

# 「カスタマー・ファースト」実践へ 150社・団体の最新ソリューションを展示

第20回目となる「コールセンター/CRM デモ&コンファレンス2019 in 東京」が開催された。展示会場では、店舗やWebを含むすべての顧客接点から顧客の行動情報を収集して対応のパーソナライズ化を図るソリューションが登場。コールセンターがカスタマーサービス戦略の中核を担っていく準備段階にあることが示された。

コールセンタージャパン編集部と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2019 in 東京」が東京・池袋で開催された。第20回目の節目を迎える今回は、11月13日、14日の2日間合計で1万601人が来場し、前年を上回る過去最大規模の開催となった。

本イベントは、「5年後のto be——」を総合テーマとして、展示と講演を通して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。サブテーマを「成長をもたらす『顧客ファースト』の真髄」に

据え、コールセンターの現場マネジメントが目指すべき方向性と“あるべきカスタマーエクスペリエンス(CX)”の姿を提示した。現在は、ソーシャルメディアの普及を背景に、顧客の情報発信力は以前と比較にならないほど強い。製品やサービス、企業に関する“つぶやき”は、ネットワークを介して、いとも簡単に広まるようになった。つまり、個人の顧客体験が企業の印象に大きく影響するということだ。企業が成長するには、顧客1人ひとりの価値観や状況を踏まえた“個客体験”を追求する必要がある。主要な顧客接点

であるコールセンターには、「購入前の顧客接点」から、修理や配送といった「購入後の顧客接点」まで、顧客のすべての行動に基づいた対応が求められている。

## 電話対応にも自動化の潮流

展示会場には、ハード/ソフトウェアベンダー、SI、テレマーケティング・エージェンシー、地方自治体など150社・団体が出展。最新のソリューションが多数展示された。

展示会場全体では、ボイスボット(電話の自動応答)をはじめと

する電話対応の省力化を図るソリューションが目立った。電話対応を自動化する場合、顧客の発話内容を理解して適切な回答をするには、音声認識、自然言語処理、音声合成といった複数の技術要素が関わる。NECやNTTコミュニケーションズのように自社または自社グループが保有する技術を組み合わせた提案と、モビルスのように各技術領域のパートナーと組み合わせた提案がなされていた。

導入事例は、現状では定型化しやすい商品の受注など、適用範囲が限られている印象だが、今後はRPA(Robotic Process Automation)と連携することで、データベースの確認や情報登録を含む複雑な業務にも適用されいくと推測される。

新たに、「個客体験」の向上を支援するソリューションを複数のベ



ンダーが展示。CRMシステムや基幹系システムのデータ、SNSアカウント情報など顧客に関するあらゆる情報を1つの画面に集約して表示することで、個人の状況や趣味嗜好を踏まえた対応を支援する。今後は、情報に基づいたレコメンド機能の拡充が予測される。

さらに、特別展示企画として、「AI(人工知能)ゾーン」と「ES向上/働き方改革ゾーン」を設置した。AIゾーンは、電話の自動応答(ボイスボット)や音声認識IVR、音声感情解析など、最新の技術を活用したソリューションが並んだ。さらに、VOC(Voice of Customer)の抽出など、“テキストデータを手軽に分析して結果を

活用・検証したい”という需要が増していることを受け、新たにテキストデータの自動分類ツールが登場した。

ES向上/働き方改革ゾーンは、加湿装置などの執務環境を改善する製品のほか、従業員同士のコミュニケーションの可視化および活性化を支援するHR(Human Relations)テック系のソリューションが並んだ。

コールセンターは、顧客との対話が主業務であるため、職場でのコミュニケーションが希薄になりがちだ。悩みや不満を抱えても誰にも相談できず、「人間関係」を理由に離職するケースが少ない。HRソリューションは、コ

