



Best Customer Support
of The Year 2019

—NEWS RELEASE—

2019年度(第20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
2019年9月19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、2019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、9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 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2019年9月19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	明治安田生命保険相互会社
優秀賞	富士通コミュニケーションサービス株式会社
特別賞(顧客サポート賞)	株式会社セゾン情報システムズ
特別賞(IT活用賞)	鉄道情報システム株式会社
特別賞(社内サポート賞)	東日本電信電話株式会社
特別賞(顧客サポート賞)	東日本旅客鉄道株式会社
特別賞(IT活用賞)	三井住友海上火災保険株式会社
奨励賞	サムスン電子ジャパン株式会社
奨励賞	ソニーネットワークコミュニケーションズ株式会社



※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。

2019 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 譲司	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 上級執行役員
委員	中森 基雄	株式会社 WCAT 代表取締役
	天野 泰守	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 顧客価値・サービス生産性革新センター 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
	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 人材育成チーム 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 AI ソリューション事業部 マーケティング・コンサルティンググループ マネージャー 上級研究員 博士(経営学)
	宮崎 義文	多摩大学大学院 経営情報学研究科 客員教授 イー・パフォーマンス・ネクスト 代表

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 22 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	:2019 年 9 月 19 日(木)	※一部の受賞記念講演は 9 月 20 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

2019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>明治安田生命保険相互会社 ご高齢のお客さま対応を通じた「人に一番やさしい生命保険会社」の実現</p>
優秀賞	<p>富士通コミュニケーションサービス株式会社 現場発、「ワタシすまいる活動」によるクライアントとCSLのビジネス成長への貢献</p>
特別賞 (顧客サポート賞)	<p>株式会社セゾン情報システムズ ヘルプデスク集約によるCS/ES向上の取り組み ～ヘルプデスク/コールセンターからITサービスデスク/コンタクトセンターへの変革～</p>
特別賞 (IT 活用賞)	<p>鉄道情報システム株式会社 アシストマルスによるお客様サービス向上と駅窓口業務の効率化</p>
特別賞 (社内サポート賞)	<p>東日本電信電話株式会社 AIチャットボットを活用したヘルプデスクの デジタルトランスフォーメーションによるお客様早期対応の実現</p>
特別賞 (顧客サポート賞)	<p>東日本旅客鉄道株式会社 JR東日本のコンタクトセンターへのAIを活用した 業務支援システムの導入によるお客さま満足度向上</p>
特別賞 (IT 活用賞)	<p>三井住友海上火災保険株式会社 最新ICT活用によるお客さまサービス拡大と効率化の取り組み</p>
奨励賞	<p>サムスン電子ジャパン株式会社 アプリとショーケースの双方による ミレニアル世代の顧客をサポートする体制構築</p>
奨励賞	<p>ソニーネットワークコミュニケーションズ株式会社 完全予約型コールセンターへのチャレンジ</p>



Best Customer Support
of The Year 2019

最優秀賞

明治安田生命保険相互会社

「ご高齢のお客さま対応を通じた『人に一番やさしい生命保険会社』の実現」

生命保険業界では、営業職員（明治安田生命では「MY ライフプランアドバイザー」と呼称）による訪問販売・アフターフォロー型の業態だけでなく、インターネット通販型や銀行窓販など、営業職員経由以外での加入も増加し、競争が激化している。このような環境下で、2017 年より明治安田生命保険相互会社では、「確かな安心を、いつまでも」という経営理念のもと、企業ビジョンである「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」をめざし、お客さま志向の徹底に努めている。

同社コミュニケーションセンターは、この企業ビジョンの実現に向けて、お客さまに寄り添った、きめ細やかなアフターフォローを重視している。具体的には、「MY 安心ファミリー登録制度」「MY 長寿ご契約点検制度」「ご高齢のお客さま専用のお問い合わせ窓口」「IVR の簡素化」「MY アシスト+制度」など、「ご高齢のお客さま」に焦点を当てた取り組みが優れている。

