

## - NEWS RELEASE -

## 2023年度(第24期)カスタマーサポート表彰制度 受賞企業決定



Best Customer Support  
of The Year 2023

公益社団法人企業情報化協会は2023年度カスタマーサポート表彰制度 受賞企業を発表  
2023年9月14日(木)カスタマーサポートシンポジウム内にて表彰式典・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、2023年度カスタマーサポート表彰制度(Best Customer Support of the Year2023)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2023年9月14日(木)・15日(金)に開催される当協会主催「2023年度 第26回 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)

優秀賞	明治安田生命保険相互会社
優秀賞	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(リスクリング)	DHL ジャパン株式会社
特別賞(価値創造)	富士通コミュニケーションサービス株式会社
特別賞(DX・業務改革)	株式会社 NTT 東日本サービス
特別賞(カスタマーサクセス推進)	サイボウズ株式会社
特別賞(リテンション推進)	株式会社 WOWOW コミュニケーションズ
特別賞(応対支援向上)	株式会社スカパー・カスタマーリレーションズ
特別賞(公教育支援推進)	株式会社ベネッセコーポレーション
奨励賞	エヌ・ティ・ティレゾナント株式会社(現:株式会社 NTT ドコモ)
奨励賞	株式会社 biima
奨励賞	エムオーテックス株式会社

※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。

## カスタマーサポート表彰制度とは



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。

## 2023 年度カスタマーサポート表彰制度審査委員会

### ◆審査委員長

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

### ◆審査副委員長

田口 浩 グッドエンゲージメント 代表

### ◆審査委員

中森 基雄 株式会社WCAT 代表取締役

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

諏訪 良武 ワクコンサルティング株式会社 常務執行役員 エグゼクティブコンサルタント

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

中尾 知子 株式会社 JBM コンサルタント 執行役員 主任講師

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事業推進部

デジタルイノベーション推進グループ ビジネスアナリスト 上級研究員 博士(経営学)

宮崎 義文 イー・パフォーマンス・ネクスト 代表

河合 洋 株式会社つなぐ研究所 代表取締役

## 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 : 山内 雅喜(ヤマトホールディングス株式会社 特別顧問)

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

## 2023 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)

優秀賞	<b>明治安田生命保険相互会社</b> 「みんなにやさしい保険アクセス」で高齢のお客さま等誰ひとり取り残さない対応を推進
優秀賞	<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> 「高齢化社会のデジタルディバイド解消への挑戦」～シニアマイスターによる CX 提供
特別賞 (リスクリング)	<b>DHL ジャパン株式会社</b> デジタル時代だからこそ「人」で違いを生み出すカスタマーサービス
特別賞 (価値創造)	<b>富士通コミュニケーションサービス株式会社</b> フルクラウド化による改革で従業員幸福度の高い価値創造型センターへ
特別賞 (DX・業務改革)	<b>株式会社 NTT 東日本サービス</b> バックオフィス業務におけるエリアフリー・DX 化による生産性最大化の実現
特別賞 (カスタマーサクセス推進)	<b>サイボウズ株式会社</b> ビジネスモデルの変化に合わせた CX 設計とプロフィットセンター化
特別賞 (リテンション推進)	<b>株式会社 WOWOW コミュニケーションズ</b> マーケティング思考を活かした離職抑止 ～採用前から始める定着率向上への取り組み～
特別賞 (応対支援向上)	<b>株式会社スカパー・カスタマーリレーションズ</b> トークスクリプトの視認性と感情解析によるフレーズで、効率と品質を同時に実現する
特別賞 (公教育支援推進)	<b>株式会社ベネッセコーポレーション</b> ～劇的に変化する公教育を支援～ 組織全体で目指す「ミライシード」の顧客対応力強化
奨励賞	<b>エヌ・ティ・ティレゾナント株式会社(現:株式会社 NTT ドコモ)</b> 体制改革で再架電率激減! ～BI ツールを活用した見える化への挑戦～
奨励賞	<b>株式会社 biima</b> 教育プラットフォームを構築し 21 世紀型教育を日本の 800 万人の子どもたちに届ける
奨励賞	<b>エムオーテックス株式会社</b> サポートとサクセスの連携でプロアクティブ且つ戦略的サポートを実現

