表会において7名の受賞者を表彰した(順不同、敬称略)。
<リーダー・オブ・ザ・イヤー受賞者(敬称略)>



写真左はLOY受賞者(奥田由美子氏、板橋 広氏、古川美郷氏)、写真右はMOY受賞者(草薨裕也氏、長谷達郎氏、加藤道夫氏、高橋拓也氏)

奥田由美子(DHLジャパン)、板橋 広(キューアンドエー)、古川美郷(NTTマーケティングアクトProCX)

<マネジメント・オブ・ザ・イヤー受賞者(敬称略)>

高橋拓也(NTTマーケティングアクトProCX)、加藤道夫(リコージャパン)、長谷達郎(DHLジャパン)、草薨裕也(アイベツ損害保険)

ほぼ全員が人材育成に卓越した手腕を発揮。業務改善提案も積極的で、その功績を高く評価された。コロナ禍で混乱し、ビジネス環境が激変するなか、情熱的にメンバーを指揮する頼もしいリーダーとして、今後も現場をけん引する存在として評価された。

コンタクトセンター・アワード2022実施概要

コールセンター/コンタクトセンターにおける業務改善の取り組みレポートを広く募集し、参加企業が相互に審査するオープン形式の表彰制度

●審査プロセス

①Webサイトによる申請資料のアップロード・公開、②全申請企業参加による一次審査会、③①、②をもとにした参加企業の投票、審査員の審査によるファイナリスト(部門賞)選出、④最終審査会で行われたファイナリストのプレゼンテーションをもとに審査員が最優秀部門賞を選出

●部門賞

オペレーション部門: 運営効率・品質を高めるための施策と成果に焦点を当てて評価
ピープル部門: センターの資産である人材に関する施策と成果を評価
ストラテジー部門: 経営貢献・顧客資産価値向上のための戦略的施策と成果を評価
テクノロジー部門: コールセンター運営に際して、技術の適用と活用に焦点を当てて評価

最終審査会審査員

和泉 祐子(カルディアクロス 代表)
上島 千鶴(Nexal 代表取締役)
山田 和弘(ソウゾウ Director of CS)
山本 浩二(J.D.Power Japan 代表取締役社長)
矢島 竜児(リックテレコム コールセンタージャパン編集長)
谷口 修(イー・パートナーズ代表取締役、アワード事務局代表)
村井 正素(消費者関連専門家会議理事長、特別審査員)
長谷部 英則(日本コールセンター協会会長、特別審査員)

主催/共催

リックテレコム/イー・パートナーズ

協賛

ゴールドスポンサー: 株式会社コムデザイン、楽天コミュニケーションズ株式会社、株式会社アドバンスト・メディア、東日本電信電話株式会社
シルバースポンサー: NTTテクノクロス株式会社、GNオーディオジャパン株式会社、株式会社リンク、株式会社Me-Rise、Nuance Japan株式会社、株式会社TMJ、株式会社セールスフォース・ジャパン、ジェネシスクラウドサービス株式会社

(いずれも順不同)

再度発表し、審査員の協議によって最優秀部門賞が決定した。

最優秀部門賞は、東日本電信電話、キューアンドエー、EPファーマライン、NTTマーケティングアクトProCX、みずほ証券の5社が受賞した(各申請内容は74ページ以降を参照)。また審査員特別賞は、DHLジャパン、弥生、スカパー・カスタマーリレーションズ、東日本電信電話が受賞した。

変化する消費活動とビジネス環境 「即、応用できる」申請が高評価

アワードの審査基準は以下の6項目で構成されており、審査員は申請ごとに各項目10点満点で評

価している。

①背景・課題・目的: 的確な背景説明があるか、経営・運営の課題が示されているか、また解決の明確な視点、目的・戦略が示されているか ②実行された施策: 期待した目的達成のために実行された内容が具体的に示され、適切に実施されたか ③成果: 成果が具体的に示され、期待効果が得られたか ④工夫・独自性・新規性: 着想・実施施策などに工夫や独自性があるか、斬新さや目新しさを感じるか ⑤モデルとしての規範性/応用性: 他社への適用が可能で、普遍的に業界水準の向上に貢献するか ⑥難易度: 取り組み条件の

複雑さ、困難さなどについて、運営経験年数や会社規模を勘案して評価。

2022年の傾向として、コロナ禍を経て変化した顧客や消費者の行動に対応し、同時にセンターの生産性向上を目的とした自動化戦略を実施する内容が目立った。とくに最優秀部門賞に「高齢者対応」の顧客エクスペリエンス(CX)向上を図った取り組みが2社、申請企業からの支持を集めて、受賞したことは、この課題が重視されていることを示している。

自動化とCX向上は、今後のセンター運営における大きなトレンドとなることが確実だ。