



—NEWS RELEASE—



報道関係者各位

2016年7月25日  
公益社団法人企業情報化協会

## 平成28年度 第3回サービス・ホスピタリティ・アワード 受賞企業決定

公益社団法人企業情報化協会（通称：IT協会）は平成28年度第3回サービス・ホスピタリティ・アワード（後援：経済産業省）受賞企業を発表した。

このアワードは「おもてなし」を科学的かつ定量的に検証し、他の模範となりうる優れた成果を上げている企業を同協会が表彰するもの。

平成28年度は、サービス・ホスピタリティ・アワード最優秀賞を2社が受賞したほか計9社の企業が各賞を受賞した。

来る2016年9月8日（木）に開催される同協会主催「サービス・ホスピタリティ・シンポジウム」にて記念講演、ならびに表彰式典（「カスタマーサポート表彰制度」と合同表彰式典）を行う。（会場：東京都千代田区 都市センターホテル）

受賞企業は次ページの通り。

※本件に関するお問い合わせ先

公益社団法人 企業情報化協会（IT協会） サービス・ホスピタリティ・アワード事務局

〒100-0003 東京都千代田区一ツ橋1-2-2 住友商事竹橋ビル 15F

TEL:03-3434-6677

FAX:03-3459-1704

Mail:info@jiit.or.jp

Web: <http://www.jiit.or.jp/>

平成 28 年第 3 回サービス・ホスピタリティ・アワード 受賞企業一覧

表彰名	受賞企業と受賞テーマ
<b>最優秀賞</b>	<b>NTTコム チェオ株式会社</b> IT活用で全国の人材が活躍する「在宅型コンタクトセンター」でホスピタリティを実現 ～女性活躍、地方創生、就業支援に資するビジネスモデルの創出～
<b>最優秀賞</b>	<b>チューリッヒ保険会社</b> 「ソーシャルスタイル」活用によるコミュニケーションの深化と収益モデルの構築
<b>優秀賞</b>	<b>株式会社パイプドビッツ</b> 他社に例を見ない、業界特化型サポートサービス「ユーザーズデスク」
<b>優秀賞</b>	<b>日本生命保険相互会社</b> “大切な人を想う”のいちばん近くで。 ～人だからこそできるサービスの提供～
<b>特別賞</b> (フロントナー賞)	<b>株式会社三井住友銀行</b> キャッシュカードの即時発行を通じたサービスホスピタリティ向上への取り組み
<b>特別賞</b> (きずな賞)	<b>株式会社みずほフィナンシャルグループ</b> “サービス提供力NO.1”実現を目指して～現場・本部が一体となった主体的な取り組み～
<b>特別賞</b> (ICT おもてなし賞)	<b>三井住友海上火災保険株式会社</b> お客様の「知りたい」に応え続けるコンタクトセンター構築への取り組み
<b>奨励賞</b>	<b>NECフィールディング株式会社</b> 災害時体制の事前準備による「お客様」と「地域」への貢献 台風18号 鬼怒川 堤防決壊（茨城県常総市）災害対応事例 ～お客様のために、そしてその先のお客様のために～
<b>奨励賞</b>	<b>エステー株式会社</b> 商品取扱店舗検索システムの自社開発とご案内サービスの構築

※各社の受賞理由・内容については4ページ以降をご高覧ください。

## サービス・ホスピタリティ・アワードとは

公益社団法人企業情報化協会（会長:宇治則孝/日本電信電話株式会社 顧問）では、顧客に対するサービス・ホスピタリティに関して、創意工夫や先進的な試みを行い、顧客満足や顧客価値を高めることによって経営に優れた貢献をし、サービス・ホスピタリティの推進・発展に寄与したと認めうる企業・機関・団体・事業所・部門等に対してサービス・ホスピタリティ・アワードを授与している。

