

キーワードは「見える化」「ASP」 136 企業・団体が 688 ソリューションを紹介

2007年11月16日、17日の両日、コンピューターテレフォニー誌、CMP ビジネスメディアが主催する「コールセンター / CRM デモ&コンファレンス 2007」が開催された。今回の総合テーマは、「五年後の『to be』」。展示会では、136企業・団体が5年後を予見させる最新ソリューションを紹介。これからのコールセンター / CRM の「to be(=あるべき姿)」を実現する製品・サービスを訴求した。

コンピューターテレフォニー誌および、CMP ビジネスメディアが主催する「コールセンター / CRM デモ&コンファレンス 2007」が、11月16日、17日の両日、東京・池袋の池袋サンシャインシティ・文化会館で開催された。

第8回目を迎えた今回の総合テーマは「五年後の『to be』」。最新ソリューションの展示、出展各社のワークショップ、プライベートセミナー、特別コンファレンス、そして実践研修講座を通じて、今そこにある課題への現実解と、数年後の「あるべき姿(=to be)」について提示するという意味が込められた。

実践研修講座テーマを大幅に拡張 KPI 管理、クレーム対応に人気集中

特別コンファレンスのテーマは、

「『HRM』『クオリティ』センターマネジメントの真髄を探る」。ともに「永遠の課題」と称されるコールセンターの「人材」と「品質」について、大学教授や事例企業による講演がなされ、パネルディスカッションでは熱い議論が交わされた。景気回復に伴う非正規雇用者層の減少は、労働集約産業であるコールセンターに大きな影響を与えている。オペレータの雇用環境を整備し、離職率低減の施策を打たなければ、品質にも打撃を与えかねない。現在の就業環境の改革こそが、数年後にあるべき姿として現れることが両日を通して語られた。

プライベートセミナーでは、テレマーケティング会社のNTTソルコが、「経営戦略の一翼を担う！ コントラクトセンター運営 ～顧客接点の強化が

お客様との信頼関係を強固にする～」をテーマにした5つのセッションを行った。同社ヒューマンキャピタル部の後藤敦子トレーニングマネージャーは、人材育成のキーマンであるトレーナー育成について講演。先日、米国ラスベガスで開催されたコンタクトセンター表彰制度「The Contact Center World Awards 2007」でベストトレーナー部門金賞を受賞した、同社の人材育成モデルについて解説した。一方、COPC-2000規格で知られるプロシードは、「事例発表セミナー 検証：COPC導入の戦略と成果」と題したセミナーを開催。COPC規格認証を取得した3企業による規格導入効果についての事例紹介が行われた。

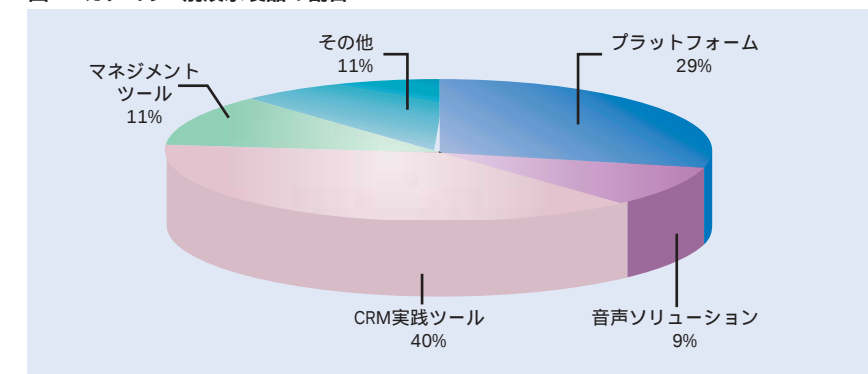
実践研修講座は、前回から始まったインタラクティブな研修形式のトレーニング講座。今回はテーマを大幅に増やし、9つの講座を開催している。人気が高かったのは「実践！ KPI マネジメント講座」や「実践！ クレーム対応講座(初～中級編、上級編)」など。やはり、いま目の前に立ちはだかる課題に対して、いかに立ち向かうかに頭を悩ませているコールセンター・マネージャーが多いことが窺える。問題を1つひとつクリアすることで、あるべき姿に近づいていくといえる。

なお、前日の15日には、米国で高い評価と実績を持つ「ICMI コールセンター教育コース」の日本上陸と2008年度からの本格的展開に伴い「『ICMI教育コース』オープニングセミナー」(主催：CCA)も開催、100名以上の出席者を集めた。

お客様相談室・製造・通販—— 中小規模向け業務アプリに勢い

展示会は、コンファレンスやセミナー以上の賑わいを見せた。今回の出展者数は合計136企業・団体。ハード / ソフトウェアベンダー、SI企業、テレマーケティング会社、地方自治体などが、「コールセンター / CRM」をテーマに、統合パッケージからポイントソリューションまでの、多彩な製品・サービスを紹介した。その数は、ソリューション・ベースでのべ688製品に及んだ。出展者によっては展示品が重複したり、製品によってはソリューションのカテゴリーをまたがる場合もあるため、実際に紹介されてい

図2 カテゴリー別展示製品の割合



るアイテム数は若干目減りするが、それでも600以上の製品・サービスが一堂に会したといえる。

カテゴリー別の割合を見ると、CRM実践ツールが4割、プラットフォーム系が約3割、他が1割といった構成。最も多いCRM実践ツールの中でも、コールセンター・アプリケーションは群を抜いていた。とくに、お客様相談室や製造、通販といった業種業務別テンプレートを備えたパッケージ製品が数多く出展されており、これまでセンターを開設してこなかった中小規模の企業にもコールセンターを構築する機運が