本件に関する問い合わせ先

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 3F

メール:[info@jiit.or.jp](mailto:info@jiit.or.jp)

TEL:03-3434-6677



Best Customer Support  
of The Year 2023

## 優秀賞

### 明治安田生命保険相互会社

「みんなにやさしい保険アクセス」で高齢のお客さま等誰ひとり取り残さない対応を推進

明治安田生命保険相互会社のコミュニケーションセンターでは、「確かな安心を、いつまでも」という経営理念のもと、お客さまへ「安心感」を継続してお届けすることを前提に、「満足・特別感」「簡単・利便性」を追求し、期待を超える「感動」の提供をめざして運営している。

日本社会全体が高齢化するなか、同社の契約者における 60 歳以上の割合は 44%以上であり、高齢者専用フリーダイヤルへの入電数も増加の一途である状況。ご高齢に伴う特性のひとつである「聴こえ」に悩みを抱えるお客さまからは「大きな声を出して話をされると怒られているように聞こえる」「会話がうまく聞き取れずストレスを感じる」などの声が寄せられ、また一人暮らしで「聴こえ」に悩みを抱えるお客さまが「電話に出たくない」などの理由で社会的に孤立するケースも確認されている。手続きの不便を解消し誰ひとり取り残されることのないためのさまざまな取組みを「みんなにやさしい保険アクセス」として推進した。

長寿のお祝いの節目を迎えるお客さまに、往復はがきや電話で能動的に連絡をとり、現況を確認する「MY長寿ご契約点検制度」でアフターフォローを強化。専門スキルを有したコミュニケーターが対応する「高齢者専用フリーダイヤル」を設置し、独自で電話音声明瞭器「サウンドアーチ」（声の架け橋）を開発し活用。電話を好む高齢のお客さまの特性をふまえて「AI による自動音声応答サービス」により 24 時間電話受け付けし、MYページへのログインにお困りの方には有人チャットで対応するなど、デジタルをフル活用。また、ご自身でのお手続きが難しいお客さま向けに電話・メールでのご相談窓口「アシスト・デスク」を設置するとともに、「手話リレーサービス」を展開するなどの取組みを実施した。

お客さま対応に「サウンドアーチ」を使用したところ、約 8 割のお客さまが「聴こえやすくなった」と回答があり、約 9 割のコミュニケーターが「会話が通じやすくなった」と回答するなど有用性を確認。監修者からは、「サウンドアーチ」が社会の架け橋となり孤独や孤立の防止に資することへの期待、ご高齢の方の生活の質の向上を期待する評価を得た。

「サウンドアーチ」導入に加え、ご高齢のお客さまの会話の特長や苦情に向き合い、話し方や対応マニュアル等を見直し、ご高齢のお客さまとの通話時間を平均 17 秒縮減、苦情を 295 件縮減。対応負荷が軽減したことに加え、お客さまから「感謝の声」をいただいたことで「ストレスが減った」「やりがいを感じる」など前向きな意見が増加しコミュニケーターの EX が向上。ボイスポット利用者の約 4 割はご高齢のお客さまであるなど、デジタル利用数も大幅に増加した。同社のこれらの取組みは、高齢者対応が求められる他社のコンタクトセンターでも非常に参考になる取組みと評価できるため、優秀賞に値すると考える。



Best Customer Support  
of The Year 2023

## 優秀賞

東日本電信電話株式会社／キューアンドエー株式会社

「高齢化社会のデジタルディバイド解消への挑戦」～シニアマイスターによる CX 提供

コンタクトセンターでは急激なデジタルチャネルの進展が加速しているなかで、現状は、シニア層のデジタルリテラシーはデジタルチャネルの進展に追いついていないため、デジタルディバイドが発生してしまっている。

高齢化社会に構造変化が起こるなかでは、シニア層へのサポートの重要性は今後ますます高まり、社会課題ともなるため、同社では、デジタルチャネルの恩恵を受けていないシニア層のデジタルディバイド解消の取り組みと、現状ではまだシニア層の利用が多い、電話サポートの対応強化の取り組みを行った。

