

VERINT®

世界の変化に追いつけ! コンタクトセンターからリアル店舗まで地続きになるCX・EX

2023年10月30日
ベリントシステムズジャパン株式会社
エバンジェリスト・プリセールス 森脇 健



アジェンダ

→ 自己紹介/ベリントシステムズについて

- ・世界と日本の動きと労働人口減少等の喫緊の課題
- ・電話・デジタル・店舗～AI/ITがつなぐCX/EX
- ・コロナ禍によるジャーニーの変化をチャンスにしたDX事例
- ・日本のコールセンターが進むべきDX = EX向上 = CEの実現 = 皆ハッピー



自己紹介：ベリントシステムズジャパン株式会社

もりわき たけし
森脇 健

Evangelist / Presales
Solution Consultant

VERINT.

- ・音声ソリューション歴20年以上
- ・2004年 日本初のリアルタイム音声認識アプリケーションを企画・発表
- ・得意分野は音声認識・バーチャルアシスタント等の対話AI関連
- ・営業・企画・開発サポートまで幅広く従事

■自己紹介

1993年～IVRソリューションの企画・営業・開発・運用 担当

2000年～某大手テレマ会社で **米国Nuance音声認識**の営業/技術 担当

2003年～国内最大手音声認識企業**アドバンスト・メディア社(AmiVoice)**で営業・コンサルティング 担当

- 2003年 **国内初の通話音声認識** と **リアルタイムキーワード認識**～FAQポップアップソリューション発表
- 2010年 テキストマイニングのN社、V社と連携し、**国内初の音声認識～要約ソリューション**を発表
- 2017年 **AI音声対話バーチャルアシスタント** ソリューションをメガバンク等でリリース

2018年～AIベンチャーAutomagi社にて(画像AI等の受託開発)：コンサルタント/PM担当

- **Google音声認識**を用いて音声ボットを発表。

2023年5月～コロナ禍真っ只中に**VERINT**に入社 **エバジェリスト**として活動中

- “音声認識おしゃべりランチタイム” ウェビナー主宰



- ・カレー・ラーメン・他、美味しい物大好き。
- ・趣味は音楽活動、楽器
- ・映画は好きだが英語は苦手



VERINT®

The Customer Engagement Company™

世界屈指のカスタマーエンゲージメントに貢献するIT企業です。



The Customer Engagement Company™

なぜカスタマーエンゲージメントを標榜するか？？



ChatGPTに聞く：顧客エンゲージメントは企業にとってどの位大切なの？

顧客エンゲージメントは企業にとって非常に大切であり、以下の理由からその重要性が高まっています：

収益と利益の向上: よりエンゲージされた顧客は、高い確率でリピート購入し、顧客の生涯価値（CLV）を増加させます。顧客エンゲージメントを高めることは、売上と利益を増加させる方法の一つです。

顧客忠誠度の構築: エンゲージメントを高めることは、顧客の忠誠度を構築し、競合他社からの顧客流失を防ぎます。忠誠度の高い顧客は、他の選択肢を検討することなく、継続的に企業の製品やサービスを利用し続ける傾向があります。

口コミと評判: エンゲージされた顧客は、友人や家族、ソーシャルメディアなどで企業の製品やサービスを積極的に紹介し、肯定的な口コミを広めることがあります。顧客の評判は新規顧客の獲得にも影響を与えます。

競争力の維持: 顧客エンゲージメントを高めることは、競合他社との差別化を図り、競争力を維持するための手段です。優れた顧客体験は、企業が市場で優位に立つのに役立ちます。

フィードバックと改善: エンゲージされた顧客からのフィードバックは、製品やサービスの改善に役立ちます。顧客の声を聞き入れ、製品やサービスを向上させることで、市場での競争力を維持できます。

継続的な成長: 顧客エンゲージメントを通じて、企業は継続的な成長を達成しやすくなります。エンゲージメントを高めることで、新規顧客の獲得に比べて既存顧客の維持や増加がコスト効率が良くなります。

ブランドイメージの向上: 良い顧客エンゲージメントは、企業のブランドイメージを向上させ、信頼性と信用を高めます。顧客にとって魅力的なブランドは、市場での存在感を高める要因です。

要するに、顧客エンゲージメントは企業にとって、**収益の源泉**であり、競争力を維持し、**持続的な成長を実現するために欠かせない要素**です。企業は顧客エンゲージメントに積極的に取り組むことで、**長期的な成功を追求することができます**。

ChatGPTに聞く：顧客エンゲージメントは企業にとってどの位大切なの？

各項目の具体策を可視化！

収益と利益の向上： = 結果

顧客忠誠度の構築： = 顧客忠誠度の把握－結果洞察－施策実施

口コミと評判： = 口コミ収集・評価把握－結果洞察－施策実施

競争力の維持： = 競争力の現状を把握－結果洞察－施策実施

フィードバックと改善： = フィードバック可視化－結果洞察－施策実施

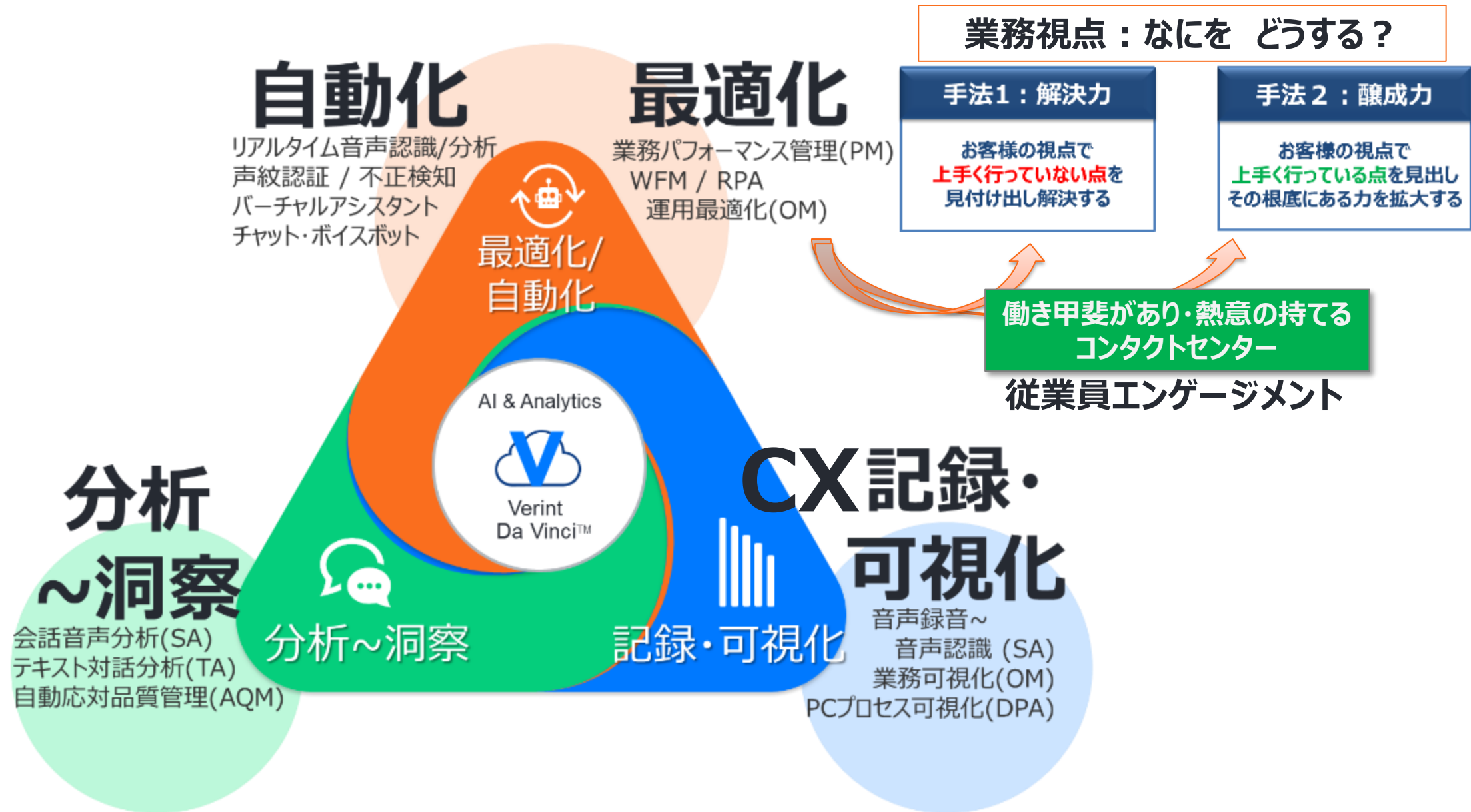
継続的な成長： = いくつかのKPIを可視化－結果洞察－施策実施

ブランドイメージの向上： = 現状のイメージを把握－結果洞察－施策実施

収益の源泉： 持続的な成長を実現するために欠かせない要素

やることは同じ。
把握－結果洞察－施策実施

・Verintのソリューションは全てコレに貢献します。



最適化とは

■ 身近な可視化～最適化

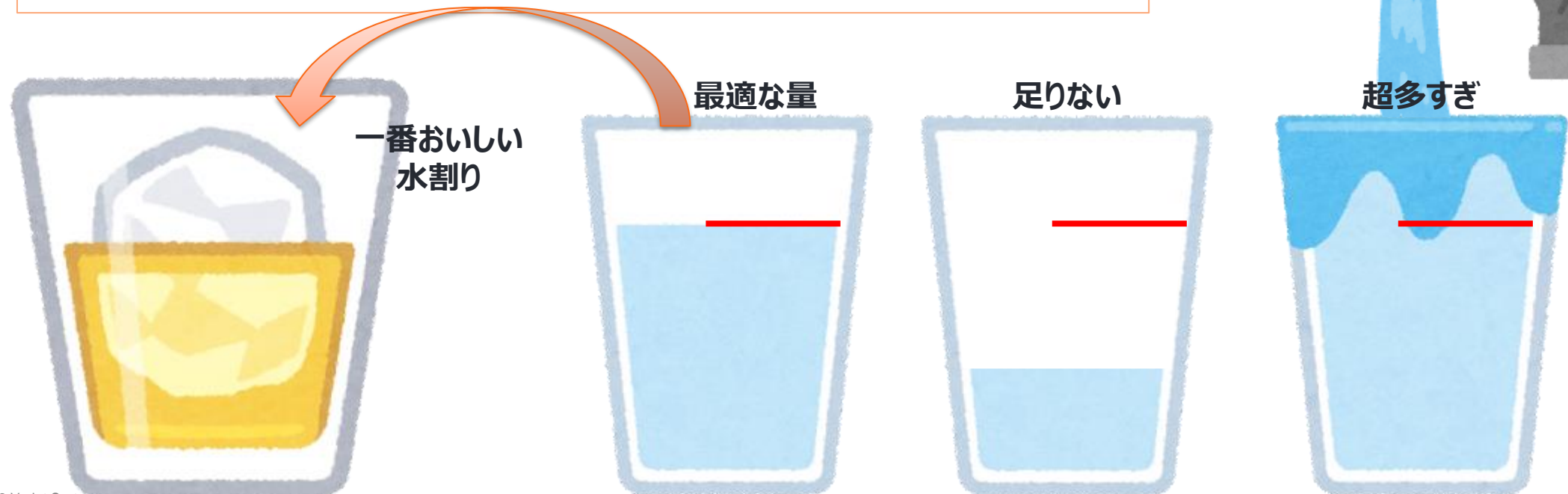
労働力を維持しながら効率と満足度を向上

最適化 = ちょうど良い量・質

水で例えると

- ・蛇口で水を注ぐ
- ・赤線の適量で止める = 最適量 = 最適化の量
- ・“見ながら”水の量を調整する。 = 可視化
- ・適量で自動的に出て止まるようにする = 歯医者みたいに自動化

可視化→リアルタイムの判断→アクション実施



コールセンターから始まった、現在のVerintのソリューションエリア

コンタクトセンター～デジタル～
リアル店舗まで全域を網羅して
カスタマーエンゲージメントを追求・
可視化し解決可能にします。



リアル企業・店舗

デジタル領域

WEBアンケート
IVRサーベイ
WEBヒートマップ

NPS/CSAT

WEB FAQ
チャット
メール

テキスト対話分析

- ・需要に応じた最適な人員配置
= コストを削減し、業務効率を向上
- ・支店間で最適な人員配置とスケジューリング
= CSAT + NPSを向上させる
- ・従業員のスケジュールやワークフローの自動化
= 従業員満足度の向上を実現
- ・顧客の需要変化を把握
= より良い人員配置を決定
- ・店舗でのサーベイ実施
= CXを製品やサービスを改善

