

Contents

◇第31回 CCAJ スタディーツアー
海外コンタクトセンター事情視察
開催報告

◇第8回会員交流会を開催しました
◇協会日誌

第31回 CCAJ スタディーツアー 海外コンタクトセンター事情視察 開催報告

2019年10月20日(日)～2019年10月26日(土)の日程で、第31回「CCAJ スタディーツアー 海外コンタクトセンター事情視察」を開催しました。アメリカのサンディエゴ・ワシントン D.C. の2都市を訪問し、6社の視察を行いました。その模様をレポートでご報告します。

1 Golden State Water Company

訪問日：2019年10月21日(月)AM / サンディエゴ

カリフォルニア州が提供している水道、電気などのサポートセンター。州自治体ではコスト面を主な理由として運用しきれないため民間企業が請け負っている。

- ・1928年に設立され、2005年にカリフォルニア州全体をカバーしますという意味合いで今の会社名に変更された。
- ・水道事業契約件数：258,000件、電気事業：26,000件のユーザ数を保有。

■コンタクトセンター情報

- ・営業時間はアメリカ国内の州では唯一の24時間、週7日。年間36万件のコールを処理。公共事業で24時間サービスを行なっていることがこのセンターの強みでもある。

<センター運営人員>

- ・スタッフは23名(内、10名はホームエージェント)、SVは3名で構成されている。
- ・繁忙時などは人員不足になるため、州内の各支店に配属されているスタッフも対応をする。

- ・勤続年数1年～19年のスタッフが就業している。コールセンター勤務をすると、会社のすべての知識が習得できるため昇進する人が多い傾向である。

■特色

<センター運営品質>

- ・州が指定している運営品質がありこれを重要視している。
- ・AHTは3分以内で運用している。

<サービスレベル> ※2019年1月～6月時点

Performance Measure (パフォーマンス測定)	Score
30秒以内の応答	81%
放棄呼率	3%
対応品質	84%

<コールモニタリング>

- ・リアルタイムに聞く or 録音をランダムに聞く方法で主に実施している。
- ・SV1名に対してエージェント7、8名が配属されている。
- ・SVの主な役割としては2次クレーム対応およびエージェン



トのモラル向上。(「余裕を持たすマネジメント」、電話対応と請求書処理で忙しくミスを誘発しやすい業務環境のため、余裕を持たせることを重要視している。)

- ・ミッションは、コール数を減らし、コスト削減と余裕をもった対応を行う事。

<水道料金の請求書処理>

- ・およそ 280 万件 / 年の請求書に関する処理や問合せが発生しており、この解消が重要な課題になっている。そのため利用者ごとマイページの Online ポータルの取組みを行っている。

<Online ポータル導入の成果>

- ・導入後 40 万件あった問合せが 36 万件まで減少。
- ・53%の顧客が web から請求書を発行するようになり、大きなコスト削減効果が得られた。
※ アメリカの公共機関への支払いは口座引き落としではなく、顧客自身が振り込むことが主流。
- ・12 月から新サイトオープンを予定。TOP ページに重要な情報(請求書、水の品質、ナレッジベースの FAQ)を掲載し、「REQUEST」ボタンから問合せを簡単に行うことができる。リクエストはコールセンターで対応。

<CS 調査>

- ・終話後に自動でボイスメッセージが流れる。
- ・10 月 7 日～ 11 日は CS week だった。CS 調査の成績上位 3 名に 500 ドルずつを支給した。

[CS スコア] ※2019 年 1 月～ 6 月時点

【調査内訳】 Survey Category (調査項目)	Positive Rating (肯定的な評価)
CS Representative' s Ability to Listen (聞いてくれた)	86%
CS Representative' s Knowledge (答えに満足、知識がある)	89%
Overall CS (サービス全体の評価)	89%
GSWC's Reliability in Providing Water Service (当社の印象)	90%
First Call Resolution (1 回のコールで終わった)	78%

<スタッフトレーニング>

- ・採用後、初めの 3 週間に座学+モニタリングを行い、更に 1 週間で OJT という構成で実施。その内 1 日はリスニングス

キルのトレーニングも実施されている。

<ホームエージェント (在宅勤務)>

- ・ホームエージェントは BCP 対策の一環として導入。
- ・ホームエージェントは次の制約の基で運用している。

「1 人で作業可能な個室を持っていること」「6～10 年の勤務経験があること」「パフォーマンスが高い人、出勤率が良い人」が主要な条件。

- ・機器類の導入 / 設置のコストは会社持ちで 1,600 ドル～1,800 ドルかかる。

- ・セキュリティについては PC スクリーンキャプチャが標準化されており、エージェントの操作を記録している。

- ・スタッフと在宅勤務では待遇に差はない。

<従業員満足度>

- ・毎月イベントを行っており、従業員が食べ物や飲み物を持ち寄る。CS 調査上位の方へお祝いもあり、良い職場作りは常に心がけている。

<BCP 対策について>

緊急対策室を持っており、元々はホームエージェントなどもそこから始まった経緯がある。もしものときのバックアップオフィスがシアトルにあり、請求書の発行を行う場所はカナダに持っている。



