

Well-being診断

サービス企画書

株式会社プロシード

目次

- ① 従業員のWell-beingを促進・実現すべき理由
- ② Well-being診断について
 - 1. 概要
 - 2. 特徴
 - 3. アンケート設問
 - 4. プラン
 - 5. 納品物
- ③ 活用事例
- ④ 参考:アワード・弊社について

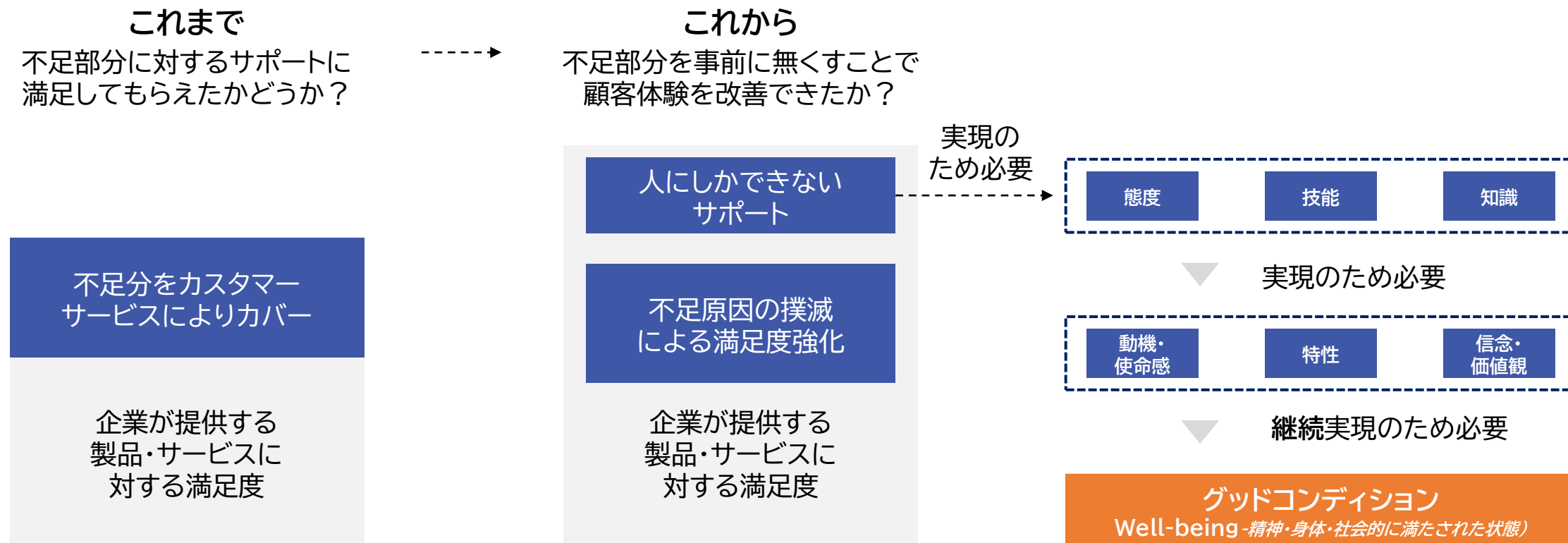
1 従業員のWell-beingを促進・実現すべき理由

コンタクトセンターの価値向上と経営リスク回避

従業員のWell-beingを高めるべき理由 - ①求められる役割達成のため

- コンタクトセンターでは、顧客満足から顧客体験へ注力すべきポイントが変わっています。顧客体験を高めるためには機能的価値(セルフ/デジタル化・利便性UP)も重要ですが、情緒的価値(パーソナライズ・関係構築)も重要になります。
- いずれの観点でも「顧客に寄り添った」発想が重要となり、顧客視点でのサービス設計・運用には管理職から一般従業員のWell-beingが促進・実現できていることが欠かせません。