コンタクトセンター

最適化 – 自動化

対話分析

音声認識

通話録音

バックオフィス

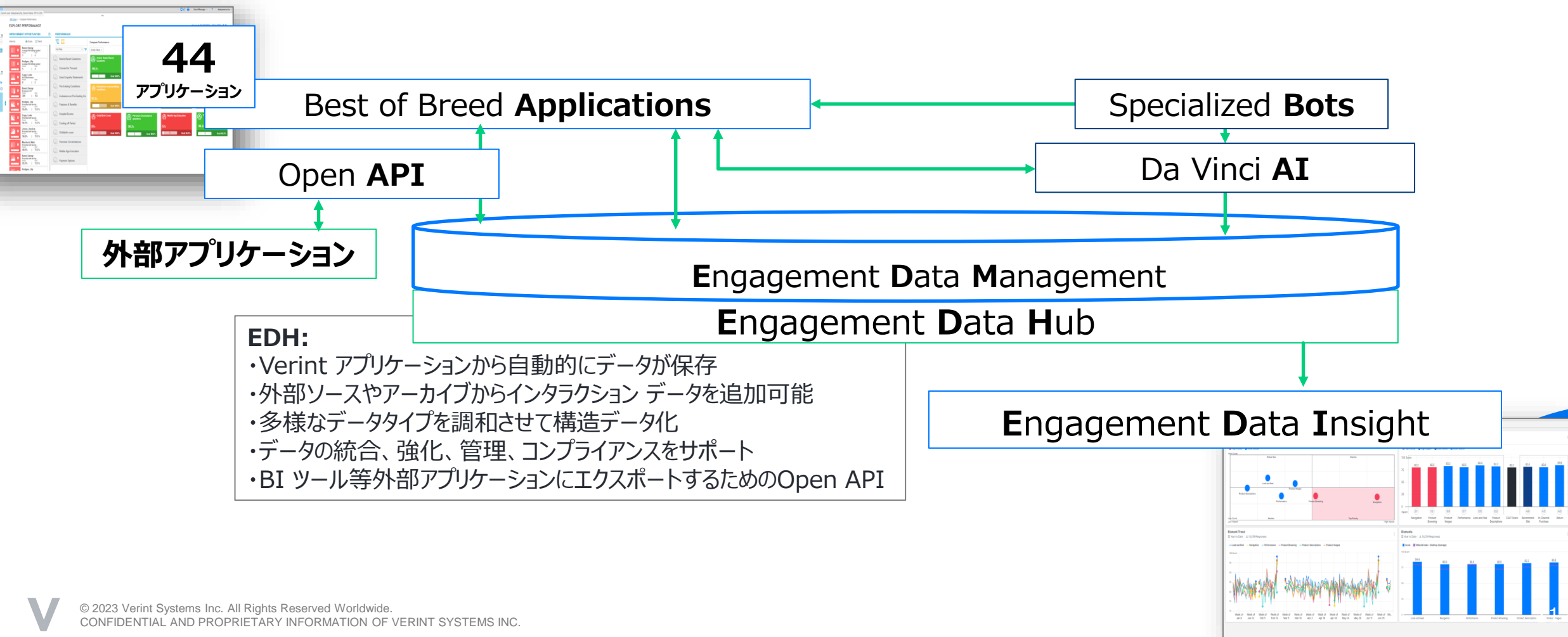
- ・リアルタイム データをキャプチャしてチーム全体の可視性と制御を実現。
- ・作業、プロセス、およびワークフォース（人間と従業員の両方）を最適化
- ・顧客サポート、バックオフィス機能の速度、正確性、効率を向上

人材リソース 最適化 : WFM/応対品質管理

直近のクラウドサービス提供状況

Open CCaaS : コンタクトセンターのすべての会話を一貫して効率的に管理する単一のアプリケーション

電話は常に重要なチャネルですが、今ではデジタルチャネルも同様に重要になっています。
あらゆるコミュニケーションプラットフォームとシームレスに連携し、カスタマーエンゲージメントに貢献します。



カスタマーエンゲージメントを目的とした“最適化”を世界中で提供しています。

VERINT.



カスタマーエンゲージメントソリューション

(Nasdaq: VRNT)



世界

55カ所に
オフィス

4,300名

プロフェッショナルがサポート

9,800社以上

175 カ国以上で
導入

フォーチュン
100の
85% 100

85%の企業がベリントソリューションを導入



\$8.6億ドル

アクションブル
インテリジェンス
カンパニー

さまざまな
受賞
顧客との共同受賞
卓越性、最高の満足
とイノベーション



“ソフトウェア 500”



のトップランナー企業
世界最大のソフトウェア
およびサービスプロバイ
ダーのリスト



約

1,000

世界中の特許
および特許出願中

Engage with us online:

www.verint.com/ja



アジェンダ

- ・自己紹介/ベリントシステムズについて
- ➡・世界と日本の動きと労働人口減少等の喫緊の課題
- ・電話・デジタル・店舗～AI/ITがつなぐCX/EX
- ・コロナ禍によるジャーニーの変化をチャンスにしたDX事例
- ・日本のコールセンターが進むべきDX = EX向上 = CEの実現 = 皆ハッピー



直面している課題＝労働人口減少と働き方改革という変化(米国の場合)



2023年3月16日 17時01分
NHK WEBサイトから

感染不安→離職→人不足→給料待遇増
→米全土で転職に拍車がかかる・・・

転職者が450万人を記録

- ・労働省は、「アメリカの労働者数は2年前の感染拡大前と比べて210万人減っている」と指摘。
- ・離職した人がそのまま労働市場に戻っていないことが、今の深刻な人手不足のベースにある。

≡ NHK

NEWS WEB

新着

天気

動画

特集・

社会

気象・災害

科学・文化

政治

ビジネス

国際

注目ワード

ジャニー喜多川氏 性加害問題

株価・為替

ノーベル賞2023

事件

新型コロナウイルス

気象

中国

Just quit my job!!!

仕事 辞めた!

ビジネス 特集 「もう辞めた！」大量離職のアメリカで何が!?

2022年3月16日 17時01分

アメリカでいま「Great Resignation（グレート・レジグネーション）」＝「大量離職」と呼ばれる現象が大きな関心を集めている。みずから仕事を辞める人の数が、1か月に450万人（去年11月）と、過去最多の水準になっているのだ。

直面している課題＝労働人口減少と働き方改革という変化(米国の場合)



2023年アメリカの労働市場で発生した動き

VERINT

"大辞職"を乗り越え、 成功するための6つの鍵

2023-2023でアメリカで発生した“Great Resignation（大退職）”。
2023年5月に自発的に会社を退職した労働者の数は月間430万人。
2023年11月に過去最高の450万人を記録して以来、400万人以上の高水準が続いている。
大辞職の大部分は、雇用市場から永久に去るということではなく、むしろ労働者がより良い新たな
転職先を見つけるということであった。

ちなみに静岡県の人
口は約370万人



直面している課題＝労働人口減少と働き方改革という変化(米国の場合)



Verintホワイトペーパー：“大辞職”を乗り越え、成功するための6つの鍵 より

1. 今いる従業員を維持する

- ・従業員エンゲージメントを促進するツール/仕事の成功を支援するツールを提供しましょう。
- ・リモートで働く従業員も含めて、正確でコンプライアンスに準拠した回答にリアルタイムでアクセスできるようにします。
- ・透明性のある業績目標を提示することで、従業員は自らの進歩を図り、成功を実感できるでしょう。

2. 柔軟性のある働き方を提供

- ・リモートで働く社員は、同僚とのつながりを断ち切られたように感じる人が多いので、コラボレーションを促進し、コミュニティと共有目的の感覚を育むための強力なツール群を提供しましょう。
- ・従業員に自分のスケジュールを作成し、変更する権限、シフトの入れ替え、スキルトレーニングを与える。

3. 最高の人材を惹きつけ、雇用し、活躍させる

- ・採用プロセスに自動化を加えることで、優秀な人材の獲得競争に勝つことができる。
- ・在宅勤務が可能になり、英語圏全体が就労対象範囲に→現在、北米ではVerintがAI面接のインテリジェント・インタビューを提供中

4. 自動化で負担を軽減

- ・顧客の期待に応えていることを確認するために、チャネルをまたいで従業員とボットを予測しスケジュールを立てる。
- ・品質管理プログラムを使用して、エージェントによる支援とボットによる対話の両方を含む、デジタルチャネル全体の対話を評価する。

5. AIとアナリティクスで努力を最大化する

- ・積極的にフィードバックを探し、品質向上のために分野を見つける

6. サイロを打ち破る

- ・従業員をチャネル全体を対象にコンタクト センターの全体像を可視化・把握し、“改善が必要な領域”を明確に把握するようにしてください。



主に二つのテーマを考えてみます。

労働人口不足

- ・労働人口が減っている
- ・高齢化
- ・人気のある職業に転職
- ・不人気職はますます人手不足
- ・定着しない
- ・人的リソースの量的限界

働き方改革

- ・ライフスタイルの変化
- ・子育て、介護等ワークライフバランス
- ・フルタイム労働の是正
- ・“働き甲斐”の醸成
- ・短時間/数時間労働の実現
- ・ウェルビーイング

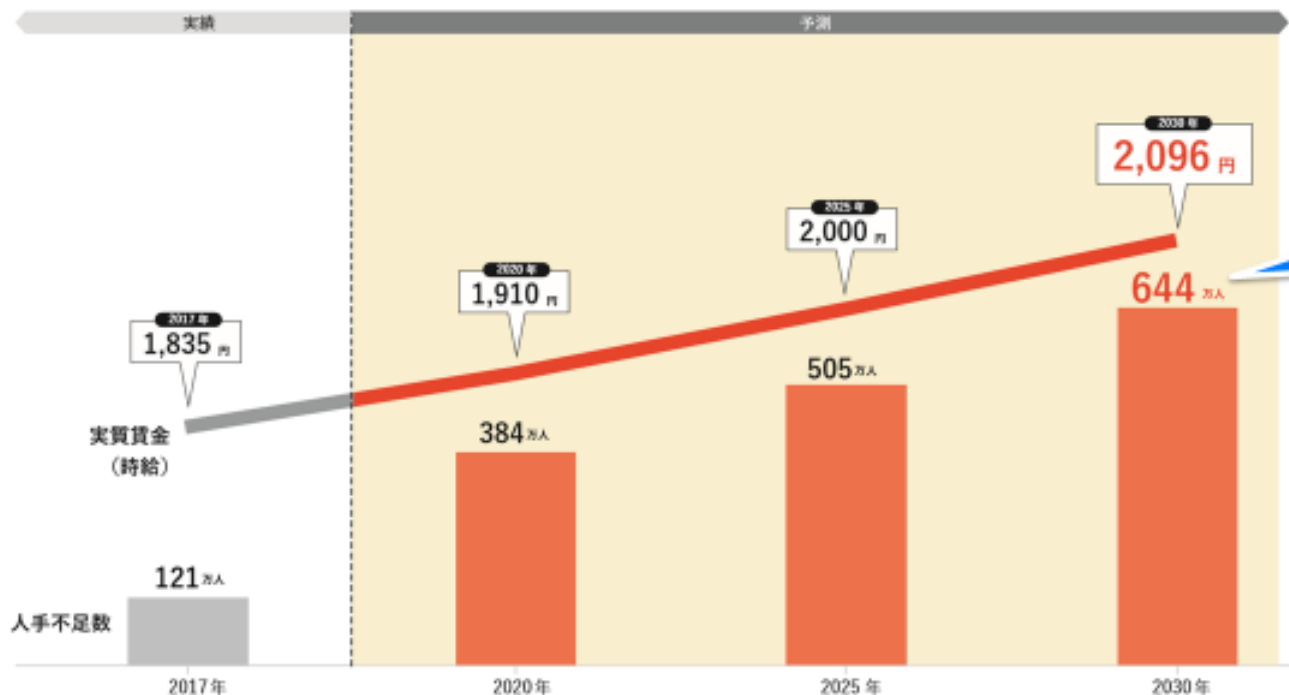


現実の課題：今後の日本の労働環境課題

既に人不足な
コンタクトセンター

2030年までの人手不足の推移

人手不足数、実質賃金の2030年までの推移



2030年
644万人の不足

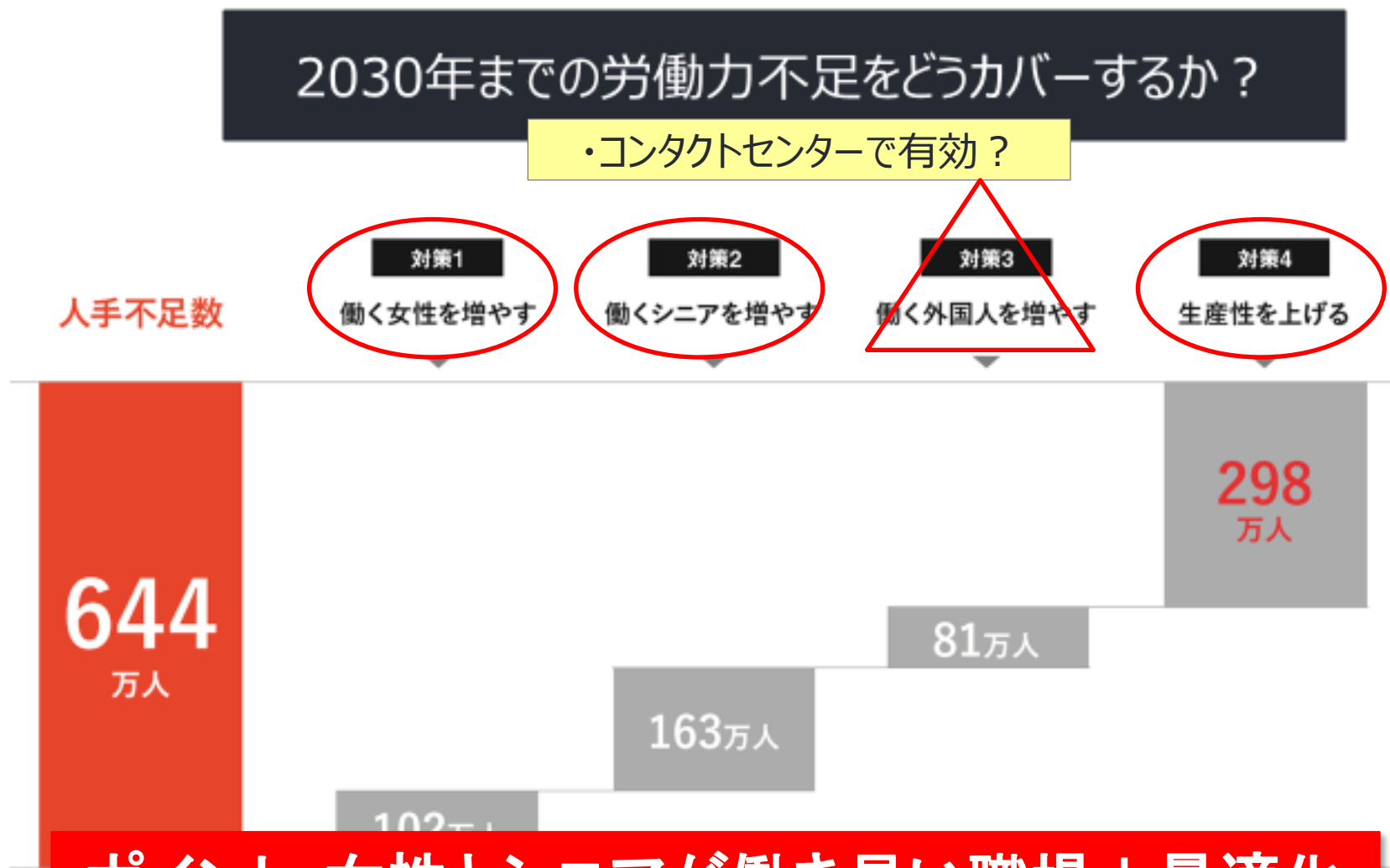


© 2022 Verint Systems Inc. All Rights Reserved Worldwide.
CONFIDENTIAL AND PROPRIETARY INFORMATION OF VERINT SYSTEMS INC.