■所感・レポート作成者

日本でもよく見られる典型的なコールセンターであると感じた。会社として、コールセンターのエージェントを尊重しており、Online ポータルも構築しているが、コールセンターの人員削減というよりも、コールセンターのエージェントに対する負担軽減の意味合いが強い印象だった。また、BCP 対策の一環として、機材導入にコストをかけ、一人で作業できる部屋があることなど制限付きの在宅勤務を取り入れていた。

(株)EP ファーマライン 藤野 仁美

(株)TMJ 石井 巧磨

ディー・キュービック(株) 長谷部 弘章

東京ガスカスタマーサポート(株) 鈴木 亮

2 FIRST FINANSIAL CREDIT UNION BANK

訪問日：2019年10月21日(月)PM /サンディエゴ

提供サービス：住宅・車購入のローンや、当座預金・車の保険加入のため、好みの車を探すサービス。

2019年10月現在で約35,000名の顧客。外部機関のCS調査で98.2%の満足度を得ている。

■コンタクトセンター情報

【コールチーム】

<体制>

- ・マネージャー：3名・リーダー：3名・エージェント：14名
※ ホームエージェント(在宅勤務)は実施なし
- ・コール数：2,200件/月

<対応情報>

入電時に顧客情報がポップアップされ、エージェントはその顧客情報を確認し、セールス可否判断を行う。(新しいローンを組むなど、顧客の動きから48時間以内にアプローチする)

【Webサイト・eメールチーム】

<体制>

- ・マネージャー：2名・エージェント：2名
(コールチームからの異動メンバーで構成)
- ・チャット数：480件/月

<各支店>

- ・各支店では、メンバー勧誘のアウトバウンドコールを実施
- ・インサイドセールス(クロスセル・アップセル)を実施

<設備>

PBX：クラウドコンピューティング

ツール：セールスフォース(プロファイル分析に活用)、自社システム

- ※ ネットワーク構築やシステムのメンテナンスは、自社IT部門にて実施

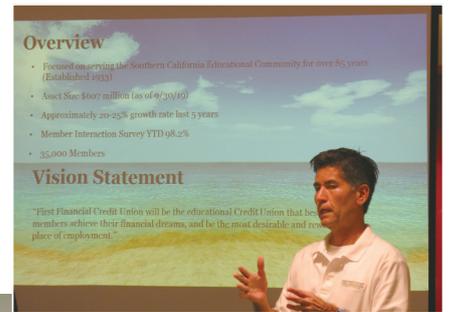
■社内取り組み

- ・ES調査も実施しており、その結果を基にイベント開催や優秀者の表彰を実施。常に働きやすい環境作りに力を入れている。
- ・Employeeプログラム：社長プロデュースのイベントを月1回のペースで開催、・トレーニングジムの開放、・月間優秀者の表彰など。



■質疑応答の内容

- Q. セールスを重要視すると、ATTが増えるがどのようなマネジメントをしているか?
- A. マネジメントはしていない。現在ATTが増えることは問題



と捉えていない。

- Q. エージェントへの教育は、どのようなことをしているのか?
- A. ニーズヒアリングのテクニック教育。コンサルタントとして対応できるようにしている。ニーズヒアリングスキル育成は、社長直轄の部隊で実施。
- Q. コールは減少傾向との事だが、コンタクトセンターの人数推移はどうなっているか?
- A. 10年間で200人から20人へ削減された。
- Q. 今後コールが減るにあたり、要員の削減はするのか?
- A. 削減しない。会員は増加傾向なので、現状維持の予定。新規採用も控える。
- Q. なぜコンタクトセンターを大切にしているのか?
- A. VOCが収集できるため。
- Q. 社長のビジョンはどのようにメンバーへ浸透させているのか?
- A. エージェントとウィークリーミーティングを行い落とし込みしている。
- Q. AIの活用予定はあるか?
- A. 問い合わせ内容の複雑化により、エージェントの代替はできないと考えているが、顧客分析には必要になると考えており現在調査中。

■所感・レポート作成者

社長からの説明で印象的だったのは、「BESTなテクノロジーはないが、BESTなメンバーはいる」と言われたこと。副社長はコールセンターエージェントとして入社し勤続25年。会社の離職率は3%以下。

離職理由は、異動や昇進によるものという実績の通り、廊下には社員と社長との写真が飾っており、社員を大切にしている

いる印象を受けた。技術的には特筆すべきものはないが、人材を大切に教育を行い会社の中核まで引き上げている姿勢は、今後少子高齢化が進む日本でも人材確保の上で、重要なポイントだと捉えた。また、現在はAIなどの導入はないが、2021年にセンター移転の計画があり、画面越しの対面サポートを行う予定。コンサルタントとして機能できるハイスペックなエージェントに対面という要素が加わることによって、今後どのようなサービスが展開されるか、どのような相乗効果があるのか、期待して今後の動向が知りたいと感じた。

