

生成AI活用、CRM選定、職場環境の整備 取り巻く環境変化と喫緊の課題を議論

「5年後のコンタクトセンター研究会」は、ソリューション/サービス分科会、マネジメント分科会、ストラテジー分科会が、それぞれ研究活動の成果を報告。さらに、研究活動においてフォーカスしたテーマについて、パネルディスカッションを行った。

ソリューション/サービス分科会

生成AI活用で検討すべき “嘘”の抑制と評価の仕組み

ソリューション/サービス分科会は、2015年に策定した「5年後のコンタクトセンターの姿」のアップデートを図った。同分科会のリーダーを務めるCXMコンサルティングの秋山紀郎氏は、顧客(接点)、共通プラットフォーム、コンタクトセンターの3領域に分けて生じつつある変化、今後予測される変化について議論したことを報告した。秋山氏は、「オペレータ対応の難易度、期待値の上昇に伴い、

支援するITソリューションも高度化していきます」と指摘。高度化の契機となっている生成AIに言及し、「現状の活用は生産性向上が主流ですが、サービス変革につながる可能性を感じています」と期待を述べた。

パネルディスカッションは、NTTテクノクロスの小松直樹氏、コミュニケーションビジネスアヴェニューの岡村 洋一郎氏、テクマトリックスの町田 崇氏の3氏がパネリストとして登壇。「生成AI」をテーマに意見を交わした。

生成AI活用における主な懸念材料であるハルシネーションについては、3氏とも共通して「データソース(情報源)の限定」を対策として挙げた。「ただし、回答範囲が絞られるデメリットがあるため、一般的な問い合わせには基礎モデルのデータから、自社や製品に関する問い合わせは、別途用意した情報源から回答させるなどの工夫

が必要です」(岡村氏)。町田氏も、「生成した回答の情報源を一緒に提示して、人間が確認できるようにすべき」と、コメントした。

最後は、次世代顧客接点におけるITの役割・期待を考察した。小松氏は、「生成AIの登場で自動化への期待が顕著ですが、本来は“顧客満足が得られているかどうか”という視点が重要」と指摘。“自動化”の評価・フィードバックも含めた全体設計が不可欠であることを共通認識として、締めくくった。

マネジメント分科会

経営貢献、働きやすさ向上 魅力ある職場づくりで人材確保

マネジメント分科会は、『楽しく働き経営貢献を可視化する！魅力ある職場に進化する「仕組み」と「環境』』と題したパネルディスカッションを開催した。

まず、リーダーを務めるクリエイティブキャリアの寺下氏が分科会の活動概要を説明。カスハラ対策や採用難など、共通の課題をテーマに議論してきたことを解説した。

次にパネリストとして、サイボウズの関根紀子氏とビッグロープの土生香奈子氏が、「経営貢献」と「働きやすい・魅力ある職場」につ

いて自社の取り組みを発表した。

関根氏は、サブスクリプションビジネスで経営貢献するための一連の施策を解説。具体的には、オンボーディングを確実に成功させるため、コンタクトセンターとカスタマーサクセスで1対1の顧客支援を行い、セミナーやSNSなどで1対n、コミュニティの運営によってn対nの顧客支援を実施。

土生氏は経営貢献のポイントとして、①応対集計分析、②トレンド分析/SNS分析、③顧客フィードバック、④部門間連携、⑤フィナンシャルデータ活用、⑥効率性・生産性、⑦メンバー士気/成長への投資の7つを挙げたうえ、入電削減やVOCの可視化、売り上げや解約抑止への貢献といった具体的な取り組みについて語った。

働きやすい職場づくりについて、土生氏は、在宅勤務制度の導入やキャリア支援施策を説明。食生活改善セミナーや軽い運動ができるリフレッシュルームの設置など健康促進の取り組みも披露し



マネジメント分科会

写真左から、ビッグロープの土生香奈子氏、サイボウズの関根紀子氏、クリエイティブキャリアの寺下 薫氏

た。関根氏は、人事本部内に「感動アドバイザー」を配置、社員が仕事を「楽しい」と思える仕掛けについて解説した。

ストラテジー分科会

CXを高める“CRMツール”の選び方 “自社の問い合わせ傾向の分析”がポイント

ストラテジー分科会では、「プラットフォームからチャットボットまでCX向上のためのITソリューションの選び方&使い方」について討議した。パネリストに、ブックオフコーポレーションの菊谷一郎氏、STORESの大貫竜平氏、10Xの宇賀神 卓馬氏を迎え、分科会リーダーのISラボ 渡部弘毅氏がモデレータを務めた。

各社が導入しているCRMツールやチャットボットなどについて、選定理由や運用状況を含めて

具体的に説明。なかでもCRMツールについては、見解の違いが見られた。

菊谷氏は、「オールインワン型のツールは使い勝手は良いが、すべての要望通りは難しい。機能ごとに異なるツールでも、連携がスムーズならば運用に問題はない」と説明。大貫氏は、「当社が提供しているサービスの特徴から、サポートチームのみで問い合わせが完結しないケースが多い。社内関係者が、解決までのステータスを確認できる統合型チケット管理システムが向いている」と述べた。一方、宇賀神氏は、「FAQやチャットなどの各ツールが一元化され、多角的に分析することができるオールインワンタイプが使い勝手が良い」と語った。

各々の見解について渡部氏は、「自社の問い合わせの特徴となる、コンタクトリーズンを捉えたツール選定がポイント。また、全社での顧客管理か、カスタマーサポート部門のみでの運用かによっても、選定方法は変わってくる」と総括した。



ソリューション/サービス分科会

写真左から、テクマトリックスの町田 崇氏、コミュニケーションビジネスアヴェニューの岡村 洋一郎氏、NTTテクノクロスの小松直樹氏、CXMコンサルティングの秋山紀郎氏



ストラテジー分科会

左から、ブックオフコーポレーションの菊谷一郎氏、STORESの大貫竜平氏、10Xの宇賀神 卓馬氏、ISラボの渡部弘毅氏