



Best Customer Support  
of The Year 2020

— NEWS RELEASE —

## 2020年度(第21期)カスタマーサポート表彰制度 受賞企業決定

公益社団法人企業情報化協会は2020年度カスタマーサポート表彰制度受賞企業を発表  
2020年9月24日(木)カスタマーサポートシンポジウムにて表彰式典・受賞記念講演を開催

公益社団法人企業情報化協会はこのたび、2020年度カスタマーサポート表彰制度(Best Customer Support of the Year)において、12社の受賞を発表しました。

本表彰制度は、カスタマーサポート表彰制度審査委員会(委員長:小野 譲司 青山学院大学 経営学部 マーケティング学科 教授)による厳正な審議のもと、わが国における顧客戦略の充実とそれに伴うカスタマーサポートの推進・発展に寄与したと認めうる企業・機関・団体・事業所・部門等を表彰するものです。

受賞企業決定に伴い、来る2020年9月24日(木)に開催される当協会主催「カスタマーサポートシンポジウム(会場:東京プリンスホテル/オンラインライブ配信併催)」にて受賞各社による記念講演、ならびに表彰式典を行います。

受賞企業は次の通りです。(賞ごとに社名50音順)

優秀賞	住信 SBI ネット銀行株式会社
優秀賞	明治安田生命保険相互会社
特別賞(ホスピタリティ賞)	東日本旅客鉄道株式会社
特別賞(人財育成賞)	チューリッヒ保険会社
特別賞(IT活用賞)	NTT レゾナント株式会社
特別賞(IT活用賞)	東日本電信電話株式会社/キューアンドエー株式会社
特別賞(IT活用賞)	三井住友海上火災保険株式会社
奨励賞	SCSK 株式会社/SCSK サービスウェア株式会社
奨励賞	クラウドエース株式会社
奨励賞	JR 東日本メカトロニクス株式会社
奨励賞	株式会社セゾン情報システムズ
奨励賞	株式会社ファンケル

※上記各社の受賞理由・内容については別紙をご覧ください。

また、今年度は、応募企業各社の新型コロナウイルス感染症に対するお取組みに関して、他社の模範となる対策を取られた企業に対し、新型コロナウイルス感染症対策特別賞として6社の受賞も合わせて発表しました。

受賞企業は次の通りです。(順不同)

明治安田生命保険相互会社	チューリッヒ保険会社
三井住友海上火災保険株式会社	SCSK 株式会社
クラウドエース株式会社	株式会社セゾン情報システムズ



Best Customer Support  
of The Year 2020



Best Customer Support  
of The Year 2020

お問い合わせ先 公益社団法人 企業情報化協会 (IT協会) カスタマーサポート表彰制度事務局  
〒105-0011 東京都港区芝公園 3-1-22 日本能率協会ビル 3階  
Mail: info@jiit.or.jp TEL:03-3434-6677 FAX:03-3459-1704  
Web: <http://www.jiit.or.jp/>

## カスタマーサポート表彰制度とは



Best Customer Support  
of The Year

カスタマーサポート表彰制度(旧 優秀コンタクトセンター表彰制度)は、わが国の産業界ならびに行政機関などの、顧客サポートにおける生産性向上・効果的マネジメント・システムの整備・顧客接点の強化推進と拡大を促進することを目的として制定されました。

企業規模にかかわらず、顧客に対するサポート・サービスに関して、創意工夫や先進的試みを行い、顧客満足度の向上や課題解決を図ることによって経営に優れた貢献をし、カスタマーサポートの推進・発展に寄与したと認めうる企業・団体・機関・事業所・部門等に対して、公益社団法人企業情報化協会が授与するものです。

受賞された企業・団体・機関の成果は、わが国における顧客戦略の充実とカスタマーサポートの推進・発展に寄与すべく、当協会を通じて広く社会に公表いたします。

## 2020 年度カスタマーサポート表彰制度審査委員会

委員長	小野 譲司	青山学院大学 経営学部 マーケティング学科 教授
副委員長	田口 浩	株式会社東京海上日動コミュニケーションズ 上級執行役員
委員	中森 基雄	株式会社 WCAT 代表取締役
	天野 泰守	日本菓子BB協会 常務理事
	蛭田 潤	株式会社日本能率協会コンサルティング CX・EX デザインセンター シニア・コンサルタント
	西村 道子	株式会社アイ・エム・プレス 代表取締役社長
	諏訪 良武	ワクコンサルティング株式会社 常務執行役員
	菊池 淳一	株式会社 CCM 総合研究所 代表取締役 「コンタクトセンターマネジメント」編集長
	玉本 美砂子	株式会社 JBM コンサルタント 代表取締役社長
	寺下 薫	クリエイトキャリア 代表
	神田 晴彦	株式会社野村総合研究所 デジタルワークプレイス AI 事業部 AI ソリューション展開グループ グループマネージャー 上級研究員 博士(経営学)
	宮崎 義文	多摩大学大学院 経営情報学研究科 客員教授 イー・パフォーマンス・ネクスト 代表

