



—NEWS RELEASE—

平成 30 年度(第 5 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は平成 30 年度サービス・ホスピタリティ・アワード受賞企業を発表
2018 年 9 月 13 日(木)サービス・ホスピタリティ・シンポジウム内にて表彰式典・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、経済産業省後援 平成 30 年度(第 5 回) サービス・ホスピタリティ・アワードにおいて、8 件の受賞を発表しました。

本アワードは、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)による厳正な審議のもと、「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・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 2018 年 9 月 13 日(木)に開催される当協会主催「サービス・ホスピタリティ・シンポジウム ※会場:東京都港区芝公園 東京プリンスホテル」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。

最優秀賞	株式会社三井住友銀行
最優秀賞	株式会社ケイ・オプティコム
優秀賞	株式会社LIXIL SCSKサービスウェア株式会社
特別賞(アクティブ運営賞)	住信SBIネット銀行株式会社
特別賞(応対品質向上賞)	第一生命保険株式会社
特別賞(シニアフレンドリー賞)	チューリッヒ保険会社
奨励賞	アメリカンホーム医療・損害保険株式会社
奨励賞	フィデリティ証券株式会社

※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。 ※写真は昨年度のものです。



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
〒105-0011 東京都港区芝公園 3-1-22 日本能率協会ビル 3F
TEL:03-3434-6677 FAX:03-3459-1704 Mail:info@jiit.or.jp Web: http://www.jiit.or.jp/

サービス・ホスピタリティ・アワードとは

サービス・ホスピタリティ・アワードは、わが国の産業界ならびに行政機関などの、IT 活用によるサービス・ホスピタリティへの取り組みにおけるサービス生産性向上や CS 向上のための効果的ビジネスモデルの構築・促進を目的として制定されました。

顧客サービスの改善、従業員意識の向上、収益性への貢献など、組織全体の戦略目標に沿った成果を挙げたという点で他社の模範となると認めうる企業、団体、機関に対して、公益社団法人企業情報化協会が授与するものです。

わが国におけるサービス・ホスピタリティの向上に寄与すべく、受賞された企業・団体・機関の成果は、当協会を通じて広く社会に公表いたします。

平成 30 年度(第 5 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
副委員長	小林 洋子	NTTコミュニケーションズ株式会社 常勤監査役
	河本 宏子	株式会社ANA総合研究所 代表取締役 副社長
委員	萬年 良子	ベルトラ株式会社 取締役最高執行責任者
	田村 尚子	西武文理大学 サービス経営学部 サービス経営学科 教授
	羽生 冬佳	立教大学 観光学部 教授
	峯 晴子	毎日新聞出版株式会社 図書第二編集部 編集長代理
	石崎 裕子	跡見学園女子大学 観光コミュニティ学部 コミュニティデザイン学科 准教授
	井原 圭子	株式会社朝日新聞出版 アエラ編集部 編集長
	山本 爽子	株式会社日経BPコンサルティング コンサルティング本部 調査部 次長
	加藤 真由美	株式会社NTTデータ経営研究所 情報戦略コンサルティングユニット シニアマネージャー

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 :「第 5 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シンポジウム」と合同開催

日 程 :2018 年 9 月 13 日(木) ※一部の受賞記念講演は 9 月 14 日(金)に開催

会 場 :東京プリンスホテル(東京都港区芝公園 3-3-1)

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(略称:IT協会)

会 長 :小縣 方樹(東日本旅客鉄道株式会社 取締役副会長)