トランスコスモス(株) 福田 愛季

(株)ディー・クリエイト 梶田 健一

ビーウィズ(株) 依田 匡



音声認識とは、人が喋った音声をテキストに変換する技術である。人によって高い声、低い声、早く話す人、遅く話す人、肯定のニュアンスか、疑問のニュアンスか、それらを判断する必要がある為、AIが発達した近年、ようやく、Google や、Amazon、Apple 社等が一般コンシューマ向けにリリースできるレベルまで来ているが、コールセンターでお客様の質問に回答する為に使用するレベルには達していない。

声紋認証は、声の質によって、個人を特定する技術である。

声紋認証にはアクティブボイス、パッシブボイスがある。アクティブボイスとは、自分のパスワード等口頭で伝え、その声紋を認証する方法。パッシブボイスとは、普通にエージェントと話をしているところの音声で認証を行うものである。LumenVox 社のパッシブボイスでは30秒ほどの会話で、個人を特定する為の声紋を取得し、次の会話では5秒ほどで、その個人を特定できるという。

【LumenVox 社の声紋認証の技術】

LumenVox 社ではその個人を特定するのに人が発する声の特徴を掴み、照合するのだが、以下の様な条件であっても個人の特定は可能だという。

- ・体調により声が枯れてしまった場合
- ・成長により声が変わった場合
- ・現存するPBXを通して伝わる声の場合
- ・現存する携帯電話を通して伝わる声の場合

また、照合の為には300人程度のサンプルが必要だという。この声紋認証には、AI(人工知能)の技術が利用されており、どの様に話をしているか等を学習しているという。

【声紋認証が必要とされる背景】

声紋認証の技術が必要とされる米国独特の背景がある。顧客が電話をかける度に、エージェントが認証の為の質問を繰り返す、互いにうんざりする時間や精神的負担を軽減する事も、もちろん可能でその効果はあるが、特に近年顕著なのは、企業に対して行われる詐欺行為である。

米国ではエージェントに対して補償に使用できる一定の金額の権限を持たせている事が多い。そこで、とある店で怪我

3 LumenVox
訪問日：2019年10月22日(火)AM / サンディエゴ
音声認識、TTS(Text To Speech)、声紋認証等、声に関するテクノロジーを自社で開発、リリースしている。創設されて18年目で、米国10州に加え、カナダ、ドイツのミュンヘン・ケルン、イギリスのロンドン、南アフリカにもオフィスを構える。東京と上海進出を検討中。

■コンタクトセンター情報

【音声の技術について】

CEOのEdward Miller氏曰く、TTS、音声認識、声紋認証の技術の中で、最も難易度が低いのがTTSである。テキストの文字情報を人の音声に変える技術である。並んだ文字列に対し単純に発音すれば良いわけではなく、単語によって通常と異なる読み方をするものや、文章にした際のアクセントの付け方など、様々なバリエーションがあり、そのバリエーションを網羅した発音が必要となる為である。





をした等のクレームをエージェントに申告し、その補償を繰り返し受け取る詐欺が横行している。この声紋認証があれば、繰り返しクレームを申告する人間を特定し、エージェントに注意喚起する事ができるのである。

この声紋認証の技術は現在 2000 社以上で採用されており、政府関連でもなりすまし防止の為に使用している団体がある。また、その他、金融関係やヘルスケア産業等、個人情報情報を慎重に扱う必要がある産業でも使用されている。

【LumenVox 社が予測するコールセンターの経過と今後】

昔はインバウンドで FAX が使用される事もあったが、これは予想通り減少している。手紙はほとんどないが、Email、SMS、SNS、チャットは増えていく傾向である。電話の使用量は当初減少していくという予想をしていたが、予想に反して増加傾向である。テレフォンセルフサービスも音声対応も増えている。20 年後、30 年後になれば、無人のコールセンターも現れるだろうが、コールセンターが解決すべき問題は複雑化しており、AI がそれを解決できるかは別問題だと、Edward Miller 氏は語る。

【質疑応答】

Q. 声紋認証について、他の言語への応用は可能か。

A. 他への言語への応用は可能。実際に応用し、使用されており比較的容易である。

Q. 声紋認証について、ノイズには強いのか？例えば現存する携帯電話での使用は可能か。

A. 現在使用されている携帯電話では可能である。

Q. 近年、この技術はすごいと思うものがあれば教えてほしい。

A. AmazonConnect、シスコのホスティングコンタクトセンター。(いずれも、クラウド型のコンタクトセンターソリューション)

■所感・レポート作成者

今回の視察の中で、唯一、コールセンターに関わる技術を開発する会社であった。

日本では「AI」という言葉がバズワードとなっており、「人間の仕事はAIにとって変わられる」や「AIが人間を超える日が来る」などと騒がれている。米国でのAIの捉え方は、ワシントンD.C.のCAPTEL社のCEOが「AIがエージェントにとって変わる事は決してない」と断言していた。LumenVox社のCEOもコールセンターがAIによって無人になるのは20年～30年後となるだろう、しかも、それはサービスによるだろう。と言っていた。その代わりに、LumenVox社の声紋認証ではAI