出典：パースル総合研究所・中央大学「労働市場の未来推計2030」



現実の課題：今後の日本の労働環境課題



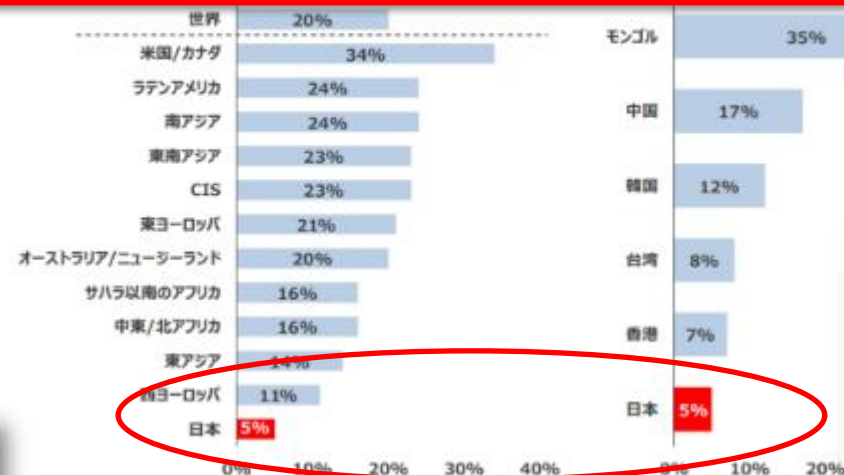
ポイント：女性とシニアが働き易い職場＋最適化

現実の課題：今後の日本の労働環境課題

日本企業の従業員エンゲージメントは、世界全体でみて最低水準にある。

仕事を好きになってもらう＝従業員エンゲージメントが必要

日本のEXは
最低



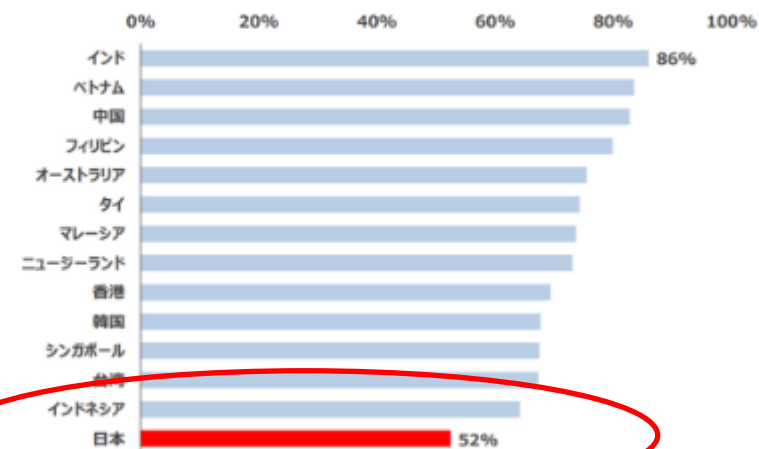
(注) 「エンゲージメント」は、人事領域においては、「個人と組織の成長の方向性が一致して、互いに貢献し合える関係」といった意味で用いられる。
(出所) GALLUP "State of the Global Workplace 2021"を基に経済産業省が作成。

EXは最低の
日本

従業員エンゲージメントが低い日本・
＝CXも向上しない＝エンゲージメント向上は可能なのか？

「現在の勤務先で働き続けたい」と考える人は少ない。

現在の勤務先で継続して働きたい人の割合



(注) 対象地域は、中国、韓国、台湾、香港、インドネシア、シンガポール、マレーシア、タイ、ベトナム、インド、オーストラリア、ニュージーランド（各国1,000サンプル）。
調査対象は、20～69歳男女で、就業しており、対象国に3年以上在住している者。
なお、日本は、別途実施した「働く1万人の就業・成長定常調査2019」から東京、大阪、愛知のデータを抽出して利用。
(出所) パーソル総合研究所「APAC就業実態・成長意識調査（2019年）」を基に経済産業省が作成。



労働人口不足

働き方改革

カギはEX

本来コンタクトセンターは働きやすい環境のはず。

コンタクトセンター労働のネガティブ意見

- ・心理ストレス：「一方的に怒りをぶつけられる」「自分に非がないのに謝罪しなければならない」
- ・最近だとカスハラやモンスタークレーマーが怖すぎる
- ・業務が難しそう..

実は意外にコンタクトセンターは一般企業に比較すると働きやすい

- ・働く時の制約が緩い
- ・残業が少ない
- ・勤務日/勤務時間が比較的自由
- ・在宅の場合、移動時間が無い
- ・勤務柔軟性：WFMがあるセンターでは特に
- ・服装/外見が比較的自由
- ・資格/スキルが身につく

カギは**EX**

時代にあったルールに改め、ITに投資し、EXを向上すれば
よい職場になり、従業員エンゲージメントが醸成される可能性は十分にある。



カギはEX

その為には質的・量的な取り組みが必要

① 従業員エンゲージメントの醸成
= 良質なEXが必要 = 質的施策

② 同時にITを活用したプロセス改革・改善
= 適切なDXが必要 = 量的施策

ケーススタディ：“コンタクトセンター発の経営貢献”を実現した例

保険会社New York Life社の貢献

必見：音声認識/分析活用事例—米最大の保険会社NewYorkLifeの事例

<https://youtu.be/LLhAiUOk2ik>

「他に適切な表現が思い浮かびませんが、何かしくじっていることはないか、を確認する必要があります。それは最終的に、組織内で後退していくのではなく、前進し続けたいと考えているからです。」

■企業概要

- ・世界最大の相互生命保険会社の1つであり、米国最大の相互生命保険会社
- ・600万人以上の顧客、5千億ドルの資産を保有し、あらゆる金融機関の中で最も高い格付けを付与

■ソリューションについて

- ・Verint WFM、音声認識/分析等の最適化・予測を中心に展開
- ・以前は手作業で表計算を使用していたが・・・自然と通話録音に展開し、品質監視に移行していった。

■貢献

- ・音声分析と応対品質で自動化し、品質保証担当者のFTEを40%削減
- ・リピートコールを音声分析で検証し、年間40万件以上の通話削減と大幅なROI向上を実現

詳しくはVERINT WEB
<https://www.verint.com/new-york-life/>



ぜひYouTubeでご覧ください
<https://youtu.be/LLhAiUOk2ik>

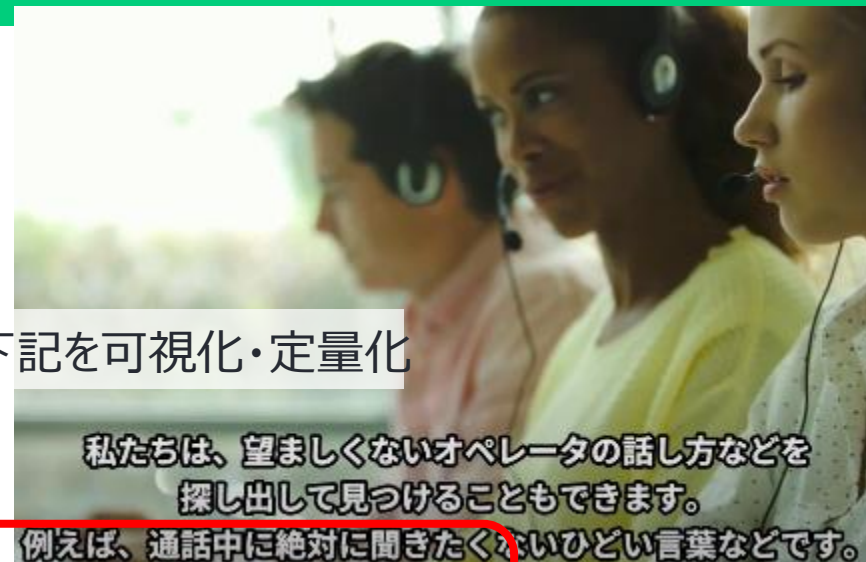
①従業員エンゲージメントの醸成
= 良質なEXが必要 = 質的施策

保険会社New York Life社の貢献

①CX面での貢献

・独自指標として音声分析カテゴリを用いた“**カスタマー健全性指数**”を策定し、下記を可視化・定量化

- ◆顧客が不満を抱いている時間
- ◆混乱している時間の割合
- ◆顧客からの処理エラーの数
- ◆解決までの手間 etc...



②従業員(EX:主にオペレータ)面での貢献

・音声分析を用いて下記等を把握し、**マインドの醸成 = スキル向上**

- ◆状況に対してどのように責任を持って対応しているか
- ◆通話に自信を持って対応しているか
- ◆常にプロ意識を持っているか
- ◆ひどい言葉等の望ましくない話し方

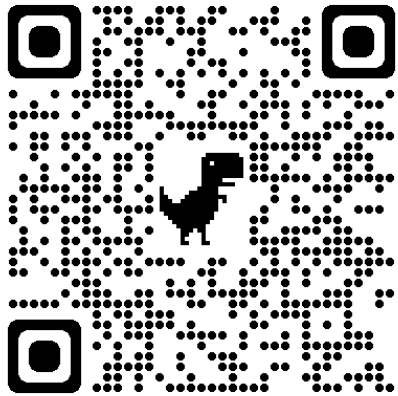
③事業面への貢献：組織全体に透明性や説明責任を提供することが最も重要

- ・上記の①②からプロセスを改善/標準化し、優れたカスタマーサービスエクスペリエンスを生み出すことが可能になった。
- ・**上級管理職の幹部が必ずその情報を把握し**、その改善策がマネージャやエージェントに確実に伝えられ、適切な時間枠でコーチングを行い、“**良い実例**”を追求していく事が大切。
- ・“**良い事例**”とは、顧客から「素晴らしい対応でした」、「今日は本当にありがとう」という言葉を頂き、素晴らしい体験が促進されること。
- ・最終的にCxを見直し、その顧客を“今後もずっと維持していけるような対話を増やしていく方法を考える”ことが重要

①従業員エンゲージメントの醸成
= 良質なEXが必要 = 質的施策

海外の取り組み事例集が公開されていますーVerint APAC動画チャンネル

事例集が参考になります。
ぜひご覧ください。



YouTube Premium JP

verint apac

Boundless Customer Engagement

Verint Asia Pacific

@verintapac2023 チャンネル登録者数 52人 70本の動画

このチャンネルの詳細 >

twitter.com/VerintAPAC、他1件のリンク

ホーム 動画 再生リスト コミュニティ チャンネル 概要

新しい順 人気の動画 古い順

Verint Workforce Management (WFM): あなたの働き方のために作...
69 回視聴・4 か月前

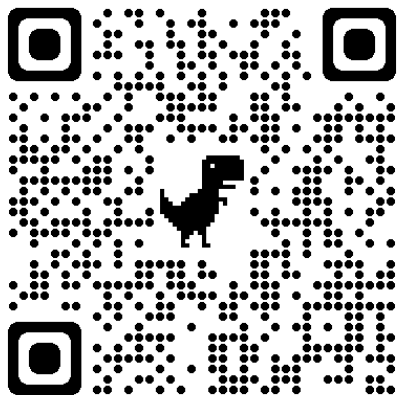
Total Quality: 自動応対評価 AQM(Automated Quality...
31 回視聴・4 か月前

DenizBankは"トータル・クオリティ・アプローチ"でリアルタイムに...
24 回視聴・5 か月前

rue21がデータドリブンのオムニチャネルCX戦略で、店舗・デジタル...
48 回視聴・6 か月前

海外の取り組み事例集が公開されていますーVerint ROIセンター

事例集が参考になります。
ぜひご覧ください。



VERINT製品ソリューションお客様向けリソースパートナー会社Q[デモを入手する](#)