デジタルチャネルにおいては、シニア層が利用する独特な言い回しや、使用する用語などについて分析を行い、チャットボットや FAQ がシニア層でも利用しやすいように工夫を行い、更に FAQ には回答に文字だけでなく、画像・動画なども利活用しシニア層でも直感的に理解しやすくなる取り組みなども行っている。

また、電話対応においては、高齢者の対応パターンについて分析を行い、高齢者に対して高品質な対応を行うためのノウハウの蓄積を行った。蓄積されたノウハウを基にして、シニアサポートのスペシャリストを育成するために、「シニアマイスター制度」を構築し、シニアサポートのスペシャリスト＝シニアマイスターの育成の推進を行った。シニアマイスター制度の取り組みにより、難しい高齢者対応にオペレーターが積極的に取り組み、結果として、対応品質の向上だけでなく、業務の効率化や問題解決率も向上し、解約の抑止率も大幅に向上することとなった。

同社の取り組みは、これからのコンタクトセンターで起こり得る、高齢者のデジタルディバイド解消の事例と、高齢者に対するオペレーターの対応姿勢は、他のセンターの参考となる事例である。

今回の同社の取り組みは、シニアマイスター制度を利用することで、従業員のモチベーションを向上させ、モチベーションの高い従業員がシニア層の対応を行うことで、顧客の満足度の向上を実現させているという点では、「EX=CX」を実現している取り組みでもあり、優秀賞にふさわしい取り組みであると評価した。



Best Customer Support  
of The Year 2023

## 特別賞(リスキリング)

DHL ジャパン株式会社

デジタル時代だからこそ「人」で違いを生み出すカスタマーサービス

同社では、オンラインツール、チャットボット、オムニチャネル化の推進により、集荷依頼・見積もり・荷物の状況確認などの簡単なご依頼の電話は減少し、改善が進んでいた。一方で、越境 EC の普及により貨物量が増大し、しかも個人のお客様からの問合せが増加した。従来の BtoB のお客様であれば、業務として行っており、そのための知識もお持ちであったが、個人のお客様の場合、輸出入全般に関する知識、例えば輸入関税の知識がない、そしてそもそも DX ツールの取り扱いに不慣れということもあり、従来の BtoB のお客様とは違った必要なことをすべてから案内するような対応が求められるようになった。そのため、アドバイザーは多様で複雑になった問合せへの対応に苦慮し、仕事満足や顧客満足に関する従業員満足度スコアの低下が課題となった。

そこで、同社では、対応品質向上への新たな取り組みとして、「お客様に寄り添い、お客様の心に残る対応品質で、お客様に安心していただけるサービスを提供する」という方針をかかげ、(1)目指す対応の見える化①寄り添う対応のための KPH (Knowledgeable 業務知識が充分と感じる対応、Polite 丁寧な対応、Helpful 親切な対応) ガイドライン策定、②サービス感度を磨く取り組み、③KPH コンペティション、(2)シニアインターンシップ活用、(3)アドバイザー主導の対応品質向上活動に取り組んだ。

(1)目指す対応の見える化では、個人のお客様期待を踏まえ、あえて KPH への重点化をした上で、正解志向ではなく、お客様一人ひとりの期待を察知し、最適な対応が実現できるように、KPH の視点から対応品質を評価し、相互アドバイスをを行っている点が評価できる。

(2)シニアインターンシップ活用では、カスタマーサービスの経験豊富な外部の視点を取り入れることで、気づきを増やす取り組みがユニークである。

(3)アドバイザー主導の対応品質向上活動では、各チームからファシリテーター(経験の浅いメンバーの登用含む)を任命し、相互研鑽の体制をつくった。

このような取り組みによって、仕事満足・顧客満足に対する従業員満足度のスコアが大幅に向上した。

本取り組みは、お客様構成の変化によって、従来は通用していたスキルで対応出来ないことによる従業員満足度の低下という課題に対して、不足しているスキルを素早く把握し、個人のお客様に合わせた対応重点を決め、その向上に取り組み大きな成果を上げていることから、特別賞(リスキリング)に値すると考える。

今後は、顧客満足向上への貢献実感が従業員満足向上につながったということではあるが、組織運営等その他の要因を把握するとともに、「サービス感度向上」をキーワードに、正解志向ではなく、一人ひとりの気づきの視点に焦点を当てた取り組みによってさらにレベルアップすることを期待する。