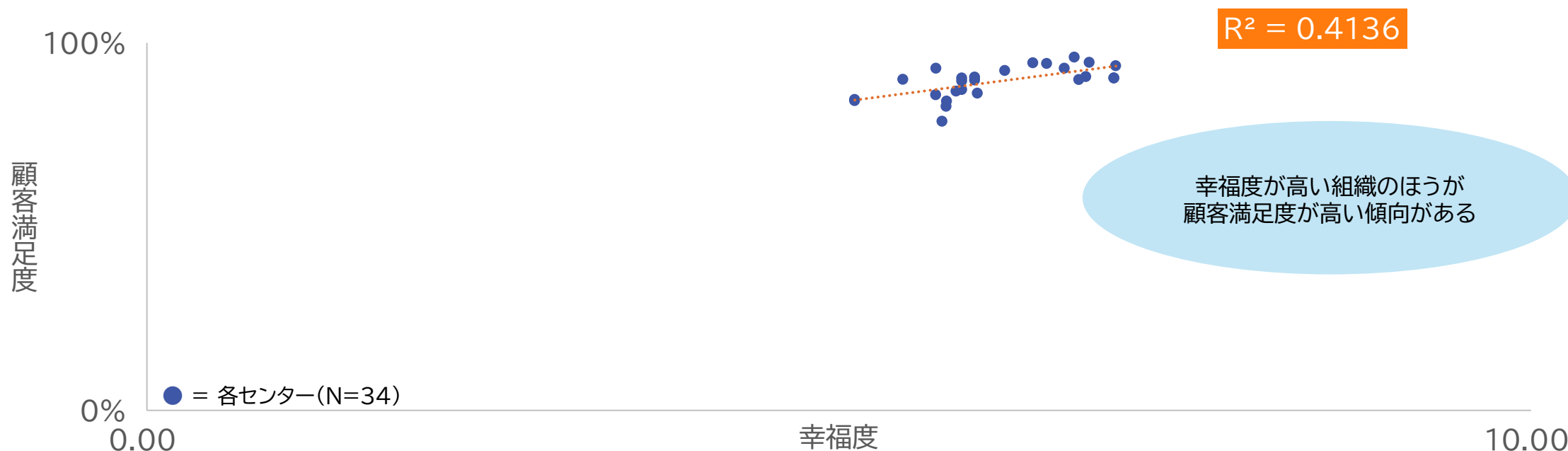
コンタクトセンターの役割変化と求められる要素



従業員のWell-beingを高めるべき理由 - ①求められる役割達成のため

- 前のページでご紹介した考えに基づき、Well-beingな組織は顧客満足も高いのかを分析したのが以下の結果です。
- 分析の結果「Well-beingな組織(幸福度が高い組織)」では顧客満足度も高くなる相関関係が認められています。

