

特別企画

# Call Center DEMO & CONFERENCE CRM 2002

## 誌上レビュー

Part.1 コンファレンス  
10社の事例を中心に“構造変革”に迫る

Part.2 デモ&プライベートセミナー  
相次ぐ新規参入・機能拡張 — キーワードは“IP統合”

# 東京海上・三井住友・スルガ銀行など10社が参加 ユーザー事例を中心に構造変革に迫る

第3回目となる今回のコンファレンスでは、経営・運営課題に答えることを目的に、3つのパネルディスカッションと4つの個別セッション、2つの事例検証が行われた。ユーザー事例が多く、東京海上火災保険、三井住友カード、大塚商会、日本航空、クレディセゾン、CSK コミュニケーションズ、GE エジソン生命保険、スルガ銀行や、テレマーケティング会社のトランス・コスモス、テレマーケティングジャパンの計10社が参加。自社が実践するさまざまなセンター運営ノウハウや取り組みについて紹介を行った。

## 基調パネルディスカッションは 内部構造と外部構造の変革がテーマ

第1日目の基調パネルディスカッションは、今回のコンファレンスのテーマでもある「いま求められるコールセンターの構造改革」。テレフォニー社長の水野雅弘氏がコーディネーターとなり、コールセンター運営管理者の立場から、東京海上火災保険 業務管理部カスタマーセンター室室長の平山茂人氏、三井住友カード テレコムサービス部長（兼）カスタマーデスク統括部部長の佐伯司氏、大塚商会 カスタマーサービス推進部サービス品質管理課課長の伊藤幸男氏の3氏がパネラーとして

参加。コールセンターに問われる企業内の“位置付け”や“重要性”について、熱い議論が交わされた。

第2日目の基調パネルディスカッションは、コールセンターの外部構造とも言える立地に着目し、「地方か、都心か？ コールセンターの最適ファシリティ」がテーマ。プロシード マネジメントシステムグループCOPC事業部長の畑中伸介氏をコーディネーターに、中国・上海や北九州にセンターを構えるテレマーケティングジャパン社長の小森恵子氏、沖縄県コールセンター産業協会会長を務めるCSK コミュニケーションズ社長の川本久敏氏、GE エジソン生命保険 カスタマーケアセン

ター カスタマーサービスゼネラルマネジャーの小林智由氏の3氏が、自社事例を踏まえた地方立地のメリット/デメリットを語り合った。特に、GE エジソン生命保険は、中国・大連のセンターで日本人顧客の対応を行う事例を紹介し、関心を集めた。また、トレーナーの立場から、コミュニケーション・アカデミー社長の黒田真紀子氏が、各地方のエージェントの特性などを語った。

## “情報還流” “業務改革” がキー 三井住友カード、スルガ銀行事例紹介

もう1つのパネルディスカッションは、未来型センターを予見する、「ブロードバンドで進化するコンタ

クトセンター」がテーマ。コーディネーターはテレフォニーダイレクト社長の金子はな子氏。パネラーとして、システムベンダーの立場からアダムネット 取締役営業本部副本部長の中谷克久氏と日立製作所 ユビキタスプラットフォームグループモバイル端末事業部 事業企画本部 Net-PDA ビジネスユニット担当部長の荒井達郎氏が出席、ユーザーからは日本航空 監査役室次長の久保田正晶氏とクレディセゾン 営業本部営業計画部 取締役営業計画部長の横川三雄氏が参加し、アウトソーサーとしてトランス・コスモス 専務取締役の前川達史氏が加わった。ここでは、いつでもどこからでもアクセスできる「ユビキタスセンター」、画像配信による「顔の見えるセンター」などが取り上げられた。

2日目に行われた事例検証では、三井住友カードのテキストマイニング事例「テキストマイニングを活用した顧客の声を社内還流する仕組み作り」を同社商品サービス開発部部長代理の土井淳平氏が紹介。電話やEメールを通じて収集した“顧客の声”をマイニングし、商品・サービスの改善につなげるプロセスを解説。コールセンターを起点とした情