## 公益社団法人企業情報化協会(IT 協会)について



公益社団法人企業情報化協会は、「IT 活用による経営革新の推進機関」として 1981 年の設立以来、企業の情報化に関する調査研究及び開発を行い、その成果の普及並びに実施を促進することにより、わが国の社会・経済及び産業の健全な発展に寄与することを目的として活動しています。

名称	:公益社団法人企業情報化協会(略称:IT協会)
会長	:小縣 方樹(東日本旅客鉄道株式会社 常勤顧問)
設立	:1981 年 7 月 16 日
会員数	:約 200 社
所在地	:〒105-0011 東京都港区芝公園 3-1-22 日本能率協会ビル 3 階

2020 年度 カスタマーサポート表彰制度 受賞企業とテーマ (賞ごとに社名 50 音順)

優秀賞	<b>住信 SBI ネット銀行株式会社</b> 『ロイヤルティ醸成を支えるコミュニケーションチャネル拡充がもたらすお客様価値の創造』
優秀賞	<b>明治安田生命保険相互会社</b> 「すべてのご契約者さまへの『均質なアフターフォロー』の実践」
特別賞 (ホスピタリティ賞)	<b>東日本旅客鉄道株式会社</b> 「タブレット端末アプリを活用した、列車乗降時に介助が必要なお客さまへの 駅係員のご案内業務支援システムによるサービス品質の向上」
特別賞 (人財育成賞)	<b>チューリッヒ保険会社</b> 「カスタマーケアセンターから実現するCX実践プロジェクト ～CX 実践からサービスプロフィットチェーンの構築へ～」
特別賞 (IT 活用賞)	<b>NTT レゾナント株式会社</b> 「最高の CX 実現に向けて ～多様化するお客さまに寄り添うコンタクトセンターの挑戦～」
特別賞 (IT 活用賞)	<b>東日本電信電話株式会社／キューアンドエー株式会社</b> 「AIと人の融合によるハイブリッドコンタクトセンタへの変革と顧客体験の更なる向上」
特別賞 (IT 活用賞)	<b>三井住友海上火災保険株式会社</b> 「電話での保険手続きのオートコールスクリプトの開発、自動応対評価の開発による 『わかりやすく働きやすい損害保険会社』の実現」
奨励賞	<b>SCSK 株式会社／SCSK サービスウェア株式会社</b> 「データと IT を活用した知識集約型の次世代コンタクトセンターへチャレンジ ～IT サービスデスクのナレッジマネジメント～」
奨励賞	<b>クラウドエース株式会社</b> 「エンジニアの稼働工数有効活用と顧客満足度の向上」
奨励賞	<b>JR 東日本メカトロニクス株式会社</b> 「乗務員向け睡眠改善システムの開発・導入」
奨励賞	<b>株式会社セゾン情報システムズ</b> 「お客様から選ばれ続ける最高のサービスを提供するために！ ～企業の社会活動を支える IT 運用サービスのご提供～」
奨励賞	<b>株式会社ファンケル</b> 「通信販売の『注文・お届け・支払い・返品』に関するバックオフィス業務 50%削減による、 顧客対応品質の向上 ～フルフィルメント改革～」



Best Customer Support  
of The Year 2020

優秀賞

住信 SBI ネット銀行株式会社

「ロイヤルティ醸成を支えるコミュニケーションチャネル拡充がもたらすお客様価値の創造」

一般的に銀行業務は事務的な仕事になりがちだが、そこにお客様中心主義を掲げて、本気でロイヤルティを醸成していくという挑戦的な取り組みが素晴らしい。以前、お客様の声（VOC）を音声認識でデータ化して、問題点を迅速に解決されていた。今回はそれを一歩進めて、お客様ロイヤルティの醸成にトライするテーマになっている。住信 SBI ネット銀行は、本テーマの中心メンバーが経営層の存在であり、なおかつ現場を熟知されているので、価値あるテーマ設定になっている。

今回の取り組みは「つまづき」を可視化して、業務改善につながっている。お客様の声を分析して課題を抽出し、オムニチャネルの顧客対応や顧客情報と対応履歴の一元化を実現、入電予測機能による人員配置計画工数の削減、遠隔 Web サポート機能による非対面操作支援などにより、業務改善を推進された。具体的には、Web サイトの自己解決率を向上させ、お客様をテキストコミュニケーションに誘導し、エスカレーションフローを改善し、オペレータやスーパーバイザーの大幅な工数削減を実現された。