幸福度と顧客満足度の相関分析

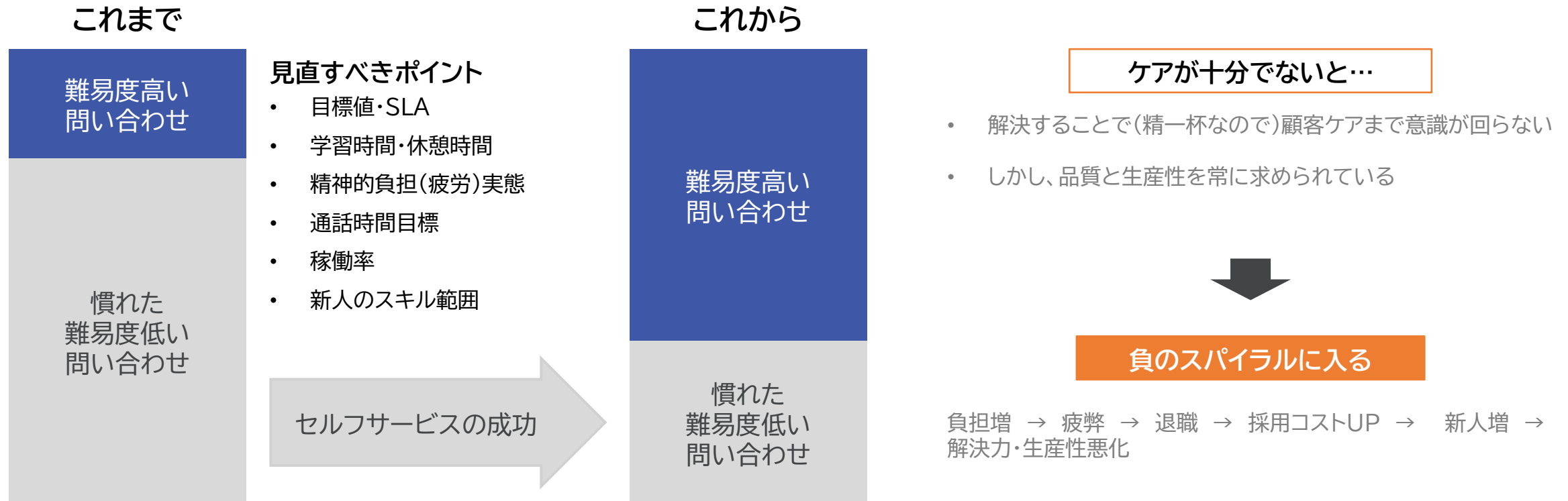


※弊社主催「Well-being CUSTOMER CENTER AWARD2024」より集められたデータをもとに分析(実施:2024年5月~8月)

従業員のWell-beingを高めるべき理由 - ②経営リスク回避のため

- コンタクトセンターにおける業務の難易度はサービスのセルフ・デジタル化によって高まっています。業務の難易度が上がっている中、旧態依然とした体制や指標を含む管理を行っていると従業員の負担は増えるばかりか、離職が離職を呼ぶ負のスパイラルを巻き越しかねません。
- 組織の体制、指標を含む管理を見直し従業員のWell-being促進と実現をサポートする必要があります。

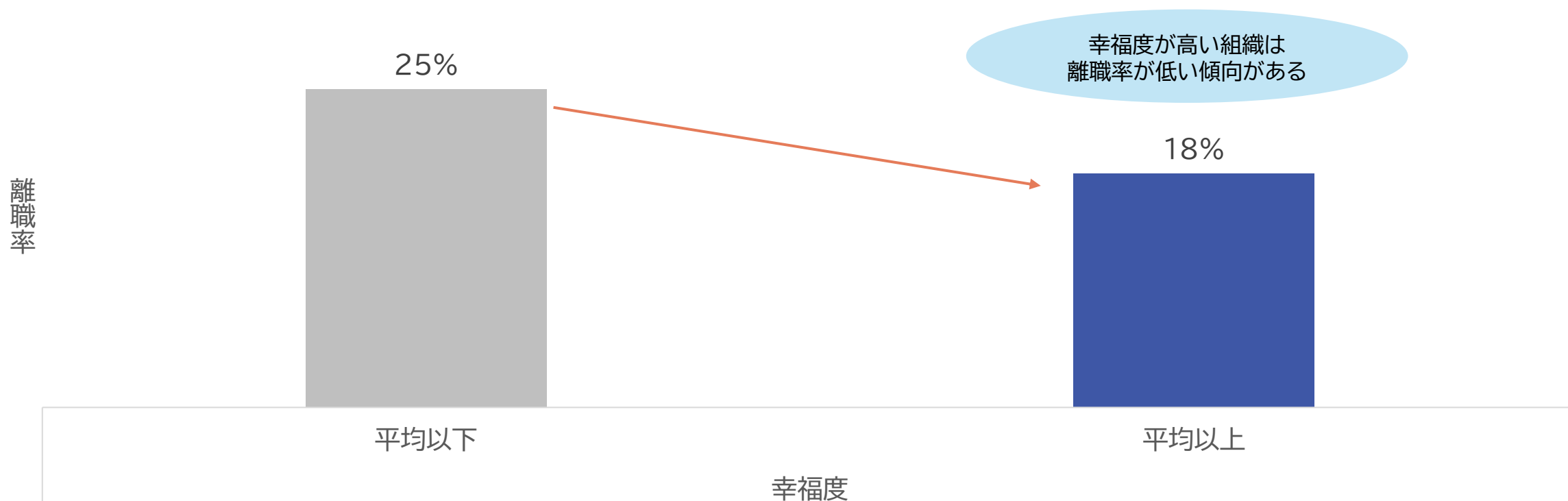
応対業務難易度の割合変化と適応のポイント



従業員のWell-beingを高めるべき理由 - ②経営リスク回避のため

- 前のページでご紹介した考えに基づき、Well-beingな組織は離職率も低いのかを分析したのが以下の結果です。
- 分析の結果「Well-beingな組織(幸福度が高い組織)」はそうでない組織に比べて離職率が下がることがわかりました。

