

特別企画

コールセンター／CRM デモ&コンファレンス2003 誌上レビュー

特別コンファレンス 変革するコールセンターの未来像を予見

プライベートセミナー 沖電気工業、富士通、NTTソルコ CRMの核心に迫る

HDIカンファレンス ナレッジマネジメントの新たなステージが見えた

オープンセミナー IP化の波が企業に変革をもたらす

展示会 140社の最新ソリューションが一堂に集結

経営との連携強化から法規制への対応まで 変革するコールセンターの未来像を予見

11月13日、14日の両日、東京・池袋のサンシャインシティ・文化会館において「第4回コールセンター / CRM デモ&コンファレンス」が開催された。特別コンファレンスでは、10本の講演・ディスカッションが行われ、経営視点、現場視点の両面からコールセンター / CRM が抱える課題が浮き彫りとなり、先進企業の問題解決への取り組みが披露された。

コンファレンスの初日は、経営視点からのコールセンター (CC) の有効活用が提唱された。

基調講演では、トーマツ コンサルティング パートナーの松下芳生氏が「センターマネージャーの経営手腕を磨く」と題して講演。マーケティング手法の変遷を振り返りながら、「企業経営はIT環境が整ってきた2002年以降、“CRMとSCM” 損益管理とROI」が各々両輪の関係で機能する“顧客中心経営”へと転換している。ここでは、CCが企業活動の中心になる」と、組織構造そのものが変革することを示唆した。

顧客最重視経営を实践するIBM 雪印はリスク管理で企業体制強化

続いての基調パネルディスカッション「コールセンターの経営評価と指標を問う」では、イーパートナーズ社

長の谷口 修氏をモデレータに、先進的なCC運営を实践するパネラー企業の取り組みが紹介された。

経営トップにCCの重要性を理解させる方法として、プロシードCOPC事業部ゼネラルマネージャの畑中伸介氏が「CCがビジネスモデルに直結していないと、経営陣からは単なるコストセンターと見られてしまう」と指摘。これに対して日本アイビーエム・イーコミュニケーションズCRM開発室長の藤川公太郎氏は、「IBMでは顧客の声を最重視する経営体制になっている」と述べ、1人の顧客の指摘からカタログのロゴ表記の規則を全世界で変更した実例を紹介した。

CCのプロフィット化に関して、アクサ損害保険オペレーション本部長の石田一夫氏は、「保険契約を管理する顧客管理部隊でも、電話対応の

スクリプトを変えたことで収益アップに貢献している」と説明。一方で千趣会・顧客情報部教育推進チームマネージャーの中田和美氏は、「受注処理を専門にこなす部隊は生産性を追求し、顧客ニーズを分析するコンタクト部隊とは切り分けている」と、業務によって目指す方向性を変えるべきと主張した。

午後の部は、「消費者調査から明らかになるセンター対応と企業イメージの関係」と題した、米ジェネシス社COOのローレン・フィロネンコ氏の講演で始まった。同氏は、「CCで不適切な対応をすると、85%の消費者は離反する可能性がある。逆に対応が適切であれば、製品に問題があっても再度購入する確率は89%」と指摘し、CCの対応が企業イメージを決定すると結論付けた。

続いて雪印乳業取締役の脇田 眞氏が「リスクマネジメント型CRMの実践」として、2001年の食中毒事件を契機に同社がCRMの仕組みをどのように再構築してきたかを説明。マルチチャネルから入る顧客の声を一元管理し、経営陣が苦情対応状況をリアルタイムにチェックするなど、顧客重視の体制を強化して信頼回

復に取り組む様子を語った。

初日の最後は、市場通信・社長の波多野精紀氏が「ITマーケティングの新事実」と題して講演。「消費者のライフスタイルはどんどん変化する。顧客データは溜め込んでも意味がなく、取得してから3カ月以内に利用すべき」との考え方を訴えた。