家 / ROIセンター


ROIセンター

変革の取り組みを加速し、コストを削減し、収益を拡大します。これらのリソースは、潜在的なROIを評価し、Verintの総所有コスト(TCO)を削減するのに役立つ青写真、ケーススタディ、および計算ツールを提供します。

Verintで達成できるビジネス価値を見積もる

[今すぐ計算する](#)






ケーススタディ

Backcountry.comはVerint Workforce ManagementでNPSを向上させ、コストを削減します


[成功事例を読む](#)



アナリストレポート

ペリントのデジタルファーストエンゲージメントのトータル経済効果™ (TEI)

[レポートを読む](#)



お客様のビデオ

GoogleはVerintとの数億の会話を管理

[成功事例を見る](#)

アジェンダ

- ・自己紹介/ベリントシステムズについて

- ・世界と日本の動きと労働人口減少等の喫緊の課題

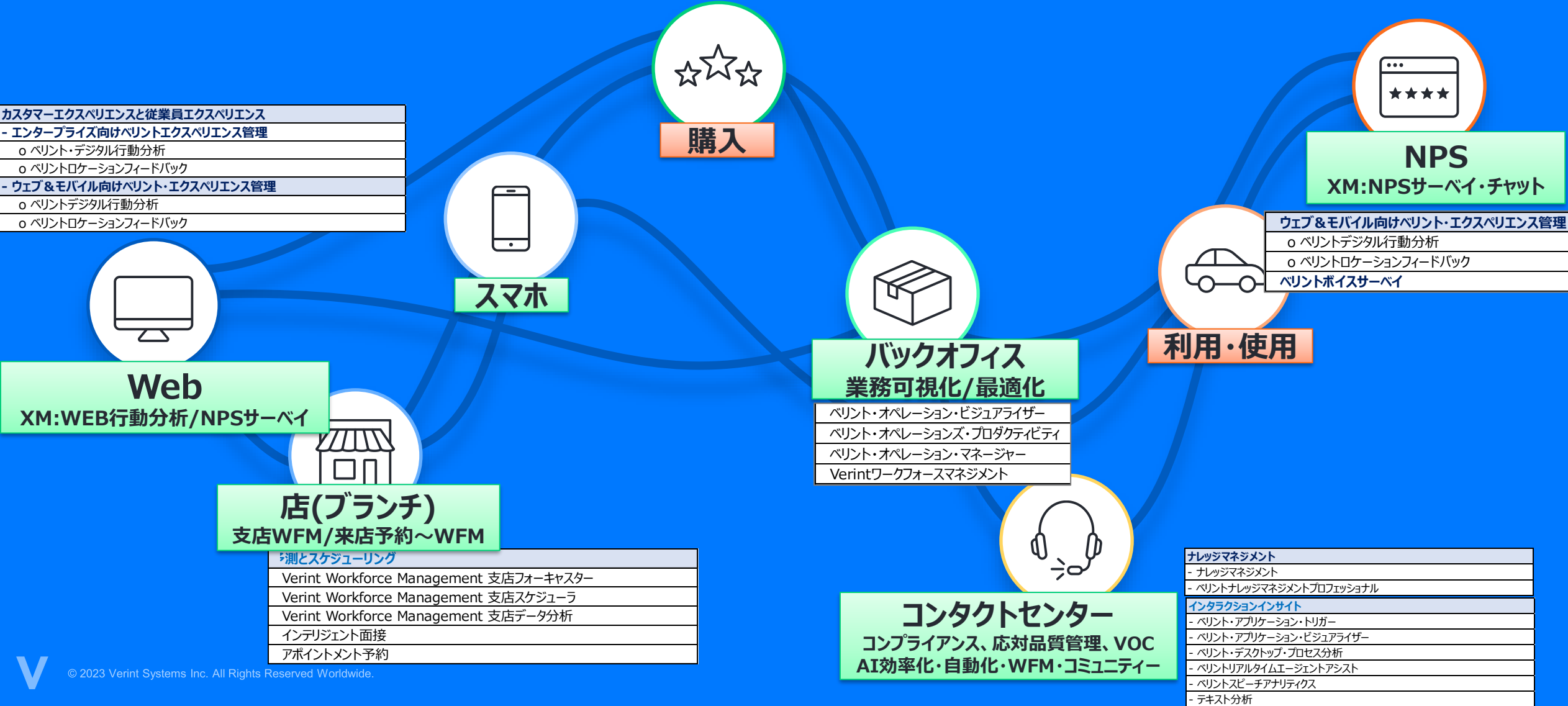
- 電話・デジタル・店舗～AI/ITがつなぐCX/EX

- ・コロナ禍によるジャーニーの変化をチャンスにしたDX事例

- ・日本のコールセンターが進むべきDX = EX向上 = CEの実現 = 皆ハッピー



現在のタッチポイント - 電話・デジタル・店舗

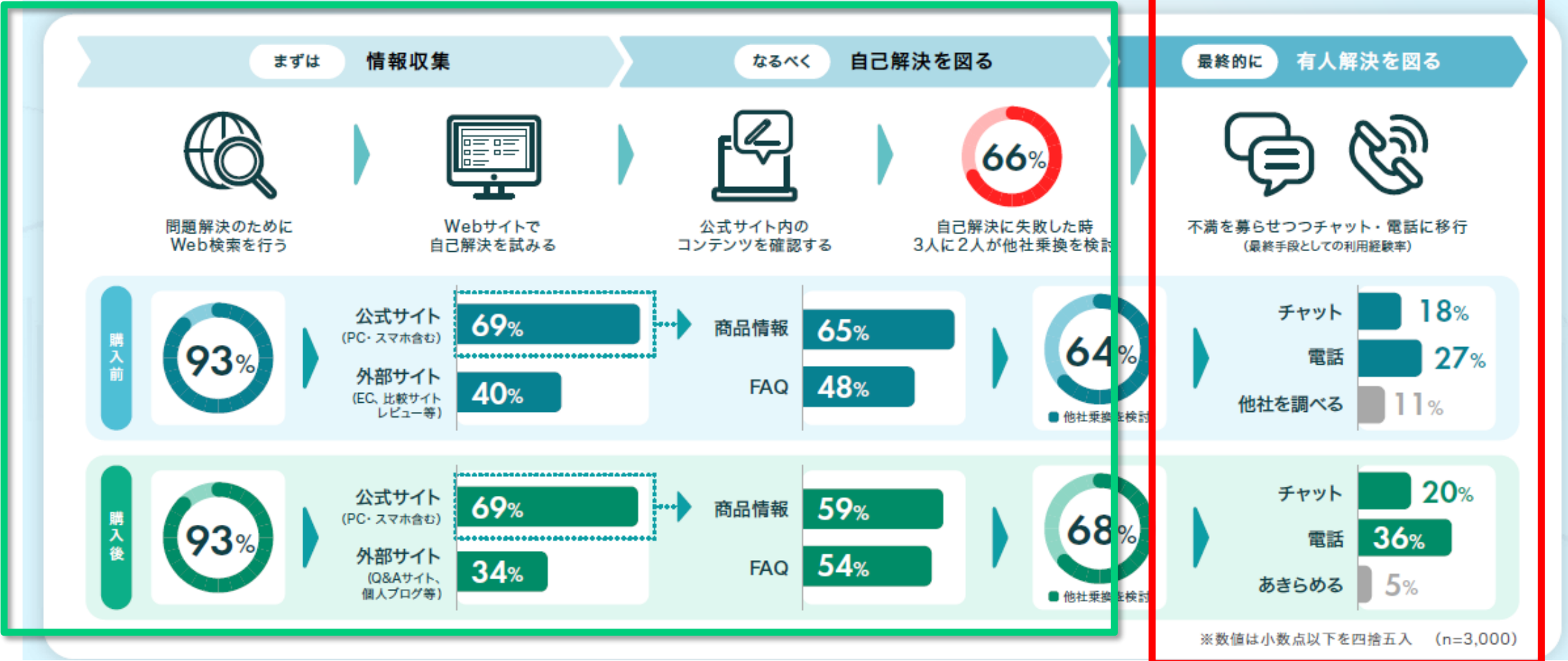


現代の顧客ジャーニーは拡大している。コールセンターは一部のタッチポイントのみ・・・

既にタッチポイントが拡大している = この範囲のケアが大事

主にコールセンターで
担当している範囲

消費者の自己解決意欲は購入前も購入後も高く、主に公式サイトで自己解決を図り、電話は最終手段となっている。
セールスかサポートかに関わらず、自己解決率を向上することは、顧客ロイヤルティと顧客満足度の両方の改善につながる。



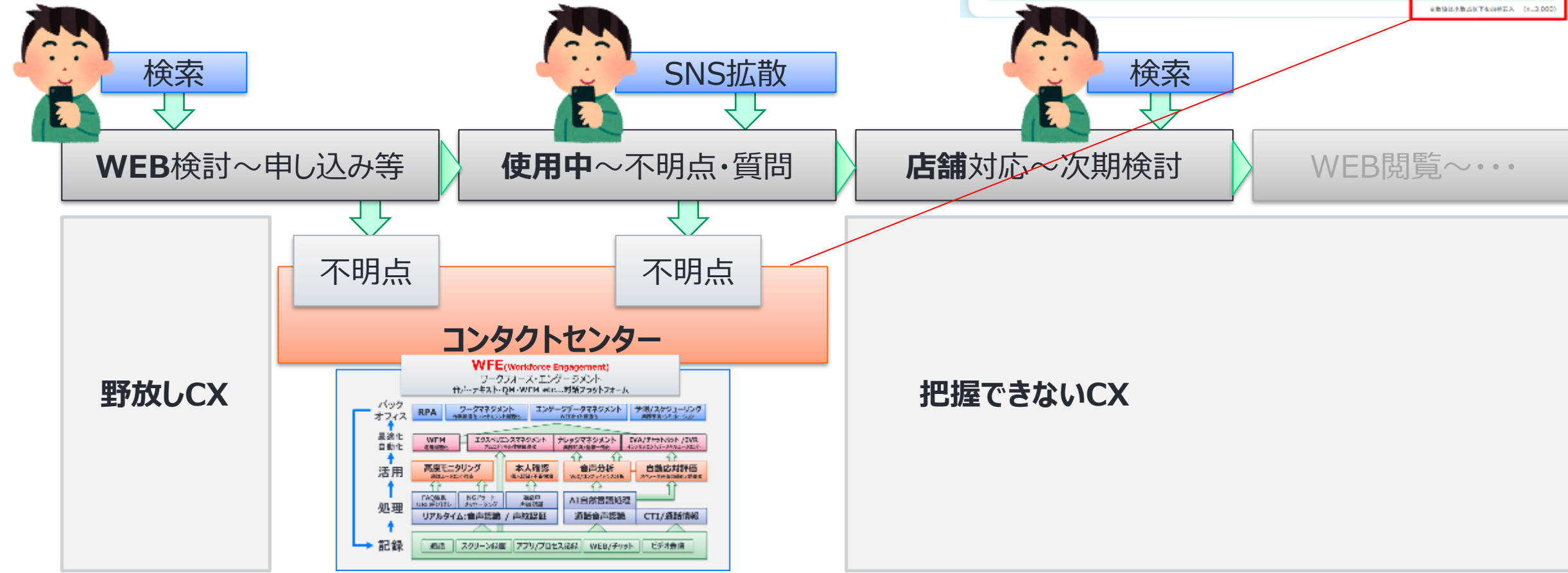
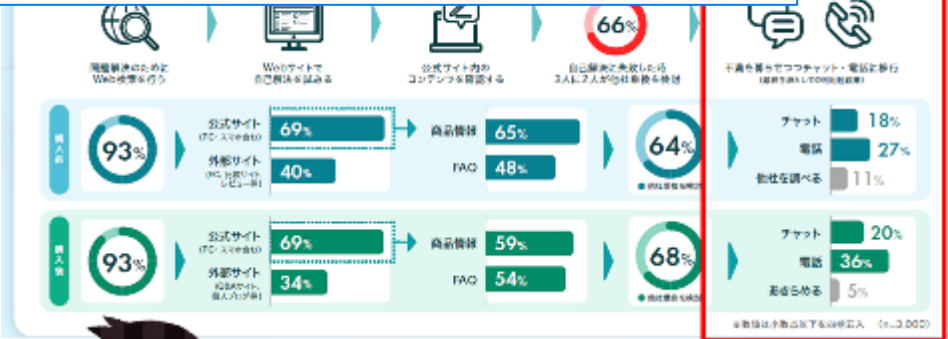
トランスコスモス社 コミュニケーション実態調査2023-2023

