

講演・セミナー・展示会から カスタマーサービスの“5年後”を占う

2013年11月14日・15日の2日間、第14回となる『コールセンター/CRM デモ&コンファレンス』が東京・池袋で開催された。テーマは「5年後の to be —— サービスを創る。顧客を導く。」で、今回より「常に5年後のカスタマーサービス/コンタクトセンターのあり方を探る」ことを志向する。展示会場では、その先鞭として発足した5年後のコンタクトセンター研究会の活動報告も行われた。

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 2013 in 東京」が、11月14日・15日の両日、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された。

第14回を迎えた今回から、総合テーマを「5年後の to be ——」と設定し、常に5年後のカスタマーサービスやコンタクトセンターの姿を描いていく。カスタマーエク

スペリエンスの向上が注目されるなか、顧客の苦情をいかに満足に変えていくか、おもてなしのある対応とは何かなど普遍的なテーマを下敷きしつつ、ソーシャルメディアを使ったコミュニケーションや、スマートデバイスを利用したサービスなど新たな取り組みを訴求。今回も、基調講演や各種セミナー、実践研修講座、最新ソリューションの展示、ワークショップなどで、顧客関係構築の先進



的な取り組みが提示された。

戦略的顧客サービスとは何か？ ジョン・グッドマン氏が来日講演

基調講演の初日は「グッドマン

図1 出展社一覧

ア アーリンク アートソフト アイリアルリンク アイ・エム・プレス アイティフォー アイムシステムサービス アクセラテクノロジ アクロウェイ アズベイス アドバンスト・メディア アニモ アネスト アパール長崎 アパナード アルファコム 伊藤忠テクノソリューションズ インターコム 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 インフィニートーク AIT Ai-Logix AOSテクノロジーズ HDI-Japan エクスパタイト エス・アンド・アイ SCSK エステック NEC NECインフロンティア NECネットエスアイ NECマグナスコミュニケーションズ NITアイティ NITアドバンステクノロジ エヌ・ティ・ティ エムイー NITコミュニケーションズ	NITコムウェア NITコム チェオ NITソフトウェア NITデータ先端技術 NITネオメイト NITマーケティングアクト NITメディアクロス 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 オクトンジャパン オデッセイコミュニケーションズ カ 鹿児島市 クラスギア グローバル・タンク KDDI 高知県 コクヨファニチャー コムデザイン コンベックス サ サイバーコム サクシード 佐渡市 CSKサービスウェア GNネットコムジャパン ジーネット ジェネシス・ジャパン JALインフォテック スターシステムズ	セールスフォース・ドットコム ゼノンシステム 仙台市 ゼンハイザージャパン ソシオ・ダイバシティ タ タカコム TIS ティアスクエア ティアック テクノロジー・リンク テクマトリックス 東計電算 東芝テックソリューションサービス 徳島県 ナ 長塚電話工業所 長野市 日本アイ・ビー・エム 日本アズベクト・ソフトウェア 日本アパイル 日本オラクル 日本コールセンター協会 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 日本ソフト販売 日本通信販売協会 日本ソフトロニクス 日本マルチメディアサービス (JMS) 日本ユニシス ネイクス NEXUS COMMUNITY 野村総合研究所 ハ パーチャレクス・コンサルティング パーンズ	P&Wソリューションズ BCC 日立システムズ 日立情報制御ソリューションズ 日立情報通信エンジニアリング 日立製作所 日立ソリューションズ 日立ソリューションズ東日本 日比谷コンピュータシステム ヒュレンス FICO フォーバル 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ラトリー 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 プラスアルファ・コンサルティング 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ズ・ジャパン HOYAサービス マ 丸紅情報システムズ 三井情報 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 ヤ・ラ・ワ ランドスケイプ リンク ログイット
--	--	---	--

(50音順)

トレンドテーマセミナー

「カスタマーエクスペリエンス」と「クラウド」 2大テーマで現場が求める IT を考察

コンタクトセンター分野のトレンド・テーマを通じて、現場の課題からセンター運用の今後を読み解くトレンドテーマセミナー。今回は「カスタマーエクスペリエンス」と「クラウド」を2大テーマに、ホライゾンBPC 代表取締役 堀 雄一氏が両トレンドの説明とITソリューション活用のポイントについて講演。そして、ITベンダー各社によるプレゼンテーションが行われた。

14日のテーマは「カスタマーエクスペリエンスの実践」。CRMアプリケーションをメインに、コンタクトセンターやソーシャルメディアにおける顧客経験価値の向上について、その考え方と実践の手法を紹介した。

ホライゾンBPC 代表取締役の堀 雄一氏は、今、カスタマーエクスペリエンス(CX)が注目される背景に触れた後、カスタマーエクスペリエンスと顧客満足度(CS)との相関、消費者行動とコンタクトセンターの関わりにおける



