

# “感動の顧客体験”を提供する！ 150社・団体のソリューションで訴求

2014年11月13日・14日の2日間、第15回の『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 ——カスタマーエクスペリエンスの“条件”」。顧客ロイヤルティを醸成するには、心に感動を与える体験(エクスペリエンス)を提供していく必要がある。その実現には一体何が必要か。展示会・講演・セミナーなどを通じ、その要諦を提示していった。

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 2014 in 東京」が、11月13日・14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(実践研修講座は12日から)。

同イベントでは、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見据えている。今回はメインテーマを「カスタマーエクスペリエンスの“条件”」とし、顧客ロイヤルティ醸成のカギを握る“感動体験”の提供をいかに実現していくかに焦点をあてられた。顧客が何を望んでいるかの事前期待の把握から、それを超える顧客対応の実践、業務課題の洗い出しから改善へのプロセス、ソーシャルメディアを含めた



VOC収集・分析などのビッグデータ活用まで、幅広いキーワードを提示。今回も、基調講演や各種セミナー、実践研修講座、最新ソ

図1 展示会出展社・セミナー講演企業一覧

<p><b>ア</b> アースリンク アートソフト アイアルリンク アイ・エヌ・ジー・ドットコム アイティフォー アイネス アイ・ビー・エス アクセラテクノロジ アクロスウェイ アズベイス アドバンスト・メディア アニモ アパール長崎 アルファコム ECロボ 伊藤忠テクノソリューションズ 岩崎通信機 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 WinSoft Ai-Logix AIT ASCジャパン HDI-Japan エクスパダイト エス・アンド・アイ SCSK エステック SBクリエイティブ エヌ・アイ・ティテレワーク NEC NEC ネットズエスアイ NECプラットフォームズ NEC マグナスコミュニケーションズ エヌジェーケー NTT アイティ NTT アドバンステクノロジ</p>	<p>NTTコミュニケーションズ NTTコムウェア NTTソフトウェア NTTデータ先端技術 NTTネオメイト NTTマーケティングアクト 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 オテッセイコミュニケーションズ</p>	<p>仙台市 ゼンハイザージャパン ソーホージャパン ソリオ・ダイバシティ ソフツ</p> <p><b>タ</b> タカコム TIS TMJ ディアイスクエア テクノロジー・リンク テクマトリックス 東芝 東芝ソリューション 東芝テックソリューションサービス</p>	<p>P&amp;Wソリューションズ BCC 日立産業制御ソリューションズ 日立システムズ 日立情報通信エンジニアリング 日立ソリューションズ 日立ソリューションズ東日本 ヒュレンス Fanvil Technology フィリピン共和国大使館 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・ジャパン VOISTORE HOYA サービス</p>
<p><b>カ</b> 鹿児島市 企業情報化協会 協栄産業 グループ 高知県 コムデザイン コンベックス</p>	<p><b>ナ</b> ナイスジャパン 長塚電話工業所 長野市 日本アイ・ビー・エム 日本アベクト・ソフトウェア 日本アバイア 日本オラクル 日本コールセンター協会 日本コンセントリクス 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ー 日本通信販売協会 日本プラントロニクス neix NEXUS COMMUNITY 野村総合研究所</p>	<p><b>マ</b> 丸紅情報システムズ 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 メディアドライブ メディアリンク</p>	<p><b>ラ・ワ</b> ランドスケイプ リンク ログイット WOWOWコミュニケーションズ</p>

(50音順)  
※複数ブース出展社は1社名に集約

## 事例&ソリューションセミナー

### VOC分析・活用からバーチャルオペレータまで 最新ソリューションを先進事例で訴求

次世代コンタクトセンターの課題解決に向けて、ITベンダー各社はどのようなソリューションを提供できるのか。本セミナーでは、7社のITベンダーやエージェンシーが、自社ソリューションについて導入事例を交えながらプレゼンテーションを行い、その導入効果を訴求していった。

14日は、NTTコミュニケーションズの熊谷彰斉氏による「人工知能を用いたスマートフォンによる自動応答ソリューションについて ～バーチャルアシスタントの実現に向けて～」の講演で始まった。次いでオウケイウェイブの佐野浩太郎氏が「HDI3つ星評価のサポートサイトから学ぶ、お客様に評価されるWebサポートへの改善のコツ」と題して講演。さらに、CSKサービスウェアの中島英也氏が「スマホ時代のセンター運営に必要な3つのポイント!」を紹介していった。

