

「現場主導」「原点回帰」—— 高評価を得た“地位向上”に向けたカイゼン

参加企業が他社の取り組みを評価することで学ぶ——相互研鑽を第一義に回を重ねている「コンタクトセンター・アワード」。今年も25の申請が集まり、9社のファイナリスト(部門賞)が選出され、8月26日の最終審査会に臨んだ。今回、受賞申請の多くに共通するキーワードとなったのが「現場主導」「原点回帰」の2点。“現場の目線＝顧客の目線”であることを前提とした取り組みが参加者の共感を集めた。受賞企業の申請内容をダイジェストでまとめる。

今回で6回目を迎えた「コンタクトセンター・アワード」(主催:リックテレコム「コンピューターテレフォニー」、共催CCA)。日々、コール/コンタクトセンターで実践されている業務改善に向けた取り組みを参加企業が共有、相互研鑽することを最大の目的としており、今年は25のレポートが申請された。参加企業の顔ぶれは、業種もさまざま、センターの運営規模や年数も異なる。それでも、「他社の取り組みを参考に自社センターを進化させたい」という高いモチベーションのもと、審査会では多数の参加者が集まり、活発な

質問や意見交換がされていた。

今回の審査部門は、昨年の「オペレーション」「ストラテジー」「ピープル」「テクノロジー」に加え、「アウトソース/ヘルプデスク」が追加された(定義は実施概要の図参照)。

審査プロセスは、Webにアップロードされた各社の申請資料および一次審査会のプレゼンテーションをもとに参加企業の投票および審査員の採点によって各部門賞を決定(受賞企業一覧を参照)。最終審査会では改めて部門賞各社が発表し、審査員による協議によって最優秀部門賞が決定した。

最優秀部門賞は、アリコジャパン、ぐるなび、富士通コミュニケーションサービス、日本ランズエンド、テレマーケティングジャパンの各社。いずれも最優秀部門賞は初受賞となった。

課題の抽出、施策の効果—— 6つの審査基準で評価

一次審査会は、多くの申請を直接聞くことができるようにするため、今年は2日間に分けたうえで、各日2つのセッションが同時に進行した。参加企業は、興味を持ったセッションを自由に聞くことができる。審査だけでなく、相互研鑽の意味でも最も重要なプロセスといえる。

なお、7名からなる審査員は、以下の基準で審査を行った。

背景・課題・目的:的確な背景説明があるか、経営・運営課題が示されているか、解決の明確な視点、目的・戦略の有無 実行された施策:目的達成の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:成果が具体的に示され、期待効果が得られたか 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、斬新さや目新しさの有無 モ

「コンタクトセンター・アワード2009」部門賞受賞企業と申請タイトル

<オペレーション部門賞>

アリコジャパン「コールセンターオペレーション改善への取り組み～628日間の奇蹟～」
ベネッセコーポレーション「『顧客接点の効率を最大化しCS改善を目指すプロセス』——繁忙期に“つながりやすさ”を確保してお客様にファン・シンバになっていただく」

<ストラテジー部門賞>

ぐるなび「『絆』可視化への挑戦」
リクルート「ありがとうWillbee『楽しく働きたい』から始まる相談員発信の取り組み」

<ピープル部門賞>

富士通コミュニケーションサービス「『富士通人事総務サービスセンター One for all, all for one!の実現』～素人集団がプロ集団に変わった!～」
ソフトバンクBB「FLAT7～e-Learningを活用したスタッフ教育体制の構築～」

<テクノロジー部門賞>

日本ランズエンド「手作りイントラネットによるオペレーションの効率化～アバンダン・レート1%以下への挑戦～」
クロス・コンセプト「モバイルユーザーの満足度の極大化を実現したコンタクトセンター～1000万人のモバイルサイトカスタマーセンター運営と、モバイルユーザーへの対応の秘訣～」

<アウトソース/ヘルプデスク部門賞>

テレマーケティングジャパン「コールセンターにおけるQCサークル活動をベースとした『小さな改善』活動の導入と推進の成功事例」



コンタクトセンター・アワード2009実施概要

・審査プロセス

Webサイトによる申請資料のアップロード・公開、全申請企業参加による一次審査会、を
もとにした参加企業の投票、審査員の審査によるファイナリスト(部門賞)選出、最終審査会で行われ
たファイナリストのプレゼンテーションをもとに審査員が最優秀部門賞を選出

・部門賞

オペレーション部門:運営効率・品質を高めるための施策と成果に焦点を当てて評価
ストラテジー部門:経営貢献・顧客資産価値向上のための戦略的施策と成果を評価
ピープル部門:センターの資産である人材に関する施策と成果を評価
テクノロジー部門:コールセンター運営に際して、技術の適用と活用に関心を当てて評価
ヘルプデスク・アウトソーシング部門:アウトソーサーの運営能力の向上による成果ならびにヘルプ
デスクに特化した業務改善の成果を評価

審査員

山下 辰巳(HDI-Japan 代表取締役CEO)
木村 真理子(DHLジャパン 執行役員・カスタマーサービス本部本部長)
玉本 美砂子(JBMコンサルタント代表)
斉藤 勝(イースマイル 代表取締役)
矢島 竜児(リックテレコム コンピューターテレフォニー編集部 編集長)
谷口 修(CCA 代表)

主催 / 共催 リックテレコム / CCA

協賛

ゴールドスポンサー:日本アパイヤ、富士通、NEC、ジェネシス・ジャパン、エス・アンド・アイ
シルバースポンサー:野村総合研究所、エンビレックス、GNネットコムジャパン
スポンサー:KDDIエボルバ、プレステージ・インターナショナル、NTTソルコ (いずれも順不同)

得た。

最優秀ストラテジー部門賞のぐるなびは、出稿企業へのアウトバウンドによるアプローチを重ねるだけでなく、その親密度を独自の判定基準によって「“絆”の指標」として測定。ビジネスKPIともいえる斬新な取り組みが高い評価を受けた。

最優秀ピープル部門賞の富士通コミュニケーションサービスは、富士通グループ全体の人事総務コールセンターという極めて難易度の高い案件に対し、現場主導のグループ再編成やスキルアップ施策といったマネジメントを実践。苦心の末に軌道に乗せたプロセスが評価された。

最優秀テクノロジー部門賞の日本ランズエンドも、現場が構築したイントラネットをフル活用し通販企業の

宿命ともいえるべき呼損率改善に取り組み、目標である「1%以下」を達成、さらに秘められている進化の可能性を含めて高い評価を受けた。

最優秀アウトソーシング/ヘルプデスク部門賞のテレマーケティングジャパンは、これも現場主導による「QC活動」の概要と成果を報告。継続が難しいといわれる同活動をさまざまなマネジメント側の配慮や機能提供で支援しており、インハウスの運営企業からも共感を集めていた。

今回の受賞企業に通じるキーワードは「現場主導」であり、まさに本アワードの趣旨である「コールセンターの地位向上」に直結する取り組みだったといえる。次ページからは受賞企業各社の申請内容を紹介する。