

# 人工知能、オムニチャネル、クラウド「顧客接点の進化」を支える最新IT

5月25日、26日の2日間、大阪で「コールセンター/CRM デモ&コンファレンス」を開催した。同地では9回目。「話す、書く、伝える、つながる。——進化する顧客接点」をテーマに、喫緊の課題とされるコンタクトチャネルの多様化やカスタマーサービス品質の向上に対応する多数のソリューションやサービスが展示された。

コールセンタージャパン編集部(コンピューターテレフォニー編集部)とUBMジャパンは、「コールセンター/CRM デモ&コンファレンス 2016 in大阪を、マイドームおおさか(大阪市)で開催した(イーコマースEXPOと共催)。5月25日、26日の両日で、およそ3829人が来場した。

今回は、「話す、書く、伝える、つながる。——進化する顧客接点」をテーマに、SI・ITベンダーを中心とした53社(図)が、最新のソリューションやサービスを展示と

セミナーで紹介。「人工知能(AI)活用」「オムニチャネル対応」「クラウド化」を訴求するブースが目立っていた。

人工知能は、メガバンクが相次いで導入を発表したことに端を発し、コールセンターでの活用検討が議論されている。この風潮が後押ししてか、参考展示も含め数多くのソリューションが新たに登場。来場者の注目を集めた。ソリューションの用途は、大きく分けると、①音声認識や感情認識を組み合わせた顧客対応型、②FAQ

などのオペレータ支援型、③VOC活用などの分析支援型の3タイプ。今後は、用途ごとに機能を特化したソリューションが開発される方針が垣間見えた。

オムニチャネルは、単に複数のチャネルを利用できるだけではなく、チャネル間の情報を有機的に連携できるソリューションが増えた。近年はカスタマージャーニーが複雑化しており、顧客は状況に応じて複数のチャネルを使い分ける傾向にある。これを受け、顧客満足度の向上には、コンタクトしてきた顧客が「その前に別のチャネルを利用したか」、さらに「何を聞いた(知った)」を把握することが欠かせなくなった。つまり、チャネルごとにサイロ化しがちな顧客情報を一元管理するニーズが高まっている。複数のCRMベンダーが、その期待に応える製品を展示し、営業部門やアフターサポートとの情報共有を図る機能を拡充。カスタマージャーニーを意識し、部門間を連携する役割をコ

ンタクトセンターが担うシナリオを支援する姿勢を見せた。

コンタクトセンターシステムのクラウド化は、ここ数年続くトレンドで、年々出展数が増えている。導入を検討する企業の増加を受け、センター規模や業務ごとに特化したUIや機能を追求する傾向が見られた。

## 独自化で付加価値アピール 価格競争は終焉へ

今後の各社のソリューション開発の方向性を示すものとして、業務特化型を付加価値とする傾向が強く表れた。

ソフトウェアのクラウド化を背景に、ベンダー間の価格競争は激化しており、これ以上の過熱はベンダーの疲弊と業界の衰退を招く。対象を絞り込んで機能性を高め、企業にとって利用価値の高い機能を提供することによるロイヤリティ向上を重視した戦略をとるベンダーが増えつつある。

業務特化型は、通販やフィールドサービスなどの業務に適した機能を備えるものを指す。例えば、製造業向けのFAQシステムは、キーワード検索でPDF公開されている製品取扱書(マニュアル)の該当ページまで絞り込める機能

## 事例&ソリューションセミナー

### 顧客視点のカスタマーサポートを実現するITとは?

5月25日と26日の両日、SI・ITベンダー、アウトソーサーが最新の導入・活用事例とソリューションを紹介した。

25日最初は、日本マイクロソフトとanbx(アンビエックス)が登場し、クラウドCRM「Dynamics CRM Online」の新機能を紹介。構築事例とデモを実施した。

続いて、プラスアルファ・コンサルティングがテキストマイニングツール「見える化エンジン」の導入事例を解説し、VOC活用の重要性を強く投げかけた。

セールスフォース・ドットコムは、近年のチャネル多様化を踏まえ、顧客視点のカスタマーサポートを実践するためにはクラウド化、モバイルアプリの活用が不可欠であることを説いた。

オウケイウェイヴは、ファーストコンタクトチャネルであるWebについて、FAQがメンテナンスされず問題解決できないサイトが数多くある現状を指摘。この解消策として、オペレータナレッジのFAQ化と運用ルール策定の必要

性を述べた。

26日は、コミュニケーションビジネスアヴェニューが、ブラウザ間で音声やテキストチャット、ビデオ通話を可能とするテクノロジー「WebRTC(Web Real-Time Communication)」を活用したソリューションの最新事例を紹介した。Web上で複数のチャネルを使い分けられることで顧客の利便性がいかに向上するかに主眼を置いて、解説した。

ブライシスは、良質な顧客体験を提供するためには、まずコールセンターのSVやオペレータがストレスなく運用できるシステムが不可欠と強調。これを実現するものとして、クラウドCTIを挙げ、システム/サービス選定における見極め方を提示した。

両日にわたるセミナーを締めくくったのは、前日登壇したオウケイウェイヴとTMJ。FAQシステムの導入・運用事例をベースに、システムベンダーおよびアウトソーサーの立場から、Webサイトの自己解決率向上のコツを示唆した。

を備えるものが展示された。このほか、大手ベンダーの協業によるコンタクトセンターシステムと通販ソリューションのオールインワン・ソリューションなどもあった。コンタクトセンター内の騒音レベルを測るユニークなシステムも登場している。

コンファレンスでは、展示およびセミナーのほか、基調講演や特

別講演、コールセンタージャパン編集部が主宰する「5年後のコンタクトセンター研究会」の中間活動報告を両日にわたって開催した。また、24~26日の3日間、併設会場でコンタクトセンターのマネジメント層やSVを対象とした研修プログラム「実践研修講座」13講座を実施。詳細は次ページ以降で紹介する。

図1 出展社・団体一覧

アクセラテクノロジー	オー・エイ・エス	日本マイクロソフト
アドバンスド・メディア	オウケイウェイヴ	neix
アトラス情報サービス	OKI	野村総合研究所
アニモ	OKIソフトウェア	パナソニック インフォメーションシステムズ
アルファコム	協和テクノロジー	ハンモック
伊藤忠テクノソリューションズ	KDDIエボルバ	ビジネス+IT
インタラクティブ・インテリジェンス	高知県	富士電機ITソリューション
ASCジャパン	Sansan	ブライシス
SCSK	GNネットコムジャパン	プラスアルファ・コンサルティング
SCSKサービスウェア	セールスフォース・ドットコム	プロディライト
NEC	ゼンハイザージャパン	ペリントシステムズジャパン
NECネットエスアイ	ソウル情報システム	VOISTORE
NECプラットフォームズ	ソフバンク	三菱電機インフォメーションシステムズ
NTTアイティ	TMJ	ミライト
NTTコミュニケーションズ	テクマトリックス	楽天コミュニケーションズ
NTTソフトウェア	日本アバイア	りらいあコミュニケーションズ
NTTデータ先端技術	日本コンタクトセンター教育検定協会	リンク
NTTネオメイト	日本プラントロニクス	(50音順)