現代の顧客ジャーニーは拡大している。

■ Verintの取り組み

CXの範囲を拡張するVerint Experience Management

- ・カスタマージャーニーとコンタクトセンターの接点
- ・Verint Experience Management がタッチポイントの範囲を拡張

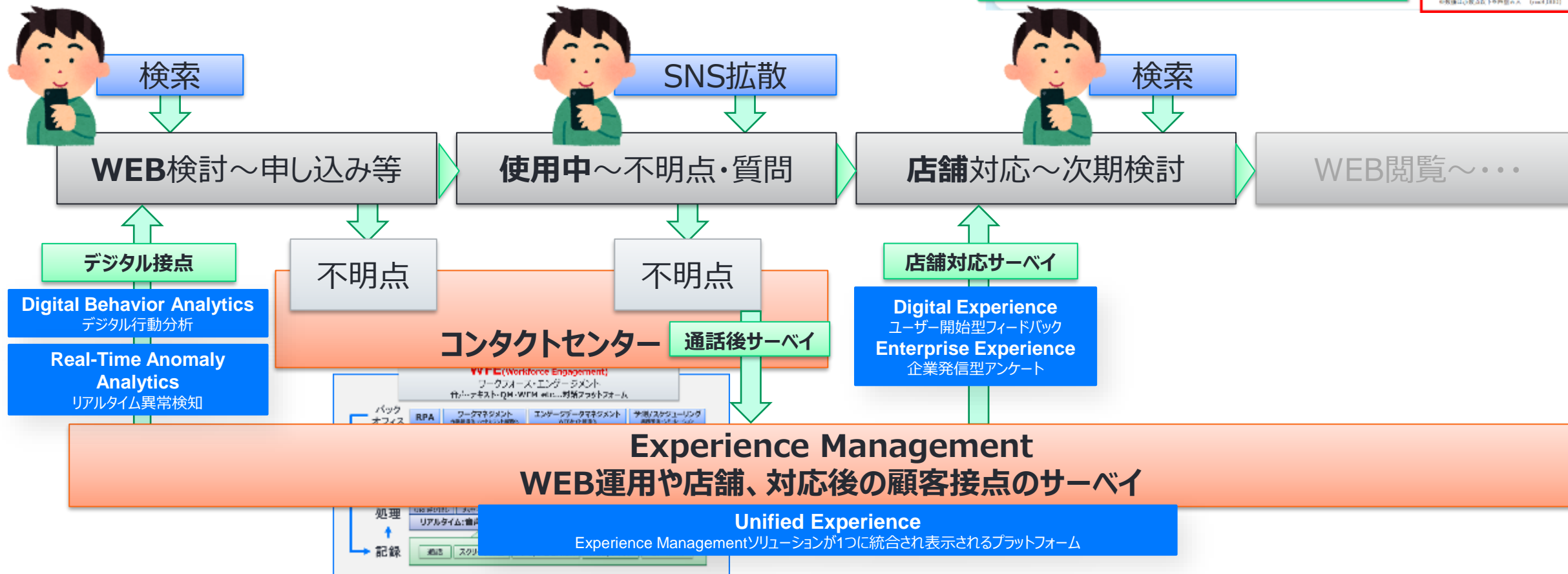


現代の顧客ジャーニーは拡大している。

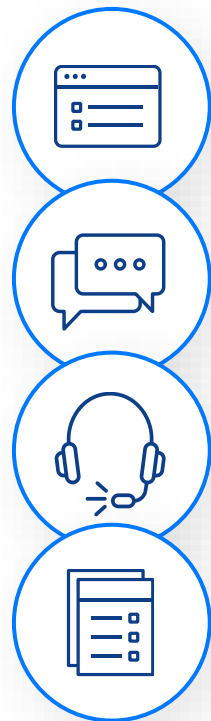
■ Verintの取り組み

CXの範囲を拡張するVerint Experience Management

- ・カスタマージャーニーとコンタクトセンターの接点
- ・Verint Experience Management がタッチポイントの範囲を拡張



最終的に、お客様が
お問い合わせいただいた
内容について、適切な
対応がとれるように
努めています。また、
お客様の声を元に、
サービスの改善に取り組
んでいます。今後も、
お客様の声を大切にし、
サービスの向上に努め
てまいります。



経営層



デジタルマーケティング部



カスタマーサービス



コンタクトセンター



支店・店舗



リサーチ・アナリスト

カスタマージャーニー

調査

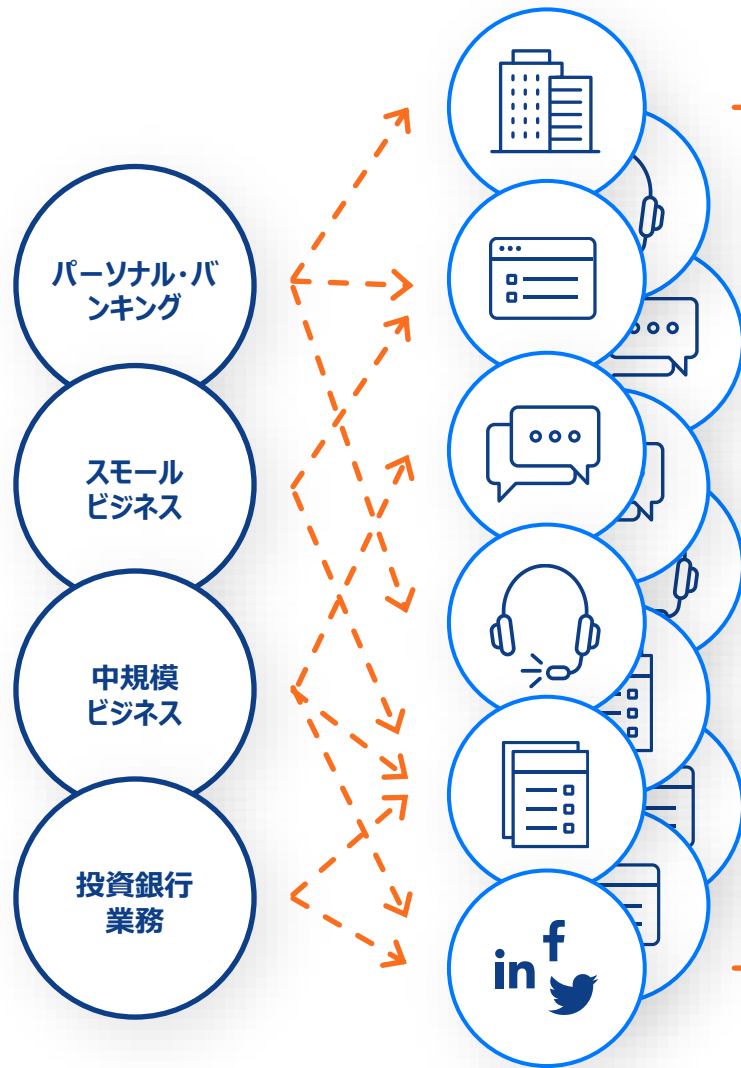
解釈

実施

モニター

結果を把握し改善実施

継続的改善



シームレスな統合
AIオートメーション
リアルタイム・データ・アクセス
ネイティブ・スピーチ分析



ネイティブテキスト分析
ネイティブ行動分析
ネイティブアラート/ケース
予測的優先順位付け

体験・品質評価

デジタルチャネル担当

コンタクトセンター

クロスチャネル分析

カスタマージャーニー

調査

解釈

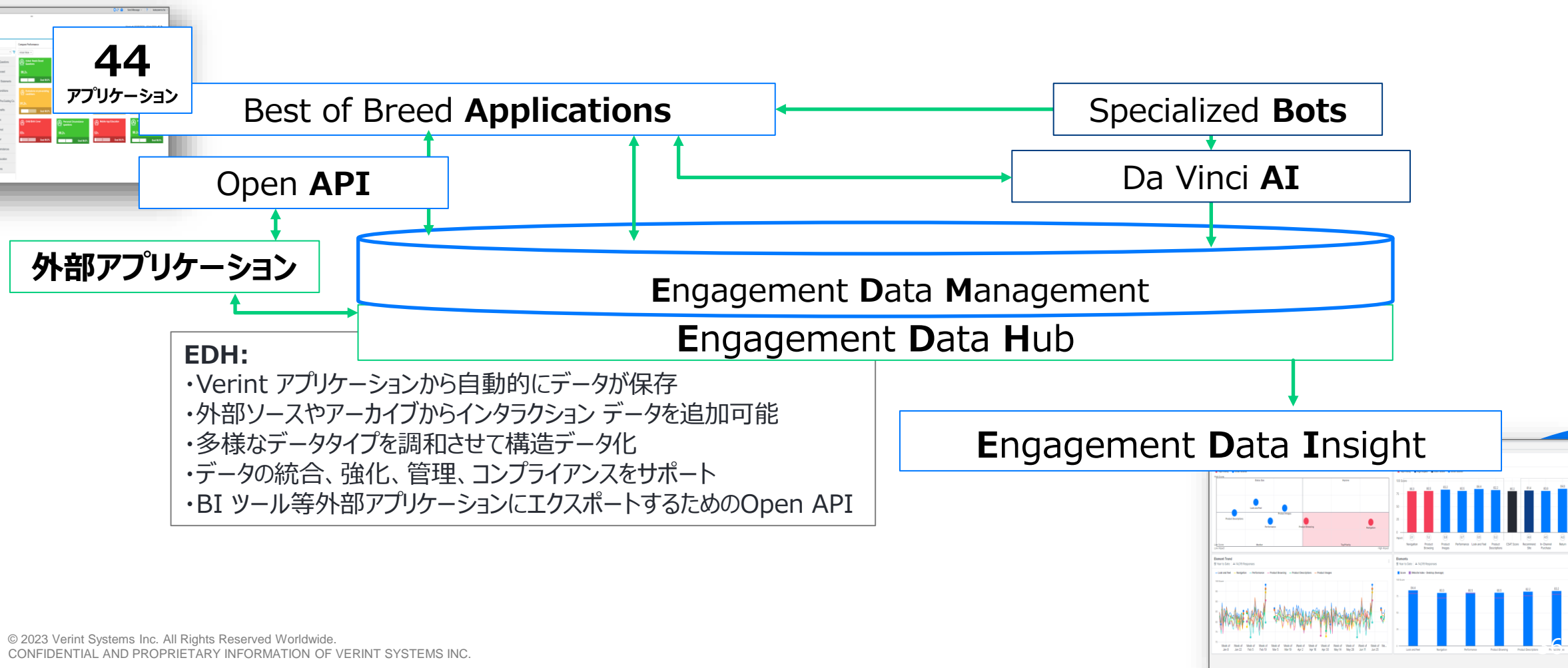
実施

モニター

エンゲージメントデータの一元化

Open CCaaS : コンタクトセンターのすべての会話を一貫して効率的に管理する単一のアプリケーション

電話は常に重要なチャネルですが、今ではデジタルチャネルも同様に重要になっています。
あらゆるコミュニケーションプラットフォームとシームレスに連携し、カスタマーエンゲージメントに貢献します。



アジェンダ

- ・自己紹介/ベリントシステムズについて
- ・世界と日本の動きと労働人口減少等の喫緊の課題
- ・電話・デジタル・店舗～AI/ITがつなぐCX/EX
- ➡・コロナ禍によるジャーニーの変化をチャンスにしたDX事例
- ・日本のコールセンターが進むべきDX = EX向上 = CEの実現 = 皆ハッピー



簡単に振り返り

パンデミック＝コロナ禍の出来事

日本のパンデミック初期の動き

2019年12月頃の武漢発確認

2020年2月 ダイヤモンド・プリセンスで感染確認

2020年2月27日 全国小中学校の一斉休校要請

2020年2月28日 北海道「北海道緊急事態宣言」週末の外出自粛等を要請

2020年3月28日「新型コロナウイルス感染症対策本部」が開催、基本的対処方針が決定

2020年4月7日 東京、神奈川、埼玉、千葉、大阪、兵庫、福岡7都府県に緊急事態宣言

2020年4月16日 対象を全国に拡大

2020年5月 森脇VERINT入社

- ・アメリカでは2020年1月、ヨーロッパでは2019年12月にウイルスが確認され急速に広がっていった。
- ・アメリカ最初の緊急事態宣言は同年3月13日

これまでの出来事の総括 (chronology) - 日本内科学会

https://www.naika.or.jp/jsim_wp/wp-content/uploads/2023/11/nichinaishi-109-11-article_2.pdf

3密のコンタクトセンター運用への影響は甚大だったが市場は活性化した

2023年度の国内コールセンターサービス市場規模（事業者売上高ベース）は、前年度比4.6%増の1兆421億円であった。同年度は、新型コロナウイルス感染拡大に伴い、公共/官公庁分野において大型のスポット案件が発生したことが市場拡大に大きく貢献した。また、民間企業の需要においても、労働力不足や労働者派遣法の改正などを背景としたコールセンター業務のアウトソーシングニーズが拡大した。

プレスリリース

No.2842

いいね！

2021/11/02

コールセンターサービス市場/コンタクトセンターソリューション市場の調査を実施（2021年）

2020年度のコールセンターサービス市場は前年度比4.6%増の1兆421億円、コンタクトセンターソリューション市場は同1.5%増の5,138億円

～コールセンターサービスはスポット需要を取り込み、コンタクトセンターソリューションは非対面接客の重要性の高まりを背景に成長が続く～

株式会社矢野経済研究所（代表取締役社長：水越孝）は、国内のコールセンターサービス市場およびコンタクトセンターソリューション市場を調査し、サービス別の動向、参入企業動向、将来展望を明らかにした。