改善の成果を定量化するのは難しいが、ロイヤルティを NPS により定量化し、時系列で測定をしていることにより、効果のトレンドが分かりやすくなっている。また、コミュニケーションレベルを上げながら、数百名規模だったコンタクトセンターをオペレータとスーパーバイザーともに約半減するなどのコンパクトなセンター運営体制を実現するという劇的な成果を出されており、デジタルトランスフォーメーションの事例としても素晴らしい。

今回の取り組みは「つまづき」を可視化して、改善につながっているが、心理ロイヤルティを高めて、ファンを作っていく取り組みに持っていくべきだと思う。このためには、お客様の事前期待を把握して、一人一人のお客様の思いに沿った対応ができるようにすべきである。また、これを効果的に行うためには、価値ある顧客セグメンテーションを実施してほしい。

コンタクトセンターの改善はボトムアップ型が多くて、改善スピードや劇的な効果を出せないことが多い。住信 SBI ネット銀行は、トップと現場が融合された理想的な体制であり、「お客様中心主義」を貫き、IT を駆使したスピーディな取り組みになっている。来年の本アワードへの参加と発表が楽しみである。

以上のことから、優秀賞に値する大変素晴らしい取り組みであると評価する。



Best Customer Support  
of The Year 2020

優秀賞

明治安田生命保険相互会社

「すべてのご契約者さまへの「均質なアフターフォロー」の実践」

明治安田生命保険相互会社は「確かな安心を、いつまでも」の経営理念のもと、ご契約をいただいてから保険金をお支払いするまでのアフターフォロー全般を担当する営業職員が一貫して実施する営業スタイルをとっている。

こうした中、ご契約の数が集中する都市部や離島等の地域のお客さま向けに、「非対面アフターフォロー」チームを構築、トライアルを経て2010年から本格的に活動している。この間に非対面ならではの難しさ克服に向け、「会話効率」よりも「お客さま志向」重視へ「トップダウン」から「メンバーによる自立運営」へと舵を切り、営業職員と遜色ないアフターフォロー活動を実施し、アフターフォローに関する苦情や、「お客さま満足度」の低下等の課題を解決。

具体的には、メンバーからの自発的アイデアによる「好事例のブレスト発表・共有」や、世間話やご家族の結婚やペット等の契約情報以外の情報を収録する「アフターフォロー台帳」の実現に見られるように「独立自尊の風土」が醸成されている。また、コミュニケーターのあるべき姿を明確化・指標化・体系化した評価制度を導入、半期毎の総合評価により「コンシェルジュ称号」や「月額報酬特別加算」など評価結果を処遇に反映している。さらに活動から得られた知見を「お客さま対応DVD」や「ノウハウ冊子」にして、社内の他部門へ展開するなど戦略的役割を果たしている。

結果、設定指標「担当者認知率」「苦情発生率」「お客さま満足度」「解約・失効発生率」「コミュニケーター平均在任年数」が継続して着実に改善しており、コスト効率化の面でも高いコストパフォーマンスが実現できている。

メンバーの自発的発案を取り入れ、会話効率よりもお客さまを重視する対応により非対面ならではの難しさを克服していること、評価制度を改革しコミュニケーターのレベルを上げながら評価指標を着実に改善したことは高い評価に値し優秀賞を授与する。

コロナ禍の影響やデジタル化の加速により非対面でありながらも人間味あるコンタクトが重要になる中、同社が今後に向け取り組んでいる「TV電話」を活用した「疑似対面手続き」等の研究も大いに期待される。





Best Customer Support  
of The Year 2020

## 特別賞 (ホスピタリティ賞)

### 東日本旅客鉄道株式会社

「タブレット端末アプリを活用した、列車乗降時に介助が必要なお客さまへの  
駅係員のご案内業務支援システムによるサービス品質の向上」

東日本旅客鉄道株式会社は、「高齢者や障害者など、あらゆる人々にとってやさしい社会の実現」のための取組みを積極的に推進している。この活動の一環として、鉄道利用に際し、介助が必要なお客さまに対しては、お客さまからの乗車駅へのご連絡をもとに、受付した駅係員が日時・乗車時刻・降車駅などの情報を記録し、乗車駅の関係者に連絡するとともに、降車駅にも連絡した上で、お客さま対応を行っていた。

しかし、この方法では、受付時の聞き間違い、連絡もれ、降車駅への電話がつかないことによりお客さまをお待たせしてしまうなどの問題が発生していた。また、乗車時にホーム係員が案内放送することについてもお客さまからご意見をもらうことがあった。

こうした課題の解決のために、同社ではタブレット端末を活用した駅係員のご案内を支援する仕組みを構築した。具体的には、乗車時刻・列車番号・乗車号車などのご案内情報を、乗車駅係員・車掌・降車駅係員で共有できるようにした。また、端末からアラームを鳴らすことで、注意喚起している。車掌については、乗降駅情報だけではなく、次の駅が降車駅の場合、音声で通知・アラームが鳴るようになっている。さらに、案内時のルート情報の提供や列車遅延状況のタイムリーな反映もできている。

