

# 進化し続ける CTstage® 「マルチスタイルコンタクトセンター」

大槻 重雄 久保 治

1996年にCTI（コンピュータ・テレフォニー統合）システムCTstage®\*1)の出荷を開始してから16年が経過した。当初、CTstageはPBXに依存しないUnPBX CTIシステムと言う新しいカテゴリのシステムとしてユニファイドメッセージやコンタクトセンター分野に国内としては他社に先駆けて市場参入し、多くお客様の支持を受け発展してきた。

そして、現在は公衆網への接続部分にPBXの技術を採用し信頼性を向上すると共に、いち早くVoIP（Voice over Internet Protocol）化を取り入れ、現在では2000席収容まで可能とした大規模コンタクトセンターも構築できるシステムとなっている。事業的にも、近年非常に好調であり、高い成長率を実現し、12年度実績は過去最高の売上を達成した。

本稿では、近年多様化する顧客要望に対して柔軟に応えるための最新のコンセプトとして「マルチスタイル」を掲げて、常に進化・成長しているCTstageについて、充実したラインアップ紹介から、ソーシャルネットワークの活用に至るまでの最近の動向を見据えた取り組みを紹介する。

## コンタクトセンター市場を取り巻く市場環境

国内コンタクトセンターを取り巻く環境は、ここ数年で大きな変化にさらされている。リーマンショックから続く経済不況による設備投資抑制に始まり、最低限の投資による効果の最大化（一定以上のサービスレベルの維持）となるように「コスト最適化」を実現する取り組みが益々重要となってきている。「コスト最適化」の方向性としては、システム構成面において全社規模で分散されている複数システム・拠点などの集中化や、逆に東日本大震災の教訓による万一の災害に備えたBCP（Business continuity planning）対策のためのシステム分散や他拠点でのバックアップ運用など、複雑で多様化するお客様の要望に柔軟に応えるマルチサイト型コンタクトセンターへの要求が益々高まっている。

一方、コンタクトセンター運営上の最大のコスト要素である人件費に関わる「コスト最適化」としては、呼量の

\* 1) CTstage は、沖電気工業株式会社の登録商標です。

変動に柔軟に対応し、足りない人的リソースをコンタクトセンター要員以外のオフィススタッフにて対応することや、オフィスや営業店に分散されている電話問合せ応対を一箇所のセンターにて集中受付することで効率化することによる応対要員数の最適化（削減）など、場所や業務内容を問わず人的リソースの最適化に取り組んでいる企業が増えてきている。

また、顧客満足度をコンタクトセンターの業績指標に掲げる企業も少なくない。顧客満足度の構成要素は業界や企業だけではなく、時代によっても変化する。顧客接点であるコンタクトセンターでは、これまで顧客満足度向上に向けた課題抽出のためのデータ分析によるサポート改善を積極的に取り組んできていた。しかしながら、最近の傾向としては、顧客への上質なサポートを提供するだけでなく、お客様の声を企業活動の改善（利益拡大）に向けた経営への提言という役割も期待されており、コンタクトセンターに寄せられるお客様の声を分析し、利用者の趣味趣向を把握するなどのデータ分析結果に基づいたマーケティング活動（積極的な業績貢献のための戦略的な活動）を実行するためのインプット情報として活用される方向に進化している。

さらに、コンタクトセンターが扱う顧客接点も拡大しており、利用者の急増により成長を続けているSNS（Social Networking Service）の活用を急務と考えている企業が多くなってきている。新しいチャネルとして、顧客利用率の高いFacebookやTwitterを利用した企業サポートにより、顧客満足度をいかに向上させるかが新たな経営課題となっている。

## コンタクトセンターシステムに求められる要件

企業とお客様の顧客接点であるコンタクトセンターは、企業にとって無くてはならない重要な位置付けとなっており、企業利益の最大化と顧客から見た価値の向上を実現するために、コンタクトセンターシステムは、「コスト最適化」と「顧客満足度向上」に柔軟に対応できるプラットフォームであることが求められてきている。

こうした背景により、コンタクトセンターシステムに

求められる具体的な要件は、システムに関わる立場によっても異なるが、大きく経営・企画などの運営側の視点と運用側（センター長やスーパーバイザーと呼ばれる管理者）の視点の大きく2つに分けて整理することができる。

### (1) 経営・企画などの運営側視点

コンタクトセンターの経営層、運営企画層の立場としては、全社観点からの効果的、効率的な運営やBCP対策、呼量などの季節変動要素の影響による余剰投資の最小化を目指したコスト最適化が求められる。

