

CS/CX 向上、人材育成、呼量削減—— 「VOC」活用がもたらした成果に着目

2019年の「コンタクトセンター・アワード」は9月10日、5社の最優秀部門賞が決定、全日程を終了した。申請数は24社、27申請。参加企業の相互投票と審査員による審査で選ばれた9申請が最終審査会に臨み、約200名の聴講者を前にプレゼンテーションした。また、業務改善／改革に貢献した人材を表彰する個人賞部門では、11名を表彰した。

最先端のIT活用から、「人」にフォーカスした教育組織の強化事例まで、「コンタクトセンター・アワード2019」の受賞企業の取り組みは過去にないほどバリエーションに富んだ内容となった。

最終審査会は9月10日、東京都墨田区の両国KFCホールで開催、5社の最優秀部門賞が決定した。

なお、個人賞である「マネジメント・オブ・ザ・イヤー」(主な対象はセンター長や部門長)と、「リーダー・オブ・ザ・イヤー」(主な対象はスーパーバイザーやチームリーダー)は計11名が受賞した。審査員特別賞は先進的な取り組みを表彰するイノベーション・アワードを含め5社となっている。

部門賞は、参加企業が申請内容をお互いに審査、投票する(自社投票は禁止)オープン形式で実施。各社が日々取り組んでいる業務改善の内容や成果を共有することによる“相互研鑽”を最大の目的としており、今年の審査対象は27申請(24社)だった。

審査部門は、「オペレーション」「ピープル」「ストラテジー」「テクノロジー」「ヘルプデスク／アウトソーシング」の5部門。専用Webサイトにアップロードされた各社の申請資料および一次審査会におけるプレゼンテーションをもとに投票。審査員(別表参照)の採点と合わせて各部門賞を決定した。最終審査会では、審査員の協議によって最優秀部門賞が決定した。

最優秀部門賞は、テレコムスクエア、TMJ、NTTコミュニケーションズ、ダイキン工業、三井住友銀行が受賞、部門賞はバッファロー／NTTマーケティングアクト(連名)、ニッセン、SBI証券、ロイヤルカナン ジャポンが受賞した。



第6回 個人賞

改革・進化の“エンジン役”を担う リーダーシップ発揮した11名を表彰

さまざまな属性のスタッフが勤務するコールセンターでは、「改善を主導するリーダー」の存在は極めて大きい。個人賞は、主にチームの改善を主導したSVやチームリーダーを対象とした「リーダー・オブ・ザ・イヤー」、センター全体や関連部署を含めた改革をリードしたマネージャーが対象の「マネジメント・オブ・ザ・イヤー」の2部門で構成。自己／他者推薦で応募を募り、書類選考、審査員面接を経て、最終発表会において次の11名の受賞者を表彰した(順不同、敬称略)。

<リーダー・オブ・ザ・イヤー受賞者(敬称略)>

三浦英介(ディー・エイチ・エル・ジャパン)、野口圭子(明治安田生命保険)羽廣弘太(ヤフー)、水上 亮(三井ダイレクト損害保険)、袁 思思(テレコムスクエア)、大野高志(アシスト)、石井陽子(サイバーエージェント)、谷口あずさ(NTTマーケティングアクト)

<マネジメント・オブ・ザ・イヤー受賞者(敬称略)>

吉田圭吾(ヤフー)、前田潤治(NTT



リーダー・オブ・ザ・イヤーの受賞者



マネジメント・オブ・ザ・イヤーの受賞者

マーケティングアクト)、鈴木 諭(エヌ・ティ・ティ・コミュニケーションズ) 全員が「経営貢献」「カスタマー・エクスペリエンス向上」を目的に、人材育成やナレッジベースの整備といった改革を主導、功績を高く評価された。

また審査員特別賞は、東日本電信電話、キューアンドエー、CENTRIC、損保ジャパン日本興亜ひまわり生命(現:SOMPOひまわり生命保険)が、イノベーションアワードはEPファーマラインが受賞した。

LINE、チャット、音声認識—— 効果を伴う先進事例が集結

審査基準は以下の6項目で構成されており、審査員は申請ごとに各項目10点満点で評価する。

①背景・課題・目的:的確な背景説明があるか、経営・運営の課

題が示されているか、また解決の明確な視点、目的・戦略が示されているか ②実行された施策:期待した目的達成のために実行された内容が具体的に示され、適切に実施されたか ③成果:成果が具体的に示され、期待効果が得られたか ④工夫・独自性・新規性:着想・実施施策などに工夫や独自性があるか、斬新さや目新しさを感じるか ⑤モデルとしての規範性／応用性:他社への適用が可能で、普遍的に業界水準の向上に貢献するか ⑥難易度:取り組み条件の複雑さ、困難さなどについて、運

営経験年数や会社規模を勘案。

最優秀部門賞は、それぞれ「明確化された課題や目的」に対し、AIや教育組織の強化、派遣会社との協業、KPIの見直し、VOC活用という「適切な手段」を選択、成果をもたらしたという共通点がある。また、「VOC(顧客の声)」を起点とした改善を志向した申請が目立った。改善目的の多くは採用難に伴う生産性向上とカスタマーエクスペリエンスの両立で、ツールの活用だけでなく、プロセスを含めた総合評価が高い申請が選ばれたといえる。

コンタクトセンター・アワード2019実施概要

コールセンター／コンタクトセンターにおける業務改善の取り組みレポートを広く募集し、参加企業が相互に審査するオープン形式の表彰制度。

●審査プロセス

①Webサイトによる申請資料のアップロード・公開、②全申請企業参加による一次審査会、③①、②をもとにした参加企業の投票、審査員の審査によるファイナリスト(部門賞)選出、④最終審査会で行われたファイナリストのプレゼンテーションをもとに審査員が最優秀部門賞を選出

●部門賞

オペレーション部門:運営効率・品質を高めるための施策と成果に焦点を当てて評価
ストラテジー部門:経営貢献・顧客資産価値向上のための戦略的施策と成果を評価
ピープル部門:センターの資産である人材に関する施策と成果を評価
テクノロジー部門:コールセンター運営に際して、技術の適用と活用を当てて評価
ヘルプデスク／アウトソーシング部門:コールセンターの運営を受託しているアウトソーサーならではの知恵と工夫、運営能力の向上成果ならびにテクニカル・ヘルプデスクに特化した業務改善の成果を評価

最終審査会審査員

秋山 紀郎(CXMコンサルティング 代表取締役社長)
山田 和弘(メルカリ CS Director)
上島 千鶴(Nexal 代表取締役)
和泉 祐子(カルディアクロス 代表)
矢島 竜児(リックテレコム コールセンタージャパン編集長)
谷口 修(イー・パートナーズ代表取締役、アワード事務局代表)

主催／共催

リックテレコム／イー・パートナーズ

協賛

ゴールドスポンサー:リンク、コムデザイン、アドバンスト・メディア、TMJ、東日本電信電話
シルバースポンサー:GNオーディオジャパン、Nuance Japan、ジェネシス・ジャパン、セールスフォース・ドットコム、Afiniti Japan、OKI、Vonage Japan
サポーター:かんでんCSフォーラム
オフィス環境賞協賛:コクヨ

(いずれも順不同)