

目指すは“品質重視”の中小規模センター 「マルチサイト型シェアードサービス」の要諦

小規模センターの運用モデルとして定着している「シェアードサービス」の活用。複数のクライアント業務をひとつの拠点で受託する形式で、ほとんどのアウトソーサーはサービスメニュー化している。富士通コミュニケーションサービスは、4拠点を連携して同サービスを展開。小規模案件といえども、繁閑差を巧みに埋めるムダのない運用と最新ITでオペレータ業務を支援。さらにBCPにも配慮するなど、価格だけではない「品質」の差別化を図っている。

コンタクトセンターのアウトソーシング（業務委託）は大きく分けて、①ファシリティ（建物や設備）はクライアント（委託元）、マネジメント全般はアウトソーサーのオンサイト型、②マネジメントだけでなくファシリティもアウトソーサーの物件だが、そのスペースでは特定の1社のクライアント事業のみを行う専有型、③アウトソーサーのファシリティで、同じスペースで複数のクライアントの業務を同時に行うシェアード型——の3つがある。

一般的に、数席～数十席程度の

中小規模だったり、特定の時期（繁忙期など）のみをアウトソースする場合、③のシェアード型を選択するケースが多い。富士通コミュニケーションサービスは、1996年からシェアードサービスを提供しており、近年、IT化や拠点拡張でそのビジネスを拡大しつつある（図1）。

同社のシェード型センターは、横浜と福岡県北九州市の小倉、黒崎、豊前市の計4拠点体制を敷き、それぞれにスーパーバイザー（SV）とリーダーからなる管理者を設置。業務量のコントロールからクライアント対応



ソリューション本部 第五事業部第二サポート部長 佐々木 英理香氏

まで、難易度の高いマネジメント業務を担っている。

また、人材育成・インフラ・オペレーションの3点において共通基盤とクライアントごとのカスタマイズ領域を明確に設定。具体的には、元来、定評のある研修プログラムや最新ITからなるインフラ、アウトソーサーとして培ってきたシフト・稼働管理などの基盤を活用しつつ、クライアントのニーズに沿ったカスタマイズを加えてサービスを提供している。

コールセンター最大の課題 「繁閑差」を埋めるオペレーション

シェアードセンターの最大のメリットとされているのが、「繁閑差を吸収した運用ができる」という点だ。コールセンターは、業種やビジネス規模を問わず、1日のなかでも繁閑差が倍以上になるケースも多い（図2）。専有

図1 コールセンターインフラとエージェントを複数社でシェア

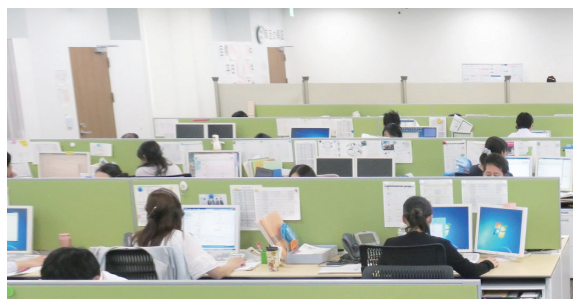
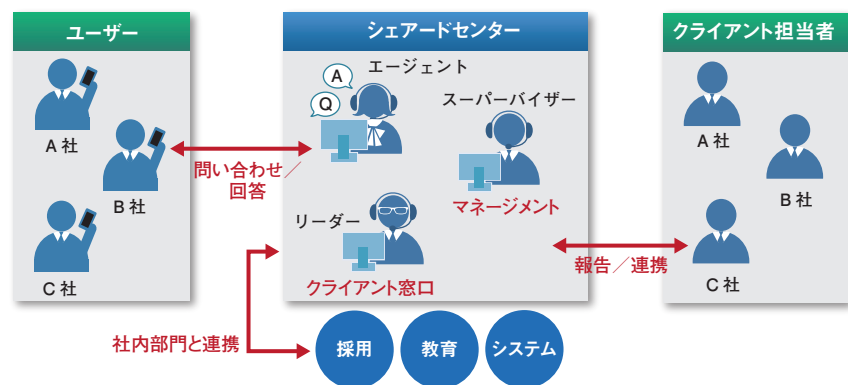
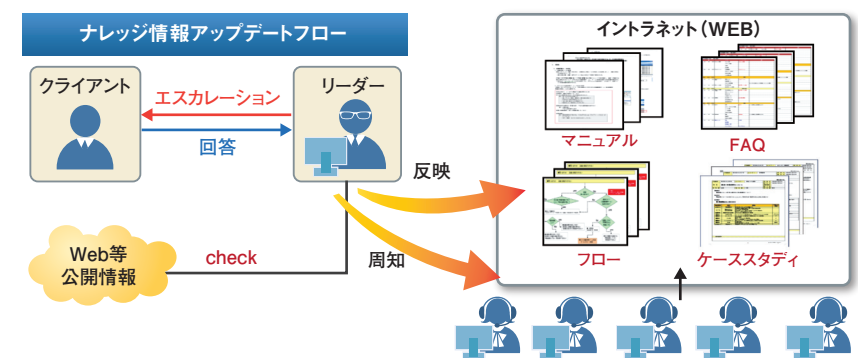


