

KPIの見直し、エフォートレスの推進—— コロナショックを勝ち抜くCX戦略

9月15日の基調講演は、野村総合研究所の上級研究員、田中達雄氏が、東京からリモート出演。「コロナ・ショックは“CS”を変えたのか——顧客の心とつながるCX経営の要諦」と題して講演した。

田中氏は、「コロナショックによって、コモディティ化している商品ですら、モノに触れることができないことで“受け取り価値”が下がってしまっている。その場に行けないことでライブなどの空間を楽しむ価値も低下した」と指摘。さらに、「安全に対する欲求」が一気に高まり、これまでカスタマーエクスペリエンス(CX)向上に必要とされた「美」や「知識」に対する感情的な価値が弱くなっていると説明した。

生活様式も、ECや金融取引のデジタル活用の拡大をデータを見せつつ説明。これも「強い安全欲求を満たすための手段」と解説し

た。そのうえで、「すべてが非接触、コンタクトレスになる極端な世界まではいかない」と予測。「あらゆる生活がネットに委ねられる世界は、リスクも集中する」と強調した。

さらに、阪急交通社や三越伊勢丹、星野リゾートなどのコロナ禍におけるCX向上施策を紹介。オンライン活用や来店予約制度といった新たな取り組みの可能性を示唆した。

後半は、ロイヤルティ指標について解説。顧客満足度調査や採用企業が増えているNPS(ネット・プロモーター・スコア)の弱点を指摘しつつ、「評価に期待値を加えた指標」を紹介、その有効性を訴求した。

チャットボットによる エフォートレス体験向上事例

9月16日の基調講演は、「現場マネジメントに聞く『エフォートレス』の真の成果」と題して、あいおいニッセイ同和損害保険の龍神康人氏とアスクルの横田香菜子氏が登壇した(龍神氏は東京からのリモート出演)。

あいおいニッセイ同和損害保険は、災害時の保険金請求プロセスにチャットボットを導入。顧客の



リモート出演した野村総合研究所 上級研究員の田中達雄氏

手間を省くとともに、ペーパーレス化が進んだこと、処理プロセスのデジタル化が進行したことで社内業務のエフォートレス化も実現した事例を紹介した。

アスクルの横田氏は、BtoB通販におけるチャットボット「アオイくん」の事例を紹介。導入しているSAPのソリューションなどとのAPI連携によって、注文キャンセルや請求書の再発行、配送日変更をチャットボットで完結できる仕組みについて、デモンストレーションを交えながら解説した。

両社ともに、FAQをナビゲーションするだけではなく、「手続き処理」に着目した点が他のチャットボット事例と大きく異なる。定型業務に取り入れることで、顧客のエフォートレス体験を高める取り組みは、デジタル活用頻度が増えたコロナ禍の今、さらに大きな価値を生みそうだ。



9月16日の基調対談。ソーシャルディスタンスを保った上で実施した