

Funai Soken  
Consulting Service

ナレッジマネジメント導入支援

Funai Consulting Incorporated

We help to build a better future for people, businesses, and society

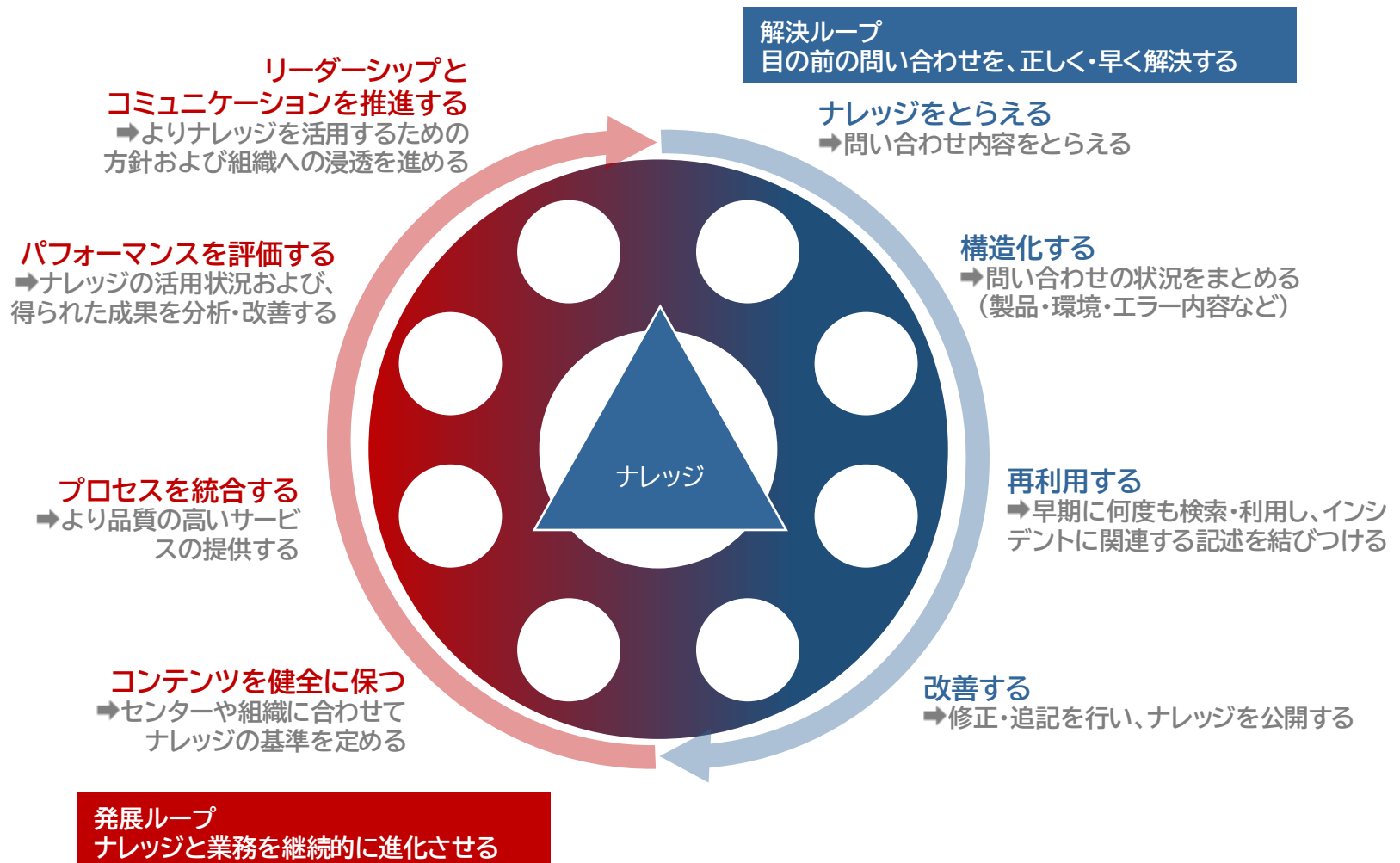
We at the Funai Consulting Group will offer solutions for a better future to all the people and businesses we are involved with - and to society as a whole - and will do our best to turn those ideas into reality.