この取組みによって、乗車駅での案内遅れ・誤案内・降車駅での対応遅れなどのミスを削減し、介助が必要なお客さまの快適な鉄道利用によるホスピタリティ向上に貢献できている点が評価できる。

現状の進捗状況は、モデル路線でのテストを終え、路線の拡大を検討中である。複数路線が乗り入れている大規模な駅への適用、他社との相互乗入れ路線での他社連携など、モデル路線と異なる条件下でも、同様の成果を上げるための課題解決が求められる。また、タブレット端末だけではなく、スマートウォッチとの連動など、ヒューマンエラーをさらに防止するシステム改善の検討も求められる。交通機関は、お客さまの目的達成のための移動手段であるので、移動の快適性ととも、目的達成への貢献という視点からの取組みも期待したい。

このように本取組みが、「あらゆる人々にとってやさしい社会の実現」の理念のもと、日々、課題解決に邁進されている点を評価し、特別賞 (ホスピタリティ賞) を授与する。



Best Customer Support  
of The Year 2020

## 特別賞 (人財育成賞)

### チューリッヒ保険会社

「カスタマーケアセンターから実現するCX実践プロジェクト

～CX 実践からサービスプロフィットチェーンの構築へ～」

チューリッヒ保険会社は、ダイレクト保険ビジネスを展開しており、電話はお客さまとの重要なタッチポイントである。同社のカスタマーケアセンター（CCC）は、第三者機関からの審査で高評価を得ているが、損害保険業界全体が提供するサービスレベルが高く、商品やサービスだけでは差別化は難しいと考えている。お客さまから選ばれる保険会社になるためには、よりお客さまを理解し、お客さまにあったサポートを行う必要があり、そのため、今回のテーマである CX の実践とサービスプロフィットチェーンの構築を目指し、取り組みを開始した。

同社は現在まで、お客さまにあったサポートを行うため、2015 年からはソーシャルスタイル理論の導入、2016 年からはシニア対応の強化を、研修などを通して取り組んできた。2019 年より新たに、さらに踏み込んで、お客さまの情緒的価値が重要であるとの考えから、「Emotional Chart」を導入し、お客さまの感情をケアスタッフが理解し対応する取り組みを開始した。

「Emotional Chart」の取り組みは、ケアスタッフとお客さまとの会話の録音データを利用し、お客さまの感情変化をチャート化し、ケアスタッフの対応と照らし合わせて検証するものである。これにより、ケアスタッフがお客さまの感情変化を理解し、お客さまに寄り添う姿勢や、お客さまに合わせた対応スキルを向上させ、素晴らしい感動体験を提供することを目指している。

お客さまからの評価は、ケアスタッフの対応が影響を与えるため、ケアスタッフのさらなるスキル向上のために「CCC Training Program」を構築し、同時に、「CCC ケアスタッフマイスター制度」を導入した。マイスター制度は、ケアスタッフがお客さま対応のスペシャリストとして、ソーシャルスタイルの活用やシニア対応、ホスピタリティマインドをもった対応などのスキルに沿って、ブロンズ、シルバー、ゴールド、プラチナの 4 段階で認定し、スキルとモチベーション向上の両立を目指した取り組みを行っている。

ケアスタッフへの一連の人財育成の取り組みは、他社にも参考となる好事例であり、特別賞（人財育成賞）に値する大変素晴らしい取り組みであると評価する。



Best Customer Support  
of The Year 2020

特別賞 (IT 活用賞)

NTT レゾナント株式会社

「最高の CX 実現に向けて ~多様化するお客さまに寄り添うコンタクトセンターの挑戦~」

NTT レゾナント株式会社、カスタマーズフロントは、法人/個人の顧客向けコンタクトセンターであり、センター人員数は 480 名、お問い合わせ件数は月約 170,000 件の大型センターである。

同センターにおいて、個人の顧客層からの入電呼は 2016 年から比べ 2018 年は約 40%まで急減している。50 種類以上のサービスに対応し、顧客のニーズの多様化に伴う生産性も悪化している。また、環境の変化・競争激化に伴う収益も大幅に減少していた。

この課題を解決するための施策として、入電呼の急減については、顧客接点の多様化に対応するための BOT/チャットの導入。サービス/ニーズの多様化に伴う生産性の悪化については、音声認識を導入して業務効率化・生産性向上への取り組み。そして環境の変化・競争激化に伴う収益減については、主力商品の販売ターゲットの転換、また音声認識で潜在ニーズをキャッチする取り組みがなされた。