Best Customer Support  
of The Year 2023

## 特別賞(価値創造)

富士通コミュニケーションサービス株式会社

フルクラウド化による改革で従業員幸福度の高い価値創造型センターへ

同社の「富士通お客様総合センター」では法人・個人向け窓口として製品やサービスに関する全ての問い合わせを受けている。窓口の集約などにより年々問い合わせ件数が増加する中で、お客様の声をビジネス拡大につなげられていない課題を抱えていたが、今回、高付加価値サービスを提供する新しいセンターの改革に向けた三つのテーマに対する取組みを行った。

### ① 富士通の OneCRM データドリブン

全社で横断的に利用している CRM を改修してセンター主導で新規商談化の仕組みを構築。問い合わせ 情報を活用し、センター主導の商談推進・獲得によってビジネス拡大に貢献し、コストセンターからプロフィットセンターへの転換に成功させている。

### ② コールセンター基盤のフルクラウド化

オンプレミスで運用していたコールセンター基盤をクラウドへ移行。基盤の老朽化対応だけでなく、大規模センターながら 5 割のテレワークを実現すると共に、BCP 対策の基盤となっている。またこの移行中と移行後の期間、KPI の遵守を続けられたのは大きな成果である。

### ③ 富士通グループ代表電話の集約

富士通グループの働き方改革が継続できるよう、「富士通お客様総合センター」にて全国の営業支社・支店 90 拠点の代表窓口を集約。これによってセンターがお客様とのビジネスを繋ぐ役割を担うことになり、従業員のウェルビーイング実現へ大きく貢献している。

価値創造型への転換によるこれらの取組みによって、富士通グループ従業員の多様な働き方が可能となり、従業員満足度向上が実現した。一方センターにおいても、自宅でもセンターと同じコミュニケーションが取れるようになってテレワークの不安が解消され、エンゲージメントの向上につながっている。これらの取組みと成果を評価して、特別賞(価値創造)を授与するものとする。

今後はこれらの取組みをグループ全社へ浸透させるのと、新テクノロジーの利用や連携とそれらを絡めた新しい取組みによって高付加価値サポートを提供し、業務高度化と業務の幅を広げてさらなるビジネス貢献につながることを期待する。



Best Customer Support  
of The Year 2023

## 特別賞(DX・業務改革)

株式会社 NTT 東日本サービス

バックオフィス業務におけるエリアフリー・DX化による生産性最大化の実現

同社の営業推進部サービス支援部門ではバックオフィス業務のDX化に取り組み、バックオフィス業務の効率化、稼働拠点のエリアフリー化、生産性向上、及び従業員のスキル向上に大きな成果を挙げた。

同社では、お客様からの各種注文等の処理依頼方法が業務別に複数存在し、フロント(営業)従事者からバックオフィスへの処理依頼後の「前捌き作業」に人手を介する非効率な運営になっていた。また、フロントの活動量に合わせたバックオフィスの人員配置が難しい、マルチスキル化・稼働平準化が図れていないという人材面での課題も抱えていた。

業務のDX化として、kintoneを活用した「処理依頼を行うツール」を内製で構築し、またエリアごとのバックオフィス業務を標準化することで「処理依頼」の案件をエリアフリーで対応することを実現した。またこれに合わせて、バックオフィスの従業員がマルチスキル化を進めることで人材リソース(活動量)の最適化、稼働の平準化を実現した。

東日本29拠点、37センターを対象にしたDX化により、バックオフィス業務は2年間で約20%の生産性を向上し、人員・稼働リソースの最適化を実現するとともに100名強の稼働を削減。ここで創出できたバックオフィス人員のリスキリングを図り、新たな領域へリソースシフトをすることで収益拡大に繋げることができた。また、ガチャポン®方式の導入により、従業員は仕事を“渡す”から“とる”へ意識改革ができ、マルチスキル化やモチベーション向上に繋がった。

今後は、仮想空間(メタバース)によるバックオフィス業務のセンター間連携や出勤者・在宅勤務者など「働く場所を問わないシームレスな働き方」を目指していくとともに、同社グループ会社全体への事例展開も期待できる。バックヤード業務従事者のDX化による効率化、従業員のスキル向上、エンドユーザー満足度向上につながる取り組みを高く評価し、特別賞(DX・業務改革)を授与する。