このたび、平成 28 年度第 3 回サービス・ホスピタリティ・アワード審査委員会（委員長：西尾久美子/京都女子大学 現代社会学部現代社会学科 教授）において、厳正な審議のもと、9社の受賞を決定した。

なお、来る 2016 年 9 月 8 日（木）に開催される同協会主催「サービス・ホスピタリティ・シンポジウム」にて記念講演、ならびに表彰式典（「カスタマーサポート表彰制度」と合同表彰式典）を行う。（会場：東京都千代田区 都市センターホテル）

## 平成 28 年度第 3 回サービス・ホスピタリティ・アワード審査委員会

委員長	京都女子大学 現代社会学部現代社会学科 教授	西尾 久美子
副委員長	NTTコミュニケーションズ株式会社 常勤監査役	小林 洋子
委員	西武文理大学 サービス経営学部 サービス経営学科 教授	田村 尚子
	跡見学園女子大学 観光コミュニティ学部 観光デザイン学科 教授	塩月 亮子
	立教大学 観光学部 教授	羽生 冬佳
	毎日新聞出版株式会社 図書編集部	峯 晴子
	株式会社リンク 代表取締役 人材育成コンサルタント 一流秘書養成スクール 校長	能町 光香
アドバイザー		萬年 良子

## サービス・ホスピタリティ・アワード受賞記念講演・表彰式典について

名称：「平成 28 年度第 3 回サービス・ホスピタリティ・シンポジウム」

※表彰式典は「カスタマーサポート表彰制度」と合同開催

日程：2016 年 9 月 8 日（木）※一部の受賞記念講演は 9 月 9 日（金）に開催

主催：公益社団法人企業情報化協会

会場：都市センターホテル（東京都千代田区平河町）

## 公益社団法人企業情報化協会（IT 協会）について

名称：公益社団法人企業情報化協会（通称：IT 協会）

会長：宇治 則孝（日本電信電話株式会社 顧問）

設立：1981 年 7 月 16 日

会員数：200 社

所在地：〒100-0003 東京都千代田区一ツ橋 1-2-2 住友商事竹橋ビル 15F

※本件に関するお問い合わせ先

公益社団法人 企業情報化協会（IT 協会） サービス・ホスピタリティ・アワード事務局

〒100-0003 東京都千代田区一ツ橋 1-2-2 住友商事竹橋ビル 15F

TEL:03-3434-6677 FAX:03-3459-1704 Mail:info@jiit.or.jp Web: http://www.jiit.or.jp/

## 平成 28 年度 第 3 回サービス・ホスピタリティ・アワード



# 最優秀賞

## NTT コム チェオ株式会社

### 受賞テーマ

IT 活用で全国の人材が活躍する「在宅型コンタクトセンター」でホスピタリティを実現  
～女性活躍、地方創生、就業支援に資するビジネスモデルの創出～

NTT コム チェオは 2002 年に設立された NTT コミュニケーションズの子会社であり、IT 技術を活用した「在宅型コンタクトセンター」を 1,000 人規模で 15 年に渡り継続的に運営している。

IT 活用で全国の人材が活躍する「在宅型コンタクトセンター」でホスピタリティを実現、という応募テーマは非常に大きく包括的な設定であるが、明確な目標設定も備わっており着実に結果を出している。更に、女性活用、地方創生、就業支援に資するという国家レベルとも言える壮大なビジネスモデルの創出に繋げる努力を積極的に取り組み続けており、人口減少と少子高齢化の急速な進展が現実となる日本においては業界を超えてベスト・プラクティスモデルとなるような素晴らしい取り組みと言える。