この 3 つの大きな現状の課題を抽出し、分析、業務改善、そして定着化までの PDCA 化の運用を評価する。また、顧客に寄り添う CX の実現を目指した取り組みであることも大きな受賞理由である。

顧客接点の多様化に対応するために導入した BOT/チャットで生じた顧客の不安解消や、BOT システム側の対応ログを有人チャットシステムへ引き継ぎができるよう改修するなど、顧客に寄り添った取り組みは他社への参考になる施策である。

結果として、コンタクト手段の多様化で顧客接点が拡大し、受付数は開始当初から 4.5 倍と増加した。生産性においては、有人チャット受付は電話受付の 1.6 倍となり、新規顧客接点を年間で約 20,000 人作り出すことに成功した。

環境変化・競争変化に伴う収益減を克服するために、主力販売ターゲットを個人から法人へ転換するという大きな舵取りへの決意は、他社にとっても大いに参考になる事例である。法人に慣れていないオペレータに法人向けサービス勸奨をしてもらうために、音声認識によるキーワードの登録やアラート機能によるリアルタイムサポートなどの実践は、他センターでも展開でき評価に値することから、特別賞(IT 活用賞)を授与する。

この取り組みにより、2018 年度の実注額は、対前年度の 2.5 倍と素晴らしい結果を残している。今後はゴールである Smart Customer Experience の実現に、AI と人の役割分担の最適化を図ると共に、顧客の声を基盤とした改善活動の推進に向けて大いに期待する。





Best Customer Support  
of The Year 2020

## 特別賞 (IT 活用賞)

東日本電信電話株式会社  
キューアンドエー株式会社

「AIと人の融合によるハイブリッドコンタクトセンタへの変革と顧客体験の更なる向上」

東日本電信電話株式会社（以下、NTT 東日本）でリモートサポートサービス等の商品企画・運営主管を担うビジネス開発本部では、グループの中期経営計画の柱である「自らのデジタルトランスフォーメーション（以下、DX）を推進」することを目指して、「感動共有企業」を理念にコンタクトセンターの運営受託事業を展開するキューアンドエー株式会社とのパートナーシップにより、「AIと人の融合によるハイブリッドコンタクトセンタへの変革と顧客体験の更なる向上」に取り組んでいる。

具体的には、2020 年 1 月以降、AI 音声自動応答、AI チャットボットなどを順次導入すると共に、これらのチャネルだけでは顧客が抱える課題を解決できない場合には、電話・チャットそれぞれの有人対応に引き継ぐ形で、AIと人を融合した顧客動線の構築に着手した。

効果測定に当たっては、「各 AI/DX ツール利用のうち解決に至ったと思われる件数とコール対応件数の比率」を KGI に設定。①解決支援サイト、②AI 音声自動応答、③AI チャットボット、④有人チャット、および⑤全チャネル合計のそれぞれに目標値を設定。2020 年4~5月の導入初期においては、全体（⑤）では目標をクリアしたものの、AI チャットボット（③）、有人チャット（④）では目標を下振れする結果となった。

今後は 2020 年度中に、すでに導入済みの音声自動テキスト化ソリューションにより電話対応のテキストデータ化を図るとともに、テキストマイニング・VOC 分析に取り組んでいく計画。AIと人を融合することで、カスタマーサポートにおいて顕在化したニーズに対応するに止まらず、潜在化するニーズを発掘し、商品・サービスの拡充に繋げていこうという姿勢を評価して、特別賞 (IT 活用賞) を授与するものとする。

かつてテレマーケティングは、電気通信ユーザーのビジネスを活性化すると同時に、電気通信のトラフィックを増大し、電話会社のビジネスを活性化する施策としても知られていた。日本におけるテレマーケティングの起爆剤ともなった NTT のフリーダイヤルの開始から 30 年以上を経た今日、電話会社をめぐる競争環境が変われば、通信のデジタル化も進んできた。こうした中で NTT グループが、単なるツールの導入に止まらず、経営を革新するという観点から、DX のリーダーシップを発揮していくことに期待したい。



Best Customer Support  
of The Year 2020

## 特別賞 (IT 活用賞)

三井住友海上火災保険株式会社

「電話での保険手続きのオートコールスクリプトの開発、自動応対評価の開発による  
『わかりやすく働きやすい損害保険会社』の実現」

三井住友海上火災保険株式会社のコンタクトセンターは、BCP 対策にも備えて、東京、札幌、神戸の3拠点があり、750 名以上のスタッフがセンター運営に携わっている。これまで、オペレータの回答を支援する AI を活用した照会応答システムや、チャットボット等様々な IT を活用して、業務の効率化とオペレータの働き易さを実現して来た。しかし、まだ以下の2つの課題があった。