Trusted and respected by society for bringing joy to people and business through our work

We are determined to work together as a corporate group to bring joy to the people and businesses we are involved with. By earning the trust and respect of the people and businesses we seek to please, we can also earn the trust and respect of society as a whole.

# ナレッジマネジメントとは

- ナレッジマネジメントとは、個人の経験や勘(暗黙知)をマニュアルなどの形式知に変換し、組織全体で共有・活用することで成果を高める仕組みです。
- 船井総研では、センターで広く用いられる KCS(Knowledge-Centered Service) を用いて、ナレッジマネジメントの導入および現状把握を行います。



# 船井総研のコンタクトセンターコンサルティングの特徴

- 30年以上にわたりコンタクトセンター業界のコンサルティングを行っています
- グローバルの優れた手法を活用し、事業戦略から運営改善まで幅広い領域のご支援が可能です

## 船井総研のコンタクトセンターコンサルティングの4つの特徴

### ①グローバルベンチマークの活用

- ✓ 船井総合研究所は、現在、世界70か国で利用されているコンタクトセンターのフレームワークであるCOPC規格について、日本で唯一の代理店として、認証・コンサルティングが提供可能。
- ✓ COPC以外にも様々な手法を用いた支援が可能



COPC  
マネジメント  
フレームワーク

KCS  
ナレッジ活用

ICXI  
マネジメント  
スタンダード

IEHWS  
従業員幸福度

### ②戦略策定から実行支援、BPOまで一気通貫支援

- ✓ コンタクトセンターの戦略・事業計画の策定から、現状把握、その後の人材育成まで支援可能
- ✓ 専門のBPO部隊も有しており、人材の供給やCRM(ZOHO)の導入支援も可能