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 3F

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

〒105-0011 東京都港区芝公園 3-1-22 日本能率協会ビル 3F

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

後援 経済産業省

平成30年度(第5回)サービス・ホスピタリティ・アワード 受賞企業とテーマ

最優秀賞	株式会社三井住友銀行 「店舗改革によるホスピタリティの実現 ～新たなロビースタイル構築～」
最優秀賞	株式会社ケイ・オプティコム 「「ファン」との共創でmineoは「オンリーワン」の存在へ」
優秀賞	株式会社LIXIL SCSKサービスウェア株式会社 「「LIXILホスピタリティ」の追求 ～業界ナンバー1の対応をめざして～」
特別賞 (アクティブ運営賞)	住信SBIネット銀行株式会社 「お客さま中心主義を貫くカスタマーセンター運営の高度化」
特別賞 (対応品質向上賞)	第一生命保険株式会社 「第一生命コンタクトセンター IT技術導入によるお客さま対応品質の飛躍的向上」
特別賞 (シニアフレンドリー賞)	チューリッヒ保険会社 「「シニア対応」の定着から、お客様満足度向上、業務効率化への取り組み」
奨励賞	アメリカンホーム医療・損害保険株式会社 「保険金支払業務におけるお客さまサービスの向上 ～お客さまへの迅速なお支払いを目指して～」
奨励賞	フィデリティ証券株式会社 「AI時代における「コールセンター」の存在価値(＝おもてなし)の追求 ～「人の強み」を考え、活かすコールセンター運営について～」

後援 経済産業省

平成30年度(第5回)サービス・ホスピタリティ・アワード 受賞理由



Service & Hospitality
Award

最優秀賞

株式会社三井住友銀行

「店舗改革によるホスピタリティの実現 ～新たなロビースタイル構築～」

株式会社三井住友銀行は、2001年4月1日に住友銀行とさくら銀行が合併して発足した三井住友フィナンシャルグループ傘下の都市銀行である。日本の3大メガバンクの一角を成し、「最高の信頼を通じて、日本・アジアをリードし、お客さまと共に成長するグローバル金融グループ」を目指すというビジョンを掲げ、経営を行なっている。

「店頭デジタル化を通じたお客さま利便性向上への取り組み」で昨年度(第4回)当アワードにて優秀賞を受賞した内容を更に進化させ、お客さま満足度向上とコスト構造改革の両立を加えた、非常に明確な改革に着手した。店舗改革によるホスピタリティの実現だ。

改革の三本柱は、1.お客さまへのサービス提供の仕方を変え、セルフサービスの誘導やデジタルへのシフトを進めていく。2.事務プロセスを変え、後方事務の専門拠点あて集約、STP化で事務効率化を図っていく。3.店舗の在り方を変え、事務手続きの場所から、コンサルティングビジネスの場所へと変貌を遂げることを本格的に押し進めている。

昨年4月銀座支店をペーパーレス店舗としてリニューアルオープンさせて以降、10月にはペーパーレス端末の導入を開始し、今年3月には全店導入を完了させた。これに伴い、普通預金口座開設ナビゲーションや電子サインも同時期に全店への導入が完了した。登録者ならびに利用実績も堅調に推移している。利便性の向上では、タブレット端末を活用したデジタルでの手続を積極的に進めるとともに、お客さまのモバイルを利用して柔軟に対応することも進めている。これらを可能にしているのが、ロビー体制の確立といえる。

ロビーでお客様に寄り添うロビーコンシェルジュを育成し、各店に配置。また、意識の啓蒙や教育体制の確立も含めて、全店への展開と顧客への浸透のために、非常に多くの施策に取り組んできた。

結果として経費率は改善目標を達成、コスト削減も中期経営計画における目標に順調に推移している。お客さまの利便性や満足度を向上するというホスピタリティの実現と同時にコスト構造も改革するバランスのとれた包括的な施策は、きわめて革新的である。

お客さまと共に成長するグローバル金融グループを目指すというビジョンを実践する企業の姿勢を見事に顕した実例であり、最優秀賞に値すると評価した。

後援 経済産業省

平成 30 年度 (第 5 回) サービス・ホスピタリティ・アワード 受賞理由



Service & Hospitality
Award

最優秀賞

株式会社ケイ・オプティコム

「ファン」との共創で mineo は「オンリーワン」の存在へ」

株式会社ケイ・オプティコムは関西電力系の通信事業者であり、「mineo(マイネオ)」は、同社の格安スマホ(MVNO)サービスとして、2014 年にサービス開始された。いわゆる「格安スマホ」の世界は価格競争が激烈で、月額の高い利用料で新規獲得コストを回収するためには、既存顧客の長期利用と、新規獲得コストの低減とが二大懸案事項である。