1つ目の課題は、自動車保険の手続きを行うデスクでは、オペレータは 100 ページにも及ぶ紙のコールスクリプトを見ながら対応。そのため教育期間に時間を要するほか、難易度も高く、離職率が高くなっていった。また紙のコールスクリプトでは探す時間を要し、応対時間が長くなり、誤りも多くなっていた。2つ目の課題は、応対品質管理（応対評価）はマンパワーで運用していたため、評価件数に限りがあるため、評価されるオペレータの納得感が得られないケースがあり、評価そのものの品質向上を図り、ES を向上させる必要があった。これらの課題を解決するために、以下の2つのシステムを導入した。

### ①AI を活用したオートスクリプトシステム

本システムは、オペレータが自動車保険の契約内容変更手続き、新規手続きのコールスクリプトを PC に表示、表示内容に従ってお客さまとやり取りを行うと、手続きが完了する。音声認識システムとも連動させ、発話内容をクリックすると、「免許証の色」「運転者年齢条件」「変更年月日」など間違いやすい項目を抽出、自動選択できる機能や、機械学習した FAQ から自動的に回答候補を抽出する機能も有している。4 つの技術（ルールエンジン、テキストマイニング、AI による類似文書検索、音声認識）を組み合わせ、オペレータの業務がより簡単に、効率的になるように工夫をしている。

### ②自動応対評価システム

音声認識システムを活用し、オペレータの発話されたテキストデータから自動でモニタリングポイントを算出、評価ポイントを集計するシステム。オペレータごとに集計されたレポートも作成できるようにし、評価結果のフィードバック、改善に向けての指導等の活動の変革も行った。

その結果、①では、苦情件数の減少や、発信電話件数の減少（通常は着信で業務を行うが、確認漏れなどがあった場合、再度かけ直し発信を行っている）、コールスクリプト配布枚数の削減、オペレータの ES 向上を実現した。また、②では、年間評価実施件数の大幅な増加やオペレータの ES 向上による離職の防止にもつながった。

今回の取り組みは、IT を活用したセンター運営業務の効率化と応対品質評価の自動化によるオペレータの離職防止などに貢献したことは評価できる。今後もセンター運営の多方面での IT 活用を期待して特別賞(IT 活用賞)を授与する。



Best Customer Support  
of The Year 2020

奨励賞

SCSK 株式会社

SCSK サービスウェア株式会社

「データと IT を活用した知識集約型の次世代コンタクトセンターへチャレンジ  
～IT サービスデスクのナレッジマネジメント～」

SCSK 株式会社と SCSK サービスウェア株式会社(以下同 2 社)が提供する IT サービスデスクでは、労働市場における IT 人材が不足している事業環境の下で、サービス品質とコスト削減について、顧客企業からの高い期待に応えることが求められている。従来のセンター運営においては、100 を超えるクライアントに IT サービスデスクを提供していることでナレッジが分散し、その結果、提供するサービスにムダ・ムラが発生。ベテラン社員の交代時に発生する新任社員への教育コストも課題となっていた。

こうした課題の解決のために、同 2 社では、一次対応についてはチャットボット/FAQ 等のセルフサービス化を推進し、IT サービスデスク全体の効率化を図ること、また QA (ナレッジ) については、個社別に構築するのではなく、クライアントに共通の QA を整備し、業務立上げの効率化とサービスの均質化を図ることの両面から取組みを行った。取組み内容は、汎用ナレッジの拡充、ナレッジ可視化・適用プロセスの整備、チャットボット/FAQ の運用標準化、ナレッジ管理システムの機能強化であり、この実現のために、同社グループのアプリを活用するとともに、ナレッジ管理システム、FAQ ツールは個別開発している。

一次対応のセルフサービス化の取組みは、比較的他社でも取り組まれているが、個社対応のナレッジ構築ではなく、クライアント共通のナレッジを構築するという発想の転換が評価に値する。

この取組みにより、内部的には QA 整備率の向上と整備業務の効率化を実現し、正答率を上げることでお客様満足度の向上を目指している。ただし、お客様満足度の向上については、把握方法や改善への活用など工夫の余地があると考ええる。

これまでの取組みは、比較的共通化しやすいナレッジが対象であったが、今後は、業種・業界固有のナレッジ構築を志向しているだけでなく、IT サービスデスク以外の領域における「暗黙知の見える化」の取組みも検討されている。IT サービスデスク領域だけではなく、顧客企業の事業課題解決への貢献度を高めることで、同 2 社の提供価値を向上させる取組みまで検討されている。この取組みは、同社グループが掲げるグループ間の共創、顧客との共創、社会との共創の実現につながる取組みであることから、今後への期待も込めて奨励賞を授与する。