ブロードバンドをテーマにしたパネルディスカッション（上）、ジェネシス・ジャパン社長の手塚文孝氏（右上）、コールセンターパフォーマンストレーナーの三好加余子氏（右）



報還流の重要性について語った。

また、BPR（ビジネス・プロセス・リエンジニアリング）事例として、スルガ銀行 営業本部カスタマーサービス部長の中野隆広氏が、「CRMからコンシェルジュバンクへ」を講演。既存の「銀行」の概念を打ち破り、顧客の役に立つ“=コンシェルジュ”金融サービスの実践、トップダウンの業務改革について話した。

## コールセンターのROI、人材育成 個別セッションで分かりやすく解説

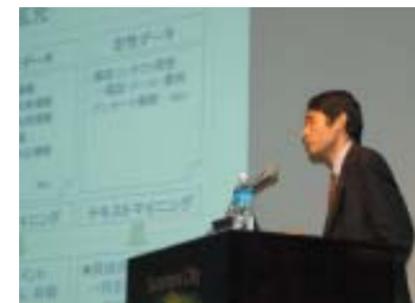
この他、個別セッションでは、ジェネシス・ジャパン社長の手塚文孝氏が、「コンタクトセンターのTCOおよびROIとは」のテーマで講演。コールセンターに求められるROIとして、コスト削減・売上

げ増加・CS向上・ES向上の4つを挙げ、いかに改善していくかを説明した。一方、人材育成に目を向け、「コーチングノウハウとその実際～応対品質の向上に向けて～」の講演を行ったのは、コールセンターパフォーマンストレーナーの三好加余子氏。コーチングとトレーニングの違い、コーチングのプロセス、効果的な手法について丁寧な解説がなされた。

また、本誌連載からの特別講演も実施。コンタクトセンター運営コンサルタントの倉木優子氏が、「米国コールセンター最新事情～米国での戦略とその環境～」を語った。さらに、クオリティ・ソーシング社長の西島和彦氏が、2日間の締め括りとして「コール/コンタクト・センターの勘どころを考える～2日間のコンファレンスで分かったこと～」を講演。各プログラム後に回収した受講者アンケートを基に、疑問・質問・難問に解説を加えた。



テレフォニー社長の水野雅弘氏コーディネートによる基調パネルディスカッション（左）と、プロシードCOPC事業部長の畑中伸介氏による基調パネルディスカッション



三井住友カード商品開発サービス部部長代理の土井淳平氏（左）と、スルガ銀行営業本部カスタマーサービス部長の中野隆広氏

# 相次ぐバージョンアップ、新規参入—— IPベースのチャネル統合ソリューションが過熱

「第3回コールセンター/CRM デモ&コンファレンス」では、前回と比較して、IPをベースにしたチャネル統合ソリューションの過熱ぶりが目立った。背景には既存製品の機能拡張のみならず、新たに市場に参入した新興ベンダーの製品ラインナップの集結がある。また前回同様コールセンターの業務効率化を促す製品群が出揃う一方で、センターのプロフィット化を反映し、分析系ソリューションの比重が高まったのも今回の大きな特徴、デモに聞き入る人々の真剣な眼差しが市場ニーズの高さを物語っていた。

展示会では、PBX/UnPBXやCTIミドルウェアをはじめとするコールセンタープラットフォームからCRMアプリケーション、Webソリューションまで計約100のソリューションが紹介された。

とりわけ注目を集めたのが、音声、データ、IPなどのマルチチャネルを統合するコンタクトセンタープラットフォーム分野。例えば

沖電気工業は、IPベースのソフトスイッチ・モデル機能を搭載したコミュニケーション・プラットフォーム「CTstage 4i」を披露、音声と画像を駆使したリアルタイム・コミュニケーションのデモに多数の人が詰め掛けた。

IPネットワークをベースにしたプラットフォームとしては、この他、インタラクティブインテリジェンス

が「Interaction Center Platform」、旧デイボックスと旧セリットの統合で2002年設立されたコンチェルト・ソフトウェア・ジャパンが「アンサンプルプロ」をそれぞれ披露。また「Genesys6」でマルチチャネル統合分野をリードするジェネシス・ジャパンもIPネットワーク対応の新機能「IP Contact Center」を紹介したほか、NTTコムウェアが販売パー

