



結果発表

コンタクトセンター・ アワード2004

Center of Excellence



クオリティ部門

- <金賞> オーエムシーカード
- <銀賞> アメリカン・エクスプレス・インターナショナル
- <銅賞> グラクソ・スミスクライン

マネジメント部門

- <金賞> オムロン フィールドエンジニアリング
- <銀賞> 損保ジャパン・ホットライン
- <銅賞> カブドットコム証券

パフォーマンス部門

- <金賞> トレンドマイクロ
- <銀賞> アメリカン・エクスプレス・インターナショナル

白熱した質疑応答、レベルの高いプレゼンテーション “研鑽の場”の役割を果たした最終審査会

国内初の取り組みとなった参加者の相互審査による「開かれた表彰制度」、「コンタクトセンター・アワード2004」の最終審査会が都内で開催され、クオリティ / マネジメント / パフォーマンスの3部門の受賞企業が決定した。相互審査と審査員による第一次審査を経てノミネートされた7社8申請のなかから、栄えある第1回の金賞には、オーエムシーカード(クオリティ部門)、オムロンフィールド エンジニアリング(マネジメント部門)、トレンドマイクロ(パフォーマンス部門)が選ばれた。ここでは、最終審査会の模様と、各受賞企業の取り組みをまとめる。

コンピューターテレフォニー編集
部主催、国内初の取り組みとなった
オープン環境(申請者の相互審査制
度)による表彰制度「コンタクトセン
ター・アワード2004」(共催:イー・パ
ートナース、後援:プラチナスポンサ
ー・NEC、スポンサー・沖電気工業、
ジェネシス・ジャパン、サムータルシ
ステムズ、タイムコマース)の最終審
査会が6月24日、東京・青山の
TEPIAホールで開催され受賞企業
が決定した(一覧参照)。

同アワードは、コールセンターにお
ける業務改善への取り組み(レポー
トないしは業務活動報告書類)をク
オリティ / マネジメント / パフォー
マンスの3部門に分けて募集・審査し
ようというもので、その最大の目的を

「参加企業の“研鑽の場”とする」こ
とに置き、申請書類を専用サイトに
アップロード、参加者同士が相互に
評価しあうというスタイルをとった。

4月から募集を開始したところ、22
社30口の申請書類が集まり、参加企
業は1口につき3申請を選択。審査員
による採点と合わせて一次審査とし
た。

この結果、各部門3申請(パフォー
マンス部門は2申請)が最終審査会
にノミネートされ、改めて各社がプ
レゼンテーションを展開。審査員の
審査により各部門賞が決定、同日、
表彰式も執り行われた。

最終審査会は、各部門ごとに約2
時間ずつのセッションを組み、審査
員各氏が進行役を務める形で行わ

れた。当日は、惜
しくも一時選考で
選にもれた参加
企業も多数出席、
各セッションの質
疑応答では、通
常のセミナーとは
比較にならない
ほど鋭い質問が
飛び交い、参加
者のモチベーシ
ョンの高さが窺われた。

<クオリティ部門> 金賞に輝いたのはOMCカード 質疑が集中したキャリアパスの構築

クオリティ部門は、グラクソ・スミ
スクライン、アメリカン・エキスペ
ス・インターナショナル(以下アメッ
クス)、オーエムシーカードの3社がノ
ミネートされた。

グラクソ・スミスクラインは、エー
ジェントの対話スクリプトからモニタ
リング・チェックシートに基づいた評
価までの一連の品質管理プロセス
を紹介。アメックスは、エージェン
ト・SV・顧客の3方向からの評価手
法について発表した。

金賞を受賞したのは、オーエムシ
ーカードの「インバウンドセンターへ
のキャリアパス制度の導入」。難し
いとされるパートタイマー=非正規
雇用者の能力別昇給制度を策定す
ることでモチベーション向上を図り、
同時にそのパートタイマーの比率を
高めることで運営コスト削減にも成
功したことが高い評価を受けた。セ
ッションでも、降格によるモチベ
ーション低下を回避する手法や、制度
の仕組みや定着までのプロセスに