Best Customer Support  
of The Year 2020

奨励賞

クラウドエース株式会社

「エンジニアの稼働工数有効活用と顧客満足度の向上」

クラウドエース株式会社は Google Cloud™ のマネージド サービス プロバイダーとして GCP™(Google Cloud Platform™)の導入及びシステム開発を中心に事業展開している、総合支援サービス「クラウドエースカスタマーサービス」による手厚いサポートを提供することで顧客の GCP 利用を促進している。

ただ事業規模拡大と共に下記課題の発生が見られた。

①サポートチケット対応のリソース不足

技術的なアップデートやノウハウをサポートに還元するために、開発部のエンジニアがサポート業務を兼任してきたが、案件の偏りや繁忙期等の要因により想定した稼働工数を確保できず、特定のエンジニアに対応が集中する事態となることがあった。

②顧客満足度の低下

エンジニアのリソースに起因する対応品質や対応時間のバラツキにより、顧客満足度アンケートの結果が悪化した。

これらの課題解決のため、以下の二つの改善施策を実施することにより技術サポートを強化して GCP 利用を促進し、サービス利用率アップと売上総利益増大に繋げることを目指した。

①エンジニアリソースの有効活用

Web アプリ利用によって全エンジニアの工数を可視化し、予め翌月以降のエンジニア工数を予約することで、部署のチーム横断でサポート対応メンバーを確保する体制を整えた。

②想定工数と実稼働工数の乖離の分析

BI ツールを使用して毎月の対応実績と想定工数との乖離を確認する仕組みにより、それを翌月以降のアサインに反映出来るようにした。

これらの取り組みの成果を見るために、エンジニアリソースだけではなく契約数や業績、顧客満足度に至る 5 つの指標を設定した。その改善前後 7 ヶ月間の結果はすべて上昇し、特にサポート対応の想定工数と実稼働工数が 2 倍以上開きのあるエンジニア数がゼロになったことと、それに伴い顧客満足度アップに繋がったことは評価できる。

IT 技術の利用拡大と IT 人材不足の中で、高度な IT サービス提供者にとって必要なサポート工数の確保は重要課題の一つである。その中で専任・兼任混在型サポートセンターでサポート工数の確保と特定者への集中を回避するための仕組みとして、柔軟な仕組みを整えたことを評価し、奨励賞を授与する。

この取り組みによってまずはサービス提供の土台固めが実現できたが、今後は顧客満足度向上を目指すだけでなく、顧客が感じる不満原因や期待要素の追及等さらに詳細まで踏み込んだ改善活動を期待する。



Best Customer Support  
of The Year 2020

奨励賞

JR 東日本メカトロニクス株式会社  
「乗務員向け睡眠改善システムの開発・導入」

JR 東日本メカトロニクス株式会社は、その顧客である東日本旅客鉄道株式会社(以下、JR 東日本)の社員向けに、『乗務員向けの睡眠改善システム』を開発した。このシステムは、輸送業務における眠気まつわるエラーや輸送障害に対応すべく、乗務員の指導の一助として「日々の睡眠改善」を目指したものである。またこのシステムの開発には、同社のこれまでの長年にわたる車内補充券発行機などの乗務員向け端末等の開発経験で培われたノウハウを活かしたものである。

『乗務員向けの睡眠改善システム』は 2016 年に企画検討開始、2017 年からシステム開発、2018 年に実証実験、2019 年 1 月より JR 東日本の現業部門で先行導入を開始した。社員は睡眠に関する知識をスマートフォンでも閲覧可能な e ラーニングを用いて習得できるようになっている。また、ウェアラブルデバイスを利用し、睡眠状況の自動記録・可視化を行い、睡眠改善のアドバイスを実施できるようにした。なお、上記の取り組みに加え、乗務中の眠気の検知・通知などについても別途研究開発中であることを付記しておく。

実証実験の効果については、サンプル数が少なかったものの、①日常生活における眠気を測定する 8 項目で構成される尺度である JESS 尺度を用いた測定、ならびに②システム受講者への眠気度合い改善有無に関するアンケートの結果から、プログラム実施前後で効果が確認された。また、ウェアラブルデバイスで計測した。平均睡眠時間については、実施前の 6 時間 26 分から実施後の 6 時間 40 分と 14 分の増加、毎日必ず寝ている時間帯を指すコアタイムについては、実施前の 1 時間 50 分から実施後の 1 時間 58 分と 8 分の延長が確認された。

今後の課題としては、①利用者の増加とシステム導入効果の分析(サンプル数の増加)、②分析結果に基づくシステムの改善対応、③管理者用の集計機能の新設を挙げており、今後さらなる期待をしたい。

以上、睡眠不足に起因する事故の防止対策の強化、ならびに乗務員の睡眠に対する指導が交通事業者の共通課題となっている近年において、その課題への着目と対応を行ったという観点で評価し、同社の取り組みは奨励賞を授与する。





Best Customer Support  
of The Year 2020

奨励賞

株式会社セゾン情報システムズ

「お客様から選ばれ続ける最高のサービスを提供するために!