戦略策定

現状調査・  
分析

改善計画  
立案

改善活動

効果測定

・将来構想策定  
・アセスメント  
・モニタリング

・改善計画策定  
・常駐支援

・アドバイザリ  
・BPO  
・研修  
・制度設計

・COPC認証  
・アセスメント  
・モニタリング

### ③金融業界への豊富な支援実績

- ✓ 変化が激しく、業務内容が複雑になりがちな金融業界での支援実績多数

みずほ証券株式会社

SMBCコンシューマー  
ファイナンス株式会社

8年連続での  
COPC認証取得を支援

国内4拠点のコンタクトセンターにおけるマネジメントフレームワークの構築とパフォーマンス向上を支援

電話、チャット対応品質の  
自社標準構築を支援

窓口を問わず一貫したサービスを提供するため、自社独自であるべき対応品質基準を構築

### ④パートナー企業との連携

- ✓ 各社の課題に合わせたパートナーとの包括的支援



| HDI-Japan

株式会社電通デジタル

対応品質コンサルティング  
での連携

HDI品質評価の支援をコンサルティングに取り入れ、HDI認定取得をサポート専門審査員も務める

次世代コンセプト「ヒューマニ  
ズDX」の共同開発

ヒューマンとデジタルの融合をテーマとする顧客体験コンセプトにもとづいたコンサルティングを共同で提供

# よくあるご相談

- コンタクトセンターの課題として、以下のようなご相談をいただいております。

- ✓ 「ナレッジはあるはずだが、現場でうまく使われていない」

ナレッジが分散していて探しづらい / 情報が最新化されず、誤った案内につながる / 使われていないナレッジがどれか把握できていない

- ✓ 「ベテランOPやSVへのエスカレーションが減らない」

SVにしか分からない暗黙知が形式知化されていない / ケースごとの判断基準が曖昧で聞きに行かざるを得ない

- ✓ 「新人OPのデビュー・戦力化に時間がかかる」

研修内容と現場で使うナレッジが結びついていない / デビュー後のフォローがOJT頼みになっている

- ✓ 「品質や対応内容にばらつきが出てしまう」

オペレーターごとに参照するナレッジが異なる / 判断が人に依存し、同じ問い合わせでも回答が変わる

- ✓ 「ナレッジ更新・メンテナンスが回らない」

誰が・どのタイミングで更新するか決まっていない / 業務変更がナレッジに反映されるまで時間がかかる

- ✓ 「ナレッジ活用の効果が見えず、改善につながらない」

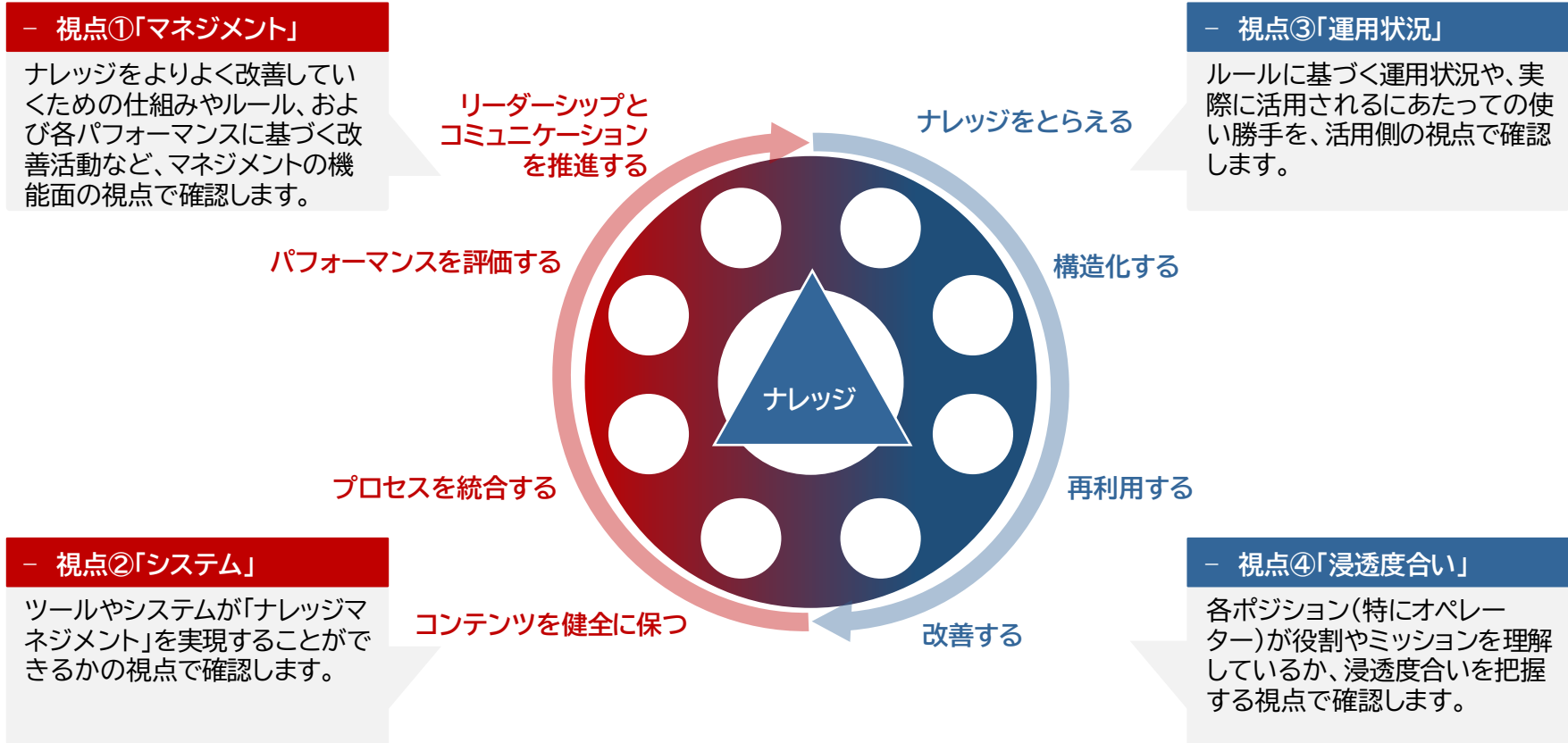
ナレッジの参照率や貢献度が測定できていない / 利用状況とKPI(AHT、一次解決率など)が結びついていない