幸福度平均以上と以下の組織の離職率比較



※弊社主催「Well-being CUSTOMER CENTER AWARD2024」より集められたデータをもとに分析(実施:2024年5月~8月)

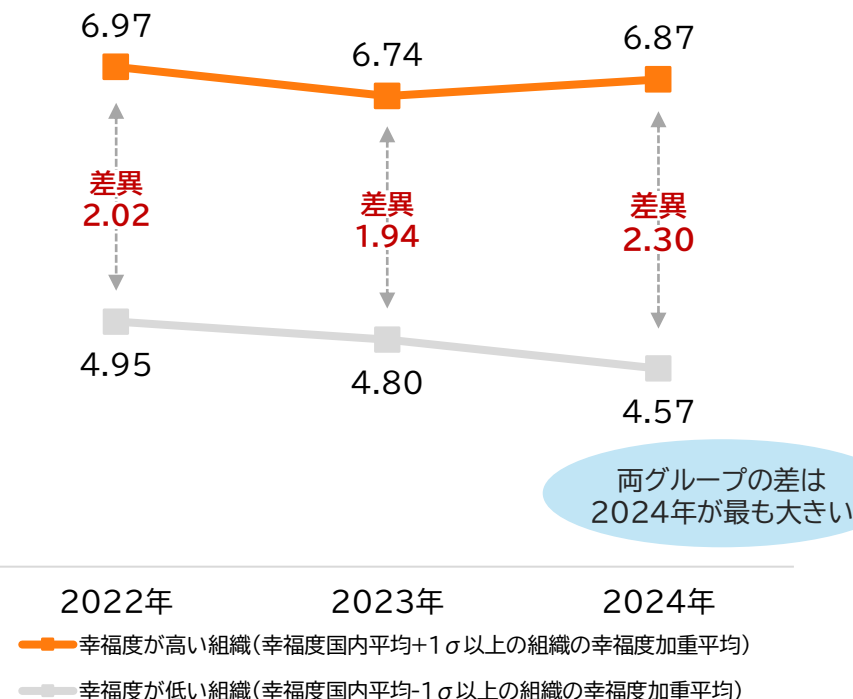
従業員のWell-beingを高めるべき理由 - ③競争力の維持

- コンタクトセンターにおいてWell-beingを促進・実現していくことは容易ではありません。なぜなら外部環境も内部環境もそれを阻害する要因が多いためです。
- そのような背景からか、幸福度が高い組織と低い組織の幸福度の差はこれからさらに大きくなっていく可能性があります。
- 採用競争も激化している中、組織の持続的成長を支えるうえでますますWell-beingが重要になると弊社では考えています。

コンタクトセンターの外部・内部環境



三か年の組織別幸福度推移比較



2 Well-being診断について(概要・特徴・アンケート設問・プラン・納品物)

毎年100センター以上が実施するコンタクトセンターの働きがいに特化したアンケート調査

弊社のWell-beingサービス

- コンタクトセンターにおける働きがいに特化したアンケート調査である「Well-being診断」を中心として、テーマ別または組織全般のマネジメント改善支援や表彰制度など、診断～改善・表彰まで幅広くご提供しております。
- 本資料ではその中における従業員アンケート調査サービス「Well-being診断」についてご紹介いたします。

診断

結果・プロセスの双方向診断と国内他センター比較で正確に自社の課題と改善機会を把握



Well-being診断(従業員体験(結果)の診断)