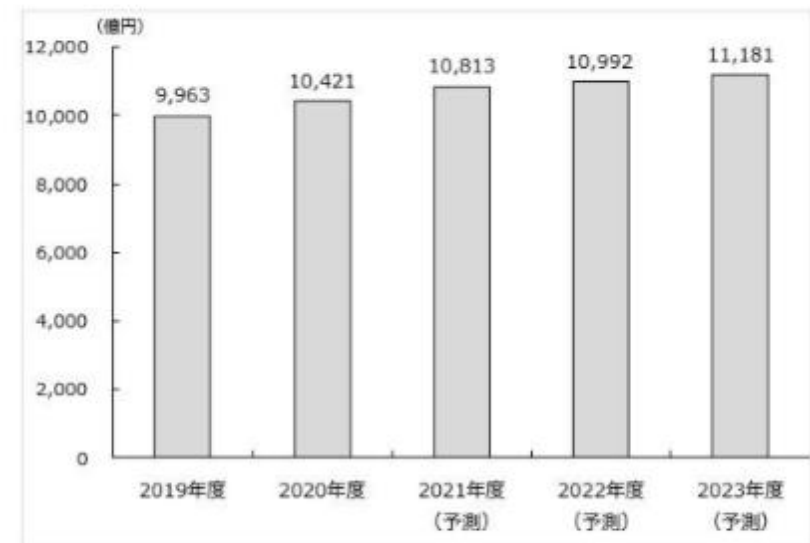
矢野経済研究所

コールセンターサービス市場/コンタクトセンターソリューション市場の調査を実施（2023年）より

https://www.yano.co.jp/press-release/show/press_id/2842

コールセンターサービス市場規模推移・予測

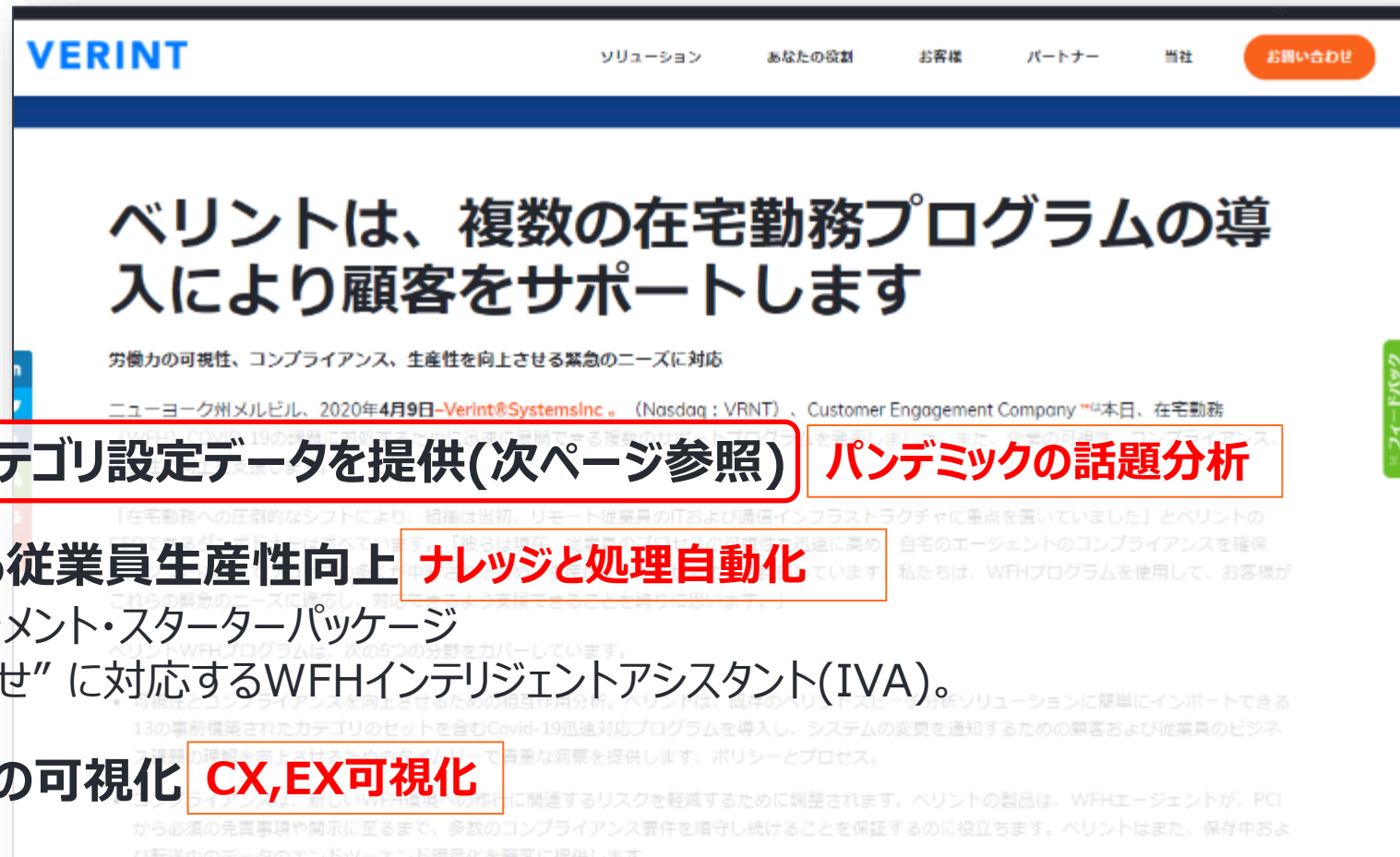
(単位：億円)					
コールセンターサービス市場	2019年度	2020年度	2021年度 (予測)	2022年度 (予測)	2023年度 (予測)
市場規模	9,963	10,421	10,813	10,992	11,181
(前年度比)	105.8%	104.6%	103.8%	101.7%	101.7%



注1. インバウンド・アウトバウンドの電話応対やWeb・FAX等の顧客対応業務を請け負うアウトソーシング事業者（コールセンターサービス提供事業者）の売上高ベースで算出した。
注2. 2021年度以降は予測値

VERINT WFH

COVID-19プログラム



■ 音声認識/分析用の“Covid-19カテゴリ設定データを提供(次ページ参照)

パンデミックの話題分析

■ 適切なナレッジ・処理の自動化による従業員生産性向上

ナレッジと処理自動化

- ・数週間で完全に展開できるナレッジマネジメント・スターターパッケージ
- ・“リモート環境に関する従業員の問い合わせ”に対応するWFHインテリジェントアシスタント(IVA)。

■ 従業員とカスタマー エクスペリエンスの可視化

CX,EX可視化

- ・調査・分析・アラート機能
- ・企業がより良い在宅勤務環境を作るために、優先順位をつけ、迅速に行動できるよう支援

■ コミュニティプラットフォーム(企業SNS)とWebセルフサービスのプラットフォーム提供

コミュニケーション維持・強化

- ・企業が24時間365日利用できる安全なコミュニティを提供

■ コンプライアンス対応 在宅環境への移行に伴うリスク軽減

コンプライアンス

めっちゃ
いい話

当時行われた社内/パートナー向けインフォメーション コロナ向け音声分析カテゴリ提供への社内報

Covid19カテゴリーパッケージと音声ブースト



ダニエル・ジブ 2020年4月3日

まず最初に、この未曾有の時代において、皆様が安全で健康であり、正気を保たれていることを願います。久しぶりの投稿になりますが、オンラインのグローバル音声分析コミュニティを活用することが、これまで以上に重要であることを実感しています。

他の組織でも同じように活用できるように、私たちはCovid 19カテゴリと12の音声分析カテゴリを追加し、政府、電気通信、旅行、医療、サプライチェーン、小売業、保険などの新しいタイプの質問や懸念に対応しました。

これらのカテゴリは既存のスピーチアプリケーションに簡単にインポートすることができます。また、Covid 19やコロナウイルスなどの用語や、その他のユニークな新語をアプリケーションで正しく音声認識・文字化するために、無料のリモート音声認識強化サポートを実施することも可能です。

この無料サービスをご利用になるには、Verint のサポートケースを作成するか、以下のリンクからご登録ください。

Verint がお客様をサポートする他の方法をお知らせください。また、このコミュニティを活用して、この危機を乗り越えるためのベストプラクティスやヒントを共有しましょう。安全で健康な生活を送り、この危機を乗り越え、より強くなることを願っています。

音声認識強化 = 新しい言葉を追加学習して音声認識精度を向上させる事：音声認識チューニング



● over 2 years ago のRoniRavuna 2年以上前

Covidカテゴリーのリストを共有してくれてありがとうダニエル。

Covidカテゴリーのリストを共有してくれてありがとうダニエル。

音声認識強化が完了すると、新しいCovidカテゴリに関連する用語がすべて識別されるようになります。

私たちは、他のお客様が音声ブーストの前に以下の用語を使用して、「コロナコール」を探しているのを見ました。この方法を試してみて、うまくいった場合はお知らせください。

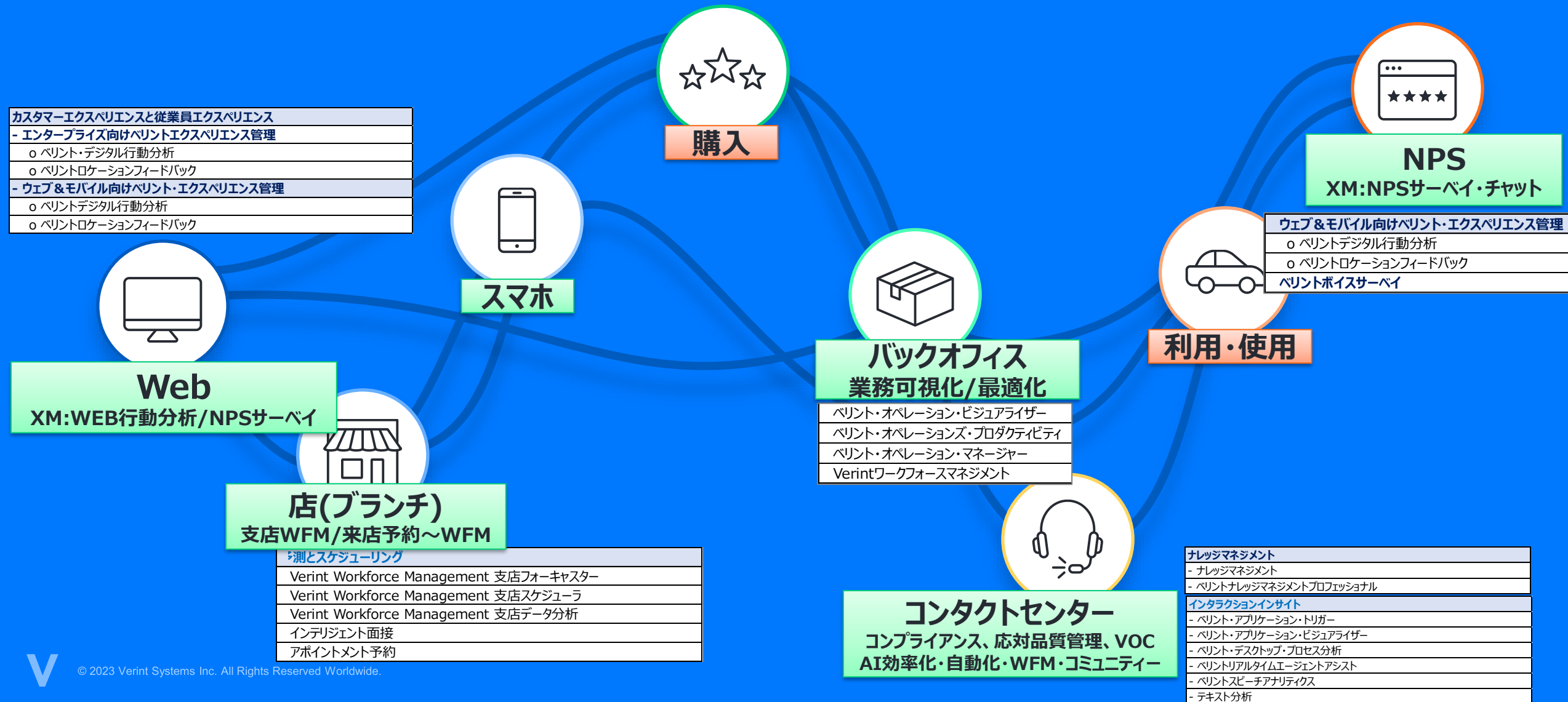
クローナ
クラウンA
クラウン
クラーナ
当社の電流
コード化された
コード化する
を呼び出す。
コピー

原文：発音が似てる単語
Krona
Crown A
Crown
Khurana
Current of ours
Coded
Code it
Call the
Copies
Cold it
Corner

<https://integrations-connect.verint.com/products/speech-analytics/b/news/po-category-package-and-phonetic-boosting>

事例:オムニチャネルCX戦略の成功した rue21

Rue21のジャーニー -Web→店舗→Web



電話からデジタルへ変化した成功事例

rue21事例

データ主導のオムニチャネルCX戦略で売上と満足度を向上させたRue21。

施策と成果

- VOCを集約し、カスタマージャーニー全体の顧客とのタッチポイント・体験を部門横断的に把握し共有。
- 収集したデータを活用し、継続的なCX改善のためのアクションの優先順位付けを実施
- VOCで指摘された共通のフィードバックやペインポイントに対応する・BOPISモデルと・ブランド製品戦略の改善により、**NPSを17ポイント向上**。
※BOPIS=Buy Online Pickup in Store : 「ネットで買って、店舗で渡す」サービス
- CXの改善後、BOPISの受注が前月比**72%増**を達成。

使用中のソリューション

- Automated Quality Management
- Speech Analytics
- Real-Time Agent Assist
- Passive Voice Biometrics

Customer Success Story

rue21 Gets Sales and Satisfaction Bump with a Data-Driven, Omnichannel CX Strategy



Region

North America



Solutions

Verint® Experience Management™



Industry

Retail

Results

- Aggregated VOC insights for a cross-functional view of customer interactions and experiences across the consumer journey.
- Used data to prioritize actions for continuous CX improvements.
- Increased NPS by 17 points by improving BOPIS fulfillment model and brand product strategy that addressed common feedback/pain points noted in VOC.
- Realized a 72% increase in BOPIS orders month-over-month after CX improvement changes took effect.