- ✓ 「FAQやチャットボットを導入したが活用が進まない」

FAQと有人対応のナレッジが分断されている / 表現が現場用で顧客向けになっていない / 学習・改善が進まず自己解決率が上がらない

# ご支援イメージ

- ナレッジマネジメントの導入については、まずは現状を把握するためのアセスメントを行います
- アセスメントはKCSに基づく以下の4つの視点から現状を把握します



上記4つの視点からデータ分析/インタビューを通じて、ナレッジの利用状況および課題を可視化する

# 報告書イメージ

- 課題に対して、根拠から原因分析、また改善施策の提案までを一気通貫で実施します。

## ■ 第三者による客観的な評価

### 現状アセスメント結果と課題サマリ

- 視点別の獲得率は以下の通り(1評価項目あたり、0-4点で算出)
- 視点別ではマネジメント、システムの獲得率が高く、運用状況、浸透度合いの獲得率が低い傾向がある

| 視点              | 視点別-獲得率            | 主な課題                                   |
|-----------------|--------------------|----------------------------------------|
| 視点①<br>「マネジメント」 | 40.5%<br>(47/116点) | ① 方針と実施の乖離<br>② 方針と実施の乖離<br>③ 方針と実施の乖離 |
| 視点②<br>「システム」   | 40.6%<br>(26/64点)  | ① 方針と実施の乖離<br>② 方針と実施の乖離<br>③ 方針と実施の乖離 |
| 視点③<br>「運用状況」   | 27.1%<br>(26/96点)  | ① 方針と実施の乖離<br>② 方針と実施の乖離<br>③ 方針と実施の乖離 |
| 視点④<br>「浸透度合い」  | 23.5%<br>(16/68点)  | ① 方針と実施の乖離<br>② 方針と実施の乖離<br>③ 方針と実施の乖離 |

## ■ 各視点での詳細結果

### 【参考】現状アセスメント結果・視点①「マネジメント」

視点①「マネジメント」  
**41.4%**  
(48/116点)

ナレッジをよりよく改善していくための仕組みやルール、および各パフォーマンスに基づく改善活動など、「マネジメントの機能面」の視点

| 得点分野の現状(主な評価理由)                                                                                                                                 | 伸びしろ分野の現状(主な評価理由)                                                                                                                                   |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ・リーダーシップ / コミュニケーション<br><br>明確なリーダーシップと計画的な取り組みが進んでいる。<br>特に、ビジネス教訓に直結する目的意識は高いレベルにある。<br>一方で、目的を現場の社員全員に浸透させ、日々の行動に結びつけるためのコミュニケーションが今後の重要な課題。 | ・品質 / ナレッジサンプリング<br><br>ナレッジ管理において、共有されている知識や情報の「品質を計画的にチェックし、それを元に改善していく仕組み」がまだ十分に整っていない。<br>そのため、知識が本当に有効に活用されているか、その品質は適切か、といった点を客観的に把握できていない状況。 |

## ■ 改善のロードマップ

### KPI・KGIの不在 改善ロードマップ

- ナレッジ品質向上のための運用標準化の取り組みを進める上で、1年間のロードマップを以下のように検討した

| M1          | M2 | M3 | M4            | M5 | M6 | M7           | M8 | M9 | M10            | M11 | M12 |
|-------------|----|----|---------------|----|----|--------------|----|----|----------------|-----|-----|
| ステップ1       |    |    | ステップ2         |    |    | ステップ3        |    |    | ステップ4          |     |     |
| ① 基盤構築と現状把握 |    |    | ② データ収集と分析の開始 |    |    | ③ 改善サイクルの定着化 |    |    | ④ 継続と次ステップへの準備 |     |     |

## ■ 改善の優先順位

### 改善の優先順位の案

- 活動への影響度と難易度(時間・リソース)の観点で改善の優先度を可視化した

活動への影響度が高い

活動への影響度が低い

難易度高(時間・リソース)

難易度低(時間・リソース)