講演とプレゼンテーションで現場が求めるITを考察した

カスタマーエクスペリエンスの影響、そして、次世代型CXMセンターへの脱却を示唆した。

引き続き、日本オラクル、オウケイウェイヴ、インターコム、ITベンダー各社がプレゼンテーションを行った。

翌15日のテーマは「クラ



講演するホライゾンBPC 代表取締役の堀 雄一氏

ウドコンタクトセンターの効用」。音声基盤としてのコンタクトセンターのクラウド化について、サービスの構成要素から利用形態、メリット・デメリットなどをやさしく解説した。

ホライゾンBPCの堀氏は、改めてクラウド化のメリットと懸念(情報セキュリティ、機能面の制約、コスト構造)について解説。クラウド導入にあたっては、これらについて社内とITベンダー間で確認・検討し合い、意識を共有することが肝要と指摘した。

続いて、ITベンダーによるプレゼンテーションは、アズベイス、NTTソフトウェア、フュージョン・コミュニケーションズの3社。

の法則”で知られるジョン・グッドマン氏が来日講演。苦情対応がもたらす企業価値を中心に、カスタマーエクスペリエンスの向上に向けた米国企業の取り組みや要諦を、国内のコンタクトセンター事情に詳しいラーニングイットの畑中伸介氏とともに解説した。

2日目は、全日本空輸(ANA)のヒューマンエラー研修について、ANA ビジネスソリューションの石井和宏氏が講演した。ヒューマンエラーはゼロにならないことを前提に、誰が事故を防げたの

かに着目したANA 整備部門の研修プログラムの考え方や活かし方を紹介。コンタクトセンターでも活かせる内容に多くの聴講者が熱心にメモを取っていた。

今回は、コンタクトセンターのグローバルトレンドを紹介する『海外トレンドセミナー』も開催された。講演では、ICMIのブラッド・クリーブランド氏と、世界71カ国・地域でホテル事業を展開するマリオットインターナショナルのサイ・ウエスト氏が登壇。各国センターの類似点と相違点、コン

タクトセンターの国際化における成功・失敗事例を挙げながら、日本企業がいかに海外との文化の違いを乗り越えて国際的コンタクトセンタービジネスで成功できるかについて討論した。

『事例&ソリューション』セミナーでは、9社のSI会社・ITベンダーなどが自社ソリューションをユーザー事例をもとに紹介。また『ソーシャル&カスタマーサービス』セミナーでは、ソーシャルメディアを活用した顧客サービスについて2社のベンダーが事例に解

説を加えていった。

“人財”にフォーカスした『人材育成セッション』も両日行われた。14日は、コールセンターの役割・ミッションをテーマにJBM コンサルタントの玉本美砂子代表が講演。何のためにミッションが必要か、それを実現できる人材・体制とは何かに触れながら自己成長できる組織作りを解説した。15日はメンタルヘルスをテーマに、きやりあすの奥 富美子氏が登壇。キャリアとメンタルヘルスの関わりについて説明するとともに、うつ病予防のための職場での工夫を紹介していった。

142企業・団体が集結し最新ソリューションが一堂に会す

展示会では総計142の企業・団体が最新ソリューション/サービスを紹介、多くの来場者で賑わった。出展社の内訳は、例年通りSI企業、ハード/ソフトウェア



ンダー、テレマーケティング・エージェンシー、人材サービス会社、地方自治体など多岐にわたる。定番のコンタクトセンター・プラットフォームや統合CRMパッケージをはじめ、分析ツールやWFMなどの戦略立案・管理システム、SFAやソーシャルメディア対応などのポイントソリューション、ヘッドセットなどのファシリティ製品、センター運営代行や人材育成といった業務支援サービスなどが並び、各ブースの説明員が盛んに自社ソリューションを訴求した。

展示会場では、SI会社が規模から中小規模までカバーするトータルソリューションを提示。

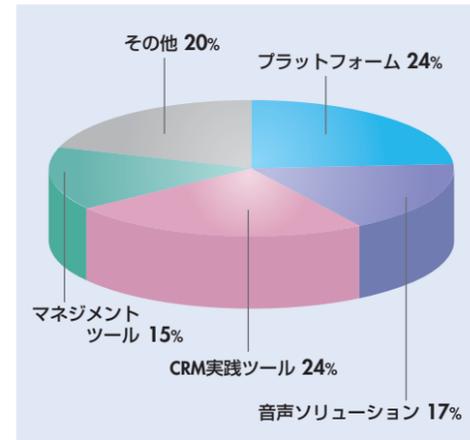
NTTやNEC、富士通、日立製作所などはグループシナジーによる強みを訴求していった。また、アライアンスを結んだ複数の企業が共同出展するブースも目立った。プラットフォーム系では、日本アバディアやインタラクティブ・インテリジェンスなどに注目。また、センター運営の全体最適化を実現するためのWFMツールとして、P&Wソリューションズなどのブースに多くの来場者が集まった。