例えば、高齢者専用のお問い合わせ窓口は、IVR を介さず直接、経験豊富で対応スキルの高いオペレータにつながり、「ゆっくり・はっきり・よりわかりやすい言葉でやさしくお客さまに寄り添う対応」を実現している。IVR は、選択項目と説明内容の簡素化に取り組み 5 項目→3 項目、90 秒→38 秒を実現している。MY アシスト+制度では、視力低下・聴力低下・筆記困難など自力での手続きが難しいお客さまに対するアシスト・デスクを開設し、専任担当者が電話だけではなくメールも含めて、お客さまの状況を踏まえた柔軟な対応を行っている。

こうした取り組みの結果、お客さま満足度の向上や IVR 中の切電率の低下、IVR に関する苦情削減という成果を上げている。また、併設されている事務ユニットでは、お客さまが手続書類を迷い無く記入できるように、ラインマーカーで囲む、付箋をつけるなどで注意喚起するなど、個々のお客さまに寄り添った対応を行っており、電話対応・事務の連携の結果として同社コミュニケーションセンター対応の満足度も高い。

このように、IT の活用等により営業職員の業務の効率化目的のためだけでなく、コミュニケーションセンターを「明治安田生命保険らしさ」を実現するための戦略的に重要な位置づけとして、営業職員等他組織との連携強化も図りながら着実に取り組んでいる点が極めて優れている。

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 2019

優秀賞

富士通コミュニケーションサービス株式会社

「現場発、『ワタシすまいる活動』によるクライアントとCSLのビジネス成長への貢献」

コンタクトセンター業界では人材採用が厳しい環境が続いており、人材確保のために様々な取り組みが行われている。また、コンタクトセンターへのニーズは拡大しているが、コンタクトセンタービジネスを拡大していくためには、人材を継続的に確保することが重要な課題となっている。そのような環境下で、富士通コミュニケーションサービス株式会社では従来の求職活動中の人材を採用ターゲット層とするだけでなく、育児中など現在は求職活動をしていないが、将来に就業意志のある層を「未来人材」と定義し、人材の早期発掘活動としての取り組みをスタートさせた。

最初の取り組みでは、センターが設置されている地元の女性をターゲットとし、「自社の認知向上」を目的にコミュニティーの構築を行った。コミュニティーへの参加者を募集するために、Webサイトの構築やメルマガによる情報発信だけでなく、リーフレット作成や、地元のフリーペーパーの活用、地元でのイベントなどへの参加を通してこの取り組みを宣伝することで、登録者を増やす取り組みを行った。また、登録された会員とのつながりを継続させるための取り組みも実施している。メルマガでの情報発信だけでなく、職場見学ツアーや座談会など、様々なイベントを行い、会員に参加してもらうことで、自社と継続したつながりを持ってもらう取り組みを行っている。

一般的なコンタクトセンターでは入社後の業務のミスマッチにより退職してしまうケースも散見される。そのような中、同社では職場見学会や働いている人との座談会を行うことで、自社についてより理解してもらうことや、コンタクトセンターの仕事についてネガティブなイメージからポジティブなイメージを持ってもらうような取り組みも行っており、入社後にミスマッチが起こらないような工夫をしている。「ワタシすまいる活動」による採用者は年々増加している。また、この取り組みの評判によって一般採用での応募者も増加し、2018年度は採用者の充足率が100%達成する結果となった。採用が厳しい環境が続く中で、求職活動中である層だけでなく、将来求職活動を行う層に焦点をあて将来を見越した人材確保を行っている。それだけではなく、入社前に自社についての理解やコンタクトセンター業務の内容を理解してもらうことで業務のミスマッチを防ぎ、早期退職者が減少するという結果にもつながっている。

この取り組みは、他社にはない新しい取り組みであり、また、今後の女性の活躍推進や、地域貢献にもつながる事例であることも評価する。

以上の理由から優秀賞にふさわしい取り組みであると考えます。



Best Customer Support
of The Year 2019

特別賞 (顧客サポート賞)

株式会社セゾン情報システムズ

「ヘルプデスク集約による CS/ES 向上の取り組み

～ヘルプデスク/コールセンターから IT サービスデスク/コンタクトセンターへの変革～」

株式会社セゾン情報システムズは、データ連携プラットフォームである HULFT 事業、流通小売業対象にシステム構築・運用を行う流通 IT サービス事業、金融業界におけるデジタル・トランスフォーメーションを支援する Fintech プラットフォーム事業、およびデータセンターを中心としたセンターマネジメントサービスを提供する企業。