すなわち、効率性を追及した集中化、BCP観点、専門性・地域特性を追求した顧客満足度の最大化を目指した拠点分散化など、システム配置・構成を企業方針に合わせて最適化するための自由度の高さと、繁忙期と閑散期の稼働率差分による投資の無駄をなくするための仕組み、及び、人的リソースの効率的な活用を実現するためのシステムが必要とされている。

### (2) センター長、スーパーバイザーなどの運用側視点

コンタクトセンターシステムを具体的に運用する立場としては、上位方針である経営層が求める組織（業績）目標を達成するための現状とのギャップ分析と、改善点の抽出を可能とするマネジメントの実現が求められている。

すなわち、顧客満足度向上に向けたコンタクトセンター運用（あるべき姿）の定量化と稼働状況の可視化を実現でき、運用マネジメントに柔軟に対応可能とするためのシステムが求められている。

## CTstageのコンセプト「マルチスタイル」

前述のように、コンタクトセンターシステムによるコストの最適化と顧客満足度の向上を目指すために、全社的視点でのリソースの最適化や現場での運用マネジメントの最適化を実現することが求められている。こうした最適化を実現させるためには、異なる観点からの複数の要求をバランスよく対応することが求められている。

そこで最新の『CTstage』では、多様で、かつ、相反するような複数のお客様の要求に対して応えるべく、ハイブリッド的でマルチに対応できることを念頭においた『マルチスタイルコンタクトセンター』というコンセプトに基いた製品を市場に投入し、豊富なラインアップを取り揃えている。

## 進化するCTstageファミリー

『CTstage』は発売開始以来、お客様からの要望を継続的に応える形でバージョンアップを繰り返し、進化

を続けてきている製品である。2010年には、SaaS型コンタクトセンターサービスであるCTstage SaaS、及び、小規模廉価版であるCTstage Liteをリリース、2011年には、オフィス電話連携型コンタクトセンターとして、CTstage 5i for IPstageをリリース、2012年には、ソーシャルネットワークに対応するなど、常に先進的ソリューションを投入することで、コンタクトセンター市場を牽引し、10年連続国内シェアNo.1を維持している。

節目の15周年となった昨年には、売上実績として、驚異的な前年度比170%成長を記録し、今年度においても前年を上回る実績となるなど、長年に渡って、多くのお客様から支持され続けている（図1）。

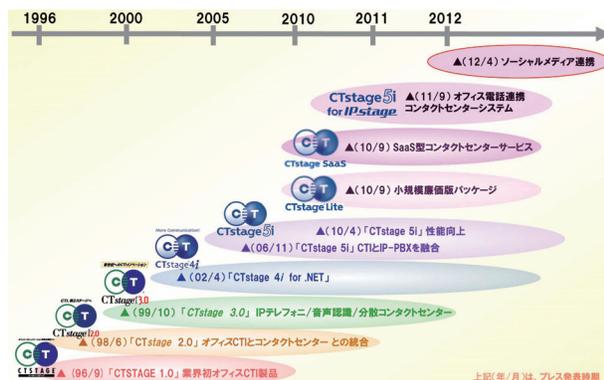


図1 お客様の声により進化をつづけるCTstage

## CTstageの豊富なラインアップ

『CTstage』は、国内CTIベンダで唯一、「オンプレミス」（企業が設備購入し、自社運用・運営していくタイプ）とCTI機能を「サービス」として提供するタイプの両方に対応できるシステムである。

さらに、オンプレミスタイプの中でも、本格的なコンタクトセンターでの専門的運用を目的とした「サーバシステム」モデルとオフィス連携の活用を可能とした「PBX連携システム」モデルを用意しており、豊富なラインナップにより、お客様のあらゆる要望にバランスよく対応可能なシステムである。

以下にCTstageファミリーの特徴をご紹介します。

### (1) オンプレミスタイプ

オンプレミスタイプは、お客様毎にシステムを設置保有するタイプのため、お客様の業務・業態に合わせて独自性を持たせたコンタクトセンター運用が可能な点を特徴としたシステムである。

CTstageファミリーとしては、以下の3つのモデルを提供している。

#### ①大規模対応可能なスタンダードモデル「CTstage 5i」

大規模向けの拠点対応機能やシステム設計・運用の自由度が高く、CTstageのベースとなるスタンダードモデルである。

### ②オフィス連携モデル「CTstage 5i for IPstage」

OKIのPBXであるIPstageと連携することにより、オフィス電話システムとコンタクトセンターの統合環境構築が可能なモデルで、オフィスとコンタクトセンターの相互連携といった業務の発展段階に合わせたシステム拡張が可能である。