関するものなど、参加者からの質問
が集中した。

<マネジメント部門> センター中心のBPRを実践した オムロンフィールドに凱歌が上がる

マネジメント部門は、オムロンフィ
ールドエンジニアリング、損保ジャパ
ン・ホットライン、カブドットコム証券
の3社がノミネートされた。

オムロンフィールドエンジニアリン
グは、Webを介して保守のステータ
スを完全に公開する「サービスの見
える化」と称した取り組みを紹介。
損保ジャパン・ホットラインは、ヒュー
マン・リソース・マネジメントの観点
からエージェントのモチベーション
とスキルアップに取り組んだ施策を
発表した。また、カブドットコム証券
は、WebコラボレーションやIVRな
どのITを駆使した顧客対応による
経営貢献を強調したプレゼンテーシ
ョンを展開した。

同部門は、“マネジメント”の意味
合いをどう捉えるか、ということが審
査会でも議論され比較は困難だっ
たが、業務プロセス全体を見通した
経営改革をセンター中心に行ったこ



金賞受賞各社。左からオムロンフィールドエン
지니어リングの諏訪良武常務、トレンドマイクロの
岡崎 綾氏、オーエムシーカードの近松洋年部長



審査員各氏(写真左はマネジメント部門進行役のトーマツ コンサルティングの松下パートナー)の進行で
白熱したセッションが展開された。写真右は質疑応答に答えるカブドットコム証券の住友課長

とが評価され、オムロンフィールド エ
ンジニアリングが金賞に輝いた。

<パフォーマンス部門> レポートの精度と効果が評価され トレンドマイクロが接戦を制す

パフォーマンス部門は、トレンドマ
イクロとアメックスがノミネート。なお、
同部門に関しては、一次審査での
獲得点数が、この2社と3位以下に大
きな開きが生じたため、2社のみの
ノミネートとなった。

トレンドマイクロは、案件ごとのド
キュメント管理、エージェント別・プ
ロダクト別のWorking Time管理、
問い合わせの処理状況ごとのケー
ス状況管理といった3種類のレポー
ト例をベースとした業務改善の
PDCAサイクルについて説明。アメ
ックスは、プライオリティの高い顧客
に対する退会防止率向上への取り
組みを、専用チームの業績結果レポ
ートをベースに紹介した。

この部門も、極めて比較の難しい
審査となったが、提示レポートの種
類・精度と“取り組みに対する効果”
へ言及している点が高く評価され、
トレンドマイクロが金賞を受賞した。

“経験の共有”が生む マネジメント・スキルの成熟

審査員のイー・パートナーズ代表、
谷口 修氏は「日本のセンターに決定
的に欠けていると感じていたのがマ
ネジメント・スキルでした。これは、先
達から学ぶ、もしくは経験を共有す
る疑似体験によって身に付けること
ができます。このアワードを通じてそ
れを体感していただくとともに、とく
に受賞企業各社は社会的認知の向
上に取り組んでいただければと思
います」とアワードの感想を述べた。

実際、この最終審査会では、各セ
ッションで白熱した質疑応答のやり取
りが見られ、表彰式でも参加企業間
で活発な情報交換が行われていた。

インターネットによる情報共有と最
終審査会での直接的な交流。この2
つのステージを通じて、“研鑽の場”
というアワード最大の目的は十分に
達成できたと実感された。

次ページ以降では、受賞各社の
取り組みを個々に取り上げる。いず
れも、取り組みから効果検証まで一
連のプロセスを確立している点が大
きな特徴といえる。

「コンタクトセンター・アワード2004」受賞企業

<マネジメント部門>

金賞 オムロンフィールドエンジニアリング:「サービスの見える化」
銀賞 損保ジャパン・ホットライン:「『技と心のマネジメント』の取り組み」
銅賞 カブドットコム証券「顧客満足度向上の為にCRM実践サポートセンター」
<クオリティ部門>

金賞 オーエムシーカード:「インバウンドセンターへのキャリアパス制度の導入」
銀賞 アメリカン・エキスペス・インターナショナル:「顧客満足とクオリ
ティ向上につなげる三方向の評価」

銅賞 グラクソ・スミスクライン:「GSKのクオリティ・マネジメント・プロセス」
<パフォーマンス部門>

金賞 トレンドマイクロ:「サポートセンターのパフォーマンスコントロール」
銀賞 アメリカン・エキスペス・インターナショナル:「優良顧客の退会防
止率向上への取り組み」

銅賞 該当なし