

IT アウトソーシング／サービス／BPO 3領域に注力

富士通コミュニケーションサービス 増田 潔社長

12年は、スマートフォン（高機能携帯電話）やタブレット端末、クラウドサービスのサポートをはじめとした「IT アウトソーシング」、コンタクトセンターをプロフィットセンター（利益を生むセンター）化する「サービス」、営業事務を含めて支援する「BPO（ビジネスプロセスアウトソーシング）」の3領域に注力し、付加価値の高いサービス展開を加速させる。

昨年は、東日本大震災により仙台のセンターが被災するなど厳しい面があった一方で、新たな案件の獲得にもつながり始めるなど、成長に向けた一歩も踏み出せた年だった。

昨今急拡大しているクラウドコンピューティングの技術サポートや利用サポートに関する案件の獲得のほか、「北九州市在宅オペレーター就業支援事業」を始めるなど新分野での動きも活発化している。

当社サービスは、長年培ってきたコンタクトセンターのノウハウと、ICTを活用したツール群を駆使することで低コストで高品質な独自開発のサービスメニューを用意している。

品質やITなどのノウハウをメニュー化した「サポートサイエンスライブラリ」とテンプレート（ひな型）集「SO-NAVI」を駆使することで、高品質なサービスを安定して提供できているため顧客からの評価も高い。引き続きツール群を活用した提案により案件獲得に努めていく。

付加価値の高いサポートメニューも拡大させる。コンタクトセンターのプロフィットセンター化に向けた取り組みでは、製品販促マーケティングの支援をするセールスマーケティングの提案や、お客さまの有償サポートの領域を広げたい。

BPOも重点領域だ。昨年5月に当社9カ所目のセンターとなる松山一番町サポートセンターを開設した。

富士通の持つ業務分析や事務処理の分析が行えるツールを活用し、お客さまの現場作業の改革（BPR）も含めて提案をしていく。

新サービスでは、コンタクトセンタークラウドサービスを始めた。コンタクトセンターの仕組みに加え、当社が培ってきたノウハウを組み合わせることで全機能を提供するサービスになり、1席から大規模運用まで幅広く利用できる特徴がある。問い合わせも多く、今年は大きく伸ばしたいと考えている。

さらにコンタクトセンターに蓄積される顧客情報やSNS、ブログでの情報といった膨大なデータへの対応（ビッグデータマイニング）にも取り組んでいく。富士通研究所とも連携しながら、お客さまの声を拾い知識化する「ボイス of カスタマ」の領域を強化していきたい。