Opportunity

New rue21, LLC (rue21), is a fast-fashion growth retailer with over 600 stores in shopping malls, outlets, and other retail centers. The brand has experienced dramatic growth over the years, propelling the retailer to a top destination for on-trend fashion apparel and accessories at a great value.

Over the last few years, rue21 has worked to evolve its offerings to better serve customers. To support these efforts, the retailer has embarked on a data-driven strategy to gather customer feedback from across the consumer journey to promote a greater understanding of how to improve customer experiences.

In 2019, rue21 modernized its store designs to give customers a new and inspiring in-store experience. Voice of Customer (VOC) feedback was vital in helping the internal customer experience (CX) team identify issues that were causing lower Net Promoter Score (NPS) ratings. This data also guided how the team implemented changes, such as improving customer greetings and communication of in-store promotions; delivering a more consultative fitting room experience; and ratcheting up the speed of the cash-wrap process.

Once rue21 saw the big wins stemming from these changes, it zeroed in on delivering CX improvements in two key omnichannel retail areas: its buy online pickup in store (BOPIS) fulfillment model and the brand's plus-size fashion line. The organization set out to obtain the data needed to guide the necessary changes.

Solution

rue21 deployed Verint® Experience Management™ to measure store, digital, fulfillment, and BOPIS experiences. Verint Experience Management enables listening across virtually all digital and non-digital channels (mobile, web, social, email, voice, SMS, and others); engagement posts (opt-in, triggered digital, post-interaction survey, lifecycle survey, and telephone calls); and data types (structured, unstructured, direct, and indirect).

The Verint solution has enabled the retailer to align its VOC insights to key performance indicators (KPIs) across the customer journey. One element of the Verint Experience Management solution, predictive modeling, was particularly helpful to the rue21 CX team. With it, the team can effectively translate feedback into specific actions that lead to the greatest measurable business impact.

VERINT.

・海外事例：提案機会～解決策～効果まで

rue21:ルー21（業種：ペンシルベニア州レディース&メンズのカジュアルアパレル・アクセサリーの専門メーカー） データ主導のオムニチャネルCX戦略で売上と満足度を向上させたRue21。

Opportunity(提案機会)

・rue21, LLC (rue21) は、ショッピングモールやアウトレット、その他の商業施設に600店舗以上を展開するファストファッションの成長企業。同社は長年にわたり劇的な成長を遂げ、トレンドのファッション・アパレルやアクセサリーをお得に購入できるトップショップに成長しました。2019年、rue21は店舗デザインを近代化し、お客様に新しく刺激的な店内体験を提供しました。

・また、このデータは、“お客様への挨拶”や“店頭でのプロモーション”の改善、“談しやすさ”や“試着室の提供”、“キャッシュアップのスピードアップ”など、チームが変更を実施する際の指針にもなりました。

・これらの変更によって大きな成果が得られたことから、ルー21 は、オムニチャネル・リテールの 2 つの主要分野である、BOPISモデルとプラスサイズのファッション・ラインにおける CX の改善に焦点を絞りました。

・同社は店舗、デジタル、フルフィルメント、BOPIS エクスペリエンスを測定するために Verint Experience Management™を導入しました。これにより事実上すべてのデジタルおよび非デジタル チャネル（モバイル、Web、ソーシャル、電子メール、音声、SMS など）でのリスニングが可能になりました。

詳細はWEBで(英語ページなのでブラウザで日本語表示をしてください。)

<https://www.verint.com/case-studies/rue21/>

Googleで **Verint Rue21** でも検索できます。

rue21 Gets Sales and Satisfaction Bump with a

Customer Success Story



Region

Opportunity

New rue21, LLC (rue21), is a fast-fashion growth retailer with over 600 stores in shopping malls and other retail centers. The brand has experienced rapid growth over the last few years, thanks to its ability to offer customers a wide range of trendy accessories and apparel at a great value. To continue to grow and better serve customers, the retailer has embarked on a data-driven strategy to gather customer feedback from across the consumer journey to promote a greater understanding of how to improve customer experiences.

Verint® Experience Management™



Industry

Retail

In 2019, rue21 modernized its store designs to give customers a new and exciting in-store experience (CX) team identify issues that were causing lower Net Promoter Score (NPS) ratings. This data also guided how the team implemented changes, such as improving customer greetings and communication of in-store promotions; delivering a more consultative fitting room experience; and ratcheting up the speed of the cash-wrap process.

Aggregated VOC insights for a cross-functional view of customer interactions and experiences across the consumer journey.

Used data to prioritize actions for continuous CX improvements.

BOPIS fulfillment model and brand product strategy that addressed common feedback/pain points noted in VOC.

Realized a 72% increase in BOPIS orders month-over-month after CX improvement changes took effect.

Si

rue

BC

anc

(op

typ

Thi

ind

Ma

Wi

gre



ital, fulfillment, and across virtually all digital (ers); engagement posts (iphone calls); and data

ey performance Experience se rue21 CX team. that lead to the

VERINT

Rue21動画

https://youtu.be/vW4uHa4EnKg?si=AuJA6ynQ_RGWrZQb

ここまでのトピック 1

- ・本当に誇りと思っている = "お客様の声を真摯に受け止めている"
- ・カスタマージャーニーのさまざまなステップでカスタマーからの**フィードバックやインサイトを定期的に収集**している。
- ・**店舗**でお買い物をされたお客様には**アンケート**を実施している。
- ・**タッチポイントを分けてアンケート実施**し状況を把握している。
- ・お客様の声を聞くだけでなく**NPS、CSATの測定値も見て確認**している。
- ・お客様の懸念に対応する為に改善を続けている
- ・店員のトレーニングを重視し、お客様が来店されたとき、一人ひとりのお客様の声を読み取る様にしている
- ・データを**部門横断的**に活用して成果を促進
- ・具体的なアンケートを実施し、**どのようなトリガーがあり、実際に何が起こっているのかを把握**できる。
- ・販売頻度が少し変わったドレスを買うお客様のタイプが変わった
- ・これまで考えもしなかったような**"機会"**を得た。

Rue21動画

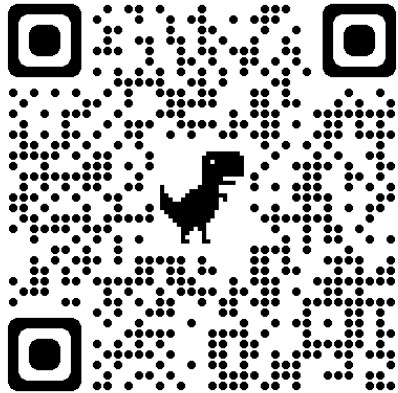
https://youtu.be/vW4uHa4EnKg?si=AuJA6ynQ_RGWrZQb

ここまでのトピック2

- ・私達がどのように認識されているのか？どのような競合がいるのか？を**理解するための基準線が得られた。**
- ・ベリントと提携して**“アソシエイト(同僚)エンゲージメント調査”**を実施した。
- ・"お客様がRue21についてどう考えているか"だけでなく、
“社員が日々Rue21とどのように関わっているか”も理解出来ている。
- ・お客様の声に**優先順位をつけより良いサービスを提供できるようになりNPSスコアを2桁向上できた。**
- ・“うまくいっている部分”を掘り下げることができた。
- ・“なぜうまくいかないのか”を定性的に把握することができた。
- ・“お客様の声”の最後にはお客様が良い印象を持たれている**“ポジティブなコメント”**を残している。
私たちは**ポジティブなコメント**に焦点を当て顧客への貢献を祝うことができるようにしたい。
- ・**ポジティブなコメント**は私たちにとって本当に“特別で重要なもの”。
- ・パートナーや、日々課題を解決しようと努力している人たちと**部門を超えて共有すべきもの**です。

再掲：海外の取り組み事例集が公開されていますーVerint ROIセンター

事例集が参考になります。
ぜひご覧ください。



VERINT製品ソリューションお客様向けリソースパートナー会社Q[デモを入手する](#)

家 / ROIセンター

ROIセンター

変革の取り組みを加速し、コストを削減し、収益を拡大します。これらのリソースは、潜在的なROIを評価し、Verintの総所有コスト(TCO)を削減するのに役立つ青写真、ケーススタディ、および計算ツールを提供します。

Verintで達成できるビジネス価値を見積もる

[今すぐ計算する](#)

ケーススタディ

Backcountry.com は Verint Workforce Management で NPS を向上させ、コストを削減します

[成功事例を読む](#)

アナリストレポート

ベリントのデジタルファーストエンゲージメントのトータル経済効果™ (TEI)

[レポートを読む](#)

お客様のビデオ

Google は Verint との数億の会話を管理

[成功事例を見る](#)