優先度：高

優先度：低

# コンタクトセンターへのご支援実績(一例)

- 以下の業界・業種のコンタクトセンターで抱える様々な課題に対して、ご支援の実績があります

|        | 実施背景(企業／支援領域の特徴・課題)                                 | 実施内容                                              |
|--------|-----------------------------------------------------|---------------------------------------------------|
| 銀行     | 大手銀行リテール部門のインバウンド・アウトバウンド強化を担う部門<br>(3拠点のコンタクトセンター) | デジタルシフトによるコスト削減と顧客体験価値向上を実現するための運用(業務)計画の策定支援     |
| 飲料     | 大手飲料メーカーグループ会社の窓口運営およびホールディングスのBPO管理                | VoC収集やマーケティング施策に直結する受電業務の在り方とKPI定義および運用最適化プラン策定   |
| 自動車    | 新型車種発売時のコンタクトサービスに関する戦略立案の検討依頼                      | 市場競争が激化する中での差別化を図るためのコールセンターのRFP作成支援。ルール・運用設計も含む  |
| 公共     | 国全体の苦情対応のミッションを持つ<br>全国自治体、警察等と連携                   | トラブル発生時の迅速な処理のための対応手順・仕組み(ガイドライン)整備を支援            |
| 銀行・カード | 銀行とクレジット事業・プリペイドカード、信託など複数事業を有する国内有数の金融グループ         | アルバイト比率が高いセンターの基礎力底上げのための教育プログラム策定と導入。KPIバランスの見直し |
| 通信     | 大手携帯キャリアの業務効率化および、有人と無人の業務見直しに関する複数拠点プロジェクト         | 有人・無人チャネルの役割再定義、業務棚卸しと最適業務フローの再構築                 |
| ガス     | 大手ガス会社の業務改善プロジェクトについて、Webチャネルの役割見直し                 | リッチ化・利便性向上の方向性について、顧客調査と現状分析に基づくWebチャネル改善方針策定     |
| 旅行     | 国内大手ホテル会社グループの予約センターのカスタマーサポート管理部門                  | 管理部門の見直しに向けた現状分析と次期部門設計に関する検討支援                   |
| 保険     | 損保会社の既存BPO更改プロジェクト                                  | 音声データ分析を活用した課題・傾向分析を行い、レポートを基に改善案を策定              |
| カード    | チケット業界Web受信の運用改善PJ。コンサート・イベント等の受電センター               | 受電業務の見える化と課題の抽出、対応品質向上の施策策定                       |
| 印刷     | 社内教育を担う部門の教育体系見直し                                   | 部門における教育体系の現状整理と見直し方針の立案。座学・OJT含めた教育体系の改革         |
| ゲーム    | オンラインゲームを支えるCS部門のエスカレーションサービスの構造改善                  | 大量対応が発生する際のエスカレーション整理、標準化ルール策定とナレッジマネジメントの強化      |

# ご支援実績(大手金融機関A社)

- 大手金融機関A社の事例を紹介します(次頁に活動イメージ記載)

## 会社概要



|        |                                                                                              |
|--------|----------------------------------------------------------------------------------------------|
| 社名     | 大手金融機関A社                                                                                     |
| 所在     | 関東圏内                                                                                         |
| 支援期間   | 2024年4月～2024年10月(半年間)                                                                        |
| センター概要 | 会員向けのサービスセンターが、会員特典の利用や、スマートフォンアプリの使い方などを電話およびメールで対応。<br>対応内容が多岐にわたるため、ナレッジマネジメントの導入を検討していた。 |

## ご支援概要

### ■ ご支援開始前の課題

- OPの利用するナレッジは社内イントラ、マニュアル、FAQツール、HP、個人の経験・手元メモなど、様々であった
- そのため、ナレッジの管理が行き届かず、ご案内の可能性や、OPIにより、生産性にバラツキがあった
- ナレッジの一本化およびナレッジを最新に保つための体系的な取り組みを取り入れようとしていた

### ■ ご支援内容(常駐支援)

- ナレッジアセスメント
- ナレッジアセスメント導入支援
  - ナレッジの型の作成
  - ナレッジ作成・更新フローの整備
  - FAQのカテゴリ整備
  - ナレッジ作成
- ナレッジマネジメント研修