Best Customer Support  
of The Year 2023

## 特別賞(カスタマーサクセス推進)

サイボウズ株式会社

ビジネスモデルの変化に合わせた CX 設計とプロフィットセンター化

「kintone」や「サイボウズ Office」などグループウェアサービスを手掛けるサイボウズ株式会社は、2011 年からクラウド&サブスクリプション型へビジネスモデルの転換を図っている。クラウド&サブスクリプション型サービスは従来のパッケージソフトウェア型と比べると、顧客にとって比較的容易にスタートしやすくなった。その反面、顧客の業務に定着しなかった場合、手軽に辞めることもできるという側面もある。そのため、同社では、解約防止を重要なテーマとして掲げていた。

しかしながら、顧客の業務に定着しない理由や要因は多様であり、コンタクトセンターだけで解約防止に取り組むことは、非常に難しくなっている。そこで、同社ではカスタマーサクセス部門を立ち上げ、解約防止と顧客企業内のグループウェア活用の定着・浸透に取り組んだ。それが今回の「CX 設計とプロフィットセンター化」という取り組みである。

具体的な取り組みとして報告された一例が、「ヘルススコア」の開発である。この「ヘルススコア」は、グループウェアのアクセスログから①顧客の行動力、②社内における活用度、③社内への浸透度合いを推し測るものとなっている。実際に 2021 年度に契約した顧客データを分析したところ、「ヘルススコア」の低さと、解約率の高さの間に負の相関があることを確認した。以上の試みから「ヘルススコア」の低い顧客は、解約する可能性が高いことが示された。

次に、「ヘルススコア」が低い顧客、つまり解約する可能性が高い顧客に対して、優先的に支援を行うことにした。2022 年以降にカスタマーサクセス活動対象としてリストアップした約 3,000 顧客のうち約 3 割に支援を実施した。支援実施しなかった顧客群の解約率が 21.6%であったのに対し、支援実施した顧客群の解約率は 10.3%であったことから、カスタマーサクセス活動が解約防止に寄与したことが示された。

今後の課題としては、CX 設計に沿った顧客体験を提供できる人材の採用と育成やナレッジシステムやチャットボットなど AI の活用などが挙げられた。また、「ヘルススコア」の更なる改良など、課題も残されているとの報告があった。

しかしながら、カスタマーサクセスの重要性を問い、カスタマー部門のプロフィット化を目指した取り組みは評価でき、一定の効果が見られたことを評価し、特別賞(カスタマーサクセス推進)を授与する。



Best Customer Support  
of The Year 2023

## 特別賞(リテンション推進)

株式会社 WOWOW コミュニケーションズ

マーケティング思考を活かした離職抑止 ～採用前から始める定着率向上への取り組み～

対象センターは業務の難易度が高く、高齢者からのクレームも多く、オペレーターにストレスな負荷がかかる窓口となっており、オペレーターの離職率が高くなっていた。コールセンタ業界の多くの企業が悩んでいる離職防止のテーマが審査対象である。既存離職率が40%、新人離職率が55%という驚きの実態であり、これを改善していく取り組みである。離職率低減を図る取り組みのテーマはセンター運営の共通的で大きな課題の1つなので興味深い。

どんな企業でも離職の最大要因は、人間関係である。WOWCOMでは、採用ミスマッチを防止するために、個人サーベイ「ミツカリ」を導入しミスマッチの解消を目指し、ソーシャルスタイル研修による社内コミュニケーションの改善を図り、離職率を下げようとしている。取り組みの効果を測定するために、2023年1月から2月にかけて、「ハタラクカルテ」というツールを用いて従業員718名へのアンケート調査を行った。これにより、人間関係への不満が低減し、離職率の改善につなげることができた。具体的には、「良好な人間関係」という項目の数値が、2022年7月比で3.1P増加している。また、離職率は、2021年度比で6.3%改善した。ただ、この改善数値は満足できるものではないので、今後とも努力が必要である。