一昨年度、昨年度に続いて 3 回目となる今年度は、このうちセンターマネジメントサービスにおいて、クラウド化を見据えた注力分野の1つと位置付けられているサービスデスクによる「ヘルプデスク集約による CS/ES 向上の取り組み」をテーマとした応募となった。

これは、サービスデスクを集約することによる顧客満足と従業員満足の向上、および業務プロセスにおける無駄を削減することによる働き方改革と生産性の向上を狙った取り組み。具体的には、それまで各事業部門に点在していたヘルプデスク機能を 24 時間・365 日体制のサービスデスクに集約すると共に、2017 年度まではアウトソーシングにより運用されていたこれを内製化する形で、組織体制の強化と社内機能集約の2つの観点から取り組みを推進した。

前者の組織体制の強化では、社内へのサービスデスク開設後、3ヶ月の OJT 期間中に現場の運用手順を見直して改善を図ったほか、「To Stop List」を作成し、無駄なチェックプロセスを徹底して排除。後者の社内機能集約では、内製化されたサービスデスクに社内の夜間休日業務を集約することで、従業員の働き方改革や顧客満足の向上に注力したほか、流通事業部の業務プロセスを見直し、サービスデスクでの回答範囲を拡大することで、回答に要する時間を短縮した。

これらの取り組みの結果、従業員の残業時間が削減、人件費などのコストが削減されたことに加え、社員の満足度が向上した。

応募テーマに含まれる顧客満足度の測定については審査時点では未着手だったが、今後は同調査を実施すると同時に顧客が抱える問題点を把握し、その解消に努めていく意向。合わせて、「お客さまにサービスを提供する喜び」が感じられる風土の醸成に向けて、運用手順の改善やツールの導入によるストレスのない運用を目指していくとしている。

24 時間・365 日体制でのサービスデスクを内製化すると共に、ここに社内の夜間・休日業務を集約するという難易度の高い挑戦に踏み切った点を評価して、特別賞 (顧客サポート賞) を授与する。本取り組みは未だ緒に就いたところであるが、今後は顧客満足度調査の実施などにより、取り組みのブラッシュアップを図ることを期待したい。



Best Customer Support
of The Year 2019

特別賞 (IT活用賞)

鉄道情報システム株式会社

「アシストマルスによるお客様サービス向上と駅窓口業務の効率化」

鉄道情報システム株式会社は、JR 各社のみどりの窓口運営要員不足、窓口混雑などの課題に対応し、みどりの窓口のお客様サービス向上と業務効率化を目指して、指定席発券機とコールセンターを融合させた遠隔接客を実現する「アシストマルス」を開発し課題解決に取り組んでいる。

一般利用者が切符を購入する際、従来はみどりの窓口で対応していたが、駅に設置されている指定席券売機(マルス顧客操作型端末)に音声・映像機能を追加することで、現在は JR 各社のコールセンターのオペレーターがサポートしている。このアシストマルスでは、JR 各社のコールセンターのオペレーターから遠隔でスムーズに発券、操作支援、接客ができるように各種機能拡張を行っている。なお、その機能拡張にあたっては、一般利用者の現地での利用状況の観察・操作ログ分析、さらには JR が実施した一般利用者のカスタマーのアンケート分析、JR 各社のコールセンターオペレーターへのインタビューなどの VOC(お客様の声)の収集に基づき実施している。

1 接客当たりの対応時間は「アシストマルス」導入後も 4 分とみどりの窓口とほぼ変わらない時間を維持しつつ、①オペレーター1人あたりの対応可能な窓口数、②セルフ購入率に大きな効果が見られた。まず、①オペレーター1人あたりの対応可能な窓口数は、1 窓口から 5~10 窓口に増加した。なお、従来、窓口係の接客のパラツキが見られたが、対応品質の高いオペレーターに集約・洗練されるという興味深い効果見られた。次に②セルフ購入率は、導入前に全て窓口対応だった場合と比べ、80%となった。残り 20%がオペレーター対応となっているがこのオペレーター対応の 20%のうち 12%は操作に起因する支援であり、操作を画面上でガイドしながらお客様に操作していただき操作を覚えていただくという学習効果も見られた。また、駅務機器の導入台数を低減できるという効果も見られた。これらの効果は JR 各社のお客様サービス向上と業務効率化、ならびに一般利用者両方の利便性向上を実現できたと評価できる。