### ③小規模廉価版モデル「CTstage Lite」

必要な機能と構成に絞り込むことで、低価格を実現したモデルで、構築が容易であり、システム導入期間の短縮化、及び操作・運用の容易性により習熟期間の短縮化を実現している。

## (2) サービス提供タイプ「CTstage SaaS」

CTstageのコンタクトセンター機能を設備保有せずネットワークを介して利用可能とするタイプである。

設備投資が不要で、月額利用料での運用となり、オフバランス化を実現可能としている。また、初期導入費用を大幅削減可能で、システム管理も不要となり、季節変動による席数の増減にも柔軟に対応可能である。

### 「マルチスタイル」の実現例

ここでは、『マルチスタイルコンタクトセンター』の概念の理解度を深めるために、多様化した複数の相反するお客様の要求や課題に対して、CTstageファミリーの活用によってハイブリッド的にマルチに解決策を提示する4つの実現例を紹介する。

#### ①拠点分散とセンター集中のハイブリッド化

##### 【CTstage 5i, 5i for IPstage】

全社規模での共通的、汎用的な対応を集中化することによる効率性を追求しつつも、地域性、業務特異性、専門性などの特性に応じた個別電話応対を維持することにより、「集中」と「分散」の運営のハイブリッド化を実現する。

すなわち、共通業務の集中対応や拠点輻輳時のカバーなど、センターの集中化による効率化を実現しながら、地域特性をもつ業務、高いスキルを要するような専門的業務や特定の業務などは、適材適所で専用拠点の専門スタッフにより対応することが可能となる。このような「集中」と「分散」のハイブリッド化により、全社規模での運営の最適化を実現し、顧客満足度向上と機会損失の防止を可能としている(図2)。

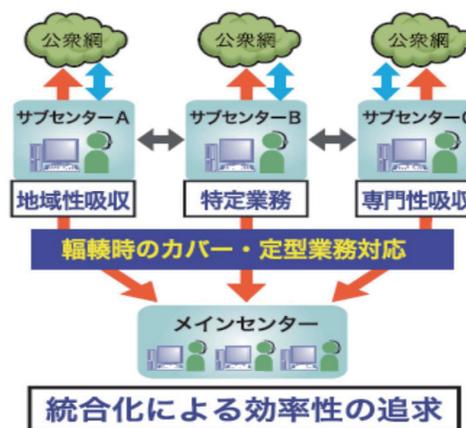


図2 拠点分散とセンター集中のマルチスタイル

#### ②設備保有とオフバランスのハイブリッド化

##### 【CTstage 5i と CTstage SaaS の共存】

システムの設備保有による運用の独自性確保と、繁忙期と閑散期における呼量の季節変動要素を吸収できるサービス利用とのハイブリッド化を実現する。

必要最低限のオペレータを小規模設備でカバーし、柔軟な運用を実現しつつ、繁忙期の増員分をサービス提供にてカバーすることにより、設備投資の最適化を実現する(図3)。

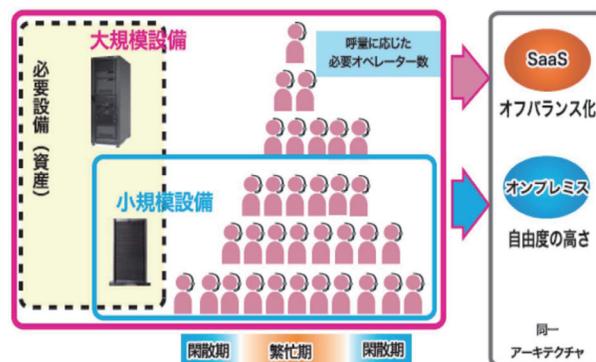


図3 設備保有とオフバランスのマルチスタイル

#### ③オフィスとコンタクトセンターのハイブリッド化

##### 【5i for IPstage, CTstage Lite】

オフィス電話とコンタクトセンターの組織的連携による人的リソース最適化のハイブリッドを実現する。

コンタクトセンターへの突発的呼量増大時は、オフィス電話機がコンタクトセンター端末に早変わりするなど、オフィス電話利用のスタッフがコンタクトセンターをヘルプすることで、繁忙期/閑散期の呼量の変動に柔軟に対応し、外部からのリソース活用を抑えることができるため、運用コスト(人件費)の最適化を実現する(図4)。