大変難しいテーマに取り組んでおられ、価値が高い取り組みである。ただし、まだまだ高い離職率になっており、問題の全体像を明確化して、総合的な対策を実践すべきである。業界全体にとっても大切なテーマなので、取り組みを継続され、次回のアワードに価値ある成果を報告していただきたい。今回の取り組みの継続も大切だが、新人の面倒を見る先輩や上司のコーチング教育やマネジメントトレーニングにも力を入れるべきだと感じた。これからいろいろトライして、成果を業界に公開していただきたい。来年を期待している。



Best Customer Support  
of The Year 2023

## 特別賞(応対支援向上)

株式会社スカパー・カスタマーリレーションズ

トークスクリプトの視認性と感情解析によるフレーズで、効率と品質を同時に実現する

同社では、コロナ禍にデジタルチャネルの導入が加速、アフターコロナとなった現在では、簡単な手続きや問い合わせについては、お客さまがデジタルチャネルを利用し自己解決する割合が増えたため、コンタクトセンターの有人対応では、難度が高い問い合わせの割合が増加してしまっていた。

難度が高い問い合わせに対し、高品質で効率よく対応するためには、オペレーターが高難度の問い合わせに対応できるスキルを保有するための育成と、オペレーターのスキルレベルの平準化による高品質での対応が必要となるが、人材育成は短期間で育成することは難しく、また同様にオペレーターのスキルレベルの平準化にも時間が要するため、これらの課題を解決するための取り組みを行った。

短期間で、高いスキルを習得し、高い品質を維持し、すべてのオペレーターの対応水準が平準化できるための方法として、トークスクリプトを活用することで、課題を解決することができると考え、トークスクリプトの在り方を再考し、トークスクリプトの構成や運用を見直し、トークスクリプトを更に進化させるチャレンジを実施した。取り組みとしては、最初にトークスクリプトを利用する場合の課題を洗い出し、改善を実施。特にオペレーターが使いやすいスクリプトにするために、視認性を重視し、スクリプトの構造に工夫をするなどの取り組みを行った。

また、トークスクリプトの利用状況を管理するために、オペレーター毎のスクリプトの利用状況等を取得する必要があると考え、社内システムより運用を構築した。そして、トークスクリプト作成/更新の属人化を防ぐ必要もあると考え、スクリプトのシステムを自社で開発し、管理を行う取り組みを行った。

トークスクリプトの在り方を再考する以前は、高難度の問い合わせの割合が増加したため、AHTは増加する傾向であったが、トークスクリプトの活用方法を徹底的にこだわったことにより、AHTは削減され、また、NPSの評価も向上傾向となった。

また、高難度の対応割合が増加したことで、従業員の退職が増加傾向であったが、離職率も減少する結果となっている。

更に同社の取り組みでは、お客さまとの会話について感情分析を使用しており、どのような会話をすればお客さまの感情に影響があるかを分析し、解約防止に活用している。

以上の取り組みは、他のセンターの模範となる取り組みでもあり、特別賞(応対支援向上)にふさわしい取り組みであると評価した。



Best Customer Support  
of The Year 2023

## 特別賞(公教育支援推進)

株式会社ベネッセコーポレーション

～劇的に変化する公教育を支援～ 組織全体で目指す「ミライシード」の顧客対応力強化

コロナ禍により、GIGA スクール構想の整備計画が大幅に前倒しとなり(当初 23 年度予定の児童生徒1人1台の端末整備は、21年度中にほぼすべての学校で完了)、これに伴い混乱する学校現場のICT活用支援が急務となった。同社では採用学校数が急増している同社の学習ソフト「ミライシード」の顧客サポート「テクニカルサポートグループ」を立ち上げた。

同グループは、全国の小中学校約 9000 校 300 万人にスピード感のある顧客サポートサービスを提供するために多くの壁に直面しながらも解決に向けて実行を進めていった。直面した壁は、顧客の複雑さ(「先生」以外の複数アクターの存在)、顧客環境の複雑さ(異なる端末、OS、ネットワーク環境)、自治体毎に異なる状況、さらには、社内外の組織間における連携課題などがあった。これらの壁を打ち破るべく、次の課題に取り組み、成果を得ることができた。

