

# 品質、生産性、CS、収益——注目集めた「戦略拠点」としての人材マネジメント

経営戦略における役割から現場のオペレーションまで、さまざまな業務改善を共有、相互研鑽するという業界唯一のオープン表彰制度「CONTACTセンター・アワード」は、10回目の記念大会を迎えた。9月12日の最終審査会に臨んだのは、22社28申請のなかから選ばれた8つの部門受賞企業だ。品質、生産性、顧客満足度などさまざまな視点で業務改善に挑んだ施策が出揃った。受賞企業の申請内容をダイジェストでまとめる。

「CONTACTセンター・アワード2013」(主催:リックテレコム「コンピューターテレフォニー」、共催:イー・パートナーズ、協賛:ゴールドスポンサー・日本アピア、NEC、シルバースポンサー:GNネットコムジャパン、スポンサー:ベリントシステムズジャパン、ミライト、サポーター:シスコシステムズ、ニューアンス・コミュニケーションズ・ジャパン)の最終審査会が9月12日、東京・品川のココヨホールで開催された。今年10回目の記念大会事業として「オフィス環境賞」を設

けた(詳細は次号掲載予定)。このアワードは、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)というオープン形式で実施している。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、相互研鑽することを最大の目的としており、今年28申請(22社)が審査対象となった。参加企業は、業種、センター規模、サイト数、運営モデルもさまざま。電話対応の業務改善だけでなく、Webサイトのサポート・コンテンツの改善

やバックオフィス業務の効率化など、幅広いテーマの申請があった。とはいえ、顧客接点、カスタマーサービスの観点からは共通の課題が多いためか、一次・二次の審査会では多数の参加者が活発な質問や意見交換を行っていた。

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」「アウトソース/ヘルプデスク」の5部門。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。それに審査員(別表参照)の採点を合わせて各部門賞が決定した。最終審査会では、改めて部門賞各社が発表し、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、SBI証券、ノバルティスファーマ、オルビス、ソフトバンクテレコム、BBコールの各社が受賞した(申請内容は66ページ以降を参照)。

## 応用できるか、新規性があるか 6つの審査基準で厳正審査

7月に行われた一次審査会では、3つのトラックが同時に進行。参加者は事前にWebサイトにアップロードされた資料をもとに聴講セッショ

ンを自由に選択できた。なお、審査員は以下の基準で審査を実施した。

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。

なお、表彰式では一次審査会のプレゼンテーションと申請資料をもとに選ばれた審査員特別賞の授与も行われ、メットライフアリコ生命保険、バンダイ、プラス株式会社ジョイントテックスカンパニーにトロフィーが手渡された。

## いかに成果を生む人材を育てるか 最優秀5社に共通の「HRM」課題

最優秀部門賞に選定された5社は、業種も規模もさまざまだが、いずれも「クオリティ」を向上させる仕組み、制度にフォーカスした取り組



「かけあい」によるわかりやすいプレゼンを展開

熱心に聴く参加者。質問も多数あがった

みという共通点があった。

3年連続の最優秀部門賞(今年はおペレーション部門)を受賞したSBI証券は、一昨年、受賞した「ありがとう率」に関する取り組みをさらに進化させた。今回は生産性に着目、さまざまなKPIと組み合わせ活用するマトリクス・シートを活用したマネジメント手法を報告した。

最優秀ピープル部門賞を受賞したノバルティスファーマは、主要製薬各社とのベンチマークにおける「印象が薄い」「事務的」といった評価を受けて「親身な対応」に着目。EQ(Emotional Intelligence Quotient)を応用したプランを実行に移し、顧客満足度向上に成功した。自社の弱点を的確に把握したうえで、計画性に基づいた取り組みが評価された。

最優秀ストラテジー部門賞のオルビスは、アウトバウンドへの取り組みを申請。「セールスと思われないセールスコール」であるフォローコールを綿密な計画に基づいて実施した。コールの対象、実践する人材、

共感を生む手順について詳細に説明。「受注窓口からの進化」へのアプローチが高く評価された。

最優秀テクノロジー賞のソフトバンクテレコムは、カバー領域が広い法人顧客へのサポート品質向上のための人材教育に着目。スマートデバイスを活用した「いつでもどこでも利用できる」研修システムを構築し、成果を発表。人材育成に悩むセンター管理者の共感を得た。

最優秀アウトソース/ヘルプデスク部門賞のBBコールは、コールセンターの宿命ともいえるヒューマン・エラーの撲滅にやはり人材育成で挑んだ事例を報告。「ミスしやすい人材」をあぶりだすテストを開発、その実演には会場から感嘆の声がもれた。

今年の申請の多くは、対応品質向上によるCS改善を目指したものだった。応答率の改善やリソースの最適化といった「永遠の課題」に取り組んだ事例には、一次審査でも多くの聴衆を集めていた。