IT 技術の活用においては、①コール配分システム、②転送機能、③スタッフ管理、④遠隔での人材育成とスキルアップなど整備、構築された機能がフルに活用されている。

顧客サービス改善と CS 向上においては、①地域ごとの交流会を実施。日本全国約 10 箇所の地域ごとの交流会で在宅業務での困難を解消するためだけでなく、対話会で意見交換、サービス改善、さらに新サービス開発にまで役立てており、取り組みの本気度が伺える。②自主勉強会の開催。在宅スタッフ同士がスキルアップのために自主的に勉強会を開催し、積極的にスキルアップに努めていることをサポートする会社の体制も顧客サービス改善を安定させている要因と思われる。このような環境で在宅スタッフ人材の定着率は極めて高く、また、ホスピタリティが醸成されている基盤となっている。

2005 年に続き 2016 年にも第 16 回テレワーク推進賞で「優秀賞」を受賞したように、社会的にも意義が高い取り組みを、継続的に続けていること。

災害、BCP にも対応できる全国分散型モデルセンターを国内に先駆けて導入し、実際に 2011 年の震災時にお客様対応を継続させた実績。

上述した、女性活躍、地方創生、就業支援などのビジネスモデルの圧倒的かつ先駆的取り組みは多くの企業にとって参考に資するものであり、最優秀賞を授与するに値すると評価した。

## 平成 28 年度 第 3 回サービス・ホスピタリティ・アワード



# 最優秀賞 チューリッヒ保険会社

### 受賞テーマ

「ソーシャルスタイル」活用によるコミュニケーションの深化と収益モデルの構築

チューリッヒ保険会社日本支店は、2015年9月 同社カスタマーケアセンターに「ソーシャルスタイル」という行動科学論に基づくタイプ分けアプローチ法（人の行動傾向を“感覚タイプ”、“協調タイプ”、“行動タイプ”、“思考タイプ”に4類型化）を導入した。「ソーシャルスタイル」を通して、スタッフは瞬時に顧客のタイプを判断し、顧客にあった対応を柔軟に行うことで信頼関係を築いていくという大変ユニークな試みを実施した。それにより、以下にみられるような諸点の深化・向上・改善等が促された。

- ① 顧客とのコミュニケーションの深化
- ② 顧客満足度（CS）の向上
- ③ ポストコールサーベイ（PCS）のスコアアップ
- ④ 通話時間・保留時間の短縮によるオペレーションコストの削減ならびに放棄率削減
- ⑤ 見積発行率の改善による収入保険料への貢献
- ⑥ スタッフのストレス軽減
- ⑦ スタッフ同士のコミュニケーションの深化
- ⑧ スタッフも4つのタイプに分け、それぞれのタイプ別ケアを行うことによる定着率の向上

以上のような成果は通話処理時間の短縮による業績向上という明確な目的意識とシステムティックな数値管理により達成されており、このような取り組みは他社の模範となる画期的なものといえる。

また、同社が導入した「ソーシャルスタイル」はひとつの指標であり、それを絶対視・固定化していない点にも好感が持てる。

実施開始からまだ1年弱ではあるが、「ソーシャルスタイル」導入後は上記のように多岐にわたる成果がみられ、導入目的である収益拡大に結び付く結果となったことは、非常に高く評価できる。よって、ここに、サービス・ホスピタリティアワード最優秀賞を授与するものとする。

## 平成 28 年度 第 3 回サービス・ホスピタリティ・アワード



# 優秀賞 株式会社パイプロドビッツ

### 受賞テーマ

他社に例を見ない、業界特化型サポートサービス「ユーザーズデスク」

情報資産プラットフォーム事業を営む株式会社パイプロドビッツのユーザーは、ICT、メーカー、官公庁、医療福祉、不動産、金融保険など、広くさまざまな業態で、全国の主要都市に及ぶ。

同社は、これら多様なユーザーの要望に的確に応えるべく、敢えてサポートセンターを解体して各事業部に組み入れ、業界特化型サポートサービスを提供している。特筆すべきは以下である。

#### 1. スパイラルユーザーズデスク

同社のソリューションプラットフォーム製品「SPIRAL®」の基本コンポーネントであるデータベース、問い合わせフォーム、通知メール等を組み合わせ、ホテルのフロントベルのような「お客さまに電話をかけさせない」快適なサポートシステムを実現した。