1. 目標設定

既存顧客の長期利用と、新規獲得コストの低減を目標として、具体的な管理指標として①CS 向上、②NPS 向上、③既存顧客解約率低減、④ファンからの新規顧客の紹介率向上 の4つの KPI を設定している。

2. 具体的な取り組み

mineo のホームページにファンサイト「マイネ王」を開設し、34 万人の「マイネ王」会員の顧客ロイヤリティを高めている。情報発信や交流、通信速度などのデータ公開、ユーザーからのアイデア提供(2909 件中 282 件実現)だけでなく、「Q&A」コーナーでは、事業者の代わりにコアなファンがユーザー目線で迅速丁寧かつ無報酬で回答することにより、コスト削減とユーザースティッキネスを同時に実現している。また、ユニークな取り組みとして、mineo ユーザー同士が感謝のしるしとしてパケットをプレゼントし合う「チップ」や、余ったパケットを共有して分け合える「善意のパケット共同貯蔵庫」としての「フリータンク」がある。これは月末のパケット不足に悩むユーザー同士が「お互い様」の精神で助け合える画期的なしくみであり、さらにこのしくみを応用して災害発生時には被災地のユーザーに「フリータンク」のパケットを無料開放し、計 5,299 名の被災者を支援した。これらの共同意識は解約防止にも繋がっている。さらに、サイト内での発言の HAPPY WORD(ありがとう、嬉しいなど)をカウントして 100 万 HAPPY WORD ごとに全国の公園に桜の樹を植樹する社会貢献活動も行っている。これにより mineo サイトから乱暴な発言が減って快適な互助空間となり、ひいては顧客の長期利用を促進している。

3. 成果

ファンとの共創の取組みが機能して KPI は全て達成。解約率低下、新規顧客拡大により契約数は 1 年で 1.7 倍、売上は 2 倍になった。また、新規顧客の 4 割はユーザーからの紹介なので販売費のコスト削減、Q&A の一部を事業者に取り込む文化が定着し、職場の雰囲気も明るい。社会貢献をファンと一緒に実施することにより、コアなファンの拡大とブランドイメージ向上を同時に実現している。

以上のように、ファンサイト「マイネ王」を軸に、「ファンとの共創」のしくみを体系的に構築し、二律背反になりがちなサービス・ホスピタリティ向上と、コスト削減や生産性向上とを両立して実現した当社の取組みは、他社の模範になる極めて効率的なビジネスモデルといえるものであり、よって最優秀賞に値すると判断した。

後援 経済産業省

平成 30 年度 (第 5 回) サービス・ホスピタリティ・アワード 受賞理由



優秀賞

株式会社 LIXIL SCSK サービスウェア株式会社

「LIXIL ホスピタリティ」の追求 ～業界ナンバー 1 の対応をめざして～

株式会社 LIXIL は、トイレ、お風呂、キッチンなどの水まわりから、窓、ドア、インテリア、エクステリアなどの建材まで、戸建住宅・マンションやオフィス・商業施設など、幅広い住関連の製品・サービスを提供している。

株式会社 LIXIL の業務委託先である SCSK サービスウェア株式会社は、SCSK 株式会社の 100% 出資会社である。「IT」と「業務」を組み合わせたコンタクトセンター・テクニカルサポート・ヘルプデスク・バックオフィス業務などの BPO サービスをさまざまな企業に提供している。