の機能を見事に活用し、サービスを実現していた。

米国での考え方では、AIは人間を助ける一つの機能であり、人間の代わりになるものではないという認識を正しく持っていた印象である。自分の事業を愛し、AIを正しく関わらせる為の具体的なイメージがそこにはあると思った。

今回の視察全般に共通して、事業目的・ゴールが明確であり、技術は手段として目的に則した選び方・使い方をしている企業が多かったことも印象的であった。

(株) アイネットサポート 高間 望

(株) EPファーマライン 田中 麻利子

(株) TMJ 北村 岳大

(一社) 日本コールセンター協会 藪 大地

4 Oceanside Dispatch Center

訪問日：2019年10月22日(火)PM / サンディエゴ

1906年設立のオーシャンサイド市警察ディスパッチセンター。サンディエゴから39マイル北に位置する人口約175,000人の海岸都市。オーシャンサイド警察は正規警察官228名、スタッフ84名が所属。

■コンタクトセンター情報

- 22名所属。1シフト約5名体制 / 内訳：3名受電対応、2名警官との無線対応。
- 24時間365日センター稼働。
- 年間約120,000コール対応。
- 電話と無線対応が主。携帯電話へのテキスト配信も実施。

<センター業務概要>

- 入電対応：911緊急、非緊急、インフォメーションコール。
- Reverse911：テキスト配信による登録市民や任務中警察官へ山火事や危険エリアのアラートシステムを導入。
- Twitter, Instagramを活用した情報配信。

【特色】

- (1) 市民と警官の安全第一を心がけている、独自開発のシステム上でオペレーションを遂行。
 - 色分けにより、コール属性(緊急、非緊急)と対応ステータス(急行中、対応中)などが即時に把握可能。
 - カリフォルニア州の緊急入電5分以内に警官現場到着義務を97%達成。
 - 複数の登録データベースのサーチエンジンを搭載し、即時に情報検索可能。
- (2) 業務独り立ちまでの徹底した導入トレーニング
 - 3週間の警察学校での研修実施。
 - 1年間のコールトレーニング(サイドモニタリングによるサポート)
 - コール業務習得後、無線ディスパッチ業務習得。

1 段階目:インクワイアリーチャンネル(令状、裁判所、レッカー要請)

2 段階目:プライオリティーチャンネル(配属警官との専属無線対応)

(3) 高待遇:時給 32 ドル(約 3,520 円)

- ・アメリカではコールセンター業務の待遇は一般的に高い。
- ・命に係わる実務のため、求められるスキルは高く精神的な負担は大きい。

【課題】

長期にわたる人材不足と育成

- ・28 名が理想人員だが、現在 25 名所属。
- ・研修 / 育成に 9 ~ 15 か月を要するため、業務独り立ちするまでの定着が困難。

(採用前の身元 / 身辺調査のみで約 6 ~ 8 か月必要、その後 15 か月育成)

- ・若年層育成:字を書くことが減った世代のためスペル間違いが多い。
- ・年配層育成:PC 操作、プログラム操作習得が困難。

【質疑応答】

Q.AI を業務上利用しているか?

A. サーチエンジンを豊富に搭載している。車のナンバー検索だけで、登録者情報だけでなく、反則金、その発生場所などあらゆる情報が検索できる。情報技術の進歩により、システム上でマップやテキスト配信などが可能になり、20 年前と比べ大きく変化している。

Q. 搭載システムは州全体で統一されたものを利用しているのか?

A. オーシャンサイド市警察独自のシステムを使用している。署内に IT チームがおり、メンテナンスを行っている。ソフトウェアは、外部企業と契約し開発。

Q. トークスクリプトは利用しているか?

A. ディスパッチでは利用していないが、消防では利用している。医療行為を必要とする緊急コールが入った場合、警官



を緊急配備後、コールは速やかに消防へ転送し、そこで人工呼吸や医療行為のサポートを実施。

緊急ディスパッチでは臨機応変で発信者に合わせた対応が必要なため、あえてスクリプトは利用しない方針としている。入電時に取材必要項目などはスクリプトではなく、体にしみこませ対応できなければ、市民と警官の命を守るための業務をすることはできないと考えている。

■所感・レポート作成者

- ・訪問した日の前の週に山火事が発生し、5 人体制で 1 時間に 250 本の電話対応をするほど繁忙だったが、訪問当日は落ち着いた様子で稼働していた。ところが、自分自身に火をつけるという緊急通報が入り、雰囲気が一変。緊急センターならではの出来事ではあるが、人命にかかわる業務を遂行する精神的負担の大きさに圧倒された。
- ・緊急通報の際など、同時に 4 画面システムで状況取材、確認、入力を同時にこなし、かつ冷静に状況判断の上対応するため、高いスキルが必要であり、ディスパッチャーたちは自身の仕事に誇りを持って対応している様子がうかがえた。
- ・緊急通報や、警察官の殉職など精神的トラウマを負う業務なため、その際もしっかり従業員をサポートする体制を構築していると感じた。仲間意識が強く、ピアサポートという同僚同志のケアプログラムが提供され、認定を受けたカウンセラーが勤務している。
- ・エンドユーザーが対価を支払い提供するサービスではなく、警察、救急の緊急コンタクトセンター運営体制は費用対効果ではなく、迅速に正確な業務をミスなく遂行し、いかに安全な環境を提供することと従業員のメンタルケアを重要視し運営することに重きを置いていた。

トランスコスモス(株) 島袋 達大
(株) アイネットサポート 伊藤 創
(株) ベルシステム 24 佐々木 亜紀子



5 Baltimore City Information & Technology

訪問日：2019年10月24日(木)AM /ワシントンD.C.