ユーザーは、SPIRAL®管理画面から「呼び鈴」を押し、ユーザー属性がすでに記入されたフォームに内容を入力すると、5分以内に同社から電話がかかってくる仕組みである。

#### 2. 事業部に組み込まれたサポート担当

かつてのサポートセンターの人材をそれぞれの事業部に組み入れることによって、各業態に特化した専門的な問い合わせにも、組織の壁をまたぐことなく迅速に回答できるようになった。また、回答責任はサポート担当者だけでなく、営業や技術などのその事業部の誰もが順番を決めて負うこととしたため、事業部全体のホスピタリティマインド向上にもつながっている。

このユニークな取り組みは、新しいコールセンターの在り方を示唆するものであり、優秀賞に値すると評価した。

## 平成 28 年度 第 3 回サービス・ホスピタリティ・アワード



# 優秀賞 日本生命保険相互会社

### 受賞テーマ

“大切な人を想う”のいちばん近くで。  
～人だからこそできるサービスの提供～

コールセンター業務も AI や機械学習により無人化する風潮の中で、日本生命保険相互会社では、最新の音声テキスト化ツールを活用して業務効率化をはかりつつ、「人だからこそできる」お客さまへの最適な回答を目指し、様々な施策を展開している。中でも高齢者に着目した以下の施策はユニークである。

#### 1. 背景

同社のお問い合わせの中で、70 歳以上の高齢のお客さまからの電話が 2 割以上を占め、今後さらに増加の傾向があること。

社会全体が若年層志向・無人化・Web 化の傾向にある中、生命保険の内容確認が一番必要となる高齢者層については、身体能力・意思能力の低下や、施設入所などの環境変化が起こりやすいことを踏まえた、十分なサービス提供が求められていること。

#### 2. 取組

「ご契約情報家族連絡サービス」開始、コールセンター版「フィロソフィー」の策定、「高齢者電話対応ガイド」作成などの施策を多角的に実施するだけでなく、高齢者の身体機能低下を疑似体験させる研修を行って、社員の気づきを促進し、施策に魂を吹き込んでいる。

#### 3. 成果

10 秒以内応答率など種々の KPI 達成はもとより、カルチャー変革をしてマニュアルにない臨機応変な対応を行うこととした結果、CS 向上及び、オペレーター対応に対する苦情件数の半減を実現した。

今後、蓄積されたテキストデータマイニングによるさらなるお客さま最適回答への期待と、高齢者に理解できる・伝わる言葉の置き換えや言い換えなど実践的なノウハウに満ちた「高齢者電話対応ガイド」の進化は、さまざまな組織の参考に資するものであることから、優秀賞に値すると評価した。

## 平成 28 年度 第 3 回サービス・ホスピタリティ・アワード



# 特別賞(フロントランナー賞) 株式会社三井住友銀行

### 受賞テーマ

#### キャッシュカードの即時発行を通じたサービスホスピタリティ向上への取り組み

株式会社三井住友銀行は、三井住友フィナンシャルグループ傘下の都市銀行であり、3大メガバンクの一角を占めている。2001年4月1日に、住友グループの住友銀行と三井グループのさくら銀行が合併して発足した。

当社の経営理念の1つに「お客さまに、より一層価値あるサービスを提供し、お客さまとともに発展する」という考え方を掲げており、日本社会を牽引してきたメガバンクとして、国民ひとりひとりの生活に密着し、きめ細やかなサービスを行うことで国民の生活を守るという重要な役割を果たしている。