株式会社 LIXIL は、外部調査で自社の対応品質評価が競合他社より低く、自社評価が停滞し、対応起因苦情が定期的に発生していることを受け、カスタマーコミュニケーション部による取り組みを、2016 年 12 月から開始した。お客さま相談センターが「つながる窓口から、つなげる窓口へ」を実現するために、株式会社 LIXIL の担当社員が業務委託先の SCSK サービスウェア株式会社の対応品質担当者とオペレーターにヒアリングを行い、センター内を観察・調査するなどして現状を把握。課題を抽出し、両者協業でオペレーターがお客さま満足を意識した対応ができるよう体制を整え、一丸となって改善活動に取り組んだ。

併行して、2 つの企業をまたいだクロスファンクショナルの改善活動を実施している。対応プロセスごとに問題点を抽出して 5 つの根本原因を特定し、「シックスシグマ (品質管理のためのフレームワーク) 手法」によるプロセス分析を経て改善策を立案、実行した。

特筆すべきは、プロフィット型のコンタクトセンターへつなげる窓口システム、BI ツールを活用した高度な分析、クラウド型電話音声基盤によるコールセンター連携、そして対応品質アンバサダー制度の導入である。オペレーターの中から活動推進者を選出し、日常的に対応品質活動を推進。その結果、チーム内のコミュニケーションが活性化し、個々のスキルアップにつながった。

このような両者協業による多角的な改善活動を行った結果、対応品質スコア向上、外部対応品質評価向上、苦情件数の削減等めざましい成果をあげた。また、対応プロセスごとにお客さまの満足の状態を定義し、LIXIL ホスピタリティ度として定期的にホスピタリティを数値化する取り組みを行うとともに、お客さまへの直接評価 = CS 評価により、社内の活動がお客さま満足につながっているということを検証する取り組みにも挑戦している。お客さま満足度を「見える化」したことで、オペレーターのモチベーションとスキルが格段にアップし、お客さま相談センター起点のリフォーム成約件数が約 10% 向上するなど営業貢献を果たした。このような業務発注側と委託先の一致協力した取り組みが、優秀賞に値すると評価した。

今後の課題として、「LIXIL ホスピタリティ」の更なる深耕とそれを高めていく活動の充実を掲げる株式会社 LIXIL と SCSK サービスウェア株式会社に、引き続き期待したい。

後援 経済産業省

平成30年度(第5回)サービス・ホスピタリティ・アワード 受賞理由



Service & Hospitality
Award

特別賞(アクティブ運営賞)

住信SBIネット銀行株式会社

「お客さま中心主義を貫くカスタマーセンター運営の高度化」

住信SBIネット銀行株式会社は、三井住友信託銀行とSBIホールディングスを出資会社として2007年9月に営業開始したインターネット専門銀行で、「どこよりも使いやすく、魅力ある商品・サービスを24時間・365日提供するインターネットフルバンキング」の実現に努めている。その一環として、カスタマーセンター(以下、CC)では、高い対応品質でお客さまの悩みを解決(CX向上)することを目標に、顧客中心主義のCC運営の高度化に取り組んでいる。特筆すべきは、「お客さま」へのサービス向上にのみフォーカスするのではなく、CCで働く「役職員」、運営する「CC」の三者全てが幸せになることを目指している点である。さらに、CCで収集したお客さまの声(以下、VOC)に対する取組みは組織内に閉じることなく、企画部フィデューシャリー・デューティ推進室(以下、FD推進室)と連携した取組みのフレームワークによって、経営層を組み込むなど実効性が高くかつ緻密に構築されたものである点も評価できる。

具体的なCCで働く役職員に関する取組み例としてCCによるVOCデータ分析に基づく改善策の共有が挙げられる。加えてCCでは音声テキスト化システムの導入により後処理時間を軽減させることで時間的余裕を生み、この時間を利用した業務関連知識の強化およびタイピング研修等で対応品質が向上し、より深い顧客ニーズを引出す対話を可能にしている。もっともこの背後には、データの音声認識評価(可読率測定)を実施し、精度向上のために未知語を抽出し単語登録を継続的に行うなど地道な作業があることはいうまでもない。

