

# センターの未来を占う3テーマを解説 現状課題、マネジメント、消費者保護

特別講演は、三部構成で行われた。

はじめに、「経営貢献、人手不足、IT活用——国内コンタクトセンターの現状と課題」と題して、ラーニングイット代表取締役社長の畑中伸介氏と本誌編集長の矢島竜児氏が対談を行った。対応の自動化やソーシャルメディアなどのコミュニティチャネルの多様化を背景に、問われる「コンタクトセンターの存在意義」について議論。そのうえで、「コールセンター白書」の掲載データから現状と課題を整理した。とくに「経営貢献の見える化」の重要性を強調。具体的には、消費者調査で聞いた「ネット・プロモーター・スコア」の結果を提示しつつ(図)ロイヤルティ向上に向けたPDCA施策を解説した。

## 戦略拠点に進化する コールセンターの経営学

次いで、11月に著書「コールセンターの経営学」を発売したイー・パートナーズ代表取締役の谷口 修氏が登壇。はじめに、コールセンターの役割と価値を3つのステップに分けて解説。第一段階が最低限のサービスレベルやレスポンスタイムなどを担保する「つながりやすさ(接続品質)」。第二段階が高まり続ける顧客の期待値に応える「顧客ロイヤルティ(満足度の向上など)」。そして最後に顧客の声(VOC)や企業プロセスの改善案などの「情報提供(経営貢献)」を挙げた。

そのうえで、「まずは改善の動きを妨げているしがらみを断ち切ること。そして、センターがどのよ



ラーニングイット  
代表取締役社長の  
畑中伸介氏



イー・パートナーズ  
代表取締役の  
谷口 修氏

うに貢献しているかを具体的に示すこととす」とどこから着手すれば良いかを悩むマネジメント層に対するアドバイスをを行った。

最後に、コールセンター業界に大きな影響を与えるとして注目を集める「アウトバウンドの規制」について、経済産業省 商務流通保安グループ 消費経済企画室長の伊藤正雄氏が解説した。具体的には、「訪問販売、通信販売、電話勧誘販売をはじめ個別取引類型における規律」や執行上の課題、「勧誘要件の在り方」などに関して、これまでの審議経過と今後の予定、中間取りまとめの位置付けを説明した。同氏は「“消費者保護”は大切だが、制限がどのような効果をもたらすかを見定めたいうえて議論することが重要」と強調した。

図 消費者調査 2015年NPS

