

コンタクトセンター・ アワード 2005

Center of Excellence

結果発表



金賞: 松下電器産業



銀賞: NECパーソナルプロダクツ



銅賞: GEコンシューマー・ファイナンス

プロダクティビティ部門賞

ディー・エイチ・エル・ジャパン

カスタマー・サティスファクション部門賞

松下電器産業

プロセス部門賞

トレンドマイクロ

プロセス部門賞

オムロン フィールドエンジニアリング

プロフィット部門賞

GEコンシューマー・ファイナンス

IT部門賞

NECパーソナルプロダクツ

コラボレーション部門賞

リコー

審査員特別賞

プレステージ・インターナショナル

審査員特別賞

ソニー



“オープンな相互研鑽の場”に異業種各社が参画 PDCAサイクル、成果の明確なレポートに高い評価

“開かれた表彰制度”と相互研鑽の場を提供することを目的に実施された「コンタクトセンター・アワード2005」。2回目となる今回は、製造業、金融、販売・サービス業、IT・ISP企業など23社(31申請)が参画した。このなかから、CS、プロフィット、プロダクティビティなど6部門で受賞企業を選出、さらに最終選考会で、金賞：松下電器産業、銀賞：NECパーソナルプロダクツ、銅賞：GEコンシューマー・ファイナンスの3賞が決定した。今アワードの選考プロセス、申請内容を総括するとともに、各部門賞および審査員特別賞受賞企業の取り組みをまとめた。

「コンタクトセンター・アワード2005」(主催：リックテレコム「月刊コンピューターテレフォニー」、共催：イー・パートナーズ)の最終審査会が、7月13日、東京・品川のココヨホールで開催された。

審査の結果、金賞に松下電器産業の「VOX(Voice of Customer)活動」、銀賞にNECパーソナルプロダクツの「先進的サービスを活用したCS向上の実践」、銅賞にGEコンシューマー・ファイナンスの「インバウンドコールセンターにおけるシックスシグ

マ活動」が決定した。

受賞企業には、トロフィーと協賛スポンサー各社(プラチナスポンサー：日本アビア、NEC、コンチエルト・ソフトウェア・ジャパン・コーポレーション、ゴールドスポンサー：GNネットコムジャパン、テレマーケティングジャパン、ジェネシス・ジャパン、沖電気工業)などから副賞がそれぞれ授与された。

なお、最終審査会にあたり、2次審査会(6月24日、家電会館)で選出された、CS(顧客満足)プロフィット、

プロダクティビティなど6部門7社の部門賞授賞式も同時に行われた。

本アワードは、コンタクトセンター現場運営者の意識高揚と相互研鑽の場を提供することを目的に、Webによる公募・レポートの相互評価など、国内初のオープンな表彰制度を目指し、昨年から開催されている。2回目の今回は、製造業、金融、販売・サービス業、IT・ISP企業など23社(31申

請)が参加した。

申請対象部門は、昨年の3部門(マネジメント、クオリティ、パフォーマンス)から8部門に広げ、多角度から申請しやすい形にした。8部門の中身は次のとおり。

コンタクトセンターの運営に貢献した人物を評価する「リーダーシップ部門」、品質改善の顕著な実績を評価する「クオリティ部門」、生産性・効率性の向上に役立つ取り組みを評価する「プロダクティビティ部門」、顧客満足度向上の実績を評価する「CS部門」、コンタクトセンターのみならず会社全体の業務プロセス改善に役立つ取り組みを評価する「プロセス部門」、ITの効果的な活用を評価する「IT部門」、社内組織・社外連携でのコンタクトセンター運用を評価する「コラボレーション部門」、そして収益向上に役立つ成果を評価する「プロフィット部門」。

ラウンドテーブルの2次審査会実施 6部門で受賞企業を選出

応募者によるWebでの投票に加えて、運営方法論や相互研鑽の機会をよりリアルな場で提供するという主旨で、ラウンドテーブル形式の2次

審査会を行い、参画企業が全申請内容を発表した。これらの審査を経て、6部門7社の受賞企業を選出された。

受賞企業のなかには、申請部門と異なる部門での受賞もあった。これは、申請内容を審査員が多視点から評価し、むしろ他部門での受賞がふさわしいと判断した結果によるものだ。また、今回は残念ながら「リーダーシップ部門」と「クオリティ部門」の受賞企業はなかった。Web投票スコア、審査員評価を合算したポイントが受賞の水準値に達しなかったことによる。一方、「プロセス部門」ではポイント的に甲乙つけ難い2社が受賞対象となった。

今回の申請内容および受賞企業の評価について、審査員の1人である谷口 修氏(イー・パートナーズ代表)は「受賞された企業に一言に言えることは、計画 実行 診断 改善のいわゆるPDCAサイクルがより鮮明に打ち出されていることです。また、成果、実績が明快に示されていることも特徴。ただ、全申請内容を見渡すと、計画・目標、取り組み

の具体性や明確さに欠けるケースもあります。また、申請レポートの文章力・表現力にはまだ改善の余地があると思われます。しかし、昨年と比べて申請内容がバラエティになり、それぞれ工夫の度合いが深まってきたことは確かでしょう」と述べる。

最終審査で高精度のプレゼン競い 松下電器はじめ3賞決定

最終審査会では6部門7社の受賞企業が改めて申請内容のプレゼンテーションを行い、このなかから金賞・銀賞・銅賞が決定した。発表内容は、いずれも精度の高いレポートをベースに行われ、3賞については以下の点が決め手になった。

松下電器産業は、顧客の声を商品企画など源流部門にフィードバックする専任部門「VOC室」を設置し、CS向上と商品品質改善に取り組んだ過程を発表した。VOC室は、品質見張り番、モノづくり連携、CSサイト強化の3つの切り口で業務改善に取り組んでいる。顧客の声を軸にPDCA



最終審査会(ココヨホール)では精度の高いレポートをベースに各部門受賞企業のプレゼンテーションが行われた



会場内からは審査員をはじめ来場者から活発な質問が飛び交った



3賞受賞各社。左からNECパーソナルプロダクツ(銀賞)の田島和昭氏、松下電器産業(金賞)の遠藤 聡氏、GEコンシューマー・ファイナンス(銅賞)の野田由香理氏

を回して全社的なビジネスの改善を推進したことが最終審査会でも高く評価された。

NECパーソナルプロダクツは、Web/IT技術を活用した先進的電話サポートを披露した。具体的には、「Tel待ち時間案内」や「優先着信サービス」、「電話サポート予約」などつながり易さの改善、技術スタッフが顧客PCを遠隔操作し、問題を短時間で解決する「リモートサポート」、通常の電話サポート終了後に、関連FAQ情報をEメール配信する「フォローアップメール」など。

GEコンシューマー・ファイナンスは、シックスシグマを使ったサービス改善活動によって収益増加(契約数の増加)に至った経緯について報告した。「契約数を増やしたい」という経営課題をクリアするため、承認が通ったのにもかかわらず、契約締結に来店しなかった「保留客」にフォーカスし、保留件数の削減、つまり保留を契約に発展させる活動に取り組んだ。「常にデータから判断し結果をモニタし続ける」という科学的なマネジメント手法が評価された。