高まっていることを窺わせた。

お客様相談室は、どんな大企業でも20～30席程度で運営されていることが多く、顧客対応に利用するアプリケーションも、一般的なグループウェアを活用したり、MS ACCESSなどの汎用データベースで自社構築している場合が少なくない。こうした企業に向けて、比較的安価で多機能なパッケージを訴求する企業が多かった。

また、製造業向けには、フィールドサポートを支援する製品が目立った。電話を受けて障害内容を登録、サービスマンをアサインし、モ

図1 カテゴリー別ソリューション分野の一覧

プラットフォーム	PBX / UnPBX、音声ボード(回線・音声処理)、CTI、CRMミドルウェア、アウトバウンドツール、IPテレフォニー
音声ソリューション	IVR、音声認識・合成
CRM実践ツール	コールセンターアプリケーション、ヘルプデスク、Eメール処理、SFA、モバイルソリューション、ナレッジマネジメント、FAQ、テキストマイニング、データマイニング(BIツール)、ユニファイドメッセージ、ボイスポータル、Webマーケティングツール
マネジメントツール	ボイスロギング、エージェンツ管理ツール、WFM ツール、eラーニング
その他	ファシリティ(ヘッドセットなど)、セキュリティ、テレマ / アウトソーシングサービス、ヒューマンリソース、ロケーション、ERP、SCM、その他



136 企業・団体が 688 ソリューションを披露



パイル(携帯電話)のGPS機能と地図情報を連動させて移動・到着・作業開始・完了・退出のステータス管理を行う。一昔前であれば、大規模なフィールドサービス企業が活用していたシステムをコンパクトに利用できるようにしたイメージだ。

プラットフォーム製品は、コールセンターの基盤であるだけに多くの来場者を集めていた。例えば、沖電気工業は2007年初頭にリリースしたIPコンタクトセンターソリュー

ション「CTstage5i」を展示。実機によるデモやブース内シアターでの導入事例紹介を行った。また、日本アバイアやジェネシス・ジャパンなどは、デモンストレーションにおいて、それぞれの主力製品の機能を活用した新時代のコンタクトセンター像を解説、多くの耳目を集めた。

運用・プロセス・VOC 分野を問わず“見える化”訴求

今回の展示会でとりわけ強調さ

れていたのは“見える化”だ。これは、近年になって雑誌や講演などで頻繁に取り上げられるキーワードで、来場者の関心も高い。

今回の展示会でも、とくにどの分野のソリューションでという区別があるわけではなく、あらゆる場面で“見える化”が訴求された。例えば、日本アバイアの「Agent MAP」やアートソフトの「ArtFront」などは、コールセンターの稼働状況を可視化する。また、野村総合研究所はテキストマイニングツール「TRUE TELLER」を使って顧客の声に含まれる経営のヒントを顕在化させるといった具合で、その意味するところは広い。SI企業でも、富士通は「GLOVIA smart CRMナレッジセンターパック」を、NECは「CSVIEWシリーズ」を展示し、各々に顧客の声の“見える化”の重要性をアピールしていた。さらに同2社は、ワークショップにおいても“見える化”をテーマにした講演を行い、多くの来場者の耳目を集めた。

また、WFMツールを展開するP&Wソリューションズは「Sweetシリーズ」を紹介し、センターの稼働実績や生産効率をビジュアル的に把握するデモを行っている。前述したフィールドサービス系のパッケージを紹介していたオー・エイ・エスでも、ステータス管理におけるサービスプロセスの“見える化”を訴求していた。この他、テレマーケティング各社も顧客の声の分析・可視化から生まれる新たな戦略立案、マーケティング活動への展開、上流

工程への情報還流などについて、自社ブースで解説を行った。

“見える化”は、関係するスタッフの誰もが直感的に情報を把握するための施策である。センター運営やCRM実践においても、他者との迅速な意識合わせを行える方法として、幅広い分野で適用され始めている。

導入しやすさをアピール！ ASPサービスが豊富に展示

展示会におけるもう1つのキーワードは「ASP」だ。導入する企業は、とくに大きな設備投資を行うことはなく、サービス企業からネットワークを介して必要な機能を月額費用で提供してもらう。カテゴリーは、コールセンター・インフラからアプリケーションまで幅広く、これから新たにセンターの開設を検討する企業や、キャンペーンなどで一時的に席数を拡張したいといった企業などに魅力的なサービスだ。

キャリア系のIPセントレックス機能を使ったコールセンター・インフラのASPサービスとしては、NTT東日本が「ひかりコールセンタ」、NTTネオメイトが「AQStagePF IPコールセンタシステム」を紹介。ITベンダーでは、コラボスが「エニブレイス(インバウンドシステム)」「ASPダイヤラー(アウトバウンド)」「トークフォルダー(通話録音システム)」「コラボスCRM(顧客情報管理)」といったサービス群を揃えていた。また、テレマーケティングジャパンやNECフィールドディングなど



“見える化”、ASPがキーワードに

は、オペレータなどの人材提供も含めたサービスを訴求した。

一方、アプリケーションでは、コールセンターやフィールドセールスで利用するセールスフォース・ドットCOMの「Salesforce」、東電通のWFMツール「CastingTable-ASP版」、横河電機のサービス情報配信システム「CSS-NET」などが紹介されていた。

会場5カ所に設置されたワーク

ショップ会場では、2日間で70セッションが開催された。出展各社による最新ソリューションの紹介、導入事例、これからの提言など、さまざまな内容に立ち見が出るほどの活況を見せる企業もあった。また今回は、“顧客の声”をポイントに挙げるセッションが多く、いかに有効活用するか、いかに“見える化”するかの取り組みに多くの時間が割かれていた。



前年同様、IPソリューションの出展も目立った(上) 立ち見も出たワークショップ(下)