所在地：ボルチモア市はメリーランド州最大の都市であり、どの郡にも属さない独立都市である。

ボルチモア市が運営するIT局傘下のインハウスコンタクトセンターで24時間365日休みなく運営している。

業務内容は911番号(緊急用電話番号)の受電や警察・消防・救急への手配の他、311番号(緊急以外の市民からの質問やクレーム処理(B to C))、市職員に対する情報案内(B to E)などを行っている。

全米最初に311番号をスタートした、パイオニア的存在のコンタクトセンターである。

■コンタクトセンター情報

No Emergency and City Service Communication Center(311)、Emergency Communication Center(911)、双方のコンタクトセンターを一か所で運営している。その他、水道局のカスタマーセンター、911のコールを管理し警察・消防への無線連絡を担当するEmergency Dispatch Centerも運営している。

< 311 (No Emergency and City Service Communication Center) >

○概要

2つのセクションに分かれている

- ・市民サービス用のコミュニケーションセンターで12名のスタッフが勤務。

No Emergency =人命に関わる事件、事故以外を指す

- ・シティーサービスセンター

下水道、水道工事、道路等、一般の公共サービスの問題を受付。

5名のSV、57名のエージェントが働いている。

受付時間 6:00 ~ 22:00 週7日

< Emergency Dispatch Center >

○概要

どのようなコールが911に入ってきたかを管理している。コール内容により警察官に無線連絡して現場へ向かわせる、消防局に連絡して救急車を出動させる等の判断を行っている。スタッフは全て警察官。24時間体制で業務を行っている。

< 911(Emergency Communication Center) >

○概要

ボルチモア市内における緊急連絡先。911にかけると、このセクションに繋がる。警察、消防、医療(救急車の手配)の3つの内容に対応している。連絡件数は140万件/年(平均4,000件/日)。

消防と医療を優先して手配(=プライオリティーディスパッ

チ)している(警察より、人命救助に関わる内容を優先)。なお、どの分野を優先するかは自治体によって異なる。



■特色

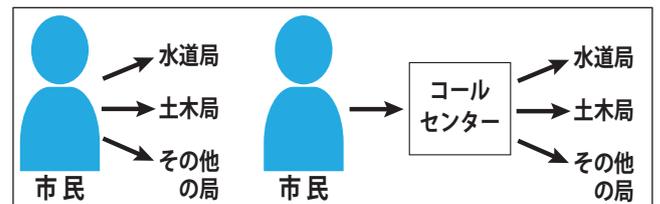
当時の市長の発案で、全米初となる311番号を導入。2001年9月に311の名称で正式にスタートした。

○経緯

以前は市民が直接各セクション(水道局、土木局等)に電話で問合せを行っていたが、問合せ内容の記録が全くなかった事に、当時の市長は懸念を抱いた。そこで、市民からどのような声が寄せられているのかを集約する目的で「市民の声を記録する」コンタクトセンターを立ち上げた。データ入力のプロセスを利用して、全てのコールを1箇所に集約し、内容を記録しようということになった。

[従来]

[現在]



○問い合わせ内容管理の方法

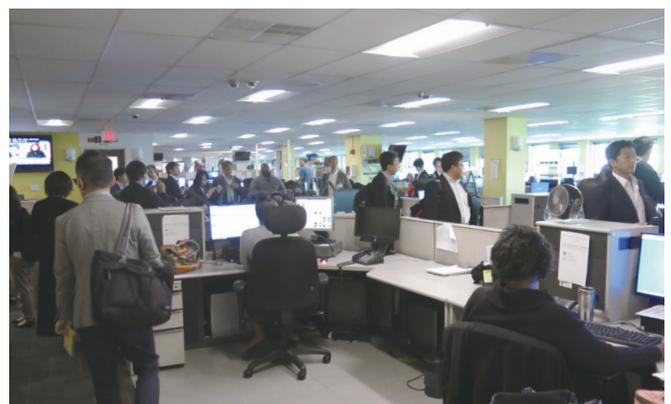
市民の問合せに対し、問合せ毎にトラッキングナンバーを付与。トラッキングナンバーがあれば、311コンタクトセンター及び担当局の担当者がすぐに記録を呼び出し、内容を把握できるシステムを構築。

■質疑応答

Q.311センター内のKPIは?