- ・ 組織の全従業員を対象に行うアンケート調査
- ・ コンタクトセンターの働きがいに特化している
- ・ 他センターと比較することで自社の特徴が正確に把握できる



Well-being組織力診断(管理方法(過程)の診断)

- ・ ICXIが世界で初めて開発したWell-beingマネジメントスタンダードを用いた組織の管理方法・体制の診断
- ・ 幸福度に関連する財務/非財務指標を向上させるための重要な7つの要素の運営・運用水準を可視化できる

改善支援

行動・意識変容セミナー、研修、テーマ別改善実行支援、組織全体の改善支援など幅広くご支援可

意識・行動変容

- ・ Well-beingセミナー(従業員向け)
- ・ Well-beingセミナー(組織向け)

スキル強化

- ・ SV向けの例:1on1研修、コーチング・フォードバック研修
- ・ 管理者向けの例:改善施策検討ワークショップ

伴走支援

- ・ 表彰制度、黄体コンクール立ち上げ支援
- ・ 早期離職改善支援
- ・ カスハラ対策マニュアル作成支援
- ・ Well-beingスタンダード導入支援

表彰(アワード)

優れた組織の成果を社内外に発信することができる国内唯一のアワード

Well-being CUSTOMER CENTER AWARD

- ・ 毎年5～7月をアンケート実施期間とし、
- ・ エントリー(Well-being診断を実施)頂いた組織のスコアをランキング化、
- ・ 上位組織を表彰する国内で唯一のコンタクトセンター×働きがいに特化したアワード
- ・ 今年で5年目を迎え、昨年のエントリー実績は132センター



