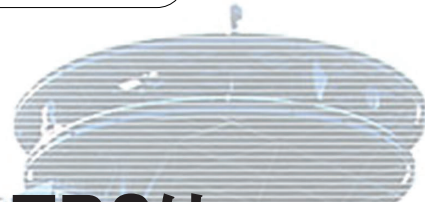


OKI



# 通販を将来の主要事業に位置付けるTBSは CTstage 4iで強力なコンタクトセンターを構築 2,000コール※以上の“最大瞬間風速”に備える

※10分間あたりのコール数



TBS (株式会社東京放送) 事業局  
メディアコマース事業部  
ソリューションデスク  
久保田 雄一郎氏



TBS (株式会社東京放送) 事業局  
メディアコマース事業部 .com21  
システムエンジニア  
登尾 光延氏

## P R O F I L E



本社：東京都港区赤坂五丁目3番6号  
代表取締役社長：井上 弘  
設立：1951年5月  
資本金：441億6,337万2,896円

※2003年3月31日現在  
売上高(連結)：2948億3,900万円

※2003年3月期  
従業員数：1,322名

※2003年3月31日現在  
事業内容：放送法による一般放送事業  
(テレビの放送/JORX-TV 第6チャンネル)  
およびその他放送事業。放送番組、  
ビデオソフト等の製作および販売。  
情報通信サービスの提供など。

通販事業をCM(コマーシャル)放送などの広告収入に並ぶ将来の主要事業と捉えているTBS(株式会社東京放送)では、通販の機軸となっているコンタクトセンターの強化に取り組んだ。そのコンタクトセンターの中核を担っているのが、沖電気のCTI&IPコミュニケーションシステム「CTstage 4i」である。拡張性と開発環境を高く評価してCTstage 4iを導入したTBSは、将来の事業規模拡大への備えを万全としたのだ。

### プロセスごとに個別に構築されたシステムと データベースを統合して顧客対応の改善を図る

TBSは従来のCM(コマーシャル)放送による広告収入に並ぶ新たな中核事業として、通販による商品販売に期待を寄せている。通販番組はもちろん、「ishop」と呼ばれるインターネットのオンラインショップも展開しており、事業規模は成長を続けていると言う。実際、通販番組で紹介された産地直送のカニの詰め合わせが1日に2,000セット売れたり、お茶や海苔、梅干が常に売れ続けたりするなど、デパートやスーパーの店頭以上の売上を記録することも珍しくないという。

ショッピングビジネスを担当する事業局メディアコマース事業部ソリューションデスク 久保田雄一郎氏は、TBSの通販事業について次のように説明している。

「テレビ放送も通販事業も、信頼を得ること、その信頼を裏切らないことが重要です。商品に関する問い合わせに加えて、注文から配達までの一連の業務に関しても信頼が求められます。そこで重要となるのが、スムーズかつ確実な業務処理を支援するシステムの存在です」(久保田氏)

従来のシステムは、2000年10月にオンラインショッピングサイト「ishop」のリニューアルオープンに合わせて構築されたもので、受注対応、仕入先への商品発注、配送センターへの入庫、配送指示、納品、そのほか課金・決済といった業務を、それぞれ

システム化したものであった。

「各プロセスの担当部署は当然それぞれ独立しており、それに合わせてシステムも個別に構築・運用していました。その結果、受注した注文の処理状況を把握できないことや、それぞれのシステムで顧客情報データベースを管理するなど、運用効率の悪さも指摘されていました」と語るのは、TBS 事業局 メディアコマース事業部 .com21 システムエンジニア 登尾光延氏だ。

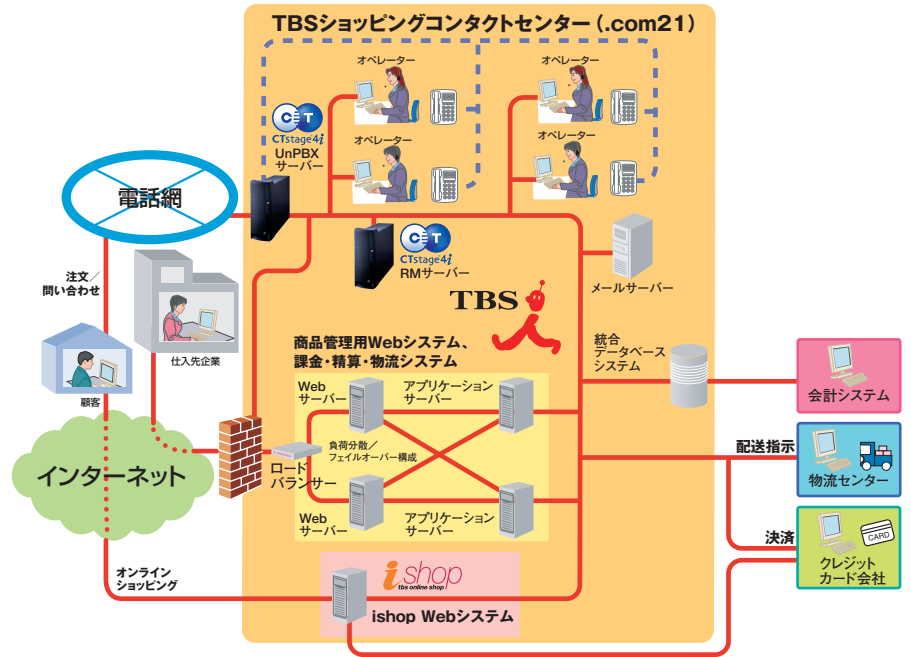
例えば、商品の返品や交換を受け付ける場合、顧客の問い合わせを受けて対応できるかどうかを確認、回答してから受け付けるのが通常のプロセスだ。問い合わせを受け付けたオペレーターは、交換する商品の在庫があるかどうか、交換・返品を受け付けられるかどうかなどを即座に答えられなければ、顧客は不満を感じてしまう。また、本来は返品に対応できない商品を受け付けてしまうと、無駄なコスト負担も発生してしまう。