現在も訪日外国人対応やバリアフリー対応などを進めるために、AI及び音声認識、自動翻訳等の最新テクノロジーを活用することで、オペレーターの語学力によらない円滑なコミュニケーションの実現に取り組んでおり、今後さらなる期待をしたい。

以上、デジタルと有人対応をうまく融合し、活用した素晴らしい取り組みであることから、特別賞(IT活用賞)を授与するものとする。



Best Customer Support
of The Year 2019

特別賞 (社内サポート賞)

東日本電信電話株式会社

「AI チャットボットを活用したヘルプデスクの
デジタルトランスフォーメーションによるお客様早期対応の実現」

東日本電信電話株式会社のコンタクトセンターでは、社内問い合わせ窓口としてヘルプデスクを運用していたが、営業担当者が Web から必要な情報を見つけるのに時間がかかったり、必要な情報を見つけられず、ヘルプデスクに問い合わせが集中したりしていたため、お客様対応の遅延が発生していた。

同社ではこのような環境下で、お客様へスピーディーに回答できるよう、人手不足や採用難の現状を踏まえ、単純なヘルプデスクの人員補充による解決ではなく、NTTグループが掲げる「デジタルトランスフォーメーションの推進」という中期経営戦略の一つの柱に沿って、AI チャットボットを 2018 年 7 月に導入し、10 月に運用を開始している。AI チャットボットの導入により、営業担当者からの問い合わせにスピーディーに回答することで、お客様への回答や受注につなげようと考えており、顧客満足を向上させようとしている。

AI チャットボットの回答精度は、昨年 10 月の 43%から比べると、2019 年 1 月段階では、63%と 20%近く上昇しており、1問ずつ丁寧に精査していった結果が数字として現れているように思えた。また、有人ヘルプデスクの稼働削減率についても、昨年 10 月の 5%に対し、2019 年 1 月段階では、22%と 17%近く数値が上昇しており、評価に値する。ただし、AI チャットボット導入初月に比べ、2ヶ月目は、問い合わせ自体が約 1,800 件近く減っており、利用しなくなった人の理由を分析すると、さらなる改善ができたのではないかとと思われる。営業の効率化も成果としているようだが、数値で証明できると、他社の先進事例になるように思う。

AI 導入により、対応の効率化を図り、回答精度や稼働削減率も上がっており、社内広報なども使って効果も出せている。AI チャットボットを顧客ではなく、社内ヘルプデスクで利用している点は、他社の参考事例になるように思えた。

一方、AI チャットボットが FAQ 代わりに利用されているように見え、今後の活用方法については一考の余地がある。回答精度と稼働削減率を上げ、余ったリソースをコンサルティング支援などの高度な業務に移行することも検討しているとの話もあり、今後に期待したい。総合的に見てみると、少人数ではあるが、丁寧に一つずつ改善しており、また、経営にも成果を証明しながら、ステップアップしている様子が窺われ、取り組みに対する姿勢については、好感が持てた。

以上から、特別賞 (社内サポート賞) と評価した。



Best Customer Support
of The Year 2019

特別賞 (顧客サポート賞)

東日本旅客鉄道株式会社

「JR 東日本のコンタクトセンターへの AI を活用した
業務支援システムの導入によるお客さま満足度向上」

鉄道を中心とした事業を展開しており、関東、甲信越から東北までの広範な地域をカバーし、1 日に約 1,790 万人のお客様が利用している東日本旅客鉄道株式会社 (以下、JR 東日本)。鉄道利用者からの問い合わせは、JR 東日本エリアのみならず、あらゆる地域や幅広い年齢層からある。また、問い合わせ内容は、運賃料金や運行情報に関する問い合わせにとどまらず、駅や車両の設備、路線毎のサービスの内容など多種多様で、さらにこれらの情報が頻繁に更新されるという点で、他の業種とは異なる鉄道事業者ならではの特殊性がある。