A. 統計記録用のソフトを使用。エージェントのログイン時間や休憩時間など記録している。

全てのコールはモニタリングされ、録音されている。



Quality Assurance Policy があり、それに則った最低限のレベルが達成されているか常にモニタリングされている。

Q. 市民からの問合せは何かまとめて分析しているのか？

A. インスペクター（検査員）が最初から終わりまでチェックしている。

同じタイプの問合せの記録をまとめて分析し、次回同様の事があった場合、いかに迅速に対応できるかを測れる指標に利用している。例えば、「嵐が来て木が倒れた」という入電を集めて、問合せを受けてから木が撤去されるまでどうだったかを分析。分析結果を踏まえて、同様な入電があった際に迅速に対応できるようにしている。

Q.KPI 未達成のエージェントに対する対策

A. 継続トレーニングは常に行なっており、6ヶ月に1回必ずパフォーマンス査定を行なっている。それを元にどのようなトレーニングが必要か、欠勤が多い場合のペナルティ等でレベルを向上させている。

Q.311での一次解決率は？解決できないものはどのようなフローになっているのか。

A. 全てのコールを1回で解決することはない。内容によっては全て転送になる。解決責任は転送先の各局がもつことになっている。

Q.SVの全通話モニタリングの方法は？

A.2つの方法で実施している。

①ライブコールを横でSVがモニタリング（エージェントには実施2、3日前に予め実施することを伝えた上で実施）

②通話録音をSVがモニタリング

Q.SV1人当たりが受け持つエージェント数は？

A. SV1人につき10～11名エージェントを担当。

Q.311内の完結率は？

A. サービスリクエストによって異なるので完結率のデータはない。通常のコンタクトセンターとは異なり、元々311自体は市民の声を記録するセンターであり、問題解決をするセンターではない。解決責任は311センターにはなく、管轄の各局が持つことになっている。

■所感・レポート作成者

311については、コンタクトセンターそのものの構造・運用手法は非常にオーソドックスであったが、市民と向き合い、サービスを改善していこうとする職員の意識は隔々まで感じ取ることができた。「AIの導入は？」という質問に対し「市民は我々と直接話をしたがる。今後も導入することはないだろう」という回答がとても印象に残った。

（株）EPファーマライン 根来 由香
りらいあコミュニケーションズ（株） 坂本 将
ビーウィズ（株） 倉場 準

6 CAPTEL

訪問日：：2019年10月24日（木）PM /ワシントン D.C.

各種協会、政治団体、公共政策機関への寄付金調達、会員募集を行うアウトソーサー。1997年設立。

ワイオミング州にセカンダリオフィスを持つ。

98%がアウトバウンドコールで Political(政治関連)、Business(一般ビジネス)、Medical(医療関連)の3部署で構成されており、主な業務内容は、・政治活動の寄付金集めのアウトバウンド(個人や、財団へのコンタクト)・全米各地の政治団体や各種協会の会員募集のアウトバウンド・寄附金集めアウトバウンドのコンサルティングとなっている。

■コンタクトセンター情報

<在籍人数>

- ・ワシントン D.C.：エージェント 40名(勤続年数10年以上が多い)
- ・ワイオミング：エージェント 20名

<業務プロセス>

1. クライアントのニーズを確認
2. 必要なデータをクライアントより入手し、求めるキャンペーンに沿ってデータを整理(過去会員や休眠会員の掘り起こし、古い会員情報のアップデート等)。
3. キャンペーン、スクリプトの作成(過去のキャンペーンを参考に頻度や時間帯、コール優先順位等をプランニング)。
4. アウトバウンド実施
5. クレジットカード処理(電話またはEメールによる番号確認)、誓約書送付(Eメールまたは書類郵送)。
6. クライアントへの結果報告



<センターのシステム構成>

- ・AWSを利用し、オールクラウドを実現。
- ・すべて自社で開発し、エンジニアはインドに5名、米国に1名いる。
- ・通話システムはAmazon Connectを採用。海外への通話も安価。
- ・レポートはリアルタイムやヒストリカルで何件通話可能だったか、いくら寄附金を獲得したか等の情報が確認可能。

<アウトバウンドの取り組みやノウハウ>

- ・顧客の特性に基づき、キャンペーンやスクリプトを作成する。
- ・スクリプトはレポート結果等を元に頻繁に手直しを行う。
- ・寄付金の同意が得られた後に、確認コールが義務づけられており、寄付金を集めたエージェントとは別のエージェントが確認コールを行っている。
- ・Eメールで寄付金を募るようなマーケティングは行わない。(事前にEメールで連絡をすると、アウトバウンドのコンタクトが取れなくなる為)。

【質疑応答】

Q. 顧客に対してどのような分析を行っているか？

A. 財団にいつ入ったか、前の寄付金はいくらだったか、などの要素で顧客のクラス分けを行う。加入したてである、定期的に寄付しているといった要素を持っていると寄付を得られやすい。分析には、車、家を購入しているか等、あらゆるデータを用いている。多くのデータをどのように整理するかが鍵。

