



ソフトバンクテレコム

セルフサービス型動画ツールを導入し 研修時間を37%短縮、ESも向上

ソフトバンクテレコムのカスタマーサービス拠点の1つ、北九州データCSセンターは、高密度な研修を効率よく実践するため、通常の研修内容にセルフサービス型の動画ツールを用いた研修を加味することで効果を発揮した。

同社の法人CS部門のミッションは、法人顧客に対して良質で安定したネットワークサービスを提供し、かつ顧客が希望する納期で事故なく開通させること。万一、ミスが発生し開通事故や処理遅延が起きた場合、顧客企業に多大な迷惑をかけることになり、同時に自社にとってもリカバリー対応の負荷やブランドイメージのダウンにつながる。ミスを起こさないハイクオリティな顧客対応は必須だが、一方でCSR（同社のオペレータ呼称）が習得しなければならない業務知識量は実に多い。これらのスキル習得を新人研修（育成期間：20営業日・480時

間）とデビュー後のフォローアップ研修（毎月2時間実施・延べ164時間）の限られた時間のなかで、いかに密度を高め、しかも効率的に実施するかが大きな課題だった。

スマートデバイス採用で 自己学習・解決が自在に

そこで新たに考案したのが、従来の研修に動画研修を加えることだった。既にCSRの作業端末（PC）上には業務知識ナレッジはあったが、これとは別にワイヤレスで軽量のスマートデバイスに動画研修コンテンツを入れて、「いつでも・どこでも・何度でも」自己学習と自己解決をできるようにしたのがポイントだ（図参照）。

業務担当社員の中から動画クリエイターを約1カ月で育成。そして、必要物品の選定からセキュリティの担保、動画コンテンツ制作、運用方法の立て付けまでを、社員とSV・



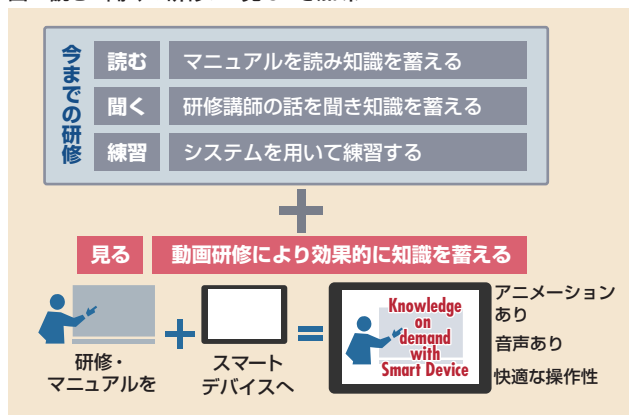
カスタマーサービス本部
北九州データCSセンター
カスタマーオペレーション課の
姉川一海氏

音を使ったミスの注意喚起や反復練習のしやすさを含めてメリットが出ています。また、クイック研修用コンテンツも用意しコール待機時間でも見ることができるなど、利便性の高いツールになっています」と、カスタマーサービス本部 北九州データCSセンター カスタマーオペレーション課の姉川一海氏は語る。

動画ツール導入により、研修時間は新人研修とフォローアップ研修合計で37%短縮した。とくにフォローアップ研修は、コール待機の間でも実施できることから、ほぼゼロ時間になった。また、成果はセンターのKPIにも表れ、生産性が20%、ESも15%それぞれアップ。そして8カ月間連続でオペレーションエラー無しも記録したという。

今後、①タッチ機能を活用した受講者参加型研修の導入、②保有スキルをベースにした業務コントロール機能の実装、③テスト機能で成長度分析用デバイスとして活用、など、動画ツールを進化させていく考えだ。

図 読む・聞くの研修に“見る”を加味



CSR間で積極的に意見交換しながら進め、誰でも理解できる動画研修を作り上げた。

「従来の読む・聞くに加え、動画を“見る”研修により情報量が大幅に増え、効果