トナーなど6社と連携し、VoIPによるバーチャルコンタクトセンターのデモを公開するなど、ユーザー企業側のニーズを先取りする先進ソリューションが次々と紹介された。

また、CRMを顧客視点からみた業務プロセス改革ととらえ、「Collaborative-CRM」のコンセプトのもと、コンサルテーションからシステム構築、導入、運用までカバーするソリューションを提案したのが、東芝e-ソリューション社。一方、松下電器産業は自社で蓄積したコンタクトセンターの運用ノウハウをもとにIVR、電話受付、メール受付といった基本ワークフローに、音声認識、声紋認証、FAQナレッジマネジメントなど最新技術を組み込んだ「MediaLogueシリーズ」を紹介した。



IPベースのコミュニケーションプラットフォーム「CTstage4i」を披露した沖電気工業（左）と次世代コンタクトセンターソリューションを提案したトランス・コスモス



## 音声認識、Eメール処理、eセルフ効率アップ促す製品が人気

コールセンターの運用コスト削減の観点から、音声認識/合成システムやEメール自動処理ツール、eセルフサービス提供ツールへの関心も集まった。

音声認識エンジンはオムロンが

「Nuance」を活用したデモを公開、また音声合成エンジンとしてアニメが「FineSpeech」を展示するなど、各社ともにIVRと連動したコール処理の効率化やボイスポータルなどのソリューション事例を紹介した。

Eメール自動処理では、外資系からカナ ソフトウェアやイーゲインジャパンなどが出展。従来、宛先メールアドレスや件名などで振り分け

## CRM デモ&コンファレンス プライベート・セミナー誌上レビュー Vol.1

### 沖電気工業 「CTstage 4i & IP ソリューションセミナー2002」

沖電気工業のプライベート・セミナーは、2002年7月にリリースした「CTstage 4i」を活用したIPソリューションの機能や事例を中心に2日間に渡って開催された。

その内容は、同社マルチメディアメッセージングカンパニーの坪井正志社長の基調講演「ブロードバンド時代の新しいコミュニケーションスタイルを提案するCTstage 4i」からはじまり、ランドスケープ・イメージ情報開発・日本ユニシス・SAPジャパン・システムバンク・ニッセイ情報テクノロジー・マイクロソフトといったパートナー各社のソリューション解説と、事例紹介など多彩なメニューでほぼ毎セッションが満席に埋まった。坪井社長は、「CTstageは、96年の

リリース以降、ユーザーのニーズを機能に反映することで高いスケラビリティを持つコミュニケーション・システムに成長してきました。とくに、4iの登場でSOHO向けからキャリアのIPパブリック・サービスまで、あらゆる規模・用途のリクエストをサポートできます」と最新バージョンの拡張性をアピールした。

CTstageの大きな特徴にあげられるのが、連携するアプリケーションの豊富さ。今セミナーでは、「Peoplesoft8 CRM」を活用したブラジル銀行の事例、アウトソーサーのランドスケープでの活用、日本ユニシスとの連携ソリューションが紹介された。また、「Microsoft .NET」との連動によるIPソリューション紹介



「CTstage4i」を説明する坪井社長

はとくに多くの来場者の興味を集め、IPネットワークに対する関心の高さが伺われた。

また、事例では、テレホンバンキング、テレマーケティング、オートコールの3システムを統合した金融系コールセンター（システムバンク）と損保会社でのGIS連動型センター（ニッセイ情報テクノロジー）、電話秘書代行サービス会社のテレネットでの4iによるコールセンター・システム「Venus」が報告された。

## CRM デモ&コンファレンス プライベート・セミナー誌上レビュー Vol.2

### NTT ソルコ 「戦略的コンタクトセンター」実現のためのソリューション

NTTソルコのセミナーは、コンタクトセンターを企業のマーケティング拠点として機能させる、より高度な運営手法をテーマとしたもの。

基調講演では、東京工科大学工学部情報工学科の菱沼千明教授が「ブロードバンド時代のマルチコンタクトセンター」をテーマに、IP統合やマルチコンタクトなど、新時代のコンタクトセンター機能や導入効果について解説。