図 出展社・団体一覧

<b>ア</b> RSUPPORT アイティフォー アイ・ビー・エス アイブリット アクセラテクノロジー アグレックス アクロスウェイ アステア インターナショナル ジャパン アドバンスト・メディア アトラス情報サービス アニモ アマゾン ウェブ サービス ジャパン アルファコム 伊藤忠テクノソリューションズ 岩崎通信機 Insight Tech AI Shift エアリスエア Hmcomm HDI-Japan	エイ・ビーコムネット エクレクト エス・アンド・アイ SCSK SCSK サービスウェア SBクリエイティブ NEC NEC ネットズエスアイ NEC プラットフォームズ NTT アドバンステクノロジー NTT コミュニケーションズ NTTコム オンライン・マーケティング・ソリューション リユージョン NTT テクノクロス NTT ネットメイト NTT 東日本 NTT ビズリンク NTT フィールドテクノ NTT マーケティングアクト MIT システム研究所 Empath	エンビレックス オー・エイ・エス オーシャン オウケイウェイヴ OKI OKI ソフトウェア オデッセイ コミュニケーションズ  <b>カ</b> 兼松コミュニケーションズ ギグワークス 協栄産業 久留米市 クロノス 高知県 コミュニケーションビジネスアヴェニュー コムデザイン コロボス Colt テクノロジーサービス	<b>サ</b> サーバーワークス サイシード 再春館システム サイバーエージェント サイバーコム サクシード 三協エアテック GN オーディオジャパン ジーネクスト JR システム JIEC ジェネシス・ジャパン システムリサーチ Syno Japan 下関市 シャープ ThinkOwl 日本法人 ジンテック スーパーコミュニケーションズ スカパー・カスタマーリレーションズ	Studio Ousia セータ セールスフォース・ドットコム Zendesk CENTRIC ゼンハイザージャパン ソウル情報システム ソフツール  <b>タ</b> タカコム タグジャパン TeamViewer ジャパン テクマトリックス テックタッチ テラスカイ Twilio Japan 東京エレクトロン デバイス長崎 東芝デジタルソリューションズ	<b>ナ</b> ナイスジャパン 長塚電話工業所 日本アスペクト・ソフトウェア 日本アパイア 日本オラクル 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 日本フレケ Nuance Japan ネクストジェン NextGen ビジネスソリューションズ Nota 野村総合研究所  <b>ハ</b> パーチャレックス・コンサルティング P&W ソリューションズ ピーウィズ BeeX 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 ヒュレックス 福岡市 富士通 富士通 ソーシャルサイエンスラボラトリー 富士電機 IT ソリューション 不二家システムセンター ブライシス プラスアルファ・コンサルティング プラスフォイス ブルーボート ペリントシステムズジャパン ポリコムジャパン  <b>マ</b> マーケティングアソシエーション 丸紅情報システムズ 三井情報 宮崎県	ミライト メディアリンク モビルス  <b>ヤ</b> ユーザーローカル  <b>ラ</b> LignApps ラクス 楽天コミュニケーションズ りらいあデジタル リンク ルーシッド レトリバ ログイット  (50音順、社名は2019年11月現在)
---	--	--	---	--	---	---	---

## 事例&amp;ソリューションセミナー

焦点は機能・効用から実践活用フェーズへ  
アウトソーサーが知見に基づくCX施策を訴求

展示会場内では、2日間で全25のセミナーが開催された。前回までは、AI・オムニチャネルの機能・効用を前面に打ち出した講演が多数を占めたが、今回は具体的な課題改善をテーマとしたものが目立ち、より実践的な活用フェーズに入ったことがうかがえた。

AI技術で関心を引いたのは、チャット/チャットボット関連のソリューションだ。アルファコムは、通販大手アスクルの担当者を招いてチャット/チャットボットの業務設計のポイントを紹介。りらいあデジタルは、チャットボット導入後の効果的な改善サイクルについて解説した。また、モビルスは豊富な導入実績をもとに、製造業・金融・ECなど、業界別にノンボイスチャネル成功の秘訣を明かした。

有効なチャットボットの構築には、ナレッジ/FAQの整備が欠かせない。テクマトリックスはFAQツール活用の成功ポイントを紹介、Zendeskは問い合わせの可視化とFAQ最適化のポイ

ントを解説、オウケイウェイヴは600社超の導入実績からFAQマネジメントのコツに言及した。また、アクセラテクノロジーは大手生命保険会社の先進事例をもとにナレッジ活用の最新動向を提示。プラスアルファ・コンサルティングは、テキストマイニングによる顧客の声(VOC)活用、FAQ分析を説明した。

## “次世代”クラウド型CCを提示

プラットフォーム関連では、新サービス/技術が話題を呼んだ。具体的には、サーバーワークスはAmazon Connectの導入事例を紹介。Twilio JapanとKDDIウェブコミュニケーションズは、Twilio Flexについて解説した。また、LINEは、独自AIのLINE BRAINで実現する新たな顧客体験を提示。リンクはBIZTELの導入事例のほか、PCI DSS準拠のセキュリティ対策について述べた。セールスフォース・ドットコムや日本オラクルは、AI活用や5G時代の次世代コンタクトセ

ンターについて言及した。

今回は、CX向上をキーワードにアウトソーサーの存在感が際立った。ピーウィズグループのアイブリッドは独自開発のAIコンタクトセンターを提示。CENTRICは実用段階に入った音声感情解析ソリューションを披露した。バーチャレクス・コンサルティングは、必要機能を組み合わせて利用するサブスクリプション型コールセンターを紹介、また運営改革まで踏み込んだセンターの再構築支援を説明した。ググワークスグループのオー・エイ・エス、JBMクリエイティブ、スリープロの3社は、運営事例に基づく業務改善やプロフィット化の取り組みを紹介。スカパー・カスタマーリレーションズは、NPSによる対応品質改善施策を解説した。

その他、TeamViewer ジャパンはニフティの担当者とともに、デジタル時代のリモートサポートに関して対談。アドバンスト・メディアは導入が加速する音声認識システムの“ホントの話”について言及した。ジーネクストは他社と趣を変え、日本菓子BB協会の天野泰守氏を迎えて、“カスハラ”問題と今後の顧客接点のあり方を議論した。