生産性向上の決め手はFAQの充実 コミュニティサイト活用が理想

翌14日は、基調パネルディスカッション「コンタクトセンターの生産性を追及する」で開幕した。

ディスカッションでは、生産性向上の手段として顧客をいかにセルフサービスへ誘導するかという点を集中的に討議。カブドットコム証券システム統括部長の石川喬也氏が「電話での問い合わせの9割をWeb上にFAQとして掲載。最新の検索ツールを盛り込んだことで、活用頻度も増えている」と説明すると、NEC・BIGLOBEカスタマーリレーション本部マネージャーの金井浩樹氏も、「サービス内容が多岐にわたるので

Web上のFAQは検索性が最も重要」と述べ、両社とも利便性のあるFAQ構築の重要性を提示した。

一方、オーケイウェブ社長の兼元謙任氏は、「企業が高品質なサポートを顧客に提供するには、事業領域のサポートに専念し、事業領域以外の問い合わせはネット上のコミュニティを利用すべき」というFAQマネジメントの考えを提唱した。

午後からは事例検証が2本続き、最初に三井住友カード常務執行役員の岩井 眞氏が「CSとESの両立で生産性を高める」と題した講演を行った。岩井氏は、「顧客から評価されるには、まず従業員満足度を高めなければならない」との考えを述べ、同社でのES向上策を紹介した。次いで、日本航空マーケティング企画室旅客制度部コールマネジメント副課長の歌田清子氏が「呼量予測

の研究」と題して講演。予約電話への応答率を引き上げるために、各月ごとに曜日や時間帯別の緻密な人員配置計画を立てる取り組みを説明した。

海外事例では、IBMビジネス・コンサルティング・サービスのシニア・コンサルタント、パトシー・ヴァン・ホーヴ氏より「欧州のシェアードサー



雪印乳業の脇田 眞氏(左上)、三井住友カードの岩井 眞氏(右上)、日本航空の歌田清子氏(左下)、IBMビジネス・コンサルティング・サービスのパトシー・ヴァン・ホーヴ氏(右下)

ビス、コンタクトセンターの最新立地動向」の講演があった。ホーヴ氏は、「欧米企業では、CCなど間接業務の人員・施設を統合したシェアードサービスセンターの設立が進んでいる」と述べ、コストと人材の兼ね合いからCCの立地場所が欧州各地に拡散している様子を紹介した。

最後は、クオリティ・ソーシング社長の西島和彦氏が「個人情報保護とDo not Callの研究」を講演。米国の「Do not Call」登録制度や迷惑メール防止規制を取り上げ、「日本でも同様の規制がかかるのは時間の問題で、今から対処する必要がある。顧客に喜ばれる真のCRMを实践するCCだけが成功する」と締めた。

2日間を通して感じられたのは、CC / CRMの中身が厳しく問われる時代が到来していることだ。企業に収益をもたらす拠点や仕組みとなるには、経営との結び付きや生産性向上、内部システムの改善、法規制への対応などさまざまな課題が山積み。逆に言えば、まだまだ発展する余地が大きいようだ。



基調パネルディスカッション「コールセンターの経営評価と指標を問う(左)と、「コンタクトセンターの生産性を追及する」の様子。コールセンターのあり方や生産性向上について、熱い議論が交わされた



トーマツ コンサルティング パートナーの松下芳生氏(左上)、米ジェネシス社のローレン・フィロネンコ氏(右上)、市場通信の波多野精紀氏(左下)、クオリティ・ソーシングの西島和彦氏

IP、音声ソリューション、ブロードバンド—— 旬のテーマを企業のカスタマー担当者に訴求

企業にとってCRMの重要性が増すなか、実際にサービスを提供する側のベンダー・SI・アウトソーサーは、常に新しい技術を取り込み、顧客企業に提案していく使命がある。それぞれの分野でリーディングカンパニー的立場にある、沖電気工業、富士通、NTTソルコのプライベートセミナーをレポートする。

豊富な導入事例をもとに IPソリューションの展望を示す 沖電気工業

沖電気工業のプライベートセミナーは、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「CTstage4i」を活用したIPソリューションの展望や導入事例を中心に、2日間にわたって開催された。