### ■ ご支援の結果

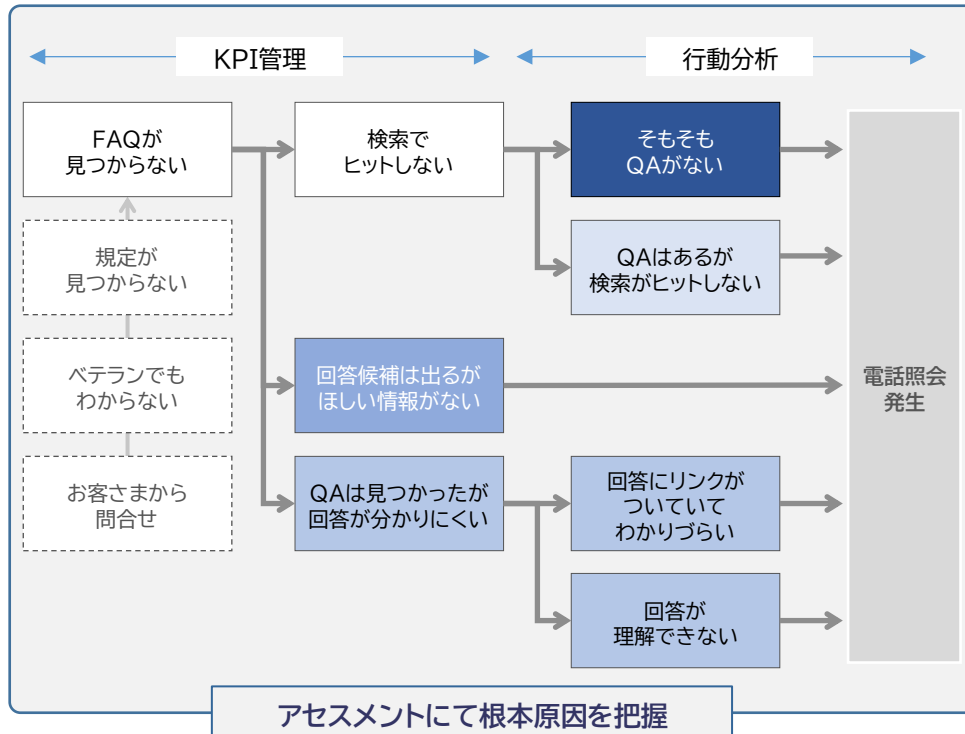
- カテゴリ整備による検索性の向上
- ナレッジ整備による視認性の向上
- よくある質問の作成  
(平均利用回数6.1回、既存FAQの利用数は1.3回程度)

# 【参考】大手金融機関A社活動イメージ

- ナレッジの煩雑化や利便性が低いことは認識しているものの、分析・改善の工数を確保が難しい状況だった
- アセスメントによる課題の抽出と改善の方向性示唆に加え、ナレッジマネジメントの土台を構築

## アセスメントにより可視化された現状の課題

検索性が低い    視認性が低い    記載情報の不足    ナレッジ不足



ナレッジにおける主要KPIの測定とユーザーの行動分析により根本課題を把握

## ご支援内容

テーマ

課題と施策

検索性が低い

### 様々な検索方法・ワードへの対応

文章や類義語で検索することで、0件ヒットに繋がる  
類義語登録を実施(例) 海外⇔外国など  
カテゴリ検索の設計がMECEになるよう、再設計

視認性が低い

### ナレッジコンテンツの整理/記載情報の統一

回答内容が手順になっておらず、OPが記載情報を咀嚼してから回答しなければいけない  
記載情報がばらついており、求める情報が記載されているか、確認が必要

記載情報の不足

OPがFAQを見ながら 回答が出来るよう、  
[質問]+[状況]+[回答手順]となるFAQの型を作成。  
シンプルな形にすることで、記載漏れを防止

ナレッジ不足

### ナレッジの作成

OPが直接応対に使える「形式化されたFAQ」が不足  
問い合わせ種別ごとに呼量を測定し、よくある質問を特定  
常駐型の支援にて、ナレッジ担当者と協力しながらFAQを作成  
(1センター400件~600件程度。平均閲覧数6.1回)