Q. AI 活用についての考えは？

A. 導入する技術は持っているがまだ活用していない。分析には適しているがエージェントに変わるものではないと考えている。分析も AI だけではうまくいかない。経験に基づく知識が必要。

Q. エージェントの評価基準は？

A. 成約率、エージェント一人あたりの寄附金額など。以前は査定表を使っていたが今は使っていない。

Q. エージェントに大切なことは？

A. エージェントの適正は、話好きであること。性別は関係ない。大切なことは、丁寧に、親切に、相手の時間をリスペクトすること。

Q. クライアントから手に入れた名簿はどのように扱っている？

A. キープして分析し、次回案件に活用。ただしキープできるかどうかは契約次第。破棄を求められる場合もある。異なるクライアントに名簿は流用しない。流用をしているところもあるが、信用をなくす行為であるため、当社は行っていない。



Q. ホームエージェントの導入は？

A. ホームエージェントは考えてない。金融、クレジットカード情報を扱っているので難しい。クレジットカード番号を聞く業務があるた

め、メモ用紙は置かない等ルールは設けているが完全には防げない。完全にデータ漏洩を防ぐことはできないが、リスクを下げる意味でも、ホームエージェントは導入していない。また、顧客層がエグゼクティブなので背後の生活音とかも適さない。

■所感・レポート作成者

同社は、40年以上専門特化したビジネスを進化(深化)させ続けていることに感銘を受けた。

守るもの(セキュリティ・規則・環境・人等)、変えるもの(クラウド化・ニアショア化等)、変わらないもの(ユーザーファースト・データマネジメント等)の考え方が浸透しており、提供するサービスにブレがなく、長く継続的にサービス提供することについて、日本のコールセンター業界としても見習うべきことが多くあり、大変参考になった。

トランスコスモス(株) 宮澤 範亮
三井情報(株) 大磯 陽子
(株)ベルシステム24 稲角 寛治

第31回 CCAJ スタディーツアー 団長所感

参加会社11社・協会事務局・合計21名にてサンディエゴ・ワシントンD.C.におけるコールセンター6社を訪問いたしました。

訪問先も非常にエキサイティングな警察署コールセンター見学もあり参加者も目を輝かせておりました。やはり、文化の違いも当然ありますが、日本にも今後積極的に導入されるであろうテレワーク・BCP対応の取り組みなど、より進んでいるイメージを持ちました。また、品質を高める為のSVと社員の定期的なミーティング・指導・教育など共通する部分も多くあり、大変多くの事例や取り組みを学ぶことができました。

今回の海外視察でメンバーの皆さんの感じ方はそれぞれとは思いますが、効率化や日本との法律の違いなども含め今後、自社に戻り、業務改善や幅広い考え方ができるのではないかと思います。

最後に今回、この様な素晴らしい企画を提案実施して頂いた、CCAJ事務局・JTBスタッフ・通訳コーディネートの皆様には大変感謝申し上げます。有難うございました。

(株)EPファーマライン 川窪 晃己



第8回 CCAJ 会員交流会を開催しました

2019年10月29日(火)、東京・九段下のホテルグランドパレスで、第8回 CCAJ 会員交流会を開催しました。

CCAJでは、会員にコールセンターの最新技術に関する情報を提供するとともに、会員間の親睦を図ることを目的に「会員交流会」を開催しています。今回、第一部の講演会では、3つの講演を実施。また第二部では、会員相互の交流を深めていただく懇親会を開催しました。定員を上回る過去最多の180名の皆様にご参加いただき、有意義なひと時となりました。本稿では、当日の様子の一部をお伝えします。

第一部 講演会 16:00～17:50

第1部の講演会では、会員企業4社をお招きして、「チャットと音声融合による顧客対応」「AIと人が共存するコンタクトセンター」「近未来のコンタクトセンターの働き方改革」といったテーマで3つの講演を行いました。いずれも、現在のコンタクトセンター運営で注目されるテーマということで、会場は満席となり盛況となりました。

講演会の聴講者へのアンケートでは、「キーワードは“人間臭さ”だと感じました。自動化・無人化が進む企業において、コールセンターの存在意義を改めて認識できました」、「顧客に合わせて複数チャネルを用意する有意性と複数チャネル運用を支えるソリューションの存在が分かりました」、「AI・AIとどこを見ても声高に言われているが、人の役割や重要性が

大切であることがわかり、少しホッとした」などのご感想をいただきました。

各講演の概要に関しては、右ページをご参照ください。



第二部 懇親会 18:10～19:30

講演会に続いて、懇親会を開催しました。冒頭の下村芳弘会長による挨拶では、会員交流会の目的と経緯、講演企業のご紹介、2019年度上半期における協会活動のトピックス、下半期に向けた主な計画等の紹介がありました。

続けて、会長による乾杯の発声で懇親会がスタート。長谷部英則副会長による中締め挨拶まで、情報交換や相互交流の場となり、本会の目的に合致した充実の時間となりました。



下村会長



長谷部副会長



講演会の概要

講演会 ① 16:00 ~ 16:30

チャットと音声の融合による顧客対応の改革
～今求められる、多様なチャネル連動の実際を紹介～



日本アバイア株式会社
サービス・セールス部
部長 内山知之氏



アルファコム株式会社
執行役員 垣内隆志氏

顧客との接点が多様化する中で、迅速・的確・効果的な対話を実現するためのソリューションとして、「VoiceとNonVoice」「LiveとBot」というダブル・ハイブリッド型のシステム環境と活用事例が示されました。