「ブロードバンドの普及は、チャネルの多様化を加速させます。それに伴い、コンタクトセンターの管理者業務も変化し、例えばスーパーバイザーはコンテンツマネージャーとしての役割が強まると予想されます。どのサ

ービス・コンテンツをどんなやり方で配信するかなど、ライブ感覚やセンスが要求されるようになるでしょう」と今後のセンターのあり方を示唆した。

また、現在のコンタクトセンターに潜在している課題・問題点を明らかにし、「あるべき姿」を提示する「コンタクトセンター診断」や戦略的コンタクトセンター運営に必要なデータ分析手法など、全体に「将来像」をテーマとしたメニューで多くの来場者の関心を呼んだ。

コンタクトセンター診断では、現況を探る調査・分析から問題点の抽出、課題整理などをベースにした報告書作成と業務設計の必要性を訴求。データ分析手法では、データマイ



「BB時代のコンタクトセンター」について解説する菱沼教授

ニングによる顧客情報の活用を集計作業から具体的な検証まで幅広いアプローチで解説した。

最後には、大手インターネット・サービス・プロバイダである、ぶららネットワークスのブロードバンド事業や、同社の顧客満足度向上に貢献しているコンタクトセンターのサービス「ぶららダイヤル」の紹介も盛り込まれた。

を行うのみだったツールに、日本語解析機能による振り分け細分化、回答メールの自動生成・返信など、ナレッジベースとの連携機能を新たに盛り込んだ製品が紹介された。

一方、eセルフサービス関連では、三井RightNowテクノロジー（三井

物産）が「RightNow」の最新バージョン「RightNow eService Center」を披露、Eメールでの質問受付とFAQ検索を連携させたカスタマーサポートのデモが注目を集めた。

センターの生産性向上を目的としたワークフォースマネジメント

（WFM）の分野では、オムロンソフトウェアがWFM支援ツール「PrimeTime」や座席表生成ツール「アサインミー」を出展したほか、新製品としてエージェントスキルを多角

的に評価するスキルマネジメントツールを紹介。さらにクオリティマネジメント分野では、ウィットネスシステムズや日本ユニシスが「eQuality」製品シリーズから「Balance」と「Evaluation」のデモを行った。

### プロフィット化背景に分析系ツールの比重高まる

CRM関連では、日本ピープルソフトが「PeopleSoft8 CRM」、SAPジャパンが「mySAPCRM」、エピファニー・ソフトウェアが「エピファニースマートCRM」、プライムシステムやアイザックなどが「Onyx」といったCRMパッケージ製品をそれぞれ紹介したが、今回とりわけ人気を集めたのが「アナリティカルCRM」をテーマにした分析系ソリ

ューション。市場の高いニーズを反映し、ベルシステム24やテレマーケティングジャパン、もしもしホットラインなどの大手テレマーケティング会社がNRIの「TRUETELLER」に代表されるテキストマイニングツールを活用したデモを公開したほか、大手SI企業から日本IBMや富士通が「DB 2 Intelligent Miner」、「SymfoWARE」といったデータマイニングツールの運用ノウハウを披



オーエスアイ・プラスはブロードバンドルータの高性能を（左）、ビッツページはCRMパッケージのカスタマイゼーションノウハウの確かさをそれぞれ強調



市場ニーズを先取りしたソリューションを求めて多数の人々が詰めかけた。



「真のユーザビリティ向上」をキーワードに出展したアダムネット

露、バンダーからコマツソフトがテキストマイニング技術を搭載したVextシリーズ、アグレックスがデータクレンジングツール「トリリアム」などをそれぞれ紹介した。

さらに、フロントオフィスからバックオフィスまでカバーするトータルソリューション提案企業として、トランス・コスモスや伊藤忠テクノ

サイエンス、NTT-ME、川鉄情報システム、アダムネットなどが先進事例を交えたプレゼンテーションを行ったほか、CTIボードやロギングシステムなども展示され、製品バリエーションの充実は大幅に前回は上回った。2日間にわたった多彩な展示は、企業のカスタマー担当者に問題解決への指針を示したようだ。