まず初日最初に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プレジデントが、「CTI & IPコミュニケーションシステムCTstage4iの全容」と題して講演した。

坪井氏はCTstageの成り立ちを説明したうえで、IP化の効用について、「コンタクトセンターの集中・分散に対応しやすくなるほか、基幹



立見も出た会場内

システムとの連動も容易になります」と語り、今後の強化ポイントとして、050サービスへの対応、IP電話機の高機能化、ASP型サービスの3点を指摘した。

さらに翌日には、同マーケティング部の富澤博志部長が「最新IPコンタクトセンター事情」と題して解説を行った。同氏は、現在のコンタクトセンター市場が1990年代半ば以来の旺盛なブレイク時期であると指摘。中小規模市場については製造業を中心にUnPBXシステムへのニーズが高まる一方、大規模市場については中核にIPソリューションを据え、ロケーションフリー（PSTNやアナログ回線に制約されない）、スケールフリー（UnPBXサーバーを複数併置するより高い拡張性）、メディアフリー（音声と画像双方に対応）の3点を導入メリットに挙げた。

その後行われた導入事例の発表では、SIPベースのIPコンタクトセンターを実現したヒューマン・プランニングサービス、オープンな開発環境で柔軟な運用を実現した東京放送（TBS）、IP統合したオフィスとコンタクトセンターで顧客接点を強



坪井正志
プレジデント

化したイスコジャパン、1800万人会員とのコミュニケーション基盤となっているカルチュア・コンビニエンス・クラブのTSUTAYAコンタクトセンターなど計7事例が報告された。

音声ソリューションの 適用分野を紹介 富士通

富士通のセミナーは、同社が昨年10月、基本戦略として発表した「CRM展開マップ」を軸に据え、「次世代CRM」をテーマに展開された。

午前のセッションでは、GLOVIA事業本部・CRM業務運用サービス部の鈴木康夫部長が、「業務データはビジネス成功の鍵だ！」をテーマに講演した。

冒頭、鈴木部長は「顧客と企業の関係変化にいち早く対応することが必要」と指摘。企業内に蓄積された

業務データを有効利用し、利益拡大につなげることの重要性を強調した。

同部長は、そのためのコア戦略としてCRM展開マップに言及。業務データの活用を「顧客創造型CRM」と定義し、低成長期において顧客と企業との関係がワン・トゥ・ワン型に移行している状況では、「顧客を知ることが競合との差別化につながり、厳しい市場を勝ち抜いていくポイントとなる」と語った。

一方、午後のセッションでは、GLOVIA事業本部CRMソリューション開発部の春田一成部長が、「富士通が目指す音声ソリューション」と題して講演した。

同部長は冒頭、「音声はインフラととらえられがちですが、顧客接点、すなわちコミュニケーションといえます」と指摘。自社のソリューションである「CRM21」モデルをベースに、自動受注や情報の取り出し、ボイスダイヤリング、音声ポータルといった音声ソリューションの適用分野を紹介した。とくに、次に期待されるソリューションとして、ボイスXML技術を使って、音声中でもWebと同じ情報が取り出せる音声ポー



春田一成部長

タルを挙げた。さらに、「通話録音装置は、トラブル時のみに対応させるのではなく、今後はCRMやBIに応用していくべき」と解説し、「テキストマイニングと同様に音声データを分析して、新しい価値を生み出すようなソリューションを本格化します」と語った。

ブロードバンド化に伴い SV育成の重要性を指摘 NTTソルコ

NTTソルコのセミナーは、今後本格的なブロードバンド時代を迎え、顧客と企業の関係性がどう変化するのか、またコンタクトセンターがIP化することで顧客戦略はどのように進化するのか、そのためにコンタクトセンターはどうあるべきかといった点を、多角的に検証することを目的に開催された。

