

## センター運営の未来を再定義する3つの視点 働く環境・顧客体験・自動化が描く新しい実践モデル

### EX

#### 従業員のエンゲージメントを高めて働き続けたい職場へ

パネルディスカッション「EXのネクストアクション『離職を防ぐ』ための施策集」では、離職防止と働き続けたい職場づくりについて議論した。chottoの山下未紗氏による進行のもと、オリックス生命保険の川前明代氏、ネスレ日本の宮崎康司氏が登壇、事例発表を行った。

山下氏は冒頭で、コールセンター白書2025のデータを引用し、採用難の現状や離職率の実態を説明。働き続けたい職場づくりの重要性を強調した。

宮崎氏は、コンタクトセンターの課題として、受身な仕事姿勢、視野の狭さ、裁量権の少なさなどを挙げ、これらに対し、顧客のライフタイムイベントに合わせた手書きの手紙を送る「スマイルプロジ

ェクト」の実施や、フラットな組織への再編によって、各人に責任範囲を分散させる組織構造の変革を実施、情報集約発信型のセンターへの転換を図っていると説明した。

川前氏は、長崎ビジネスセンターの事例を紹介。毎年20名程度の新卒採用を行い、コミュニケーターを最上位とする逆ピラミッド型の組織マインドで運営していると述べた。新卒採用時の仕事体験や内定者研修でのハードな顧客対応体験、コミュニケーターの声を反映した新システム開発もその一環だ。

「信頼関係の構築」に関するクロストークでは、宮崎氏は心理的安全性の重要性を強調し、川前氏は面談の機会を多く設け、互いを知ることの大切さを述べた。両者とも、コミュニケーションの活性化や多様性の尊重が働き続けたい職場づくりに不可欠だと指摘した。山下氏は最後に、人と人とのつながりが大事であり、「任せる勇気

と支える優しさ」が文化として育っていくことの重要性をまとめた。

### CX向上

#### 体験×テックで変わる顧客接点再構築される新しいCX

「『コンタクトリーズン』を理解せよ！ 真の顧客理解に基づく最高のCXとは」には、アルビオンの榊原隆之氏、アンカー・ジャパンの井田真人氏が登壇。ISラボの渡部弘毅氏がモデレータを務めた。

高級化粧品メーカーのアルビオンは、接客品質を企業価値の核としている。榊原氏が担当する「ポール & ジョー」「アナ スイ」は、ECに同等の品質を持ち込むことを課題としてきた。アンカー・ジャパンは、オンラインを主軸に、モバイルバッテリーなどのIT機器の販売を拡大。迅速・正確なテクニカルサポートが顧客満足度を左右する。

榊原氏は、従来の電話・メール中心の対応からチャットツール導入に踏み切り、購入前の相談が大幅に増加。コミュニケーション量が増えるとともにコンバージョンも向上したと説明した。さらに、「店舗品質の接客をデジタルで再現する」という姿勢のもと、24時間対応を目指して生成AIを導入

した。その結果、顧客のAI利用が急伸し、回答の88%が解決に至るといふ成果を生んでいる。顧客自身が、内容に応じてチャネルを使い分けており、「オンラインでも接客価値を毀損しない仕組みづくりが重要」と榊原氏は語った。

井田氏は、「星4.5以上のEC評価を維持するためには、製品品質に加えCS品質を重視する姿勢が不可欠」と説明した。問い合わせの多くは“困りごと”であり、即時かつ正確な回答が顧客満足に直結する。そのため、電話・チャット・メールはすべてインハウスのチームで対応。また、生成AIの導入により、複雑なテクニカル領域で「人より迅速かつ正確」な回答が可能になり、メールやチャットによる返信の自動化も進めている。

渡部氏は、アルビオンがエモーショナル体験のデジタル実装を、アンカー・ジャパンはエフォートレス体験に挑戦している点に言及。共通するのは、新技術を恐れず取り入れ、顧客の選ぶ“接触理



左から、アンカー・ジャパンの井田真人氏、アルビオンの榊原隆之氏、ISラボの渡部弘毅氏

由=コンタクトリーズン”を精緻に理解し、体験を磨き続けている姿勢だと総括した。

### 自動化

#### 現場を助けCXを高める！顧客対応の「自動化」「効率化」

顧客対応の自動化をテーマとしたパネルディスカッションも開催した。ジェーシービーの岩崎也寸志氏、オリエントコーポレーションの内田和宏氏と石原卓志氏が登壇、AICX協会の小栗伸氏がモデレータを務めた。

まず、小栗氏がRPAと生成AI、AIエージェントの違いを解説。

「RPAは決めたとおりに繰り返す。生成AIは『脳』で考えることを実行。AIエージェントは、脳に加え『手足』があり、目的達成のために自ら動くものです」(小栗氏)

その後、ジェーシービー、オリ

エントコーポレーションの2社がそれぞれの取り組みを紹介。

ジェーシービーは、チャットボットとWeb接客ツール「KARTE」、AIオペレータ(ボイスボット)を導入。岩崎氏は、「AIオペレータで呼を振り分ける仕組みを構築、スムーズかつ適切な着信および自己解決の促進を実現しました」と説明した。同社は今後、AIエージェント型ボイスボットを導入予定だ。

一方、オリエントコーポレーションは、生成AIを活用したチャットボットによる入金案内の自動化に取り組んでいる。具体的には、支払いが困難な顧客をチャットへ誘導し、返済状況などを確認したうえで支払いの約束の取得を促すもの。「お支払いの約束取得率=80%」をKPIとして第一弾PoCを実施。第二弾PoCでは返済条件の緩和(リスケジュール)の提案など、より複雑な支払い調整への対応力を検証。石原氏は、「チャットで心理的ハードルを下げ、柔軟な対応で意思決定の後押しを実現した」と説明。業務効率化に加え質の向上、さらに24時間365日対応による延滞の早期解消を図っている。



左から、オリックス生命保険の川前明代氏、ネスレ日本の宮崎康司氏、chottoの山下未紗氏



左から、ジェーシービーの岩崎也寸志氏、オリエントコーポレーションの内田和宏氏、石原卓志氏、AICX協会の小栗伸氏