上記を含め様々な取組みが十分な成果をもたらしたことは、次の2017年下期に設定したKPIの目標値と2018年2月の数値を比較すれば明らかである。①受電率の高位安定、②能力効率値の継続的な改善(処理時間の短縮)、③ミス発生率の半減。証券連携などで口座開設が増える中、入電数の増加にもかかわらず目標値全てがクリアされ、企業業績の向上にも寄与している。これは、CCで働く役職員の一人ひとりが経営に貢献しようとする気概を持ち、業務に励んだ成果ともいえよう。この貢献は経営層からも評価され、社内におけるCCの存在価値を更に高めることになった。

さらに、組織内に留まらず、外部からも2018年2月には、日経金融機関ランキング[ネットバンキング部門]第一位を獲得している。短期間に組織内外から評価される成果を上げた取組みは称賛に値する。今後のさらなる進化を期して、特別賞「アクティブ運営賞」を授与するものとする。

後援 経済産業省

平成30年度(第5回)サービス・ホスピタリティ・アワード 受賞理由



Service & Hospitality
Award

特別賞 (応対品質向上賞)

第一生命保険株式会社

「第一生命コンタクトセンター IT技術導入によるお客さま応対品質の飛躍的向上」

第一生命保険株式会社のコンタクトセンターでは2017年度の運営方針「抜本的働き方改革の実現」の下、職員がやりがい感を持って健康でいきいき前向きに働ける環境を作ることで、個人・組織の生産性が向上、お客様に最高レベルのサービス提供が行えるよう取り組みを進めている。2016年11月からネットプロモータースコア(NPS)を導入、2017年4月からは音声認識システムを導入するなど、IT技術導入によるお客様応対品質の向上を図っている。

NPSはコンタクトセンターに電話をいただいたお客様あてに、日々SMSにてアンケートを送り、コミュニケーターの応対満足度と会社に対する推奨度を評価し、直接お客様の声(コメント)をいただく方式を導入している。これまでも専任の担当者がコミュニケーターの通話を音声で聴き評価を行っているが、さらなる品質向上を目指す上で、直接お客様からの評価をいただけるNPSを導入したことにより応対改善へのPDCAを着実に回すことにつながっている。

また音声認識システムの導入によって、お客様との通話をテキスト化し、現在は通話内容の客観的な分析や複数モニタリングに活用されている。通話のテキスト情報や話速情報、お客様との対話の重なり情報などをフィードバックすることが可能となり、より具体性をもった指導が可能となった。この他、スーパーバイザーが複数の通話テキストをパソコン画面に表示し、リアルタイムのサポートを行ったり、通話テキストから感謝の単語を強調表示したりすることで「お客様の声の見える化」を行い、迅速にお客様の声をサービスに反映することにつながっている。こうした取り組みの結果、コミュニケーターの応対品質の向上に結びつき、苦情件数の削減や感謝の声の増加に結び付いている。

さらに2018年5月からは音声認識されたテキストデータからの客観的な評価と、NPSによるお客様の印象面の評価を組み合わせる事が検討されている。まだ導入から日が浅いため、収益への寄与、マーケットでの評価等の成果が見えにくいですが、音声テキストの使い込み方が他社と比べても抜きん出ていることが評価される。

現在検討されている発展的な取り組みも含めて、今後のIT技術の活用に期待がもたれることから、特別賞(応対品質向上賞)を授与するものとする。

後援 経済産業省

平成30年度(第5回)サービス・ホスピタリティ・アワード 受賞理由



特別賞(シニアフレンドリー賞)