冒頭、小松清吾社長の挨拶のあと東京工科大学コンピュータサイエンス学部の菱沼千明教授（学部長補佐）が、「ブロードバンド時代におけるコンタクトセンター展望」と題して基調講演。同氏は、「ブロードバンド化により、電話とインターネットが統合することで、コンタクトセンターマネージャーには、より複雑化するコンテンツ管理者としての技量がこれまで以上に求められるはずだ」と指摘した。

続いて、同社取締役ソリューション営業部長の湯澤洋逸eCRM推進室長が、「多様化する顧客ニーズに対応するコンタクトセンターソリューション」というテーマで講演し、「ブ



菱沼千明教授

ロードバンド社会とは、コピキタス社会のことであり、お客様主導のマーケティングという全く新しいコンセプトを生む土壌となるものです」と解説した。

一方、IPコンタクトセンターについては、日本アパイヤ取締役の安藤靖事業部長が、自社の導入事例を踏まえ、IP化のメリットをコストとサービス両面から紹介した。

「通信コストだけではなく、SIP対応でキャリア主導でマーケットが広がるなかで、相対的に高価だった電話機の価格も下がります。サービスについては、インスタントメッセージなどを駆使した全く新しいビジネスモデルが登場するでしょう」と語った。

さらに、NTTソルコ第一営業部センターマネジメント部の北村広敏企画調整部長が、IPコンタクトセンター化に伴うスーパーバイザー育成の重要性を指摘。「IP化でマルチタスク化が進むなかで、オペレータのスキルレベルをどこまで把握し、適切な補強ができるかが問題」と語った。

各社の提言は、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。

有用な顧客対応内容を資産化する「KCS」を提唱 ナレッジマネジメントの新たなステージが見えた

シンクサービスが運営する日本ヘルプデスク協会は、イベント内においてサポートサービス業に関わるセッションとラウンドテーブルを開催。カスタマーサポート現場に従事する多くの参加者を集めた。この中で、顧客との対応内容を有効活用して企業資産化する「KCS(Knowledge-Centered Support)」について提唱。ナレッジマネジメントの重要性を改めて浮き彫りにした。

サポートサービス業界の世界基準を策定する米ヘルプデスク協会(HDI)の日本支部、日本ヘルプデスク協会(HDI-Japan)が中心となり、サポートサービス業の重要性を広く訴え、情報交換をする場として開催するものでは、2回目。今回は、2つの基調講演に加え、サポートサービス業界の現場から講師を招いて多数のセッションが行われた。また、参加者同士が特定テーマで意見交換を行えるラウンドテーブルを新たに採用。定員の10名を上回るテーマもあり、好評を博した(囲み記事参照)。

ROIを睨んだ教育プラン策定を提言 スタッフの地位向上が成功を導く

HDIカンファレンス2003 in Japan セッションの1日目は、IHSサポートソリューション社 社長のエリック・ラ



リクルートスタッフィングの小野田 孝氏(左)と、ワウワ・コミュニケーションズの戸田 隆氏のセッションの様子。参加者は、人材・運営管理についての関心が高い

ビノウィッツ氏による「サポートセンタートレーニングの投資対効果」と題した基調講演で幕を開けた。同氏は、「センターにとって人材は宝であり、離職と採用の繰り返しは大きな損失となる。ROIに基づく最適なトレーニングプランを立て、実効のあるキャリアパスを作成することが、スタッフのモチベーションを向上させ、顧客満足度を高め、サポートセンターに成功と利益をもたらす」と提言。人材育成に焦点をあて、ROIを念頭に入れた年間教育プランの策定方法や研修効果の具体的な測定手法をIHS社の事例に基づいて解説し、大きな反響を呼んだ。

この後、3つの部屋に分かれての個別セッションを開催。「ITサービスマネジメント」「フィールドサービスの品質管理とビジネス戦略」「実践クレーム対処法」「アナリストの言葉と表