対談で、カスタマーサービス戦略のポイントを議論した。

14日は、デロイトトーマツ コンサルティング 執行役員 パートナーの小野 隆氏が登壇。世界119カ国、約1万人の人事部門責任者および管理職などへのアンケートとインタビューを基に人事部門・人材活用の課題とトレンドをまとめた「グローバル・ヒューマン・キャピタル・トレンド2019」を踏まえ、「人間中心」を原則とした組

コミュニケーションの活性化により離職抑制を支援する。人手不足を慢性的な課題とするコールセンターへの展開が、今後強まりそうだ。

このほか、会場内では、出展社・団体によるセミナーやワークショップが多数行われた。事例&ソリューションセミナーは、両日合計で25セッションを実施。事例を交えながら、IT活用やセンター運営のポイントを解説した。

CX/EXを中心に据えた  
次世代カスタマーサービスの姿

基調講演では、「CX」「EX(従業員体験)」の両方の観点から、顧客接点のあるべき姿を検証した。

13日は、アメリカン・エキスプレス・ジャパン社長の水村直美氏、日本最大の顧客満足度調査「JCSI」の設計、分析に携わる青山学院大学 経営学部マーケティング学科教授の小野謙司氏による

## AI(人工知能)セミナー

AI活用はチャットボットのみならず！  
オペレータ支援、顧客インサイト理解に言及

サンシャイン文化会館5階のセミナー会場では、両日にわたり、AIベンチャー企業など8社による技術・ソリューション活用セミナーが行われた。

初日、最初に登壇したのは、コミュニケーションビジネスアヴェニューの谷 和彦氏。AI導入で成功する企業、失敗する企業の違いはどこにあるかを指摘しながら、“AIとの上手い付き合い方”を解説。さらにThinkOwl日本法人代表のDominique Jaritz氏を迎え、国内初披露となるAI搭載型メール対応システム「シンクオウル」を紹介した。

BEDORE代表の下村勇介氏は「対話エンジンのNEXT STEP」と題し、チャットボットなど対話エンジンの基本的な利用のみならず、RPAやドキュメント検索を連携させた活用事例を解説。対話エンジンの新たな使い方を描いてみせた。また、モビルス代表の石井智宏氏は、顧客サポートでのAI活用の行き詰まりを指摘。カスタマー

ジャーニーにおける顧客の動線分析や最適なサポート設計について言及し、顧客サポートのROIを最大化するためのポイントを挙げていった。エアイスクエアの岩崎圭介氏は「業務効率化と“顧客の声”活用」をテーマに講演。音声認識とAIを組み合わせた自動応答サービス「QuickQA」、要約サービス「QuickSummary」でオペレータ業務を効率化する方策を紹介した。

## AI導入成功の3要素を解説

コールセンターにAIを導入したものの、想定した効果が上がらない——こうした悩みを抱えるマネジメントは多い。レトリバ代表の河原一哉氏は、AI活用で成功するために必要なこととして「目的・データ・運用」の3つを挙げ、各々の要点を詳細に解説した。また、チャットボット・ソリューションを提供するユーザーローカルの塚越宥太氏は、国内最大級のサンプリングサ

組織改革について解説した。

各セミナー会場で、第20回目を記念した特別企画として「ネクスト・コンタクトセンター・サミット」を開催。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3分科会のセッションをはじめ、VOC、HR、チャットボット、音声認識といったIT活用トレンドや、CX向上に欠かせないエフォートレスの視点について、識者や

先進的に取り組んでいる企業、ITベンダーが、各々の視点から解説し、意見を交わした。

また、2019年10月に決定した「コンタクトセンター・アワード2019」オフィス環境賞の受賞企業7社の発表および表彰式を執り行った。働きやすい設備、優れた制度など“器”を評価・表彰した。

このほか、13日はオウケイウェイヴ、14日はアマゾン ウェブ サービス ジャパンがプライベート



実効性あるAI活用のポイントに聞き入る聴講者

イト「サンプル百貨店」を運営するオールアバウトライフマーケティングの繁岡和枝氏とともに登壇。スピーディにチャットボットを導入し、短期間に効果を上げる方法を紹介した。

2日目、最初はInsight TechのCEO、伊藤友博氏が登壇し、「文章解析AIを活用したコールセンター業務革新と顧客インサイト理解」を講演。京都大学と共同開発した文章解析AI「ITAS」や独自AIモデルを活用した、顧客の声(VOC)分析の実践事例を提示した。一方、サイシード代表の中村陽二氏は、“実用的な音声認識システム”について言及。AIと人のハイブリッド運用で実用性を担保し、業務効率化を図る方法をデモンストレーションを交えながら解説していった。

セミナーを開催。オウケイウェイヴは、環境の変化や顧客像の変化に着目しつつ、AI時代に起きるナレッジ管理手法の「革命」について、ソリューションの活用事例、などを交えながら解説した。アマゾン ウェブ サービス ジャパンは、「ビジネス」「テクニカル」「カスタマー」の3テーマにわけ、同社のクラウド型コンタクトセンターが実現するカスタマーサービスの未来像が示された。