具体的な取り組みとして、LINEの配信から購買行動にまで結びつけるシームレスなタッチポイントが紹介されました。

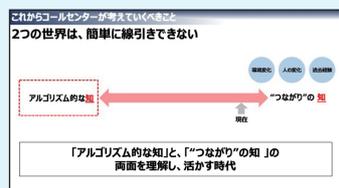


講演会 ② 16:40 ~ 17:10

AIと人が共存する
コンタクトセンターの実現に向けて



ビーウィズ株式会社
デジタルビジネス推進部
部長 宮本知宜氏



コンタクトセンターの重要度が増す中、業務の難易度も高まり、働くニーズも多様化。SVはさらなるマネジメント力が必要。また、柔軟な顧客対応のためには複数の正解が求められる時代であるとの観点から、AIなどによる“アルゴリズム的知”と人間による“つながりの知”の両方の理解と活用が必要との指摘と、具体的な事例紹介がありました。

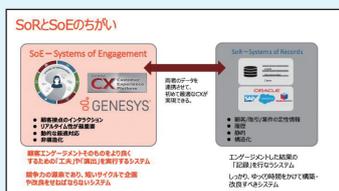


講演会 ③ 17:20 ~ 17:50

リアルタイム SoE がもたらす
コンタクトセンターの働き方改革



ジェネシス・ジャパン株式会社
ソリューション・
コンサルティング本部
本部長 中野正人氏



従来の対応履歴を記録する SoR (Systems of Records) に対して、SoR の情報から得られるデジタル動線上の動きを捕捉してコンテキスト (背景情報) 化する SoE (Systems of Engagement) の紹介がありました。さらに、SoE の有効性と更改時の留意点に加えて、海外コンタクトセンターの取り組みに見る働き方改革の要点が紹介されました。



協会日誌

◆委員会報告◆

広報委員会

日程：10月4日(金)	場所：協会会議室	出席者：6名
【議題】CCAJ News、会員ニュース、Facebook、ニュースリリース		
【討議概要】CCAJ Newsでは、2020年1月号を年頭所感記念号とすることを決定した。2020年2月・5月・6月号の特集は、東京オリンピック・パラリンピック関連として、「テレワーク」と「外国語・外国人対応」を取り上げることとし、今後、企画内容を検討することとした。		

事業委員会

日程：10月17日(木)	場所：協会会議室	出席者：9名
【議題】CCAJ コンタクトセンター・セミナー2020、CCAJ スクール、CCAJ ガイドブック Vol.29、CCAJ スタディーツアー(海外視察)		
【討議概要】CCAJ コンタクトセンター・セミナー2020は出演者の応募状況から、CCAJ セッションで取り上げる6つのテーマとモデレーター、スピーカーを決定した。CCAJ スクールは新講座「有人チャット」の講師応募状況を報告し、今後の選考スケジュール等を決定した。		

! 電話勧誘販売などに関する、消費者からの相談などに対応しています。

日本コールセンター協会電話相談室

03-5289-0404 受付時間 10:00 ~ 16:00 (土曜・日曜・祝日を除く)

CCAJ スクール 2019 年度 新講座第1弾 「AI チャットボット」 講座を開催しました!

10月18日(金)に、石井智宏講師(モビルス株式会社)による「AIチャットボットの構築・運用の基礎知識と、チャットボット作成の体験ワーク」を開催し、15社22名の皆様が受講されました。前半でチャットボットの設計や活用事例等学び、後半はグループワークで、教師データの作成や動作テスト等を体験していただきました。



石井講師

次号予告

CCAJ News Vol.274では、「会長年頭挨拶」「2020年 年頭所感」などを掲載する予定です。

※掲載内容は変更になる場合があります

CCAJ News Vol.273 (2019年12月発行)

発行：一般社団法人日本コールセンター協会

編集発行人：広報委員長 須藤大輔

〒101-0042 東京都千代田区神田東松下町35 アキヤマビルディング2
TEL：03-5289-8891 FAX：03-5289-8892 URL：https://ccaj.or.jp
(協会のサイトで本誌のバックナンバーをご覧いただけます)



北秋田市ふるさと大使
Hello Kitty

コールセンター・IT関連企業は 北秋田市へ!

進出後もきめ細やかなサポートで対応します

人材確保

有効求人倍率 **0.47** (一般事務員)

※ハローワーク鷹巣2019年4月現在

優遇制度

新規雇用 **最大 50万円**

※このほかにも**全国トップ級の優遇制度**を用意しています。



お問い合わせ 産業部 商工観光課 | TEL:0186-62-5360 | E-mail:syoukou@city.kitaakita.akita.jp

©1976, 2019 SANRIO CO., LTD APPROVAL NO. G601337