IHSサポートソリューション社 社長のエリック・ラビノウィッツ氏



HDIエグゼクティブ・ダイレクタのジュディ・ベンダ氏

現力』を鍛える」「セルフヘルプの今後～コミュニティを利用したセルフヘルプソリューション」など11のテーマが設けられ、参加者は希望する部屋で自由に聴講した。

この中の1つ、「『ヒューマンリソースマネジメントプロセス』について」では、リクルートスタッフィング コンタクトセンター事業部長の小野田 孝氏が講師となり、センタースタッフの人事について言及。正しい評価制度と、企業人事とは異なるコールセンター独自の人事制度導入の必要性

COLUMN ラウンドテーブル

定着率・現状分析・顧客との共感――

今まさに直面する問題の解決策を求め 複数企業の参加者同士が意見交換

HDIカンファレンス2003 in Japanでは、専用ゾーンのHDIアイランド内でラウンドテーブルを開催した。これは、自分の抱える問題を他者とのコミュニケーションを通じて意見交換しあい、その解決策を探すもの。特に参加者は、普段は現場に密着して自己の中で解決策を探る場合が多く、他社の同じような立場の人と情報交換するような機会には恵まれていない。今回の施策は、こうした人たちに他社の状況を聞か

せると共に、自社の情報を提供することで、お互いに解決策を探りあい、ヒントを持ち帰ってもらう企画だ。

ラウンドテーブルは、HDIアイランド内に丸テーブルを設置し、参加者が円陣となってお互いの顔を見ながら意見交換を行う。各テーブルごとに、サポートサービス業界でポイントとなるテーマが設定しており、そこで起きがちな問題点をリストアップしている。これらについて、HDIが認めたファシリテータ(進行役)を



ラウンドテーブルの様子。定員の10名を超えても参加希望者が集まり、盛況を見せた



を説き、スタッフの地位向上を図ることが品質や顧客満足向上につながると解説した。

スタッフィングでの原点回帰 マネジメント基本に関心集まる

2日目の基調講演は、HDIエグゼクティブ・ダイレクタのジュディ・ベンダ氏の「ナレッジを活用するサポートセンター」で始まった。

講演では、サポートセンターで一度解決した方法(回答)を将来にわたっていかに有効活用していくかという「KCS(Knowledge-Centered Support)」の方法論を紹介。ナレ

ジマネジメントを効果的に進めることは、センターの有効性やCS、ESを向上させるために不可欠と唱えた。

ベンダ氏は、「多くのサポートセンターでは、システムやテクノロジーに多大な費用をつぎ込んでいますが、十分な効果を得ていません。これは、KCS方法論で中心となるスタッフや顧客に関するナレッジ活用要因を見逃しているからです。入電する問い合わせ中心に考えるナレッジから、活用処理を考えたナレッジに視点を必要とあります」と述べ、成功するナレッジ作成プロセスのポイントについて論じた。

中心に、参加者同士が討議を進めていく流れだ。つまり、参加者こそが主役のイベントとなっている。

具体的には、運用・定着・教育・FAQ・現状調査・問題解決・モチベーション・地位向上・共感・採用・モニタリングなど、16のテーマを設定。各テーブル定員が10名にもかかわらず当日参加希望者が殺到し、20人近く集まるテーブルもあった。

特に参加者が多かったのは、エージェントの定着率やセンターの現状分析、顧客や他のスタッフとの共感性アップなどのテーマだ。いずれも、“永遠のテーマ”現場だからこそ見える問題点”と言える。

これまで相談相手がいなかった参加者たちが自社の問題点を説明し、他の参加者に意見を求めていく姿は真剣そのもの。ここで何らかのヒントを得、自社センターの改善策に活かそうという心構えが垣間見れた。テーマによっては、2時間半という長丁場だったが、まだまだ時間が足りないといった様子だった。

2日目の個別セッションは、「Good to Great～顧客満足度№1を目指す」「ヘルプデスクとサービスマネジメント」「企業内オンサイトサポート運用のキーポイント」など、9テーマを設定。特に原点に帰るという意味で、ワウワ・コミュニケーションズ社長の戸田 隆氏による「コールセンターマネジメントの『基本』」に参加者の関心が集まった。