近年は、スマートフォンの一機能として浸透している音声認識にも高い関心が寄せられた。とくに、通話録音データを音声認識でテキスト化し、マイニングをかけて知

図2 出展製品・サービスのカテゴリー分類

プラットフォーム	コンタクトセンタープラットフォーム、交換機/通信サーバー、ボード(回線・音声処理)、CTIミドルウェア、FAXシステム、アウトバウンド、ユニファイドコミュニケーション、IPテレフォニー
音声ソリューション	IVR、音声認識・音声合成
CRM実践ツール	CRMパッケージ、顧客管理パッケージ、ヘルプデスク、Eメール処理システム、Webコラボレーション、FAQシステム、分析ツール(テキスト/データマイニング、BIなど)、SFA、モバイルソリューション、Webマーケティングツール(SNS含む)、ナレッジマネジメント(情報共有)
マネジメントツール	ボイスロギング、WFMツール、エージェント管理ツール、eラーニング
その他	ヘッドセット、セキュリティ、ファシリティ、人材系(教育・トレーニング、HRMなど)、テレマ/アウトソーシングサービス、ロケーション/企業誘致

図3 出展製品・サービスのカテゴリー別割合



見を得るといった一連のソリューションは注目されており、ブースやワークショップでも盛んに訴求されていた。また、ソーシャルメディア対応では、リスニングからのVOC分析、あるいはアクティブサポートなど、5年後のカスタマーサービスの一部を垣間見せるソリューションもあった。

オンラインコンシェルジュを導入来場者と出展社のマッチングを図る

今回は展示会場内で「5年後のコンタクトセンター研究会」の活動内容の中間報告会が開催された。同研究会には、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つの分科会があり、各々十数名のメンバーで“5年後の姿”を議論している。ここ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報告が加わり、計4つの報告会を展示会場の一角で行い、いずれも立ち見が出る程の賑わいを見せた。

この他にも展示会場内では、多くのセミナーやワークショップが開催された。両日開催の「トレンドテーマセミナー」では、カスタマーエクスペリエンスとクラウドコンタクトセンターをテーマにホライゾンBPCの堀 雄一氏が講演、ベンダー各社がプレゼンテーションを行った(図み1参照)。また「ソリューションセッション」も

ソリューションセッション

「ソーシャル」「ビッグデータ」のトレンド解説と“いちから解る”センター構築を披露

ソリューションセッションでは、トレンドソリューションとして「ソーシャル」「ビッグデータ」を取り上げ、ホライゾンBPCの堀 雄一氏が解説。また、イスマイルの齊藤 勝氏は入門編としてコンタクトセンター・システムの基礎と構築ポイントを分かりやすく説明した。

14日は、「キーワードで読むトレンドソリューション ソーシャルからビッグデータまで」と題して、ホライゾンBPC 代表取締役の堀 雄一氏が講演。ソーシャルCRMなどのイメージに触れた後、ソーシャルメディア対応を始めるにあたっての留意点を説明。そして、従来型CRMから次世代のソーシャルCRMへの進化に臨んでは、顧客の属するコミュニティを対象にして、いかに自社のファンになってもらうかが成功の鍵と指摘した。また、ビッグデータ時代のアプローチとして、活用モデルとそれに向けたステップを示唆。コンタクトセンターにはまだ活用されていない



イスマイルの齊藤 勝氏はセンター・システムの基礎と構築ポイントを分かりやすく説明した。

データが山ほどあり、これらと社内外の複数データを組み合わせて「勝利の方程式」を導き出すことが活用のポイントと語った。

翌15日は、「コンタクトセンター・システムの基礎とポイント ～いちから解るセンター構築～」と題して、イスマイル 代表取締役の齊藤 勝氏が講演。センター構築のポイントとプロセスを説明した後、今後考慮すべき構築の要諦として、①サービス品質のあり方、②長期的視点に立った顧客ロイヤルティ醸成のあり方、③ブランド管理、④更なる顧客属性対応、⑤ムダを減らす、を掲げた。また、コンタクトセンターを軸としたCRMへの期待にも触れた。



初心者を含めて多数の参加者が耳を傾けていた

開催している(図み2参照)。

今回のデモ&コンファレンスでは、開催前にオンラインコンシェルジュを導入。これは、来場希望者が事前に“困りごと”や“こんなソリューションを探している”などと申し出ると、コンシェルジュが適

切なブースやセミナー、講演・講座を案内するもので、来場者と出展社のマッチングを目的としている。開催日が近づくに連れ、リアルな悩みが多く寄せられ、まだまだ市場の成熟はこれからだということがうかがえた。