チューリッヒ保険会社

「シニア対応」の定着から、お客様満足度向上、業務効率化への取り組み

チューリッヒ保険会社のカスタマーセンターへの入電の約4割は60歳以上のシニア層からであり、今後も増加傾向と推察していた。そこでシニア対応の現状と課題を洗い出した結果、「顧客満足度が他の世代より低い」と、「ケアスタッフ(コミュニケーター)がシニア層との対応に苦手意識を持っている」という課題が明確になった。また、シニア層との対応には他世代と異なる気遣いが求められるほか、対応時間も長くなりがちであった。

このような背景から、社会の高齢化を見据えて、チューリッヒ保険会社はシニア顧客対策として「(A)ケアスタッフの対応力向上」と「(B)シニア専用フリーダイヤルの開設」を行った。

(A)では、「①シニア向けソーシャルスタイル別対応マニュアル」「②言い換え集」を作成するとともに、シニア対応研修を実施。その中で「③シニア世代の間こえ方実体験ツール」を活用した。また、「④朝礼で事例を共有」し、情報共有にも努めた。

取り組みの中でも、特に①③が注目される。

①は、「ソーシャルスタイル」という行動科学論に基づく顧客のタイプ別アプローチ法をシニア向けにカスタマイズしたものである。顧客を「感覚タイプ」「協調タイプ」「行動タイプ」「思考タイプ」の4つに類型化し、会話の開始から数語で判別できる。これによりシニア顧客のタイプ別に最もふさわしい対応を取ることが可能となった。

なお、チューリッヒ保険会社は2015年から「ソーシャルスタイル」を導入しており、第三回の本アワードで評価され、「最優秀賞」を獲得している。

③は吹き込んだ声をシニア世代が聞こえている声に変換するツールである。ケアスタッフが自分の声を吹き込み、シニア層に聞き取りやすいトーン、話し方、言葉の言い換えなどの改善策を具体的に考えることができるようになった。

これらの取り組みにより、ケアスタッフのシニア対応スキル向上と平準化がなされ、苦手意識が克服された。平均通話時間の短縮による業務効率化も図られた。

「(B)シニア専用フリーダイヤル」は自動音声応答システム(IVR)を挟まず、直接ケアスタッフにつなぐ形とし、対応スタッフには経験豊富なメンバーを選抜した。IVRの操作によるストレスから解放されたことと、ベテランケアスタッフのすぐれた対応により、シニア層のポストコールサーベイの満足度スコアが向上、他の世代との満足度の差も縮まった。シニア層の保険商品の成約率の向上にも寄与した。

チューリッヒ保険会社は、カスタマーセンターが蓄積したナレッジを他部門にも共有し、全社でシニア対応力を向上させることを目指している。また、対応品質の評価指標に売上げへの貢献度を加えることを検討している。

これらを通じて、顧客に寄り添った真心あふれるサービスが継続・発展することが期待できるものとし、特別賞(シニアフレンドリー賞)を授与するものとする。

後援 経済産業省

平成 30 年度 (第 5 回) サービス・ホスピタリティ・アワード 受賞理由



Service & Hospitality
Award

奨励賞

アメリカンホーム医療・損害保険株式会社

「保険金支払業務におけるお客さまサービスの向上
～お客さまへの迅速なお支払いを目指して～」

アメリカンホーム医療・損害保険株式会社は、AIG グループ内での事業構成の簡素化を実現するため、2016 年 4 月 1 日より保険商品の新規販売を終了した。以降、既契約の維持と保険金のお支払いに業務を特化し、「お客さまに選ばれ続ける会社」であるために様々な取組みを行っている。

そのような環境下、保険金支払い部門では迅速な保険金支払いを目指しているが、センター間や担当者ごとの処理時間にばらつきがあり改善の余地があると課題認識し、保険金支払い業務を効率化・均質化する施策を講じた。具体的事例として、10 のセンターがある保険金支払い部門で、担当者 1 名あたりの処理件数や 1 件あたりの処理時間に大きなばらつきがあったことや、長崎に拠点をおく 2 つのセンターでは、扱う保険商品が同じであるにもかかわらず、センター間で保険金支払い所要日数(請求書類到着～保険金着金までの日数)の大きな差があったことが挙げられた。