JR 東日本のコンタクトセンターである、お問い合わせセンターでは、大量かつ広範囲にわたる問い合わせが寄せられるため、「どこにどのような情報が記載されている」というインデックス・知識を身に付けていなければ迅速な回答は困難で、オペレーターには高度な熟練したスキルが求められていた。そのため、お客さま満足度のさらなる向上とともにオペレーターの業務負担を軽減するために、複雑化する問い合わせ内容に対してオペレーターの習熟度によらず時間をかけずに一定の品質で応答する仕組みを実現する必要があった。

そのような中、これらの課題を解決するために、JR 東日本では、AI を用いたオペレーターの電話対応を支援するツール「お問い合わせセンター業務支援システム」を開発した。本システムは IBM 社の Watson を使用している。Watson のソリューションとしては、お客さまとオペレーターの間で交わされる会話を音声認識によりテキスト化する機能と、テキスト化された問合せ内容を解析し、適切な回答候補や関連資料を検索して瞬時に表示する機能を使用した。

その結果、応対時間の短縮を実現した。システムの活用度が高いオペレーターに限定すれば、問い合わせ 1 件あたりの応答時間で最大 30% 程度の短縮が図れている。また、登録コンテンツを拡充して Watson の学習を進めたことにより、センター全体として案内できる範囲が拡大した。さらに、本件で得た知見を活用し、2019 年 2 月より、新たに Watson をベースとしたチャット形式によるお客さま向けの FAQ に活用しサービス (LINE 公式アカウント「JR 東日本 Chat Bot」の「こども駅員 Q&A」) を開始している。

このように、他の業種と比べて、多種多様な問い合わせを大量かつ迅速に対応するスキルが求められる JR 東日本のコンタクトセンターでの AI を活用してオペレーターの支援をする取り組みや、JR 東日本 Chat Bot への活用を評価して、「特別賞 (顧客サポート賞)」を授与するものとする。



Best Customer Support
of The Year 2019

特別賞 (IT活用賞)

三井住友海上火災保険株式会社

「最新 ICT活用によるお客さまサービス拡大と効率化の取組み」

三井住友海上火災保険株式会社では2014年度からコンタクトセンター改革を進め、最新ICT活用によるお客さまサービス拡大と効率化の取組みを続けている。その中で今回は、デジタル化の進展によるお客さまの行動の変化とお客さまのデジタルリテラシーの高まりに対応し、デジタル技術を活用したお客さま体験価値の向上を図っていくテーマを設定し、次の3施策に取り組んだ。

① 音声認識 IVR による自動受付システムの導入

定型的な手続きを受け付けている2つの業務に導入し、契約データベース自動突合せによる手続き完結を実現した。これによって24時間365日電話一本で迅速な手続きが可能となり、センター稼働時間外受付数増加等の効果が出ており、お客さまサービス向上に結びついている。

② チャットボットの導入

インターネット専用保険の個人客向け受付で導入し、お客さまが時間や場所を問わず質問するとチャットボットが即時に回答するサービスを実現。スマートフォンユーザを想定し、入力方法の工夫によってお客さまが求めている答えにたどり着きやすいようにしているのが特徴だ。この取組み結果として、チャットボットの利用者件数と解決率が共に高い効果を生みだしている。

③ ビジュアル IVR の導入

スマートフォンユーザが IVR ガイドンスの内容をタップするだけで窓口に直接つながるサービスで、一般受付相談窓口を導入。特徴はスマートフォンアプリを使わずオフィシャルサイトに埋め込んだことで、利用者数の確保を狙った。その結果利用者数確保だけでなく、IVR ガイドンスをお客さまが操作する時間の削減効果も大きく出ていて、お客さまの利便性向上に寄与している。

以上の3施策は、ICTの戦略的活用という面で他社と比べて一歩進んでおり、いずれも効果が出ているところは評価できる。また毎年継続的に新しい施策を企画して実施し続けている取組みはすばらしく、特別賞(IT活用賞)を授与するものとする。