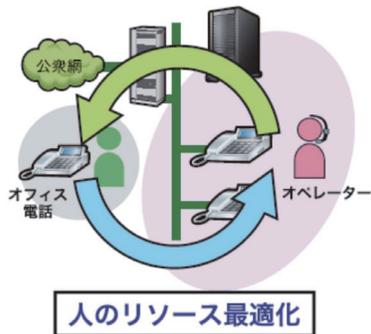


図4 オフィスとコンタクトセンターのマルチスタイル

#### ④ SNS を活用した次世代コンタクトセンター

近年のソーシャルメディアの普及は目覚しく、利用しているユーザ数は述べ5000万人以上という推計もある。企業にとっては、従来の音声系だけでなく新しいコミュニケーション（顧客利用率が高い新チャネル）であるSNSの活用は必要不可欠である。しかしながら、現状では、多くの企業がSNS対応を広告・宣伝部門などで運営しているため、カスタマーサポートとしてのプロフェッショナルな対応ではなく、また、全社統一顧客対応方針にそぐわない場合が発生するなど、結果的に顧客満足度を低下させてしまうリスクがあるという課題が存在している。

そこで、CTstageの新たなマルチスタイルとして、従来の音声チャネルと、顧客利用率が高い新チャネルであるソーシャルネットワークとの統合化を実現した（図5）。

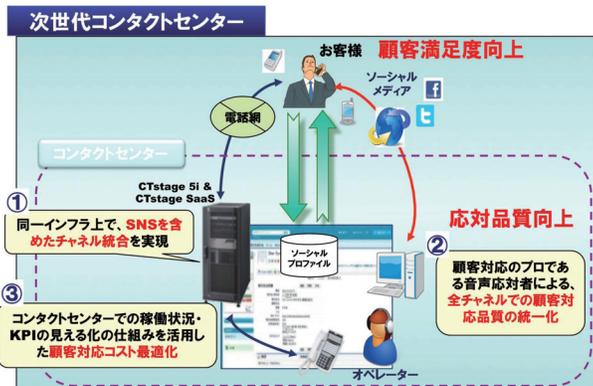


図5 SNS を活用した次世代コンタクトセンター

これにより、同一インフラ上で、SNSを含めたチャネル統合が可能となり、電話系オペレータの持つ高スキル・高品質なサービスレベルを新チャネルでも容易に確立することが可能となり、顧客対応品質の統一化など、企業における新たなカスタマーサポートでの顧客満足度向上を実現する。

#### CTstageの今後について

「マルチスタイル」の追求は、徹底的な『多様化』への取り組み、すなわち、お客様に対する『選択肢の拡大（自由度の高さ）』と『柔軟性』の提供を追及することとも言える。お客様の声により成長を続けてきたCTstageは、今後の製品開発においても図6のような新たな「マルチスタイル」を実現していくことで、これからもお客様とともに成長を続けていく。◆◆

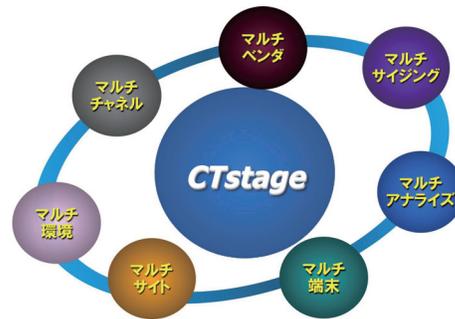


図6 CTstage マルチスタイルコンセプト

#### ● 筆者紹介

大槻 重雄：Shigeo Otsuki. 通信システム事業本部企業ネットワークシステム事業部 CTstage&サービスビジネスユニット

久保 治：Osamu Kubo. 通信システム事業本部企業ネットワークシステム事業部 マーケティング部

## TiPO 【基本用語解説】

### CTI

電話系技術とコンピュータ系技術の統合

### UnPBX

音声処理ボードを搭載したPCサーバ上で、簡易PBXを実現するシステム

### VoIP

インターネットやイントラネットなどのIPネットワークを使って音声データを送受信する技術

### BCP

災害や事故等、予期せぬ出来事の発生においても企業が業務継続を可能とするための基本計画のこと。

### SNS

人と人とのつながりを促進・サポートする、コミュニティ型のWebサイトで会員制のサービスのこと。

### SaaS (Software as a Service)

ユーザーが必要とするものだけをサービスとして配布し利用できるようにしたソフトウェアの配布形態