コールセンターは人が運営するものと言うのは基本中の基本。HDIカンファレンスは、今回のデモ&コンファレンスの中で最も“人”に注目したイベントだったと言える。

IP 化の波はコンタクトセンター内に留まらない 全社部門の影響を睨んだシステム導入が必定

IP 電話が進化するに伴い、自社コールセンターへの導入効果に強い関心を示す企業が増えている。これを反映し、今回新たにIP ソリューションに特化したオープンセミナーが行われた。通信機器ベンダーによるIP コンタクトセンターの最新技術や市場動向、先進企業による事例紹介を含め、2日間で8つのセミナーを開催。自社センターのIP 化を検討する来場者が多く足を運んだ。

今回、池袋サンシャインシティ文化会館3F・ミプロ国際展示場では、IP ソリューションを提供する出展社が集まり、未来型コンタクトセンター(CC)の可能性について紹介していた。特に、特設セミナー会場において開催されたオープンセミナーは、最新の技術・市場動向を聴講できるとあって脚光を浴び、多くの来場者が詰め掛けた。

まず最初のセミナーは、インタラクティブ・インテリジェンス プロダクトマーケティング本部長のデビット・フラー氏が、「IP テレフォニーとマルチメディアコンタクトセンタ」と題して講演を行った。

同氏は、「従来のIP テレフォニーは、通信コストの削減や付加価値機能などに期待が寄せられた。しかし、IP 化が生み出す真のROIは、分散

された通信設備の統一による戦略的コミュニケーション拠点の構築と全社でのアプリケーション共有、障害発生時の迅速な復旧などに現れる」と提唱。IP 化が生み出す部門間のシームレスなシステム連携が、企業全体をCC化し、全社で顧客対応にあたる体制が構築できると述べ、同社ソリューションの紹介を行った。

場所を選ばず接続できるIP 網 バーチャルセンターが進化の1つ

続いて、エヌ・ティ・ティ・コム チェオ事業開発部兼アウトソーシング事業部・担当部長の吉見英弥氏が「広がる在宅コールセンター」として、自社の在宅エージェント「CAVA」制度の事例紹介を行った。

同社は、NTT コミュニケーションズが提供するISP サービス「OCN」のカスタマーサポートを行っており、特に顧客情報が必要としないヘルプデスク業務については、全国に点在する約600名のCAVAに対応させている。また、仙台に総合CCを開設してエスカレーション対応やモニタリングを行

うなど、CAVAを総合的に支援・管理する体制も整える。吉見氏は、「ネットワークをIPで結ぶことでバーチャルCCを運営でき、呼量の変動時でも柔軟に要因配置が可能」と強みの一端を説明した。

シスコシステムズは、「IPで変わる通信サービス、コールセンターの取り組みは」と題して、IP コミュニケーション部の井上朗氏がCCの未来像について解説した。

この中で井上氏は、社内/社外環境をIP化したうえでニーズに応じた機能を追加していく「TAC(テクニカル・アプリケーション・センター)」の考えについて説明。Webアプリケーションによるeセルフサービスやエージェント支援機能、音声認識IVR、全社部門を対象としたコールルーティング機能など、IP網をハブとして段階的にシステムを増設することで、効率的に全社IP化を図ることができると提唱した。

初日最後は、特別コンファレンスでも講演を行った、米ジェネシス社のフィロネンコ氏による「欧米におけるコンタクトセンターのIP化の進展状況」と題した海外事情の紹介。数々の調査データを紹介しつつ、

「全世界でIP化の波が訪れている。中でも日本はIP先進国だ」と断言、今後同社ソリューションが何を支援していけるかを具体的に解説した。

IP 電話普及のカギはSIPにある?! キャリア/開発業者も続々採用

翌14日は、富士通コンサルティング事業本部シニアマネジメントコンサルタントの小池隆康氏による、「コールセンターIP化への変遷と将来」と題した講演で始まった。

小池氏は、「いつIPが本格化するのか」と命題を掲げ、一般家庭へのIP電話の普及、通信上の信頼性・安定性の確保、開発環境の充実の3つがポイントと指摘。特に開発環境では、通話制御プロトコルのSIP(Session Initiation Protocol)が急速に普及しており、これが信頼性・安定性も担保すると予測した。

