

「人を支えるAI」が実装フェーズへ 共創設計と顧客価値向上施策に高評価

2026年の「コンタクトセンター・アワード」は9月16日、4申請の最優秀部門賞を選出し、全日程を終了した。今年の申請から改めて浮かび上がったのは、生成AIを「人の代替」として捉えるのではなく、現場力や顧客体験を高めるための“支援者”として組み込む姿勢である。AI導入そのものを競う段階から、「どこに、どう実装し、人と共生させるか」を問う段階への移行が鮮明になった。

2026年の「コンタクトセンター・アワード」は、製造業、金融、IT企業など23社から32の業務改善事例が申請された。参加企業のみで行われた一次発表会、相互投票、審査員審査を経て9申請が部門賞に選出され、9月16日に東京都墨田区のKFCホール（両国）で最終

審査会が開催された。

今年、とくに目立ったのがAIの“実装度”の高さだ。単純な要約や文章生成といった限定的な利用ではなく、人材育成、ナレッジ活用、受付自動化、顧客導線の再設計など、センター運営の中核プロセスにAIが組み込まれていた。最優秀

賞に選ばれた事例を見ると、「AIをどこまで使ったか」だけではなく、顧客との関係性強化や高度な有人対応による価値向上施策など、“人ならではの”価値を再定義した取り組みが高く評価されている。

AIは「使う・活用する」から 「人になじませる」段階へ

最優秀テクノロジー部門賞を受賞したNTTマーケティングアクトProCX（10月1日よりNTTデータ・マーケティングアクト）／ブラザー販売は、「人×AI 効果最大化に資する『AIオンボーディング』の秘訣」を発表した。利用する1人ひとりの個性や素養を踏まえ、「人がなじみやすいAI利用環境」を設計した点が特徴だ。審査員からも「人を支えるAI」という考え方を具現化した事例として評価された。

最優秀ピープル部門賞は、生活総合サービス／情報工房の「アフィニティマップが目指すコンタクトセンターの新しい目的地」。顧客との関係性を科学し、応対行

動の指針へ落とし込むことで、短期的な売上げではなく「顧客に長く支持される」ことを目指す取り組みだった。中長期のアクションプランを定量化、可視化している点も高く評価された。

最優秀オペレーション部門賞はKDDI／アルティウスリンク。auスマートサポートにおいて、自社サービスの枠を越えた問い合わせにも対応し、「誰もデジタルから取り残さない」ことを掲げた施策だ。単なる問題解決ではなく、徹底した顧客理解と信頼関係の構築を、高度なコミュニケーションと組織的な運営によって実現している点が評価された。

最優秀ストラテジー部門賞のNTT ME／NTTテクノクロスは、24時間365日の緊急対応を担うセンターで自動受付を実現。あえて最新の自然言語処理AIだけではなく、シナリオ型の仕組みとRPAを組み合わせ、正確性、確実性、迅速性を確保した。業務要件から最適な仕組みを選択した点も象徴的といえる。

部門賞は、テクノロジー部門がNTT東日本サービス、ピープル部門がNTTフィールドテクノ、

第13回 個人賞

現場の変革をけん引する4名を表彰

個人賞は、SVやトレーニング、品質管理などのスペシャリストを対象とした「リーダー・オブ・ザ・イヤー」と、マネジャー、センター長、役員などを対象とする「マネジメント・オブ・ザ・イヤー」の2部門で構成される。書類審査および審査員面談を経て



4名のLOY受賞者

選考され、2026年は「リーダー・オブ・ザ・イヤー」4名を表彰。多くはAI活用をリードするなどの革新的な取り組みを主導した点が評価された。なお、「マネジメント・オブ・ザ・イヤー」は該当者なしとなった。

＜リーダー・オブ・ザ・イヤー受賞者（敬称略）＞

佐藤周平（DHLジャパン）
武井真奈美（NTT東日本サービス）
奥永雅子（LIXIL Advanced Showroom）
池田津タ美（NTTマーケティングアクトProCX）

オペレーション部門がトレンドマイクロ、ストラテジー部門がカウネットと楽天証券の計5申請。審査員特別賞には、バッファロー、NTT ME、LIXIL、トランスコスモスの4社が選ばれた。

相互投票で「共感」を可視化 現場の“生きた教科書”を共有

同アワード最大の特徴は、参加企業が互いの申請内容を審査、投票するオープン形式にある。申請部門は「ピープル」「オペレーション」「ストラテジー」「テクノロジー」の4部門。全申請内容を発表したうえで、参加企業による投票と専門家で構成する審査員の審査を合わせて9申請を選出し、最終審査会で4つの最優秀部門賞を決

定する仕組みだ。2004年の開始以来、「学び」「競い」「磨き」「喜ぶ」という相互研鑽の場として継続している。

今年の受賞事例を俯瞰すると、特徴はAI活用の“成熟”にある。AIエージェント型チャットボット、生成AIを用いたロールプレイ、AI検索を前提とした問い合わせ導線の再設計などテーマは多彩だが、共通点は「導入したこと」を成果とせず、現場の行動変容や顧客価値まで踏み込んでいる点だ。

「AIで何人減らせるか」から、「AIによって人の能力と顧客価値をどう最大化するか」へ——コンタクトセンターにおけるAI活用が次のフェーズに入ったことを感じさせる結果となった。

コンタクトセンター・アワード2026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関心を持って評価

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（メルカリ JapanBusiness CS/TnS Operations, Director）

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（AICX協会 代表理事）

矢島竜児（リックテレコム コールセンタージャパン・ドットコム プロデューサー）

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RightTouch、株式会社アドバンスト・メディア、ZVC JAPAN株式会社、NTT東日本株式会社

シルバースポンサー：株式会社NTTマーケティングアクトProCX（10月1日よりNTTデータ・マーケティングアクト）、株式会社セールスフォース・ジャパン、モビルス株式会社、Twilio Japan合同会社、GNオーディオジャパン株式会社、ジェネシスクラウドサービス株式会社、株式会社Algoage、株式会社Zendesk

（いずれも順不同）