### ① 調査対応案件の長期化への対応

社内外を横断した関係者を巻き込んだ毎朝ミーティングの実施、また調査対応結果からテクニカルなナレッジの蓄積を実行。2次対応で蓄積したナレッジ 329 件のうち、275 件(84%)を1次窓口に移管。2次対応窓口での平均顧客対応日数の大幅削減(FY21 平均 10.7 日から FY22 平均 4.8 日)を実現した。

### ② 組織全体での対応力強化

現場の対応組織である営業担当者、ICTサポートを巻き込み、蓄積したナレッジを活かし、ツールやトレーニングを通じて、組織全体としての顧客対応のレベルUPを実現した。

### ③ アプリ改訂へ顧客のリアルを還元

問合せの多い工程を分析、ユーザー行動と照らし合わせてアプリ課題を抽出、その改善方法をアプリ開発チームと共に検討。顧客視点での開発優先度を決定し、機能改訂を実現させた。その結果、年度更新に関する問合せ数を、対昨年比で 33%削減することができた。

今回、テクニカルサポートにおける顧客満足度向上の数値結果までは成果として出せなかったが、今後はより具体的な目標値を改めて設定し、顧客満足と活用度合を見える化し、活用度向上と同時に利用者の利便性・生産性向上を目指し、公教育の一層のDX化に向けて貢献されることを期待する。

サービスを立ち上げて、1年という短い期間で壁にぶつかりながら、混沌と困難を越えて、公教育の分野で成果を上げたことは評価に値するため特別賞(公教育支援推進)を授与する。



Best Customer Support  
of The Year 2023

## 奨励賞

エヌ・ティ・ティレゾナント株式会社(現:株式会社 NTT ドコモ)  
体制改革で再架電率激減! ~BI ツールを活用した見える化への挑戦~

同社 顧客フロントチームは、個人向けのインターネット接続サービスの総合受付センター(3 拠点)、テクニカルサポート(3 拠点)、総勢 1050 名のコンタクトセンターをマネジメントしている。電話以外に DX チャンネルとして、ウェブサイト、チャットボット、有人チャット、AI 自動応答等を活用して、「24 時間 365 日いつでもお客様の困りごとを解決できるセンター」を目指している。

人とデジタルの両面でお客さまをサポートするハイブリッド運営の実現を目指しているが、電話と比較して、DX チャンネルは、お客さまの再架電率が高いことを問題と捉え、『DX チャンネルの再架電率を 15%低減する』ことを目標として活動を行った。(※再架電率:電話で DX チャンネルを選択したお客さまが、もう一度同じ番号に電話する割合)

センター部門(顧客対応部門)単独では改善できないため、サービス部門(販売推進部門)、デジタル部門に連携・協力を求めたが、当初は対応履歴をデータ化できないことにより、対応状況を的確に他部門に伝えられず難航した。そこで、他組織に発信する観点で対応履歴を再構築し、全拠点のオペレーターが正確に入力できるよう、対応履歴入力を品質評価の対象にするなどの取り組みを行い、対応履歴のデータ化・分析を可能にした。また BI 専門チームを発足させ、問い合わせ傾向や入電量等、センター状況を可視化したことで、組織横断のワーキンググループとしての活動を開始させることに成功した。

問い合わせ件数をキーにした FAQ の改善などにより、2022 年 12 月には、目標としていた DX チャンネルの再架電率 15%低減を達成するとともに、ウェブサイトの解決率も 4%上昇するなど評価に値する結果が出た。

センター部門、サービス部門、デジタル部門が部門横断のワーキンググループを結成して、データを共有しながらディスカッションして問題解決できる体制を整え、目標を達成できた点は評価に値する。

一方で、顧客視点での満足度調査や分析等がなかったため、社内の取り組みがお客さまにどのような影響を与えたかを明確化できなかった点は残念である。

今後は、ワーキンググループでの議論をすすめ、DX チャンネルにおける課題解決率をさらに向上させるとともに、その過程においての具体的な活動内容を発表いただけることを期待して、奨励賞を授与する。



Best Customer Support  
of The Year 2023

## 奨励賞

### 株式会社 biima

教育プラットフォームを構築し 21 世紀型教育を日本の 800 万人の子どもたちに届ける

biima では、体系化された幼少期向け総合スポーツ教育プログラムを実施している。幼少期の開発プログラムは、体系化されたものがほとんどなく、現在は、広瀬教授・前橋教授（早稲田大学）とコラボレーションして、運動能力と非認知能力を高めるためのプログラムを共同開発している。