顧客視点からのIPCCを述べたのは、NECだ。同社ソフトウェア販売推進本部の目俊哉氏は、「企業に価値をもたらすコンタクトセンター/



エヌ・ティ・ティ・コム チェオの吉見英弥氏(左上)、NECの目俊哉氏(右上)、日本ヒューレット・パカードの柿本伸明氏



CRM / メッセージサービス」の講演の中で、顧客のITリテラシーの向上とWeb環境の浸透に着目。「マルチチャネルからのコンタクトに堪えられるだけのノウハウを既存CCに投入する必要がある。さもなければ、CSに答えられない」と指摘し、もはやIP化は企業都合ではなく、顧客ニーズであることを示唆した。

事例紹介では、このほどCCを再構築した日本ヒューレット・パカードが登場。その内容を、同社テクニカルサポート統轄本部ソリューションサポート部CRMコンサルタントの柿本伸明氏が、「最新テクノロジーによるHP IPコンタクトセンターの全

容」として紹介した。ポイントはCisco IPCCとSiebelの連携でシステム全体を見直し、国内だけでなくアジアパシフィック全体の状況をリアルタイムに把握できるようにした点。この経験を踏まえ、同社IP化ソリューションの強化を図ると強調した。

最後は、早稲田大学講師の港宣也氏が「トータルコストは低減するかIPで変わる通信サービス」と題して、各キャリア企業の取り組みについて語ると共に、今後のIP環境の進化を占った。特に、富士通・小池氏の講演にもあったSIPについて、その技術的優位性を強調。「シンプルで拡張性に富み、通信確立までの時間も短い。また、他のプロトコルとの親和性も高い」と述べた。

2日間のセミナーを通じて、一貫して強調されたのは、コミュニケーションスタイルの変革だ。従来、CCや営業部門だけが顧客窓口であったが、IP化の波を受けて企業全体が顧客窓口になろうとしている。IP化の陰には、企業の意識変革も求められるのは間違いのない。



インタラクティブ・インテリジェンスのデビット・フラー氏(左上)、シスコシステムズの井上朗氏(右上)、富士通の小池隆康氏(左下)、早稲田大学講師の港宣也氏



米ジェネシス社のローレン・フィロネンコ氏による講演。来場者のIPコンタクトセンターへの関心は高さがうかがえる

企業の旺盛なリブレース需要を受け IP 対応から中小規模向けまで幅広くラインナップ

「第4回コールセンター / CRM デモ&コンファレンス」では、出展スペースを例年の1フロアから2フロアに拡張したことで、前回は上回る約140社が集結。企業側の旺盛なリブレース需要を受け、IPをベースにしたコンタクトセンター統合ソリューションがこれまで以上の活気をみせる一方、中小規模市場向けソリューションの充実ぶりが目立った。

展示会では、PBX / UnPBX や IVR、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の幅広いソリューションを含め、計約140社の出展を集めた。

前回に続いて注目を集めたのが、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」、シスコシステムズは2003年春リリースしたIPコンタクトセンターパッケージ「Cisco IPCC ExpressEdition」を



先端ソリューションを求めて多数の人々が詰め掛けた

活用して、それぞれ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を披露し、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、このほか、インタラクティブ・インテリジェンスが、「InteractionCenterPlatform」をベースに「CustomerInteraction Center」を、岩崎通信機がSIPテレフォニー・サーバー・システム「Net-Speak」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「Genesys-IPContactCenter」を紹介したほか、日立インフォメーションテクノロジーがシスコシステムズ製のVoIPゲートウェイやVoIPゲートキーパーを基盤にしたIPコンタクトセンターソリューション「iC-TNET」、NTTコムウェアがIPコンタクトセンターのデモをそれぞれ公開、さらにコラボ