今後も継続的に取組みを続け、各施策の成果がセンター全体のテーマである人財採用面の効果創出に結びつくことを期待する。



Best Customer Support
of The Year 2019

奨励賞

サムスン電子ジャパン株式会社

「アプリとショーケースの双方によるミレニアル世代の顧客をサポートする体制構築」

スマホの普及率が平成 29 年度の情報通信白書によれば 56.8%とあり SNS の利用率は 71.2%で 20 代では 97.7%が利用する時代である。そのような時代背景の中、サムスン電子ジャパン株式会社では 20 代～30 代のミレニウム世代にターゲットを絞った顧客サポートを展開している。

顧客接点の中で公式アプリである Galaxy Members の会員化と原宿に「Galaxy Harajuku」のショールームを構え、カスタマーサポートを行い、バーチャルとリアル の双方向で顧客にアプローチしている。Galaxy 公式アプリとして端末に出荷時からプリインストールされている点や毎月 9 のつく日に 9,999 名にスイーツや飲料などを提供するユニークな会員特典などを通じた積極的なプロモーション展開を通じ、アプリ会員数の増加と Google Play Store で 43 万の使用者から 5 点満点中 4.6 点評価(2019 年 5 月時点)を獲得している点は多くの成果として評価したい。また、ツールのバーチャル診断・相談機能も充実し、会員間の情報交換も頻繁に行われ他社メーカーとの差別化も図られていた。

バーチャルとリアル(店舗)との融合でシェアの拡大や新規顧客の拡大を図る展開を仕掛けているものの、アプローチ調査や顧客接点での情報収集の活用方法に課題が残る。また、リアルではショーケースの店舗データの活用やニーズの変化を見られるような仕掛けも必要。利用者の満足度調査や接客時の会話から得られる情報によりツールの改善やアップグレードをさせることによりユーザビリティが上がり、ブランドロイヤルティの向上に向かう良いスパイラルを生むのではないかとと思われる。

店頭でのカスタマーサービスにより顧客が持ち込んだ端末の修理を短時間で終了させることができるのは強みである。今後は、パブリックスペース的なカフェの活用など仕掛けと活用がよりリアル の追求のキーとなる。これからの「情報」は企業が何か決めて発信するのではなく、消費者に製品やサービスを語ってもらうことが大切であり、消費者同士が商品やサービスを評価して行動が促される時代が来ている。今後のさらなる進化に期待する。



Best Customer Support
of The Year 2019

奨励賞

ソニーネットワークコミュニケーションズ株式会社

「完全予約型コールセンターへのチャレンジ」

ソニーネットワークコミュニケーションズは、一般的な光回線のおよそ2倍のスピードを実現したNURO光のサービスを提供している。同サービスの会員規模はサービス開始以来、2014年比で約20倍と高い伸びを示している。

急激な事業規模拡大に伴いコールセンター運営費用が予算を超え、急激な入電増へのキャパシティ対応、応答率低下に伴う電話が繋がりにくいという苦情の発生、入電増に合わせた工数調整の管理工数増、等の問題が発生し対応に苦慮していた。

これらの問題を解決するために、従来の受電による問合せを完全予約制とし、お客様が予約した時間帯にお客様に電話する体制に切り替えた。サービス品質を維持・向上しながらもコスト削減と電話が繋がらないというクレームを減少させるチャレンジである。

指標/データとして、①CPH・AHT ②工数調整の簡略化 ③運営コスト ④顧客満足度維持・向上を設定し、結果として、①AHT:10%短縮 ②人員配置のための管理工数削減 ③運営費用20%減(昨年3月比)と大きなコスト削減に結びつけることができた。

一方、④顧客満足度維持・向上については、繋がりにくいというクレームの削減に成功した。収集したお客様の声からは、「操作が面倒、直接つなげて」というネガティブコメントと「待つよりは予約の方がいい」というポジティブコメントの両方の声が寄せられている。

人手不足が深刻化し、効率化・自動化への期待が高い中、大変参考になる取り組みであり、奨励賞とした。

運用側から見た改善は大きいものの、お客様側から見たサービス品質については、今後さらなる顧客満足度調査等の評価検証を行い、顧客満足度向上に向けた工夫等が期待される。