～企業の社会活動を支える IT 運用サービスのご提供～

生きた情報が主体の IT 業界は常に革新的な進化が求められる。株式会社セゾン情報システムズは管理システム運用を「お客様の視点に立ち、安全、安心、適正価格で迅速に、安定的に届けられる」ことがお客様から求められ、お客様から選ばれる要素であると考え企業活動をしている。

そのために「カテゴリートップの具現!特定分野においてダントツの存在感を発揮する」を経営ビジョンの中心に位置づけ、カスタマーサービスセンターに機能を集約化した組織作りや、価値提供ツールとしてお客様の利便性を考えクラウド化の提案、管理アラートのオートコール化への切り替えなどにより、お客様に安心したサービスを受けられる環境を整備していることが特筆される。

お客様対応部門と IT サポート部門が統合されカスタマーサービスセンターになったことで、お客様サービスがより正確でスピーディに対応出来るようになったのは良い組織作りの手本となり素晴らしい取り組みである。

同社の監視ツールで検出したアラートを今までは人を介して通知していたのに対し、オートコールシステムとの連携によりお客様の指定タイミングで担当者にオートコールを行い、お客様の不安の払しょくが出来たことや手動オペレーション作業の削減、お客様への通知時間の短縮など、社内コスト改善への貢献は大きいと評価できる。加えて、このシステムへの導入切り替えではお客様の離脱はゼロであり、そのことからお客様から同社への信頼の高さが伺える。

また、情報の一元化のため総合監視サービス「SAIMON」(クラウド統合監視サービス)を構築し何時でもどこでも障害の一次切り分けが確認でき、リカバリーがお客様自身できるようにしたことも素晴らしい取り組みである。

しかしながら今回の発表ではお客様の利用状況や満足度などに関する測定値が無く、今後の課題となったのは残念である。

今般の活動で作業時間の短縮や運営人員の削減などコストダウンが実現され「この先もずっと使い続けたい」と思っていただけのサービス強化を図ることが、同社が掲げているビジョンの実現に欠かせない要素であり、このことがお客様の共感を得られ今後も選ばれる企業になるのは間違いないと確信している。

今後も技術革新や新しいサービス価値創造が可能な企業との思いで奨励賞を授与する。



Best Customer Support  
of The Year 2020

奨励賞

株式会社ファンケル

「通信販売の『注文・お届け・支払い・返品』に関するバックオフィス業務 50%削減による、  
顧客対応品質の向上 ～フルフィルメント改革～」

株式会社ファンケルのカスタマーサービス本部業務部では、通信販売の注文受付や支払い、返品のアフターフォローなど電話対応以外のバックオフィス業務を行なっている。コロナ禍で多くの人が STAY HOME となったことが影響し、通信販売事業は非常に伸びており、それに比例して、バックオフィス業務も増えている。バックオフィス業務は、63 名のスタッフが従事しており、IT 技術が進歩している中、これまで手作業によるものも多く、また事務スタッフの高齢化もあり、業務改革が必須な状況であったと言える。

同社ではこのような環境下で働くオペレータの業務負担を軽減するため、かつ、スマートフォン普及による通販の拡大やスタッフの高齢化により、フルフィルメント改革を実施した。全 312 オペレーションのうち、162 のオペレーションについて、業務改善を実施している。

改善のアプローチは 4 つあり、「やめてしまえ（影響が軽微なものをやめる）」「やり方見直し（オペレーションを簡素化）」「システム化（自動化）」「RPA（ロボット化）」である。RPA については、取り組んで間もないため、改善の比率は他と比べて低いが、その他のアプローチは、大幅な改善が数値でも現れている。

具体的には、AI-OCR による葉書、FAX 注文の自動取り込みや紙伝票の電子化、注文確認（お客様のご要望や、不備、欠品などのトラブルが生じた場合に、業務部で注文を止め、人の手で確認して出荷手続きを行うもの）処理の自動化、返品受付処理のバーコード化、RPA による自動化などで成果を挙げることができており、評価に値する。

改善の結果、これまで、月間 8693 時間かかっていた作業時間を 29%まで削減することができているなど、コスト面でも大きな成果をあげることができており、地道に改善を継続してきた結果と言える。

今回、バックオフィス業務の改革により、かなり大きな成果を出しているが、これは社内業務の効率化がメインになっている。削減できた時間で、新たな販売チャネルの受注対応を受託したり、コロナ禍における緊急事態宣言下の通販受注の増大にも遅滞なく商品を出荷できたが、今後、効率化により浮いた時間や工数を更に顧客満足の上昇のための取り組みに活用することを期待して、奨励賞を授与する。