参考：海外で先行するユニークなアプリケーション

背景

コロナ禍で在宅ワーク対応が余儀なくされた。

仕事の場所の制限がなくなった。

WFMでライフスタイルに合わせた時間で就業も可能になった。

巨大な英語圏全体が就業対象エリアになった。

面接の応募 = 面接対応も急増した。

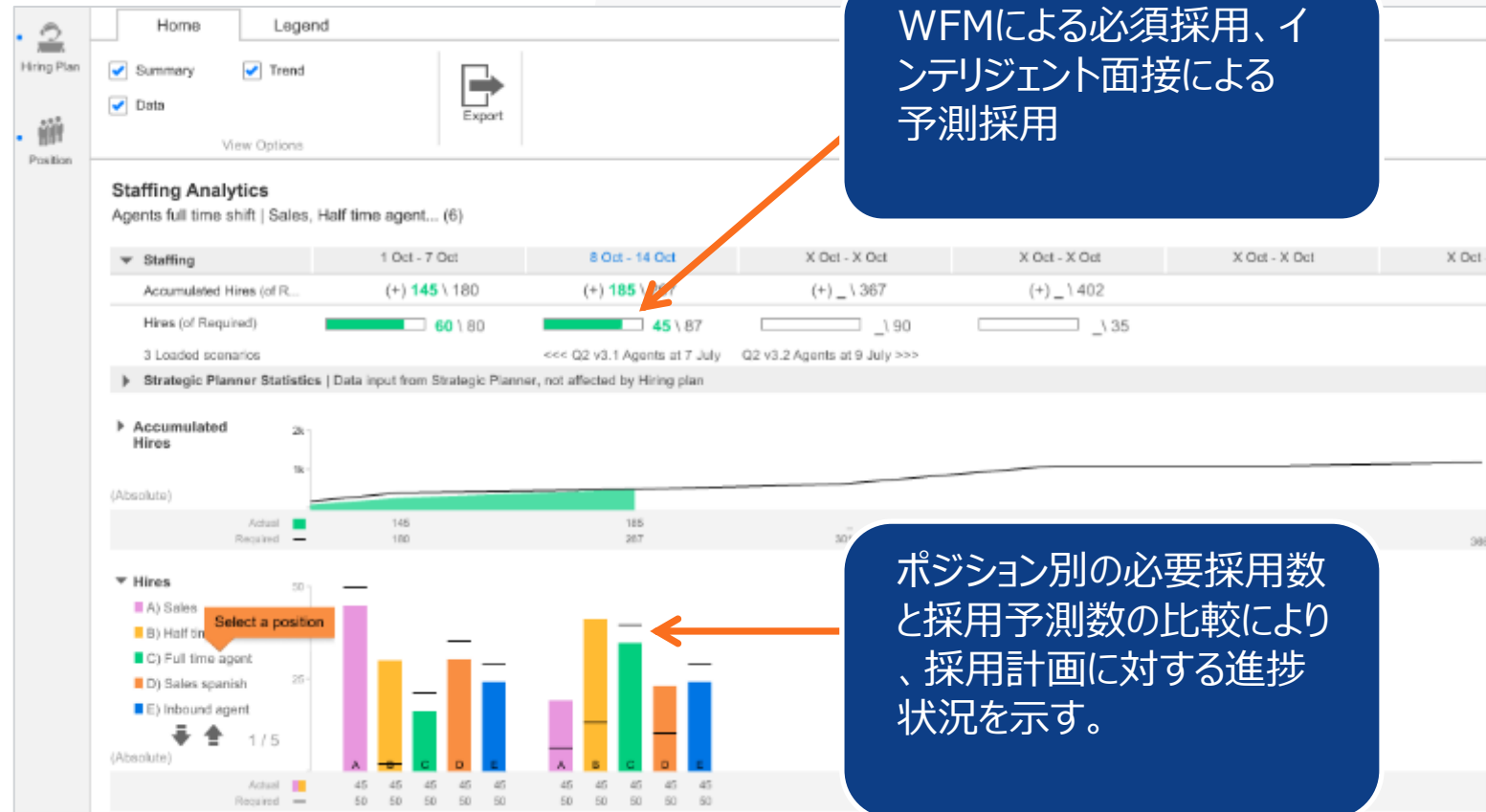
IT活用

AIによる面接自動化
より良い人材の確保

採用分析 : Hiring Analytics

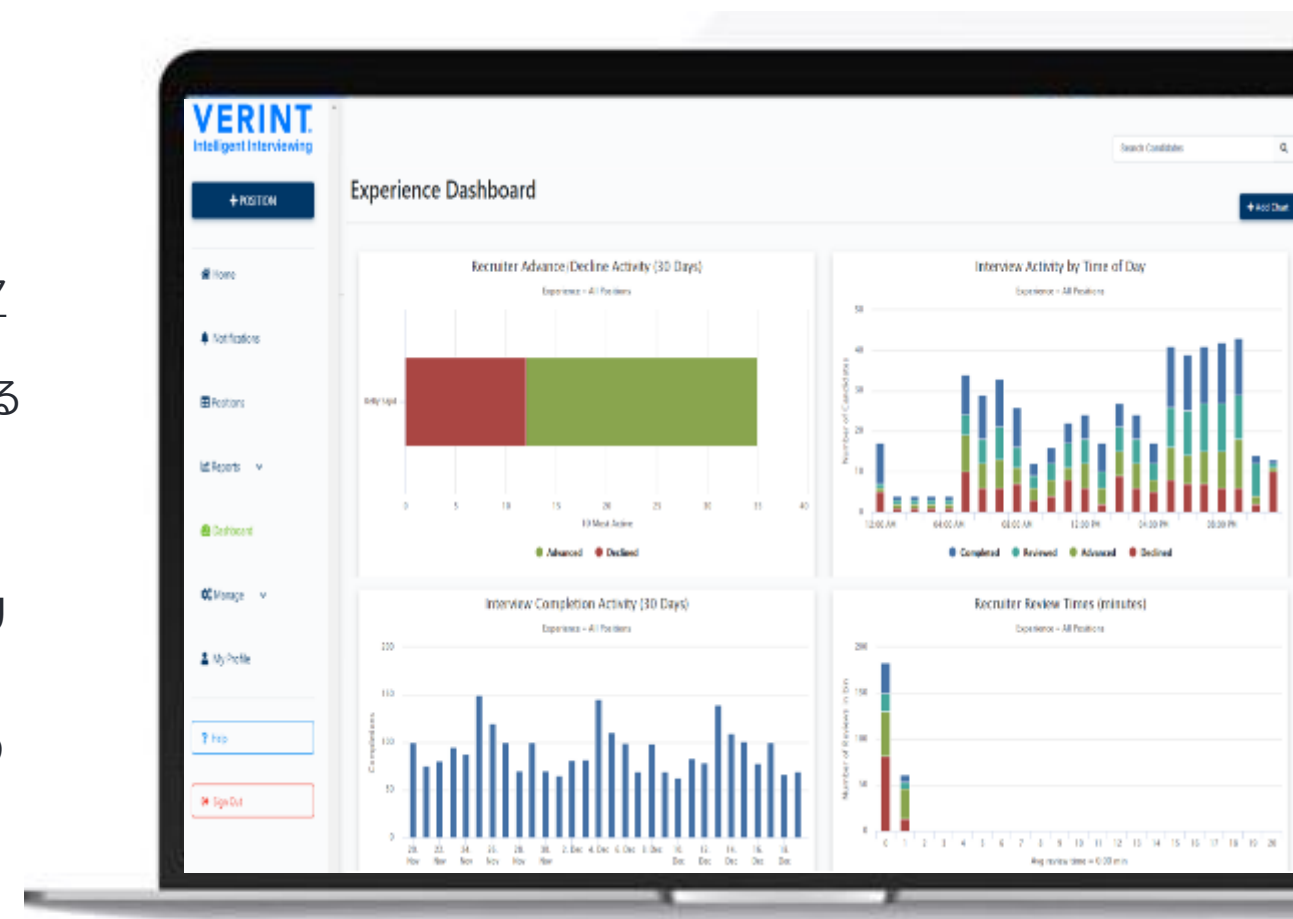
Verint Intelligent Interviewingと Verint Workforce Managementによる独自の機能

- 戦略的プランニングを拡張し、採用前段階の候補者アセスメントから得られる知見を取り入れ、プランニング・マネージャーに採用計画に貢献。
- 管理職に対して、採用計画の目標達成に向けた進捗状況を可視化し、透明性を提供する。



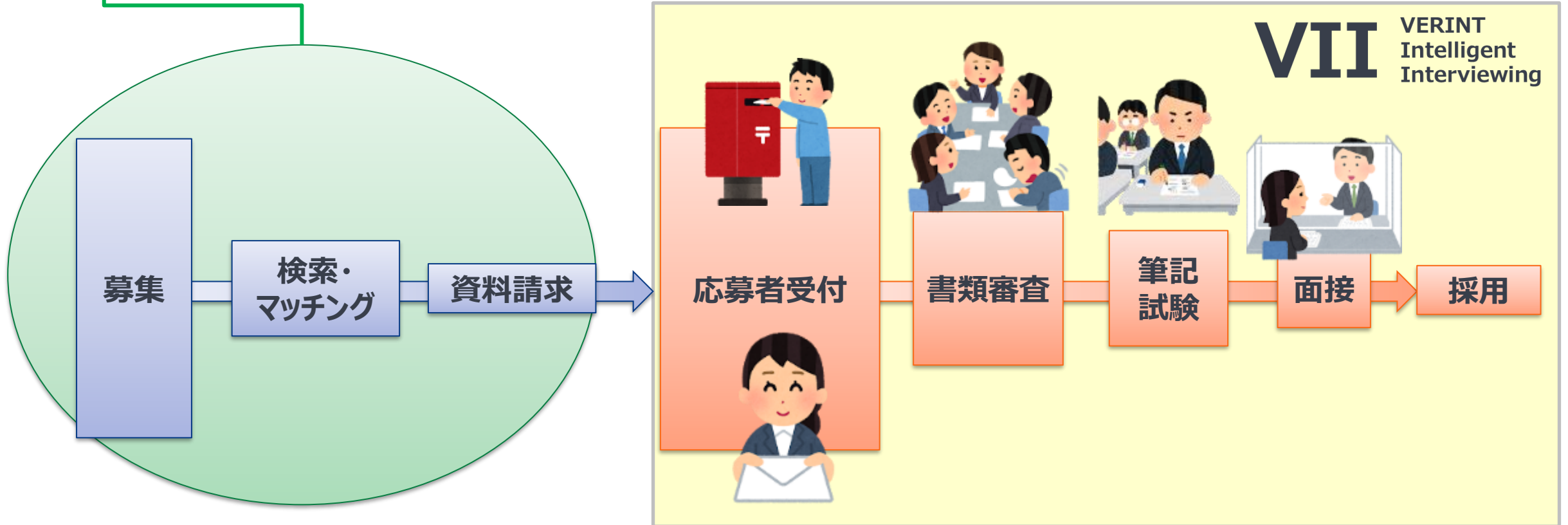
AI一次面接：インテリジェント・インタビュー（VII）

- コンタクトセンター、バックオフィス、銀行支店等の採用向け SaaSベースの大量面接サービス
- AIとの音声対話用いて、候補者の対話能力とコミュニケーション能力の効果を判断する
- AI、予測分析モデルにより、より長く在籍し、より高いパフォーマンスを発揮する候補者を推定。
候補者の面接時間と採用担当者のレビュー投資を最適化するように設計されている。
- 365日・年中無休で候補者のアクセスに対応
- 採用のリーチとスループット - より広く、より多様な候補者へのリーチが可能になる。
- 在宅勤務アセスメントにより、リモート勤務をサポートするための必要なインフラ情報を審議する。
- Hiring AnalyticsによるWFM統合による採用計画と追跡、XM(サーベイマネジメント)による候補者の声の反映



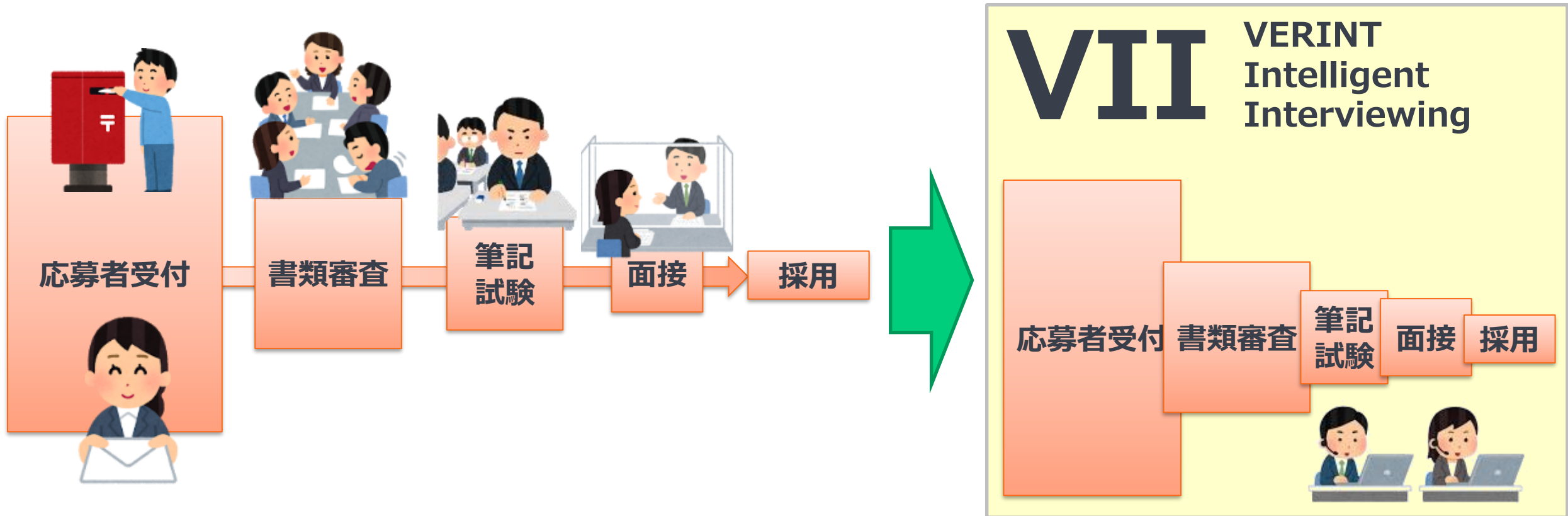
日本の面接サービスと何がちがう？

日本で提供されている面接支援サービス



日本の面接サービスと何がちがう？

多くのプロセスを人からAIに置き換え



アジェンダ

- ・自己紹介/ベリントシステムズについて
- ・世界と日本の動きと労働人口減少等の喫緊の課題
- ・電話・デジタル・店舗～AI/ITがつなぐCX/EX
- ・コロナ禍によるジャーニーの変化をチャンスにしたDX事例
- ➡・日本のコールセンターが進むべきDX = EX向上 = CEの実現 = 皆ハッピー



私たちは何処を目指すのか？

ウェルビーイング

健康とは、病気でないとか、弱っていないということではなく、
肉体的、精神的、社会的、すべてが満たされた状態にあること。

引用元：公益社団法人 日本WHO協会 | 健康の定義について

カスタマーエンゲージメント(CE)

カスタマー満足 (CS)

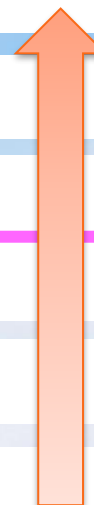
カスタマー体験(CX)

従業員エンゲージメント(EE)

従業員満足 (ES)

従業員エクスペリエンス (EX)

タッチポイント



私たちは何処を目指すのか？

ウェルビーイング

健康とは、病気でないとか、弱っていないということではなく、肉体的、精神的、社会的、すべてが満たされた状態にあること。

引用元：公益社団法人 日本WHO協会 | 健康の定義について



- ・質的/量的に現状を可視化し、見極め、施策を実施するためにAI/ITを活用
- ・コンタクトセンターはウェルビーイングを実現するための“幸福エンジン”になり、従業員が働き甲斐を感じつつ、お客様をも幸せにする事ができる職場になれる。

私たちは何処を目指すのか？

ChatGPTに聴く日本人の気質 5つ

日本人の気質は多岐にわたりますが、以下は一般的な特徴のいくつかです。

礼儀正しさ：多くの日本人は他人に対して礼儀正しく接することが重要とされており、お辞儀や敬語の使用が一般的です。

忍耐強さ：日本文化では困難に立ち向かうための忍耐が重要視され、問題が起きても冷静に対処しようとする傾向があります。

共感性：日本人は他人の感情や立場を理解し、共感することが重要視されます。集団意識や協力が根付いています。

精密さ：多くの日本人は精密さと注意細部に対する注意を大切にします。これは日本の製品やサービスの高品質に反映されています。

謙虚さ：謙虚さは日本文化において重要な美德とされており、自分を控えめに表現し、他人を尊重する姿勢が一般的です。

これらはいくまで一般的な傾向であり、個々の人には異なる特性や価値観が存在します。
また、日本社会も変化しており、個人差が大きくなっています。

日本人なら世界一のカスタマーエンゲージメントを提供できるはず！

私たちは何処を目指すのか？

海外の合理的な取り組み・AI/IT活用

日本人ならではの繊細な気質



おもてなし心・親切・礼儀正しい
共感・謙虚・精密・忍耐強い・



これからのコンタクトセンターのビジョン

働き甲斐を実感し、お客様に最良の体験を提供することで、
職場とのエンゲージメントを醸成し、幸福の連鎖を創る仕事
それが幸福エンジンである“コンタクトセンター”という仕事

ありがとうございました。

ベリントシステムズジャパン株式会社
エバンジェリスト/プリセールス 森脇 健