図3 センターナレッジをイントラネット上に構築



型のアウトソーシングの場合、接続品質を重視すると人件費にムダが発生し、生産性を重視すると接続品質が低下するというジレンマが発生しやすい。一方、シェアードセンターは複数のクライアント業務を行っているだけに、それぞれの業務量を調整することで、委託・受託側双方が最大限、ムダを省くことができる。同社の場合、その役割の担い手として、業務全体をコントロールするリーダーが存在する。そのため極めてフレキシブル性の高い運用ができています。なお、リーダーはセールスフォース・ドットCOMのCRMシステムを運用しており、情報共有もリアルタイムで可能だ。

また、マルチサイト体制の大きなメリットとして訴求できるポイントが、「4拠点を連携することで、質の高いBCP（Business Continuity planning：事業継続計画）を担保したサービス展開が可能です」（ソリューション本部第五事業部第二サポート部の佐々木 英理香部長）という点だ。シェアードセンターの場合、その規模感からBCPの実践は難し

いことが多いが、同社のサービスならばその点もほぼ万全といえそうだ。

ベテラン中心の布陣と最新ITで 高品質な顧客対応を強力支援

もちろん、品質面にも大きな自信を持つ。各拠点のコミュニケーター（オペレータ）は、「勤続5年以上の直接契約スタッフが40%以上を占めます」（佐々木部長）というように、ベテランが揃う。それでも、1人あたり、平均すると約4社の対応を担っているだけに、業務支援のための仕組みも充実している。そのコアとなるのが、「ナレッジベースの運用」だ（図3）。

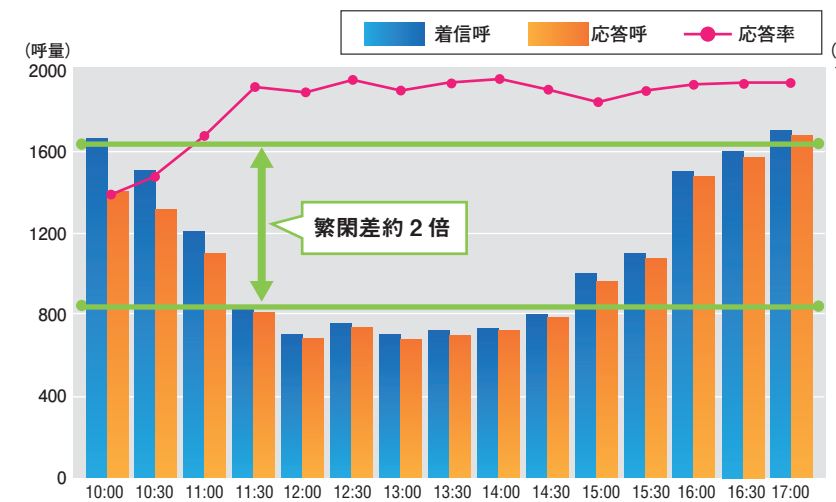
イントラネット上にマニュアルやFAQ、業務フローやケーススタディなどの資料がアップされており、リーダーはクライアントからの指示を含め

て必要な情報を更新している。周知徹底のプロセスが構築されていることも、品質と生産性を維持できている大きなポイントだ。

また、複数の業務を1人のコミュニケーターが担当するため、コールの接続——つまりルーティングの最適化には最大限の注意を払っている。例えば、着信と同時にクライアント名を囁く「ウィスパリング機能」をフル活用するなど、ミス抑止に努めている。また、現在は電話やメール対応に加え、チャットボットもテスト中で、新たなサービス開発も積極的に進めている。

シェアードセンターが対象となる業務は、1案件あたりの規模が小さいだけに、大手・中小のアウトソーサーの競争が激しく、結果的に価格競争が過熱しやすい。佐々木部長は、「マルチサイトを結び、最新のITで積極的に業務を支援することで、品質面を訴求したい」と意気込むように、富士通コミュニケーションサービスならではのシェアード戦略を強力に推進、ビジネス拡大を図る。

図2 シェアードセンターで繁閑差にフレキシブル対応



お問い合わせ先

FUJITSU

富士通コミュニケーションサービス株式会社
TEL：0120-722-241
URL：http://www.fujitsu.com/jp/group/csl/