

31申請ほぼすべてが「DX」施策 生成AI活用のベストプラクティスが集結

2024年の「コンタクトセンター・アワード」は9月19日、4申請の最優秀部門賞を選出、全日程を終了した。当日は、参加企業の相互投票、審査員審査によって選ばれた9申請について、それぞれの担当者が詳細をプレゼンテーション。審査員特別賞(4社)、個人賞(11名)も表彰され、表彰パーティでは活発な意見交換もなされていた。

2024年の「コンタクトセンター・アワード」は、27社、31申請が参加した。7月の一次審査会後の投票で選出された9申請が9月19日の最終審査会に駒を進めた。

コロナ禍を経て、あらゆるビジネスシーンで進行しつつあるデジタルシフトの潮流を受けてか、今

回の申請は、ほぼすべてが何らかのDX施策だった点が最大の特徴といえる。なかでも目立ったのがやはり生成AI活用で、もはや「使う／使わない」の議論ではなく、「顧客対応プロセスのどこに適用／活用するか」の検討フェーズに入ったことを表しているといえそ

うだ。

最終審査会は東京都墨田区の両国KFCホールで開催、5社4申請(1申請は2社連名)の最優秀部門賞が決定した。なお、審査員特別賞も4社が受賞。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ーダー)は計11名が受賞した。

高評価の「カスハラ対策」 現在の「深刻度」を反映か

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)オープン形式の審査と審査員の評価点を合わせて決定。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」の4部門だ。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(別表参照)の採点と

コンタクトセンター・アワード2024実施概要

コールセンター/コンタクト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

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)
山田 和弘(ソウゾウ Director of CS)
逸見 光次郎(CaTラボ 代表取締役)
渡部 弘毅(ISラボ 代表)
小栗 伸(AI Booster 代表取締役)
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、株式会社アドバンスト・メディア、株式会社Helpfeel、カラクリ株式会社、株式会社NTTマーケティングアクトProCX、東日本電信電話株式会社
シルバースポンサー: Kore.ai Japan合同会社、モビルス株式会社、GNオーディオジャパン株式会社、株式会社リンク、ジェネシスクラウドサービス株式会社、NTTテクノクロス株式会社、株式会社セールスフォース・ジャパン、株式会社RightTouch

(いずれも順不同)

第11回 個人賞

人材育成への情熱と“工夫” CS組織をけん引する11名のリーダー

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11名を表彰した(順不同、敬称略)。ほぼ全員に共通しているのは、人材育成に対する熱い情熱と、す



写真左は7名のLOY受賞者、写真右は4名のMOY受賞者

べての取り組みにおいて工夫を凝らし、最適化の努力を怠らない点だ。
<リーダー・オブ・ザ・イヤー受賞者(敬称略)>

加我まどみ(NTT東日本サービス)、松岡有里(同)、李 思荔(同)、小松健太郎(リコージャパン)、河野晴美(DHLジャパン)、佐々木美里(キューアンドエー)、中田征也(NTTマーケティングアクトProCX)

<マネジメント・オブ・ザ・イヤー受賞者(敬称略)>

多和田 元(読売新聞東京本社)、永野 亮(NTTマーケティングアクトProCX)、堅木 裕(DHLジャパン)、宮崎康司(ネスレ日本)

合わせて各部門賞が決定した。なお、一次審査会のプレゼンテーションは動画を期間限定で公開、参加企業のみが視聴できた。

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次の最優秀部門賞が決定した。

最優秀テクノロジー部門賞: アルティウスリンク/KDDI、最優秀ピープル部門賞: ネスレ日本、最優秀ストラテジー部門賞: カイインズ、最優秀オペレーション部門賞: SBI証券。

また、部門賞は次の5社だ。ピープル部門賞: NSグループ、オペレーション部門賞: スーパー・カスタマーリレーションズ、テクノロジー部門賞: リコージャパン、ストラテジー部門賞: アフラック

生命保険/ソニーネットワークコミュニケーションズ。審査員特別賞は、NTT東日本サービス、エヌ・ティ・ティ エムイー、EPファーマライン、アフラック生命保険が受賞した。

アワードの審査基準は次の6項目で構成されており、審査員は各項目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。

2024年の特徴は、ほぼすべての申請に何らかのITソリューション活用が含まれていたこと、なかでも生成AI活用が目立ったこと、そしてカスハラ対策の申請に対する関心度の高さ——などが挙げられる。このトレンドは今後しばらく続きそうで、本アワードで集まった取り組みがロールモデルと捉えられる可能性も高そうだ。