スがIPプラットフォームのASPサービス「@nyplace」でコストメリットを打ち出すなど、過熱ぶりをみせた前回はさらに上回る活況を呈した。

依然高い関心が寄せられた 音声認識やeセルフサービス

コールセンターの運用コスト削減の観点から、IVRの高度利用と位置付けられる音声認識 / 合成システムやeセルフサービス提供ツールも注目を集めた。

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する一方、音声合成エンジンベンダーのアニモは通話録音「Voice TrackingPro」を利用して、外出先から顧客の生の声を携帯電話で聞くSFAソリューションを披露。また、アドバンスト・メディアが通話録音から認識、テキスト化までを自動化する「通話認識」ソリューションとして紹介した「AmiVoiceCallScriber」やニューズライン・ネットワークによる音声認識のASPサービスなどに注目が集まった。

一方、eセルフサービスでは三井物産が「RightNowServiceCenter」を活用し、Eメール受付をナレッジ



「CTstage4i」によるIPソリューションを打ち出す(沖電気工業)



新たに通販市場に訴求(NTTソルコ)

化しFAQとして公開するまでのデモを紹介。さらにワークフォースマネジメントの分野では、オムロンソフトウェアがWFM支援ツール「PrimeTime」を出展したほか、ボイスロギングやクオリティマネジメントの分野では、ウイットネスシステムズの「eQuality」シリーズやアイティフォーが提供する通話録音システム「NiceLog」などが展示された。

アウトソーサー・SI各社が 「テキストマイニング」打ち出す

CRM関連では、富士通の「BroadChannel」シリーズをはじめ、日本ピープルソフトの「People SoftCRM」、日本ピボタルの「PivotalCRMスイート」、プライムシステムが提供する「Onyx」といったCRMパッケージ製品が展示されたほか、SAPジャパンが2003年10月、新体制でリリースしたコンタクトセンターパッケージ「SAPインタラクショナルセンター」のデモを行った。

さらに分析ソリューションでは、テキストマイニングソリューションにスポットが当たった。ベルシステム

24やトランスコスモス、テレマーケティングジャパン、もしもしホットライン、NTTソルコなどの大手テレマーケティング会社が野村総合研究所の「TRUETELLER」をはじめとするマイニングツールを活用したデモを披露したほか、SIとして伊藤忠テクノサイエンスがジャストシステムの「CB Market Intelligence」を、日本IBMがアウトソーシングサービスとして、新たにスタートした「オンデマンドテキストマイニングサービス」を紹介するなど、活況を示した。

プラットフォームから業務アプリまで 中小規模向けが充実

こうした大規模コンタクトセンター向けに加え、今回際立っていたのが、中小規模向けソリューションの充実ぶり。背景には、旺盛なリブレース需要を受け、今年から来年にかけて、製造業を中心に中小規模コンタクトセンター市場が活気を取り戻すのではとの読みがある。

例えば、プラットフォーム分野では、サイオンコミュニケーションズのUnPBXシステム「TelePCX」やコー

ルセンターアプリケーションの「TeleContact」、インテック・ウェブ・アンド・ゲノム・イオンフォーマティクスの中規模コールセンター構築用ミドルウェア「CTI-One」、イーステムの分散型コールセンターシステム「DCS」、そして日本証券テクノロジーが開発したWebベースのCTIアプリケーション「NSTechno-Phone Manager」などの製品群。

また業務アプリケーション分野では、マルチチャネル対応したテクマトリックスのヘルプデスクアプリケーション「FastHelp2」やエイジアのEメール処理ソリューション「WEB CAS」シリーズなどの製品ラインナップが揃った。

また例年同様、展示会場内5つのワークショップ会場では、2日間で合計60セッションのプレゼンテーションが開催。いずれの会場でもIP、テキストマイニング、セルフサービス、中小規模センター構築などをテーマとしたプレゼンテーションが展開され、当日展示ブースで改めて関心を寄せた受講者を含む多数が詰め掛けた。