

# デジタルシフト時代を勝ち抜く！ 変化に応じた顧客接点の描き方を提案

5月29日、30日の2日間、「コールセンター/CRM デモ&コンファレンス 2019 in 大阪」が開催された。同地での開催は12回目。展示会場では、消費者のコミュニケーション手段の多様化を背景に、デジタルチャネル活用ソリューションやビジュアルIVRなどのデモンストレーションに多数の来場者が注目。出展各社もデジタル時代における顧客接点の新しい機能を訴求した。

コールセンタージャパンと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 2019 in 大阪」が5月29日、30日、マイドームおおさかおよび大阪商工会議所(大阪市)で開催された。来場者数は2日間合計で3154人で、過去最大規模となった。

本イベントは、「5年後のto be ——」を総合テーマとして、展示と講演を通じた将来のカスタマーサービスおよびコールセンター

のあるべき姿の提示を目的としている。今回は、サブテーマを「顧客接点の未来を描くIT & サービス」と設定。次世代のコールセンター像が示された。

## 顧客視点の追求 スマホ対応は“標準”

スマートフォンの普及を背景に、消費者の行動は“デジタルチャネル起点”に変化している。カスタマーサポートにおいても、従

来の音声(電話)に加え、チャットやSNSを前面に押し出す企業が目立ち始めた。展示会場でも、スマートフォンを前提としたソリューションやデジタルチャネル活用ソリューションのブースは多数の来場者で賑わった。

とくに多くの来場者が関心を寄せていたのは、ビジュアルIVRだ。ビジュアルIVRは、電話の音声IVRの代わりにスマホ上にメニューを視覚的に表示するもの。メニューからは、FAQだけでなく、チャット/チャットボットなどの他のチャネルに移行させることも可能だ。チャネルの間をシームレスにつなぐ“導線”として需要が高まっているとみられる。

実際に、2018年から19年にかけて通信、金融、ISPなど、比較的大規模で複数のチャネルを運用しているセンターへの導入が相次いだ。現在、国内で導入実績のあるビジュアルIVRは10製品前後だが、国内外ベンダーの新規参入により大幅に選択肢が増えそうな気

図 出展社・団体一覧

アイブリット	KDDIウェブコミュニケーションズ	野村総合研究所
アセンド	コムデザイン	バーチャレクス・コンサルティング
アドバンスト・メディア	サイシード	日立システムズ
アルファコム	サイバーエージェント	ビーウィズ
伊藤忠テクノソリューションズ	JIEC	ファイン・インテリジェンス・グループ
SCSK	ジェイドコーポレーション	ファイン・インテリジェンス・グループ(AIゾーン)
SCSK サービスウェア	ジェネシス・ジャパン	不二家システムセンター
NEC	ジュピターテクノロジー	富士通
NTTアドバンステクノロジ	GN オーディオジャパン	プライシス
NTTコミュニケーションズ	ジーネクスト	プラスアルファ・コンサルティング
NTTテクノクロス	スカパー・カスタマーリレーションズ	ブレイド
NTTネオメイト	セールスフォース・ドットコム	丸紅情報システムズ
NTTマーケティングアクト	ゼンハイザージャパン	三菱電機インフォメーションシステムズ
NTTラーニングシステムズ	ゼータ	ミライト
オウケイウェイヴ	ソウル情報システム	モビルス
オウケイウェイヴ(ES向上・働き方改革ゾーン)	テクマトリックス	ユーザーローカル
OKI	テラスカイ	ライブパーソンジャパン
オー・エイ・エス	長塚電話工業所	楽天コミュニケーションズ
オーシャン	日本アバイア	リンク
ODKソリューションズ	日本ブレクケ	
協和テクノロジーズ	ニュアンス・コミュニケーションズ・ジャパン	
	Nextremer	全62社・団体、50音順

## 事例&ソリューション/AIセミナー

### AI活用から人材育成・管理まで—— 32講演・セミナーでCX実践課題に答える！

展示会場内では、2日間にわたり、多数の事例&ソリューションセミナーやワークショップが開催された。

高い関心が続くAI活用では、アルファコムとオウケイウェイヴの2社が、それぞれのユーザー企業におけるAIチャットボットの導入事例を紹介。また、リンクはAI利用事例10選として、多様なAI活用を提示した。一方、BPO事業を手掛けるビーウィズグループのアイブリットは、独自開発のAIプラットフォームを紹介し、バーチャレクス・コンサルティングもAIをベースとした運用改革を解説した。さらにアドバンスト・メディアは、AI技術で進化する音声認識の今後の方向性を明示した。

人材関連の講演も賑わった。プラスアルファ・コンサルティングは、これからの人材管理には科学的アプローチが必須となることを示唆。オウケイウェイヴはCX向上に重要となる従業員満足向上をいかに実現するかに言及した。オー・エイ・エスも『EQ

理論』を取り入れた人が辞めないセンター作りを解説、さらに実践企業とともにセンター運営の7つのポイントを紹介した。

#### 次世代コンタクトセンターの姿を示唆

プラットフォーム関連の講演も衆目を集めた。ジェネシス・ジャパンはクラウド・プラットフォームのユーザー事例を紹介。KDDIウェブコミュニケーションズは、自社ソリューションとLINE to Callを使って実現する新しい顧客接点の創出について解説した。