お客さまから寄せられる要望をサービスに活かし、「キャッシュカードの店頭即時発行」を実践することで、サービスホスピタリティの向上を目指す。2012年2月に、「カード即時再発行」サービスが開始され、カードの紛失や破損時に店頭でカードを即時で受け取ることができるようになる。その後も、お客さまの声を常に意識しサービスへ反映しており、2014年8月には、「カード即時新規発行」サービスを開始し、口座開設時に新規のお客さまがその場でカードを受け取ることが可能となった。さらに、2016年2月には、『口座開設アプリ』を利用したカードの店頭受取サービスを開始し、スマートフォン向けサービスと店頭でのサービスを組み合わせた邦銀初の取り組みとして、お客さまのニーズにきめ細かく応えたサービスを継続的に提供している。

特筆すべきは、どうしたらお客さまの「不満の声」を「お褒めの声」へと変化させることができるのか、日々の業務を通じて社員が考え、PDCAサイクルを回しながら、会社全体で取り組む「姿勢」には目を見張るものがある。また、最先端のIT技術が用いられた先進的かつ安定的なシステム・事務を土台とし、その上に展開される真心を込めたホスピタリティあふれる店頭にはメガバンクとしての誇りを感じる。その「姿勢」こそが、ホスピタリティの向上に深く関係していると言えよう。

今後も、お客さまに寄り添った真心あふれる画期的なサービスが期待できるものとして、特別賞に値すると評価した。

## 平成 28 年度 第 3 回サービス・ホスピタリティ・アワード



# 特別賞（きずな賞）

## 株式会社みずほフィナンシャルグループ

### 受賞テーマ

“サービス提供力 NO.1”実現を目指して ～現場・本部が一体となった主体的な取組み～

株式会社みずほフィナンシャルグループは、お客さまにとってかけがえのない存在「Only One」になるため、“サービス提供力 No.1”の金融機関を目指すという目的設定のもと、現場と本部が一体となった主体的な取組みを行うため、2013 年 7 月に「サービス提供力 No.1」推進 PT をみずほフィナンシャルグループ内に設置した。そして、サービス・ホスピタリティ向上のために、傘下のみずほ銀行・みずほ信託銀行・みずほ証券の合計 787 拠点で、4 つの取組みを実践している。

全社員へ CS 意識の浸透に向けた取組みでは、2013 年 3 月に策定した「みずほサービス・スピリット（MSS）」をお客さまと接する行動サイクルとして回すことを意図し、MSS を実感できる映像での展開、お客さまからの「お褒め」の声を集約し各社に展開、さらに働く仲間への感謝の気持ちを伝えるカード、という 3 つの実践を行っている。これにより、MSS に基づく行動の理解と実践、お客さまからの声を集約し各社で情報の共有、さらに職場の仲間への感謝を伝える意識の醸成、という一連の流れが生まれ、5 万人以上の従業員を抱える大きな組織の中で個々人の主体的な取組みが促進されている。その結果、サービス提供力に関する従業員意識調査が 2013 年度から 3 年間連続で上昇しており、現場に「MSS」により CS 意識が定着しているといえる。

「お客さまの声」や「現場の声」をサービス改善に活用する取組みでは、「お客さまの声カード」を多様なチャンネルで年間 20 万枚収集する、現場からの提案件数も年間 5 千件程度あるなど、収集された情報が改善活動に活かせるように推進されている。

また、現場と本部が一体となりサービスレベルアップを目指す取組みでは、銀行・信託・証券横断的なラボ活動が行われており、組織全体で実践することが目指されている。

さらに、サービス提供力を客観的に把握する取組みでは、覆面かつ競合他社のユーザーをサンプルに加えた調査を実施し、自社の評価に加え、他社に対するポジショニングを客観的に把握している。2015 年度の調査では、対前年度比でサービス提供力評価+3.9 ポイント、総合満足度+8.5 ポイントと、競合他社と比較して群を抜いた伸び率となっている。

現場と本部が一体となり「サービス提供力 No.1」を目指す、株式会社みずほフィナンシャルグループの取組みは、働く一人ひとりがお客さま満足のための行動を実践し、さらに「One MIZUHO」としてグループのつながりを深めるという意図のもと推進されている好事例であり、特別賞（きずな賞）に値すると評価した。