総合スポーツ教育プログラムでは、運動神経が最も形成される 3~10 歳の時期に 1 年間を通して、テニスや体操、野球など 7 種類以上のスポーツを幼児に体験してもらうことで、7 つの基礎運動能力を高めている。一つの競技に絞って教えるのではなく、複数の中から、個人に合ったスポーツが見つけれられるようになっており、子供の可能性を高める取り組みであると言える。また、リーダーシップなど本来は社会人になって学ぶプログラムを幼少児向けにカスタマイズして、非認知能力プログラムを構築しているのが特徴的である。プログラムを指導できる指導者育成のシステムもできており、10 階級に分け、指導者のレベルに合わせた研修も実施していた。これまでに研修参加人数も 2,500 人以上、1 人当たりの研修時間も 100 時間を超えており、かなり充実した教育システムであると言える。

顧客満足度は、参加者の保護者向けに毎月アンケートを実施して、検証している。毎回、700~1,000 の回答があり、それらを役員だけでなく社員の 7 割で読み込み、個別に改善の対応を行っている。経営層まで巻き込んでいる点は評価できる。また、社内顧客である指導者に対しても充実した研修を実施している。1 対 1 や集合研修、動画によるチェックなどで指導者のスキル向上を常に行なっており、指導者に対するきめ細かな育成方法は、評価できる。

その結果、保護者の総合満足度は 98% と高い数値を維持することができている。指導者は、毎月のアンケートに記載された内容を受けて指導方法を改善している。また、指導者は動画チェックを受け、メンターから指導を受けるような方式を採用している。指導者の評価基準が明確にあり、メンターが指導者の目指す姿に対して伴走しており、また、キャリアアップのための階層の仕組みも整備されている。

同社の事業は、とても社会的に意義のある事業であり、幼児教育の体系化をしている点は評価に値する。ただし、役員層がアンケート結果は見えており、改善活動もされていることは評価できるものの、改善結果を全ての保護者にシェアされていないなど、カスタマーサポートとしては、更なる満足度向上のための施策が必要であるように感じた。顧客である子供、その保護者、そして、社内顧客であるコーチの満足度を高めるための更なる取り組みを今後期待したい。以上から、奨励賞と評価した。



Best Customer Support  
of The Year 2023

## 奨励賞

エムオーテックス株式会社

サポートとサクセスの連携でプロアクティブ且つ戦略的サポートを実現

---

ネットワーク・ソフトウェア・メーカーの当社では“LANSCOPE シリーズ”の企画・設計・開発・販売・サポートの提供をしており、その製品をお客様に使い続けていただくために、製品に関する問合せ対応を行うカスタマーサポート部と、導入目的を実現するため PUSH でフォローを行うカスタマーサクセス部が連携してカスタマーサポートを担っている。

従来からの課題として問合せ内容確認に時間が要していること、インシデント内容の複雑化によって復旧対応に時間が要していること、状況によっては復旧困難に陥ることがあるのが挙げられる。それらの課題を解決するため、お客様からシステムの利用状況データを自動的に収集してインシデントを検知し、その影響度に合わせて適切なフォローを実施する運用を確立させる取組みを行った。

その取組みによってトラブル発生時に PUSH で連絡することにより、問題の早期解決とお客様満足度の向上を実現。課題であった問合せ対応日数を平均 24 日から 19 日に、5 日短縮することができた。またインシデント発生後すぐに対応することで、複雑化する前に余裕をもって対処ができるようになり、サポートチームとお客様双方の負荷軽減につながった。

今回はカスタマーサクセスのプロアクティブ活動をテーマに、製品機能としてサポートに繋がる仕掛けを実装してインシデント対応時間短縮を目指す取組みを行い、成果を出していることを評価して奨励賞を授与するものとする。

ただ情報収集しているお客様が一部に限られていることが現行の課題で、標準で情報収集機能を実装している上位製品への移行を進めることが重要な命題である。またお客様満足度を数値化することと VOC 取得を進めて不足している課題を克服して、経営課題としての解約防止につなげる活動を進めることを期待する。