この他、テクマトリックスはナレッジ構築とFAQツール活用について講演。プラスアルファ・コンサルティングもVOC活用の最新動向を紹介した。さらにリンクは、改正割賦販売法に基づくセキュリティ対策講座を開講。セールスフォース・ドットコムは、コンタクトセンターだけに限らず、フィールドサービスの実践事例を挙げて最新動向を紹介した。事例講演/パネルディスカッションでは、

バーチャレクス・コンサルティングとスカパー・カスタマーリレーションズが関心と呼んだ。

#### 3セミナーでAI活用の真髄を伝授

隣接の大阪商工会議所では、30日に3本のAIセミナーが開催された。セールスフォース・ドットコムは、「AIとCRMの融合」と題し、スマートコンタクトセンターの実現を示唆。自社のコンタクトセンター向けアプリケーションにAI機能を追加し、発見・予測・推奨・自動化がもたらす次世代型CRMの姿を事例やデモで紹介した。

モビルスは、導入が盛んなチャットボットに対して「あなたのボットは大丈夫?」と警鐘を鳴らした。せっかく導入したのに賢くならないボット——。セミナーでは、失敗しやすいボットの共通点を挙げ、回答精度を上げるためにやるべきポイントを提示した。

ユーザーローカルは「AIチャットボットによるサポート業務効率化の成功事例」を紹介。同社がこれまで培ってきたボット構築・運用のノウハウをベースに、成功の秘訣を解説した。

配を示している。

SMSを活用した電話対応支援ソリューションも来場者の耳目を集めた。製品の形状や色の説明や道案内、トラブルシューティングなど、音声情報だけでは伝達しにくい要件の対応の際にSMSで製品ページのURLテキスト、画像を送信するなど、視覚的な情報を補完する。カスタマーサポートは「電話がファーストチョイス」で

はなくなりつつあるが、緊急時や複雑な相談は、まだ電話のニーズが強い。SMSは、電話の顧客体験を高める要素として、今後普及が期待される。

このほか、マルチ/オムニチャネル化を受け、“オムニセキュリティ”を標ぼうしたセキュリティ製品や、問い合わせ範囲は現状では限られるものの電話対応の完全自動化が可能なボイスボットなど、

既存の製品/サービスの進化系ソリューションも多数登場した。

### クレーム、動きがい 企業のあり方を示す

講演会場では、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」の中間報告、プライベートセミナーを実施した。基調講演では、「悪質クレーム」「働

## プライベートセミナー：富士通

AIと人の融合がもたらす  
コミュニケーションの新しい価値

富士通は、「人とAIの融合が拓く、顧客フロントのデジタル化 ～チャットボット導入・運用 徹底理解セミナー～」を開催した。

同社は、チャットボット・ソリューション「CHORDSHIP」を展開、大手金融機関をはじめ、多数の事例を持つ。

まず、ロイヤルティ・マネジメントなどのコンサルティング経験が豊富なISラボの渡部弘毅氏が、「オムニチャネルの体験価値を向上する チャット／ボット対応の条件」と題して講演。「企業と顧客が共存共栄関係を築くマーケティング4.0」時代について解説したうえで、「ロイヤルティを高める体験として、チャットやチャットボット

は重要性を高めている。しかし、目的は電話の呼量削減ではなく、あくまで顧客の利便性向上を目指すべき」と強調。

さらに、「BtoC、BtoE 事例に学ぶ今求められる。人とAIをつなぐ“融合スキル”」と題して富士通の生川慎二氏が登壇。「スマホ利用者の75%は電話を月に30分も使っていない。顧客接点の変化を捉えることが重要」と指摘。さまざまな事例をもとにAIの成長とチャットボットの利用価値を訴求したうえで、人×AIの協働で求められる“融合スキル”について、①AIを訓練して特定の業務を実行させる、②AIにやらせた業務の結果を分析し説明する、③AIを成長させ、



左からモビルスの石井智宏氏、富士通コミュニケーションサービスの人見正人氏、富士通の倉知陽一氏

維持する——と説明した。

パネルディスカッションでは、渡部氏がモデレータを務め、モビルスの石井智宏氏、富士通コミュニケーションサービスの人見正人氏、富士通の倉知陽一氏が登壇。それぞれの立場から「テキスト・コミュニケーション」のあり方について解説したうえで、「実際に顧客対応しているコールセンターのオペレータやSVの知見を取り入れない限り、チャットボットによる解決は難しい」と見解が一致した。

きがい」という昨今の現場マネジメントにおける課題がテーマとして取り上げられた。

29日は、関西大学社会学部教授の池内裕美氏が登壇し、悪質クレマー出現の心理的・社会的背景を探るとともに、企業の姿勢や従業員を守る方法を解説した。30日は、Great Place to Work Institute Japan代表の岡元 利奈子氏が登壇。同社が公表している「働きがいのある会社」の最新調査結果を基に、「働きやすい会社」の特徴を解説した。

特別講演は、センター運営の基礎となる「マネジメント」「モニタ



リング」などをテーマとして、識者による解説を行った。また、カスタマー・エクスペリエンス向上に欠かせない取り組みであるVOC (Voice of Customer) 活動やチャットボットにフォーカスしたパネルディスカッションも実施し、来場者の関心を集めた。

展示会場内でも、SIベンダー各社による事例&ソリューションセ

ミナー、AI(人工知能)セミナー、ワークショップを通じて多くの情報が発信された。

このほか、5月28日～30日の3日間、同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」を実施した。

各講演、講座の詳細は、次ページ以降で紹介する。