

コンタクトセンター・ アワード 2006

Center of Excellence

結果発表



金賞:ディー・エイチ・エル・ジャパン



銀賞:リコー



銅賞:ソニー



プロフィット賞 ディー・エイチ・エル・ジャパン

リーダーシップ賞 リコー

プロセス賞 ソニー

IT賞 NECフィールディング

VOC賞 松下電器産業

審査員特別賞 大賞 ファンケル

審査員特別賞 アイテック阪神

審査員特別賞 ソースネクスト

利益創出から生産性・品質の向上まで 評価の焦点となった“ 課題と解決策の共有 ”

参加企業間の“ 相互研鑽 ”を目的に実施された「コンタクトセンター・アワード2006」。3回目となる今回は、製造・金融・運輸・サービス業など17社が参加した。このなかから、プロフィット・リーダーシップ(優秀人材)・プロセス・IT・VOCの各賞を選出、さらに最終選考会で金・銀・銅の3賞が決定した。いずれも精度の高いレポートが発表されたが、受賞のキーワードとなったのは、取り組みの狙いと内容、成果の明確性と参加企業間での“ 共有 ”である。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、各受賞企業の取り組みをまとめる。

「コンタクトセンター・アワード2006」(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12日、東京・品川のコクヨホールで開催された。

審査の結果、金賞にディー・エイチ・エル・ジャパンの「カスタマーサービス系のエージェントにもセリングは出来る!」、銀賞にリコーの「コールセンターによる販売現場への技術サポート活動」、銅賞にソニーの「専門チーム体制によるコールセンターオペレーションの改革の実現」が決

定した。3賞および各部門賞・審査員特別賞の受賞企業(別表参照)には、トロフィーが協賛スポンサー各社(NEC、NTTソルコ、沖電気工業、GNネットコム、ジャパン、ジェネシス・ジャパン、ジャストシステム、日本アスペクト・ソフトウェア、日本アパイア)からそれぞれ授与された。

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を目的に、Webによる公募からレポートの相互評価というオープンな表彰制度”として2004年から開催されている。今回は、製造・金融・運輸・サービス業など

センターを中心に全社業務改善を図る幅広い取り組みなど、多岐にわたる申請が集まった(図参照)。

狙い・成果・独自性・規範性—— 審査における“ 7つの基準 ”

最終審査会に先立ち、6月には参加企業が参集しラウンドテーブル形式で申請内容を説明する2次審査会(1次はWeb投票)が行われた。審査員は、申請用紙およびその発表内容に基づいて、以下の7つの視点で4段階評価を行った。

背景・課題・目的についての説明が明確か、施策の内容(期待した目的を達成するために実行された内容が具体的に示され適切に実施されたか)、成果(施策の成果が具体的に示され、期待された効果が得られたことがわかる内容か)、工夫・独自性・新規性(着想・実施施策などに工夫や独自性があるか、斬新さや目新しさを感じる内容か)、

モデルとしての模範生・応用性(他社への適用も可能で、普遍的に業界水準向上に貢献する内容か)、取り組みの高度さ・難易度の高い取り組みの評価(取り組み条件の複雑さ・困難さ・組織の大きさなどに

起因する施策の難易度、但し、運営経験年数や会社規模を勘案)、各審査員独自の評価点。

これに、参加企業間の相互評価の結果を合わせて5部門の部門賞および3社の審査員特別賞を決定した。

今回の申請内容について、審査員の谷口 修氏(イー・パートナーズ代表)は、「(アワード創設から)3年目を迎えて、申請各社の応募内容はますます表現力に富み、起承転結のわかりやすい内容になっています。各社共にセンター運営の本質的課題に真摯に向き合い、正攻法で対処されている様子がよくわかるレポートでした。永遠の課題である『顧客対応』へのあくなき挑戦の過

程と成果が、業種業態を超えて共感と呼んでいると感じるアワードでした」と振り返った。

精度高めたレポートでプレゼン金賞はDHLジャパンが受賞

最終審査会では、5つの部門賞および3社の審査員特別賞受賞企業が、プレゼンテーションの内容をグレードアップして説明。いずれも精度の高いレポートとなっていたが、3賞に関しては以下の点が発賞の決め手となった。

ディー・エイチ・エル・ジャパンは、高い生産性目標(同社の場合、放棄呼率0.1%以内、サービスレベル「10秒以内に90%以上のコールに回答」)が要求されるインバウンド・セ



左からリコーの馬場裕一郎氏(銀賞)、DHLジャパンの小川景徳氏(金賞)、ソニーの岡本英央氏(銅賞)

ールドでの保守をサポートする専任SA(サポートエージェント)からの問い合わせ対応の品質向上に取り組んだ。さらに、センターが主導となって専任SAに対する技術研修を実施することで会社全体のサービス品質向上にも貢献、センターの枠を飛び越えた取り組みが評価された。

ソニーは、昨年審査員特別賞を受賞した「初心者対応チーム」をさらに発展させ、ワイヤレスLANに関する問い合わせを専任化した取り組みが評価された。複雑な対応が必要スキルグループを独立することによって、たらい回しの発生やESの低下を防止している。

さらに、今年は審査員特別賞のなかから、ファンケルの「スペシャリスト育成プログラムと定着率向上施策」が追加されたレポートの精度の高さが評価され審査員特別賞・大賞として選出された。

クオリティの高いプレゼンテーションに数多くの質問も飛び交い、センターの規模や稼働年数、位置づけや機能などは千差万別ながら、人材管理をはじめ課題は共通していることが改めて認識された。

図 申請企業の概要

規模	50席以下	3社
	50～100席	3社
	100席以上	11社
設立年度	1980年代	3社
	1990年代	5社
	2000年以降	8社
	未公表	1社
業種	製造	6社
	金融	3社
	流通	1社
	運輸	1社
	サービス	4社
	アウトソーサー	2社
業務内容	問い合わせなどのカスタマーサポートが中心(一部申し込み受付含む)	8社
	テクニカルサポート	7社
	アウトソーサー	2社
申請内容(重複あり)	業務プロセス改善(主にコールセンター)	3社
	クオリティ向上	5社
	CS向上	3社
	全社業務改善の取り組み	4社
	HRM実践による業務改善	2社
	IT活用による業務改善	3社
	プロフィット創出・向上	1社

「コンタクトセンター・アワード2006」 各部門賞および審査員特別賞受賞企業

<プロフィット賞>
ディー・エイチ・エル・ジャパン:「カスタマーサービス系のエージェントにもセリングは出来る!」
<リーダーシップ(優秀人材)賞>
リコー:「コールセンターによる販売現場への技術サポート活動」
<プロセス賞>
ソニー:「専門チーム体制によるコールセンターオペレーションの改革の実現」
<IT賞>
NECフィールドینگ:「受付処理の効率化を目指した音声認識への取り組み」
<VOC賞>
松下電器産業:「グローバルVOC活動」
<審査員特別賞>
ファンケル:「スペシャリスト育成プログラムと定着率向上施策」(特別賞・大賞)
ソースネクスト:「電話サポート重視からWEBサポート重視への軌跡/24時間以内返信率指標の確立」
アイテック阪神:「コール履歴標準化によるミス削減の取り組み」