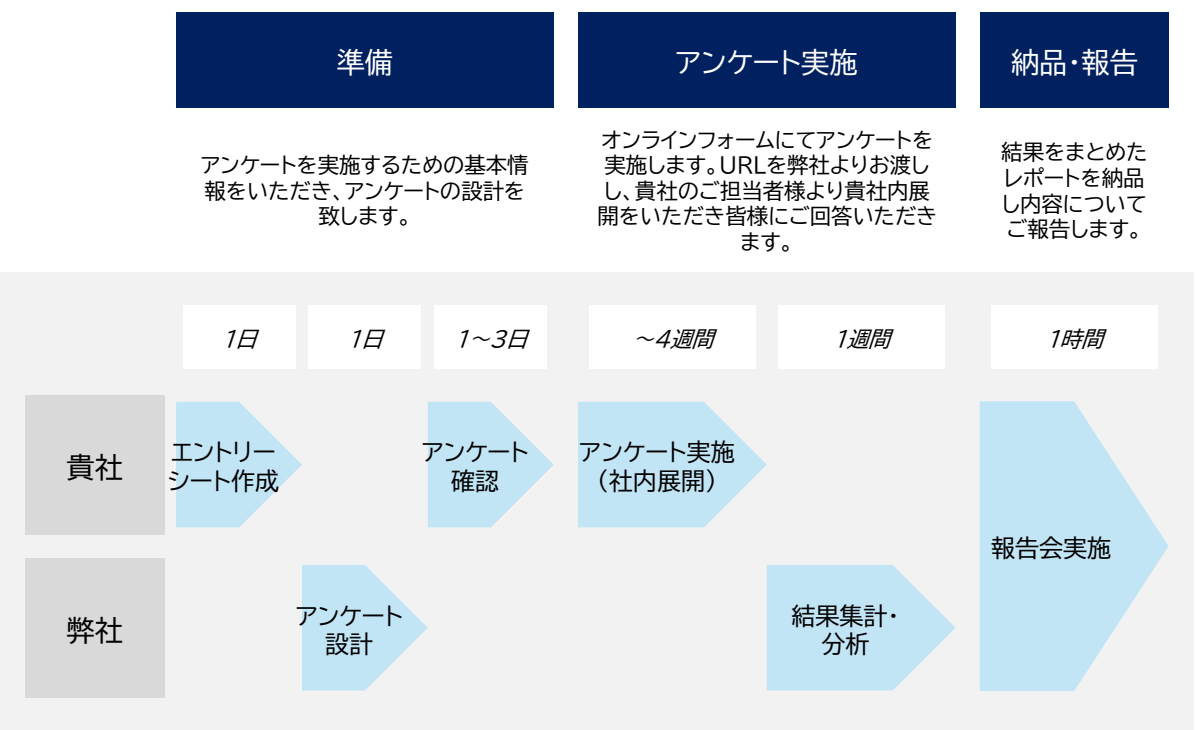
Well-being診断概要

- Well-being診断は以下のステップで進めるものです。
- お申込みを頂いてから最短2週間前後でレポートのご納品と内容についてのご報告を行えます。

診断の概要

概要	コンタクトセンターで働く従業員の働きがい(Well-being)の向上に重要な7つの要素を軸とした従業員アンケート調査。 上記をもとに従業員体験を定量評価し、自社内および国内100センター・1万名を超えるベンチマークデータと比較から改善機会を特定するもの
方法	・ アンケートは①全従業員向け と ②代表者1名向けの2種類があります。 ・ 従業員向け:オンラインサーベイフォームを使用。 ※回答対象者となる従業員が自己の端末から外部アクセスできない場合、会員組織内のイントラネットを活用することも可能。 ・ 代表者向け:エクセルフォームを使用
成果物	1. 診断レポート(全設問の回答結果明細) 2. ランキングレポート(国内における順位をまとめたもの)
備考	・ 費用=220,000円/組織(税込み) ・ 実施の際、組織へのご依頼事項は下記の3つのみです。 1. 診断実施のための会議(1時間) 2. アンケート作成のための組織基本情報提供(例:人数など) 3. アンケートの実施(1回15分)

診断の流れ



Well-being診断の特徴

- Well-being診断は弊社オリジナルの「コンタクトセンターで働く従業員の幸福度・働きがい」に特化したアンケート設問を活用するものです。
- 幸福度に重要な7つの因子ごとに、自社のレベルを国内他社と比較することで自社の強みや改善機会を特定できます。

診断の特長



正確な診断

- 重要な因子の調査ができる

Well-being診断のアンケート設問は、コンタクトセンターで働く方々に対する調査の結果から、従業員幸福度・働きがいと関連する項目を整理したものです。

- 国内他社と比較ができる

自社の数字を国内約130センター、10,000名のベンチマークデータと比較できます。



具体的な改善ヒント

- 代表者と従業員の診断から組織的改善施策を特定

Well-being診断では従業員向けのアンケートのほかに、代表者アンケートもごございます。代表者アンケートは世界で初めてのWell-beingマネジメントスタンダードをベースにした、従業員幸福度を高めるために重要な組織的活動の実践度合いについてのアンケートです。従業員の回答結果と、代表者の回答結果をクロス集計することにより、組織が何をしなければならぬのか特定しやすくなります。



素早い実施による素早い改善

- 最短2週間で結果を報告

Well-being診断をご実施いただく組織の主要なタスクは2つしかありません。素早い改善をご支援するため、素早い実施ができるように設計されています。

Well-being診断の特徴

		社内実施	他社外注	Well-being診断
診断	スケジュール	◎ 自社の都合に合った診断の実施が可能	○ 双方で合意した日程で診断の実施が可能	◎/△* 調査設計～調査実施～報告書受領まで 最短2週間でできる
	設問精度	△ 自社の価値観に合わせて自由に設計できるが、 必要な観点全てが入っているとは限らない	○ 専門家の意見を参考にして従業員・ 組織にとって必要な設問で診断が実施できる	◎ コンタクトセンターの働きがい・ 幸福度に特化した設問で診断が実施できる
分析	レポート作成	○ 自社に必要な観点で必要なだけレポートが 作成できるがマンパワーがかかる	◎ 専門的・客観的なレポートが作成できる	◎ 専門的・客観的なレポートが作成できる
	分析	△ 客観的・必要な観点での分析が難しく自社の中 またはグループ内での比較分析しかできない	○ 客観/専門的な分析は可能であるが業種(センター) の特徴を反映したものではない可能性がある	◎ センターに特化した客観的・専門的分析ができ、 比較対象も国内同業種かつ同業界比較もできる
改善と活用	社内活用 (改善)	△ 自社ノウハウに頼った改善になり、成功事例があれば 展開は容易だが、知識や案がない場合改善が鈍化する	△ 専門的・客観的な改善提案をもらえるが センターへの応用は必要になる場合がある	◎ 他センターで定量的に 成果を出している活動を参考にできる
	社外活用 (ブランド価値向上)	△ 社外へ数値の報告は可能であるが高くて 結果を外部効果いしないことが一般的	○ アワード体系が紐づいた診断もある	◎ 国内で最も幸福度が高いセンターを決めるアワードに 参加することで社外的に自社の強みを訴求できる
コスト	コスト	◎ 無料の診断ツールを使えば費用は人件費のみ	△ 品質のよいものやカスタマイズを重ねると 金額が大きくなりやすい	○ カスタイズや詳細な報告書などが付いた フルパッケージでも55万円で実施可能