## 平成 28 年度 第 3 回サービス・ホスピタリティ・アワード



# 特別賞 (ICT おもてなし賞) 三井住友海上火災保険株式会社

### 受賞テーマ

#### お客様の「知りたい」に答え続けるコンタクトセンター構築への取り組み

三井住友海上火災保険株式会社は、1918 年の設立から現在に至るまで、一貫して顧客に安心と安全を提供してきた。現在、CSR の柱として「お客さまを中心としたステークホルダーとのコミュニケーションを基軸に、商品・サービスの品質向上や業務改善を進め、信頼を獲得します。」を掲げ、その実現に向け意欲的に取り組んでいる。

コンタクトセンター「お客さまデスク」においてもこの取り組みの一環として、顧客からの問い合わせに迅速・的確に対応できるよう、接続品質、業務品質、応対品質の向上を目指し、様々な方策を企画・実行してきた。2014 年度以降段階的に導入した 4 つのクラウドシステム (①「Watson Explorer」、②「WFM (Work Force Management) システム」、③「Oracle Cloud Service」、④「Vポータルダイレクト」) の効果的活用もその 1 つである。

具体的には、①により、適正な人員配置が可能となり、②により、「お客さまデスク」に届いた相談内容の詳細な分析がなされ、その結果は応答率改善や応対品質の向上に大いに寄与した。③では、ホームページ上の FAQ の最適表示により、お客様の自己解決率を上げ、④では、24 時間対応可能な保険料控除証明書「再発行依頼」の自動化により、利便性を高めた。その結果、オペレータと直接会話を必要とする顧客へのきめ細やかな対応が可能となり、応対品質、業務品質の一層の向上に繋がった。実際、上記三つの「品質」に関する KPI の数値が、2015 年度は前年度に比べ全てが上昇している事実からも、効果性の高さは明らかである。

加えて、②の蓄積データが、商品開発、営業推進など他部門にも共有され、業務改善に貢献した点、「お客さまに寄り添うトーク」(歳時記) が代理店にも提供され、営業ツールとして大いに寄与した点なども特筆すべきところである。コンタクトセンター内外の協力・連携は、相互にプラスの相乗効果をもたらし、コンタクトセンターのプレゼンス向上がオペレータのモチベーションアップにつながり、その結果として CS 向上スパイラルの仕組みが構築されるに至った点は、高く評価される。

以上のように、「お客様の『知りたい』に答え続ける」という高度なサービスレベルを目指すコンタクトセンターの運営に、同社が導入した ICT 技術の活用が非常に奏功していることが確認できる。この点を高く評価し、今後もさらにシステム間の連携を深めることを期して、サービス・ホスピタリティ・アワード特別賞 (ICT おもてなし賞) を授与するものとする。

## 平成 28 年度 第 3 回サービス・ホスピタリティ・アワード



# 奨励賞

## NEC フィールディング株式会社

### 受賞テーマ

災害時体制の事前準備による「お客様」と「地域」への貢献  
台風 18 号 鬼怒川 堤防決壊（茨城県常総市）災害対応事例  
～お客様のために、そしてその先のお客様のために～

NEC フィールディング株式会社は、NEC グループの一員として ICT システムのライフサイクルすべてにかかわるサポートを提供している。中でも基盤事業である保守サービス事業は NEC グループの中で唯一担当しており、予測・予知技術を進化させたプロアクティブな保守サービスの実践につとめている。

今回応募のあった流通事業部は、流通業種に特化した事業を展開、中でもコンビニ業界については全国複数コンビニのうち 7 割の保守を行っている。2014 年 10 月にヘルプデスクと保守拠点の連携を強化するため流通業に特化した保守拠点を統合し、ヘルプデスク・流通保守・展開コントロールの三位一体活動が行える体制を構築した。その後に発生したのが、2015 年 9 月の鬼怒川堤防決壊による大規模水害である。