## CRM デモ&コンファレンス プライベート・セミナー誌上レビュー Vol.3

### 富士通 「成功に導く次世代CRMに向けて ～真の顧客志向とは～」

富士通は、自社ソリューション「CRM21」をコアに、eCRM、ビジネスインテリジェンス（BI）、統合コンタクトセンターの各キーワードに則したセッションを開催した。

CRMソリューション事業部の小池隆康部長は、CRMを成功に導く条件として「経営戦略の策定、人・組織の確立、業務フローの抜本的改革——の流れを踏襲したうえで、IT、とくにデータベース・チャネル統合、基幹システムとの連携に着手することが重要なポイントです」と説明。

具体的なソリューションとして、同社のコンタクトセンターパッケージである「BroadChannel」を活用した統合センターやeCRMを実現するテンプレート群「Interstage

Solution Suite」、BI製品「Symfoware」の機能を紹介した。

インターネット・チャネルのコンタクトセンターでの統合や、DBの一元化は、ここ数年、ユーザー企業にとっては最大の課題として捉えられており、これをパッケージ製品をフル活用して、短期で実現する同社のソリューションに対する出席者の関心は極めて高かったようだ。

また、次フェーズの課題であるデータ分析の領域では、BIの推進を強力に訴求した。

コンタクトセンター業務運用サービスプロジェクトの中村健司課長は、「コンタクトセンターのBIの活用はまだはじまったばかり。センターを企業の司令塔として捉え、営業活動



多数の出席者を集めた富士通のセミナー

やサポートに活かすにはデータ分析に基づいた「事業改革型CRM」を実現しなければいけません」とBIの必要性を強調した。

セッション全体を通じて、「次世代CRMのキーワード」を取り上げた富士通。これまでも、ユーザー企業のニーズを吸い上げ、それを短期/ローコストでの導入を可能とするパッケージ製品化し、強力に推進してきた。次世代CRMに向けた同社の今後のソリューション展開が注目される。

## CRM デモ&コンファレンス プライベート・セミナー誌上レビュー Vol.4

### エル・シー・エーコミュニケーションズ 「世界トップ水準コンタクトセンターへの Navigation」

日本エル・シー・エーは、米ベンチマークポータル社との提携により、コンタクトセンターの運営サポートサービスを国内で開始する。

今回のプライベートセミナーは、そのサービス開始に先立ち開催されたもので、米ベンチマークポータル社のブルース・ベルフィオーレ会長が来日、「コンタクトセンターのROIを測定する」というテーマで事例を交えながらわかりやすく解説した。

ベンチマークポータル社のサービスは、1995年から開始したバドュー大学のベンチマーキング事業をベースにしており、99年からオンラインで自己評価できる仕組みを整えている。

同社では、5000以上のコールセンターの管理データを蓄積しており、ユーザーはそこから最適な比較対象（ピアグループ）を形成し比較することができる。

今セミナーでは、主に米国のコンタクトセンター産業の状況とROI測定の手法などについて説明。

ROI事例では、スキルベース・ルーティングによるアップ/クロスセル、モニタリング/コーチング、ワークフォース・マネジメント（WFM）の各ソリューションによる改善でいかなる利益を生むかを解説。ベンチマークポータル社では、このように各ソリューションごとに導入効果の比較・検証を可能としている。



同社は、エル・シー・エーコミュニケーションズとの協業で国内のユーザー企業に向けてもサービスを展開する方針だ。ベルフィオーレ会長は、「コールセンターは本来、非常に戦略的なビジネス・プロセスであるはずなのに、投資効果をいう観点で抜けているケースが多い。まずは、従来のコストセンター、つまり企業の負債から資産へ転換することが必要。適正なベンチマーキングの実施でこれは可能となる。」とベンチマーキングの必要性を強調した。