

改革を成功に導いた「原点回帰」 基本から取り組む“デジタルシフト”

2021年の「CONTACTセンター・アワード」は9月17日、5社の最優秀部門賞が決定、全日程を終了した。申請数はコロナ禍にも関わらず、過去最多の27社・33申請。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んだ。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、7名を表彰した。

新型コロナウイルス感染症の拡大を受けて、オンラインで実施した7月の一次審査会を経て、9社が駒を進めた最終審査会。音声認識やRPAなどのAI関連ソリューションを活用しつつ、コール／コンタクトリーズン分析に基づく地道な改善活動や、オペレータ視点のIT開発など、さまざまな取り

組みが報告された。

最終審査会は9月17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

ダー)は計7名、審査員特別賞は3社が受賞した。

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、過去最多の33申請(27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」「BCP」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(左図参照)の採点と合わせて各部門賞を決定した。最終審査会では、部門賞各社が再度発表し、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、スカパー・カスタマーリレーションズ、みずほ証券、ニッセン、オリックス生命保険、アフラック生命保険の5社が受賞した(各申請内容は58ペー



第8回 個人賞

コロナ禍でも冷静に課題と向き合う 人材育成、経営貢献にまい進する7名が受賞

属性も違えば、年齢も経験値も異なるスタッフが勤務するコールセンター。さらに顧客の受け皿としての課題が日々、噴出する職場でもある。従って「改善を主導するリーダー」の存在は重要だ。個人賞は、主にチームやグループの改善を主導した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を対象とした「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、審査員による面接を経て、最終発表会において次の7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)>

中村智子(キューアンドエー)、鹿内明美(きらぼし銀行)、山崎政史(DHLジャパン)、吉武佳代子(エヌ・ティ・ティマーケティングアクト)、田中友美(エヌ・ティ・ティ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)>



マネジメント／リーダー・オブ・ザ・イヤーの受賞(1名はリモートで参加)

尾谷聡哉(日本コンセントリクス)、藤原知子(きらぼし銀行)

それぞれが「経営貢献」「カスタマーエクスペリエンス向上」を目的に活動。主に人材育成を主導、功績が高く評価された。ともすればコロナ禍で混乱する現場においても、ときには冷静に、ときには情熱的にメンバーを指揮する頼もしいリーダーとして、今後も現場をけん引する存在だ。

CONTACTセンター・アワード2021実施概要

コールセンター／CONTACT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
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
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
テクノロジー部門：コールセンター運営に際して、技術の適用と活用に焦点を当てて評価
BCP部門：事業継続計画に伴う取り組みに対する申請。運用の完成度と成果を評価

最終審査会審査員

和泉 祐子(カルディアクロス 代表)
上島 千鶴(Nexal 代表取締役)
大貫 竜平(エイ カスタマーズ部門 オペレーション本部 本部長)
山本 浩二(J.D.Power Japan 代表取締役社長)
近藤 由紀子(ICMI専任講師)
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：株式会社コムデザイン、楽天コミュニケーションズ株式会社、株式会社アドバンスト・メディア、株式会社TMJ、東日本電信電話株式会社
シルバースポンサー：GNオーディオジャパン株式会社、株式会社セールスフォース・ドットコム、Nuance Japan株式会社、株式会社リンク、NTTテクノクロス株式会社、ジェネシスクラウドサービス株式会社

(いずれも順不同)

ジ以降を参照)。

また審査員特別賞は、NTT東日本サービス、GMOメディア、EPファーマラインが受賞した。

混乱する現場、変化の時代だからこそ 重要視された「コールリーズン」

アワードの審査基準は以下の6項目で構成されており、審査員は申請ごとに各項目10点満点で評価している。

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して評価。

2021年の傾向として、「コール／コンタクトリーズンの分析」をベースにした改善が目立った。具体的な取り組みとしては、自動化(シニア層のデジタルシフト含む)やセンターマネジメントの成熟度を高める教育への活用など多岐にわたったが、“基本”をベースにしたものが多いだけに、センターの運用年数を問わず、参考になった申請企業は多かったと思われる。

消費者のトレンドやセンター運営モデルなど、変化が激しい時代なだけに、こうした原点回帰の志向はさらに重要性を増しそうだ。