15日は、ペリントシステムズジャパンの友松大輔氏による「通話音声分析の“本当のところ” ～ケーススタディから考える導入・活用のポイント!」のプレゼンテーションで幕を開けた。この中では実践事例として、アウトソーサーであるTMJの許光秀氏が取り組みと効果を解説した。次いで、富士通コミュニケーションサービスが「顧客の声を取り入れたコールセンター対応品質評価プログラムとは? ～NTTドコモ・故障受付センターが対応品質評価を再構築した理由～」と題して講



演。パネルディスカッション形式で、同社の分部 活一気氏とNTTドコモの古市 実氏が、顧客サーベイとVOCを対応品質評価に活かす取り組みを具体的に紹介した。

また、リンクの高原陽一氏は「クラウド型CTIで実現する新しいコンタクトセンター事例」を紹介。最後にNTTソフトウェアの増田 直氏が「次世代コンタクトセンターのマネジメント ～大手金融会社様のWFMシステム導入事例～」と題して、WFMのトライアルから導入までの事例を詳細に説明した。

ソリューションの展示、ワークショップなどで、CRM実践のための先進的な取り組みが訴求された。

### CX・NPS・BPO・FAQ —— 種々のキーワードで多数講演

基調講演では、カスタマーエクスペリエンス(CX)を最良化していく組織作りの方策、実際のビジネス戦略での実践事例が語られた。

初日は、世界的ベストセラー『7つの習慣』をベースに企業向けに研修事業を行う、リクルートマネジメントソリューションズの森 良枝氏が登壇。「人材マネジメントの“大原則”、成長する組織作りのた

めの『7つの習慣』として、「主体性を持ったコンタクトセンター」を作り上げる方法を解説した。

2日目は、小売り大手イオンのカスタマーエクスペリエンスへの取り組みにフォーカス。同社執行役員Eコマース事業最高経営責任者のジェンク・グロル氏が「イオンが挑む『顧客体験型』デジタルシフトの全貌」と題し、「体験型Webサイト」実践を目指し他のチャネルと有機的に連携する同社のオムニチャネル戦略について語った。

特別講演では「顧客体験のレベルを可視化しよう! ロイヤルティを数値化するNPSの測り方と

活かし方」が行われた。近年、顧客ロイヤルティを測る指標として注目されつつあるネット・プロモータ・スコア(NPS)の上手い活用方法について、国内初のNPS認定資格者であるエンパスリンク代表の高見俊介氏が解説した(64頁の囲み参照)。

今回初めて開催したBPOセミナーは、コールセンターを核としたビジネスプロセス・アウトソーシングだけでなく、バックオフィス業務の効率化など、より広範囲にわたる業務委託の事例が紹介された。今後避けられない労働人口の減少に対し、人的リソースをコ

ア業務に集中し、企業競争力を上げていくためのさまざまなBPOサービスを、6社のベンダー/エージェンシーが訴求していった。

14日には、オウケイウェイヴ主催のプライベートセミナーも開催。HDI-JAPAN(日本ヘルプデスク協会)の山下辰巳CEOによる特別セッションをはじめ、FAQ構築のポイントなどが事例やパネルディスカッションを通じて解説された。各講演・セミナー・講座の詳細は、66頁から紹介している。

### 人工知能による自己解決支援！ 労働人口減少を見据えた提案も

展示会では総計149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/ソフトウェアベンダー、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、WFMなどの管理システム、戦略立案のための分析ツール、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ー製品、センター運営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会社を中心に大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展示。NTT、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あった。プラットフォーム系では、日本アパイヤやインタラクティブ・インテリジェンス、ジェネシス・ジャパンなどが大きくブースを構えた。また、P&Wソリューションズは、「ROI創出」をコンセプトに掲げて開発した新製品を展示。ベリントシステムズジャパンも統合管理ソリューションを全面に打ち出していた。

今回話題を呼んだのは、ジェネ

### 特別講演

#### 顧客体験のレベルを可視化する 「NPS」の測り方と使い方

顧客ロイヤルティを測定する手法として普及しつつあるネット・プロモーター・スコア(NPS)。「X社、あるいは同社のサービスや製品を、友人や知人に薦める可能性はどのくらいありますか」という質問に0~10の11段階で評価してもらい、「9、10」の占める比率から「0~6」の比率を引いたスコアがNPSだ。