そこで、各プロセスのシステムを密に連携させて、顧客情報(データベース)を一元管理して共有できる“統合ショッピングシステム”の構築に取り組んだのだ。

### 通販事業の中核はコンタクトセンター CTIシステムがショッピングシステムを担う

広範囲に渡るプロセスを連携させるショッピングシステムを実現する第一段階とし

TBSショッピングコンタクトセンターのシステム概要図



て、CTIシステムの構築と、統合データベースおよび業務システムとの連携が図られ、2003年3月末に作業を完了、安定して稼働している。

「通販事業の中核は、受注や問い合わせの窓口となるコンタクトセンターです。ですから、ショッピングシステムもコンタクトセンターの土台となるCTIシステムがプラットフォームになります。そのため、将来必要となる機能やシステムが容易に実現できる、拡張性と柔軟性を備えたCTIシステムが不可欠でした。もちろん、顧客との直接の接点を担うシステムですから、高いレベルの信頼性と安定性も求めました」(登尾氏)

ショッピングシステムの再構築は、日本ビューレット・パカードがリーダーシップを取る、複数のベンダーとSIerの連合組織で現在も引き続き進められている。その中でCTIシステムを担当するのは、沖電気の「CTstage 4i」を提案したNTTソフトウ



販売の受け付けや、購入後の問い合わせに対応するTBSショッピングのコンタクトセンター。番組放送時は、10分間で2,000以上もの電話が殺到する。



TBSオンラインショップ「iShop」の画面。番組で紹介していない商品も多数用意されている。将来は、Webサイトからの注文と電話やファクスからの注文を統合して、受注処理を効率化するのが目標だ。  
http://www.tbs.co.jp/ishop/

ェア株式会社だ。

久保田氏は、「最終選考で残った5社のうち、3社が沖電気のCTstageをCTIシステムに提案してきたことが印象的でした」と振り返る。そして、CTstage 4iに標準装備されるIVR(音声自動応答)の活用や、データベースや他の業務システムと連携したWebベースのCRMシステムの構築によって、オペレーターの対応を効率化することを提案したNTTソフトウェアが選ばれたのだ。

IVR機能を標準で搭載するCTstage 4iを評価  
拡張性や優れた開発環境でTBSの通販事業を支援

久保田氏は、「通販番組の放送中や放送終了直後は、問い合わせや注文が殺到します。“瞬間風速”的には、10分間に2,000コール以上の電話がかかってくるのです。そこで、CTIの機能を活用することにより受注対応を効率化して、1件あたりの対応時間を短くすることで、より多くの注文を獲得できます」と語る。

電話が不通で注文を諦める人もいと考えられるため、コンタクトセンターの業務効率化は売上の向上に大きく貢献する。

「CTstage 4iには、標準でIVR機能が搭載されており、別途開発する手間とコストを大幅に節減できます。また、Windows

ベースのオープンな開発環境のため、データベースや他のシステムとの連携や、アプリケーションの開発による機能拡張などが容易かつ柔軟に行える点も評価しています」(登尾氏)

CTstage 4iでショッピングシステムのコアとなるCTIシステムを整備したTBSメディア コマース事業部は、今後、“効率化”と“CRM”の観点で、順次機能を拡張していく予定だ。

「オペレーターをIPネットワーク経由でリモート接続して在宅勤務させたり、離れた場所にあるコンタクトセンター同士をIPネットワークで統合するIPコンタクトセンターソリューションもCTstage 4iなら可能ですから、将来のコンタクトセンターの規模拡大など、様々なビジネス環境の変化に対応出来る安心感があります」(久保田氏)と云うように、今後もCTstage 4iがTBSの通販事業を支えるシステムの中核として活躍し続けることだろう。

問い合わせ先

**OKI**

沖電気工業株式会社

パソコン/ワークステーション インフォメーションセンター

☎ 0120-490-988

受付 9:00~17:00(月曜~金曜/祝日を除く)

http://www.ctstage.com