そこで、業務改善活動の効果的な手法のひとつとされる Lean Six Sigma(以下、LSS)の手法を用いて、保険金支払いの業務プロセスにおける無駄や担当者による作業方法のばらつきの低減を行うこととした。LSS は、業務の各プロセスにおける無駄をなくしてばらつきを減らすことで、お客さまへのサービス品質向上や効率化を図り、更には社員のマインドセットを変え、人材育成や問題解決のスピードを高める効果もある手法である。

LSS を用いた改善策として、①各種テンプレートのバリエーションの増加、②使用頻度の高い用語の統一、③簡単にできる効率化の情報「小技集」の共有を行い、保険金支払いの査定に使用するフォーマットへの入力方法の統一を行った。

結果、契約者の高齢化や業務移管によって長崎のセンターが担当する事故件数が増加するなかで、2017 年 6 月には支払所要日数に関する KPI が達成され、センター間の差、KPI 達成者の割合とセンター間・担当者ごとの処理時間のばらつきを減らしている。同時に、お客さまから求められる迅速な支払いが実現されたことによる CS 調査結果の向上や担当者の残業時間の短縮に結びついている。加えて、業務にゆとりができたことで職場のコミュニケーションが増えたことや、改善策の横展開がスムーズになったことで仕事がより一層楽しくなったという担当者の声も聞かれた。

AIG グループの初の試みとして長崎のセンターから始まった LSS による改善活動は、以降、同社の他部門へと広がっており、今後の水平的展開に期待がもてる。

以上の点を鑑み、本応募テーマは、奨励賞に値するものと評価した。

後援 経済産業省

平成 30 年度 (第 5 回) サービス・ホスピタリティ・アワード 受賞理由



フィデリティ証券株式会社

「AI 時代における「コールセンター」の存在価値 (=おもてなし) の追求 ～「人の強み」を考え、活かすコールセンター運営について～」

フィデリティ証券株式会社は、米国ボストンに誕生した資産運用会社フィデリティの日本拠点として、個人投資家に対して投資信託を中心に金融商品を販売している国内証券会社である。その販売チャネルとして「WEB」と「コンタクトセンター」があるが、今回は到来する AI 時代を見据え、「コールセンターの存在価値 (=おもてなし)」に着目した取り組みが応募テーマとなっている。

その前提となっているのが、AI に代替されなくなると考えられる職種としてコールセンターが考えられるという調査結果であり、AI 時代に活躍できる人の強みを活かしたオペレーターが果たすべき機能は何かという分析である。

上記をもとに具体的に何に取り組むかについては、オペレーターの約半数の有志によるホスピタリティ委員会という会議体を設置し、議論を深め、研修を実施し、その成果をあげてこられた。

お客様の傾向把握、そのデータをベースにした「人だからこそできるサービス」の展開、それらを研修等を通じて横展開していくというサイクルを機能させて、NPS・ENPS をあげ、Web に比較してコールでの売上が伸びるという、具体的な実績につなげるという流れを実現して、成果をあげることができた。

この一連のサイクルの特徴は、電話対応の管理ツールの機能拡充に現場意見を取り入れていることや委員会の議論で客観的なデータをベースに顧客ニーズを深掘りする議論を重ねている等、顧客接点であるオペレーター中心としていることである。現場主導の取り組みは、オペレーターの意識の変化さらには職場風土向上につながったことは、現地調査でのインタビューからも具体的に聞き取ることができ、評価できる。

一方、今後の AI 技術の進展が経営戦略でどう位置づけられていくのかという議論との関係や、取り組みの成果が数値として読み取りにくいという印象は否めず、今後の課題として継続的な取り組みに期待したい。

以上の点を鑑み、本応募テーマは奨励賞に値するものと評価した。今後のさらなる進化を次の機会に見せていただければ幸いである。