水害により近隣の顧客コンビニ 28 店舗が甚大な被害を受けた。事業部内では速やかに緊急サポート体制にシフトし、コンタクトセンターの受付と保守拠点との情報共有につとめるとともに、ハザードマップの作成やデバイス活用によるコンタクトセンターとの災害復旧情報の共有などを図り、保守員が効率良く安全に現地に到着できる体制を整えた。結果、水害発生から 6 日目には被災した店舗の再オープンが可能となった。また、こうした非常時の対応を行いながらも、他の地区の顧客には迷惑をかけることなく通常のサービス提供を行った。

背景として、トップの交代により CS と現場力を重視したカルチャーへと変革したことが大きい。2015 年より進められた各種ホスピタリティ向上の取り組みの結果、社員一人一人に「自分のお客さま」との自覚が芽生え、災害現場においても刻々と変化する状況の把握、共有化、迅速な対応が可能となり、顧客からの高い評価につながった。

今後は、ハザードマップのシステム化と情報の一元化や、保守員の保有するデバイスの有効活用を試みるなど、今回のケースを活かして事前準備を強固なものとしていくことも期待され、奨励賞に値すると評価した。

## 平成 28 年度 第 3 回サービス・ホスピタリティ・アワード



# 奨励賞 エステー株式会社

### 受賞テーマ

### 商品取扱店舗検索システムの自社開発とご案内サービスの構築

エステー株式会社は 1948 年に設立された日用雑貨メーカーで、おもに家庭向け消臭芳香剤、防虫剤、除湿剤、クリーナー等の製造販売を行っている。社是は「誠実」。社会に対する奉仕と信頼を信条とし、製品については最高を求めるという経営理念を有し、現在は企業スローガンとして「空気をかえよう」を掲げている。

同社では、今から 4 年前に着任したお客様相談センター長が中心となり、従来の体制、システムの抜本的な見直しを開始した。

具体的には、自社製品の取扱い店舗を効率よく最適な条件で案内する仕組みを構築し（①商品取扱店舗検索システム「Shop Navi（ショッピングナビ）」を自社で開発）、経営貢献をする組織としての位置づけを明確にする（②取扱い店舗のご案内スタイルの構築）という目的を設定。

商品の取扱い店舗の案内、商品の利用方法や商品の成分・性能の説明、苦情の対応など、問い合わせの内容は多岐にわたる。「お客様のもっとそばに」をモットーに、約 20,000～22,000 件/年の問い合わせに対し、一人ひとりのオペレーターがシステムを活用しながら一元的に顧客対応を完結し、感謝の言葉を多数獲得している。取扱い店舗の地図や商品の使い方説明書（ワンポイント・アドバイス）の送付をはじめ、商品サンプルのプレゼント、さらには商品配送ドライバーへのメッセージカード作成といった取り組みが、日常的に行われている。このように、女性ならではの感性が発揮された応対品質向上のためのアイデアが、随所に見られた。徹底した顧客サポートによって顧客感動をもたらしている点は、高く評価したい。

本取り組みからは、個々の顧客の満足を徹底的に追求する取り組みが市場に効いて、顧客ロイヤリティと企業ブランドイメージの向上に貢献していることが窺える。「誠実」という社是が現場に浸透しており好感は持てるのだが、その効果が数値として見えにくかった。今後の課題としては、事業貢献度に見える化、徹底的に顧客に親切にすることの効果の数値化、品質管理指標の設定など、業務全体に数値管理の導入がなされることが必要だと思われる。そうすることで、採算を正確に把握でき、同センターの経営貢献度もより具体的かつ明確に社内にアピールできるのではないかと。よって、奨励賞に値すると評価した。このたびの講評を参考に、業務全体の数値化を実現され、改めて本アワードにご応募いただければ幸いである。