14日、特別講演に登壇したエンバスリンクの高見俊介氏(写真)は、日本初のNPS認定資格者で、NPSを活

用したコンサルティングを展開している。講演では、NPSを基準にしたロイヤルカスタマー育成シナリオや質問構成のコツなどを説明。後半には、NPSの活用法として「従業員NPS」を紹介した。

「従業員NPSは、働く職場として、「ブランドXを友人や知人にすすめる可能性は、どのくらいありますか」という質問を通じて、ブランドに対する従業員のエンゲージメントの強さを測定する手法です。働きやすさというより、



エンバスリンクの  
高見俊介代表

情熱や創意工夫といった“働きがい”に焦点を置いた指標とされています(高見氏)

また、高見氏は「NPSをフル活用した顧客中心の組織作り」を提唱。「ロイヤルティを数値化することで、部門間の壁を乗り越えるための指標としても活用できる」と強調した。

### トレンドテーマセミナー

#### CXとクラウドの2大テーマで考察 コンタクトセンター最新IT活用の要諦

コンタクトセンター領域の最新トレンドからセンター構築・運用のポイントを探る。今回は「カスタマーエクスペリエンスの実践」「クラウドコンタクトセンターの要点」の2つをテーマに、ホライゾンBPC代表取締役の堀 雄一氏が講演。代表ベンダー各社によるプレゼンテーションが行われた。

14日に行われたのは「カスタマーエクスペリエンスの実践」。堀氏は、カスタマーエクスペリエンスが注目される背景や実践に向けて必要な要素を解説。さらに今後期待される、電話・メール・実店舗・Web(SNS)などを通じたオムニチャネルでの良い“顧客体験”の実現に向けた取り組みなどについてポイントをまとめていった。

続いてベリントシステムズジャパンの諏訪信太郎氏が「カスタマーエクスペリエンスからカスタマーエンゲージメントを導くには？」と題して講演。

カスタマージャーニーでの“一貫した体験”が顧客ロイヤルティを高めるために重要と唱えた。また、日本アパイヤの川村有吾氏は「Customer Experience Management (CEM)：顧客経験価値のマネジメント」を講演。Customer Lifetime Value (CLV)を最大化する方策について語った。

15日は「クラウドコンタクトセンターの要点」。堀氏は、クラウドの利用形態別に特徴を整理するとともに、クラウドの採用傾向をデータを使って紹介。クラウド化の指針として、情報



ホライゾンBPC  
代表取締役の堀  
雄一氏

セキュリティ、機能面の制約、コスト構造などについて解説を加えた。

NTTソフトウェアの長谷川貴広氏は「これからのクラウドの選択ポイント」を講演。クラウドコンタクトセンターの最新動向を解説するとともに、同社ソリューションの特徴やコンサルティングサービスなどを説明。また、アズベイス代表の奥野栄倫氏は「クラウドコンタクトセンターの利用状況のご紹介」と題して講演。この中でスマートフォンを対象としたオムニチャネルコンタクトサービスの概要を紹介した。

シス・ジャパンと共同出展の日本IBMによる人工知能「Watson」の紹介。これは人間の自然言語を分析し、複雑な質問に対する回答を大量データの中から高速に検索することに特化した技術で、FAQ検索などへの応用に期待されている。イベント開催直前の11月5日に、みずほ銀行、三井住友銀行がそれぞれカスタマーサポートにWatson技術の導入を発表したことなどから注目を集めていた。

### 発足から1年半経過で見えてきた 「5年後の研究会」中間報告も

今回も展示会場内で「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会が加わり、計4つの報告会を行った(詳細は70頁のレポート参照)。

展示会場内では、この他にも多くのセミナーやワークショップが開催された。事例&ソリューションセミナーでは、7社のSI会社・

ITベンダーが自社ソリューションをユーザー事例とともに紹介。WFM、VOC分析・活用、クラウド型インフラ、次世代マルチチャネル対応、パーチャルオペレーターなど、基本的課題から近い将来に直面する問題まで幅広いテーマが取り上げられた(63頁の囲み参照)。また、トレンドテーマセミナーは、ホライゾンBPC代表の堀 雄一氏が講師となり、「カスタマーエクスペリエンスの実践」「クラウドコンタクトセンターの要諦」を各日で講演。それぞれに代表的ベンダーがソリューション解説を加えた(上記囲み参照)。