# 【参考】ナレッジマネジメント人材を育成するKCS研修

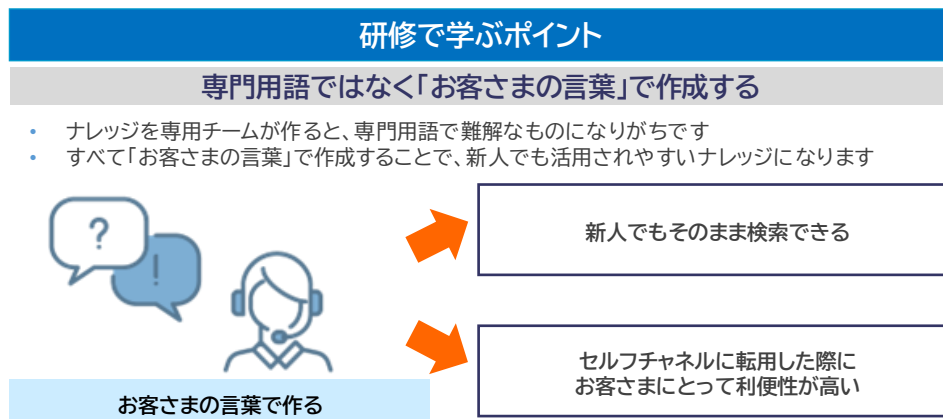
- HDI公式のトレーニングプログラム「KCS」を受講・受験可能です
- グローバルで活用される「KCS(ナレッジセンターサービス)」ナレッジのマネジメント手法・方法論を学びます

| 研修概要                                                                                         |                                                                                                            |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| KCSファウンデーション(KCSF)                                                                           | KCSプリンシプル(KCSP)                                                                                            |
| <p>基礎・概要を学ぶ研修</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ナレッジマネジメントの国際標準手法を理解します。</li> </ul> | <p>基礎・概要+実践的なステップを学ぶ研修</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>KCS導入する上で必要となる具体的なテクニックを学びます。</li> </ul> |

| 受講対象者                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>本研修ではナレッジ(FAQ/マニュアル)のマネジメント手法・方法論を学びます。そのため、下記の方々を受講を推奨します。</p> <p>【共通】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ナレッジ・FAQ管理者</li> <li>センター長・マネージャー</li> <li>【KCSF】</li> <li>ナレッジマネジメントを体系的に学びたい方</li> <li>KCSの導入を検討されている方</li> <li>オペレーター育成時間の短縮や一次解決率の向上を実現したい方</li> <li>【KCSP】</li> <li>組織へのKCS導入を推進していく方</li> <li>KCS導入が決まっている組織の管理者層の方</li> <li>お客さま向けのFAQ効果や会社貢献を実現したい方</li> </ul> |

| 研修内容                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                 |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>1章: ナレッジセンターサービスとは何か</li> <li>2章: KCSの原理原則と主要な概念</li> <li>3章: KCSの実践</li> <li>4章: KCSをビジネスと協調する</li> <li>5章: コンテンツを健全に保つ</li> <li>6章: KCSの役割と責任</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>7章: プロセス統合</li> <li>8章: パフォーマンス評価</li> <li>9章: リーダーシップ</li> <li>10章: コミュニケーション</li> <li>11章: テクノロジー</li> <li>12章: KCS導入ロードマップ</li> </ul> |

※KCSFでは青字の3章を学びます。



オペレーターのモチベーションを高める

- KCSの仕組みは、オペレーターの業務満足度を高めることができます。

|                                       |                                     |
|---------------------------------------|-------------------------------------|
| <p>オペレーターは「受け身」から「価値創造・クリエイター」になる</p> | <p>ナレッジが必要とされる経験を補完するためデビュー期間短縮</p> |
| <p>迅速なナレッジ見直しと全オペレーターへの展開</p>         | <p>明確なルールにより後処理の手間が極小化する</p>        |
| <p>ライセンスモデルとナレッジ評価により「貢献度」が見える化</p>   | <p>回答にすぐに使えるナレッジが充実し、一次解決率が向上</p>   |

