

店舗の問い合わせ業務を集約！ 顧客感動を支えるDXセンターの新設

カラオケ、リゾートホテルなど、20業態50ブランドを展開するNS（ニュートン・サンザ）グループの主力ブランドの1つ、『カラオケパセラ』地域ごとの特色やマーケットの特性に応じて、各店舗が独自の施策を打ち出していく運営スタイルを武器にビジネスを拡大している。ニュートン マーケティング戦略室 室長 兼 営業推進室 室長の北見朋之氏は、「コアコンピタンスである顧客感動満足（CIS：Customer Impress Satisfaction）を実現するには、その地域を熟知したうえでの機転や高い接客頻度が求められるため、お客様対応はすべて店舗主導でした」と振り返る。

しかし、店舗主導がゆえに大きな課題に直面する。コロナ禍が落ち着きつつあった2021年、感染者数の減少に合わせて予約関連のメール、電話がともに急増。多くの

店舗で対応品質を維持することが難しい状況に陥った。「とくにメールは、予約、予約変更などの即時返信が必要な内容が約70%を占めるため、この状況は看過できませんでした」（北見氏）。

そこで同社は、店舗が接客などの店舗業務に集中できるよう、電話、メールによる問い合わせを集約し、FAQの管理なども担うコンタクトセンターの設置計画に着手。北見氏が統括する営業推進室に白羽の矢が立った。

4フェーズで立ち上げ 平準化・効率化を徹底

センター立ち上げは、「FAQ設置」「メール対応」「電話対応」「自動化」の4フェーズで実施した。

北見氏は、「いずれも、店舗ごとにバラついていた対応ルール、暗黙知になっていたナレッジの明文化から着手し、DX（デジタルトラ



ニュートン マーケティング戦略室 室長 兼 営業推進室 室長の北見朋之氏

ンスフォーメーション)を通じた平準化・効率化を徹底しました」と説明する。例えば、自動化フェーズでは、問い合わせメールの読み解きに『GPTs』を活用。受信メールをGPTsに要約させることで、オペレータが返信文の作成に集中できる体制を構築した。

並行して、CISを実践するための施策を講じている。新人研修には、店舗向けの教育プログラムを実施したうえで、北見氏が理想とする運営像を共有し、意識の醸成を図った。実運営面では、各店舗とのコミュニケーション手段としてグループチャットを用意。店舗にしか回答できない内容を即時に確認できる体制も築いた。

今後は、業績の伸長に伴う人員確保の課題に備え、人による対応を生成AIによる自動化で支援し、品質・効率の両方を高めることを志向している。

図 コンタクトセンター設置の背景課題と解決策

