

データとベストプラクティスに見る「デジタルシフト」「在宅シフト」

2020年のコールセンターを取り巻く環境は、新型コロナウイルス感染症の拡大がすべてを左右した。非接触型の顧客接点としてその重要性が再認識されながら、労働集約型の職場という性格上、「典型的な3密環境」が指摘され、6月には厚生労働省へ職場環境改善を求める署名が提出されるなど、よくも悪くも世間の注目を浴びた年となった。

コールセンタージャパン編集部が毎年、実施している「コールセンター実態調査」の結果からも、コロナ禍における日々のセンター運営に悩むマネジメントの姿が垣間見える。同誌編集長の矢島竜児は、12日に「コールセンター白書2020特別企画」として、「データと事例に見る『アフターコロナ』に

向けた深刻な課題」と題して講演した。

デジタルシフトと在宅シフト 現実的な「4つの提言」

まず、コロナ禍における大きな変化として、「デジタルシフト」と「在宅シフト」に言及。編集部では、それを含めた「4つの提言」を5月に発表している(図)。

講演では、「3密を回避しつつ呼量増に対応するには、この2つの施策を有機的に連携するしかない」と強調した。コールセンター実態調査では、「電話対応を休止あるいは縮小し、メールやチャット対応に移行した」「顧客に対して不要不急の電話を控えてオンライン手続きを依頼した」といったデジタルシフト施策を実施した回

答企業が多く、それぞれ一定の成果を取っていると推察される。

また、在宅シフトについては、「まずはデジタルシフトを可能な限り実践したうえで、業務の徹底的な棚卸しを行い、“在宅に移行できるコンタクトリーズン”を洗い出すプロセスが必要」と、無理のない移行を提言した。

最後に、デジタルシフトと在宅シフトの両方に必要な施策として、「ナレッジベースの強化」を挙げ、「チャットボットをはじめとする自動応答の基盤になるのも、在宅での正確な対応を支援し、オペレータの不安を解消するのもFAQが大きな鍵となる」とまとめた。

ベストプラクティスに学ぶ コンタクトセンターの理想形

コンタクトセンターにおける業務改善施策を共有し、参加企業が相互に審査しあうオープンスタイルの表彰制度である「コンタクトセンター・アワード」。2020年で17回目を数えた同アワードは、「オペレーション/ピープル/ストラテジー/テクノロジー/アウトソーシング・ヘルプデスク」の5部門で構成。2020年は、審査員特別



モデレータを務めたイー・パートナーズの谷口 修氏(左)、NTT東日本-南関東の川崎雄大氏(中)、みずほ証券の中山信和氏(右)

BCPアワードを受賞した大塚製薬工場の星 泉氏(左)、大同生命保険の半谷喜正氏(右)

賞のなかに「BCPアワード」を設けた。

22社、27申請のなかから決定した受賞企業のなかから13日、最優秀テクノロジー部門賞を受賞したNTT東日本-南関東と、最優秀オペレーション部門賞を受賞したみずほ証券、BCPアワードを受賞した大塚製薬工場、大同生命保険が登場。それぞれが業務改善した取り組み内容をプレゼンテーションした。

チャットボットとDBルーティング 「ITの威力」を強調した受賞2社

まず、「ベストプラクティスに学ぶ『コンタクトセンターの理想形』」と題して、登壇したのがNTT東日本-南関東とみずほ証券だ。モデレータはアワード事務局、審査員でもあるイー・パートナーズ代表の谷口 修氏が担当した。

NTT東日本-南関東 テクニカルサービスセンター 東京第一フロ

ント 虎ノ門DX推進グループのリーダー川崎雄大氏が登壇。顧客の自己解決率向上を目指し、チャットボットやビジュアルIVRなどを検討。質問を重ねる更問型(さらといがた)チャットボットを導入し、現場の意見を反映した750通りのシナリオを作成して運用を開始した。結果、顧客の待ち時間削減に成功した事例を発表した。

続いて、みずほ証券 リテール・事業法人部門 ダイレクトチャネル事業部 東京第二コンタクトセンター中山信和氏が登壇。従来、営業店で受電してきたコールのセンター集約の取り組みについて発表。データベース・ルーティング導入の際のポイントなどを解説した。

センターに欠かせない『BCP』対策の要諦

続いて、「BCPアワード」受賞記念プログラムとして、「コンタク

トセンターを停めるな!『BCP』の要諦」を実施。自然災害、パンデミックなどへの対策を講じた2社が発表した。

はじめに登壇したのは、大塚製薬工場 信頼性保証本部 輪液DIセンターの星 泉氏。VPN、スマートフォンの活用による品質とセキュリティの維持、そしてチャットやTV会議の活用によって在宅勤務で応答率を維持した事例について話した。

最後に登壇したのは大同生命保険 カスタマーサービスセンター 長谷川 浩二氏。コロナ禍で応答率が低下し、3密が課題視される事態になったなか、メンタルケアや在宅・交代勤務制の導入、呼量とリソースのマッチングによって平常稼働時と同等の応答率に回復。顧客満足度向上とオペレータの不安解消を両立した取り組みについて明かした。

図 「脱・3密」の4つの提言

(月刊コールセンタージャパン編集部)

① 現実的な「在宅シフト」

- コンタクトリーズン分析で「実践できるコール」を抽出
- 顧客情報を参照しないで対応できるコールを移行
- FAQなどのナレッジベースは強化

② コンタクトチャネルのデジタルシフト

- メール(Webフォーム)、チャットボット、LINE、ソーシャルメディアをすべて導入
- 電話の応答ガイドで他のチャネルに誘導

③ インバウンドコールを減らす「コールバック」の利用

- IVR、Webサイト、SMSを活用してコールバック予約
- コールバック(アウトバウンド)は在宅オペレーターも活用しやすい

④ サービス品質を下げる

- 緊急度の高い要件以外のコールの接続品質を下げる
- 委託先/委託元の両方が負うべき「従業員の危険回避」と「健康維持」に向けた努力
- 顧客(消費者)に対する現状の告知の徹底とお願い