## 【参考】〈金融機関向け〉コンタクトセンター研究会

- 金融業界でコンタクトセンター運営に従事するシニアマネジメント層を対象とした研究会を開催しています
- 年4回の通常会に加え、センター見学会や多彩な特典をご用意しています

- 〈金融機関向け〉コンタクトセンター研究会  
 研究会名称:金融業界エグゼクティブリーダーサミット)



| 講座      |      | 内容                                          |
|---------|------|---------------------------------------------|
| 共通講座    | 事例講座 | 金融機関の最新事例を<br>ゲスト企業より紹介                     |
|         | 解説講座 | 事例講座の詳細および<br>成功要因の解説                       |
| グループワーク |      | 各回のテーマに基づく参加<br>者同士でのグループワーク<br>およびネットワーキング |

- これまで取り上げたテーマ

|                    |                                             |
|--------------------|---------------------------------------------|
| 2025年2月<br>第3回     | 従業員と顧客の高齢化-応対品質の向上と進化                       |
| 2025年4月<br>第4回     | 人的資本経営-2025年の従業員体験                          |
| 2025年5月<br>センター見学会 | アコム株式会社様センター見学会                             |
| 2025年7月<br>第5回     | ROIを最大化するDX戦略                               |
| 2025年10月<br>第6回    | AIが支える教育と顧客対応の姿                             |
| 2025年12月<br>総会     | 金融サミット2025年総会~金融CXの再定義<br>~テクノロジーと人間中心の融合戦略 |

- マネジメントレベル向上のための多彩な特典

### 特典一覧

- COPC研修 1名分
- 応対品質調査 5件分  
※弊社基準による調査/音声・チャット両方可
- Wellbeing(従業員幸福度)診断 1回分

# ご相談の流れ

- 以下の流れにて、まずはお気軽にお問い合わせください。

貴社からのお問合せ

コンサルタント  
からご連絡  
※目安1~3営業日以内

無料経営相談  
※45分~1時間程度

無料経営相談 ☎ 0120-958-270

受付時間: 平日9:45~17:30  
(土日祝日、年末年始を除く)

## 担当者プロフィール



プロシード事業部  
シニアコンサルタント  
片岡利之

2005年からサポート業界で活動、スタッフ向け技術指導の経験を経て、コールセンターバンダーの富士通CSLにて12年にわたり現場・営業・マーケティング・窓口企画・構築支援を経験。その後、AIナレッジソリューションバンダーに入社し、ナレッジコンサルサービスの企画・運営を担当。2024年よりプロシード(現 株式会社船井総合研究所)にて現職。コールセンターの現場の改善支援を行うコンサルタントの他、業界団体HDI-Japanインストラクターとしても活動中。

## 株式会社船井総合研究所について

中堅・中小企業を対象に専門コンサルタントを擁する日本最大級の経営コンサルティング会社。

業種・テーマ別に「月次支援」「経営研究会」を両輪で実施する独自の支援スタイルをとり、「成長実行支援」「採用・人的資本経営支援」「企業価値向上支援」「DX（デジタルトランスフォーメーション）支援」を通じて、社会的価値の高いサステナブルスキャンパニーを多く創造することを目指している。その現場に密着し、経営者に寄り添った実践的コンサルティング活動は様々な業種・業界経営者から高い評価を得ている。

<https://www.funaisoken.co.jp/>

- 本資料に掲載のセミナーはすでに終了している場合があります。内容にご興味がある際は、別途お問い合わせください。
- 本資料の無断転載・複製・頒布・改変・公衆送信を禁じます。
- 本資料は情報提供を目的としており、本資料をもって専門的な助言やサービスを提供するものではありません。
- 本資料内に記載された情報は作成時点で入手できる情報に基づいたものではありませんが、本資料の正確性、有用性、完全性、目的への適合性を保証するものではなく、当社は、本資料または本資料に記載された情報に起因して生じたあらゆる結果、損害、損失について一切の責任を負いません。
- 本資料の内容は将来予告なく変更し、または撤回されることがあります。
- 本資料には、生成AIにより生成した情報やPIXTAより提供された画像が含まれている場合があります。

 Funai Soken