* Well-being診断のスケジュール△＝アワードにエントリーをする場合、合わせる必要のあるスケジュールがございます。
エントリー説明会は2025年3月から、エントリーは5月より開始予定です。
詳細は2025年3月以降に弊社のWebサイトよりリリースをするスケジュールをご参考ください。

Well-being診断の評価項目と方法

- 前頁でご紹介した通り、Well-being診断は2種のアンケート調査から成ります。
- それぞれ評価項目と実施方法は以下の通りです。

	従業員向けアンケート	代表者向けアンケート
目的	マネジメントの結果を把握する： 従業員体験を把握するため	マネジメントの仕方/過程を把握する： 従業員体験を高めるための組織的活動のヒントを得るため
対象者	診断を実施する組織の全ての従業員 ※管理職 ～ 一般職まで	診断を実施する組織の代表者1名
所要時間	平均 15分/回	平均 20分/回
主要な評価項目	全8つ コンタクトセンターにおける働きがいと関連した7つの要素を中核としたアンケート • KGI:従業員幸福度 • KPI:Well-being7つの要素 1. 学びと成長 2. 認め合い 3. チーム力 4. 能力の発揮 5. 会社との信頼関係 6. 健全な職場 7. ワークライフサイクル	全7つ 世界で初めてのWell-beingマネジメントスタンダードを基にした、従業員幸福度を高めるために組織が行うべき7つの主要な活動をもとにしたアンケート 1. 価値観主導のリーダーシップ 2. 就業環境と組織文化 3. キャリアコントロール 4. チームワーク主導のスーパービジョン 5. 組織の有効性 6. 報酬と承認 7. パフォーマンスの結果と活用
設問数(計)	51問～ ※各組織の分析したい角度によって変動します。 (例:担当単位でも分析したい⇒担当業務についての設問を追加する)	20問
実施方法	オンラインフォーム ※ツール名:Survey Monkey	エクセルシート記入

プラン

初回の実施は無償で行っていただけます。
(各社1回限り)

まずは最低限のコストで
実施したい方向け

Well-beingに関する活動を
一段レベルアップしたい方向け

分析～改善まで必要な作業の委託
と第三者の視点が欲しい方向け

		スタンダード	カスタマイズ	プレミア
		¥220,000	¥297,000	¥550,000
事前カウンセリング	課題をヒアリング・それにマッチした進め方をご提案するセッション(1時間)	-	○	○
設問カスタマイズ	アンケート区分や設問の調整・追加	○ (アンケート区分の調整のみ可)	○ (すべて可)	○ (すべて可)
診断結果一覧表	全設問の回答結果がわかるPDF一枚のレポート(概要はP.31参照)	○ (エントリー単位で一つ+任意の分け方で最大5つ)	○ (エントリー単位で一つ+任意の分け方で最大7つ)	○ (エントリー単位で一つ+任意の分け方で最大7つ)
ランキングレポート	各設問グループごとに順位がわかるレポート(概要はP.31参照)	○ (エントリー単位で一つ)	○ (エントリー単位で一つ)	○ (エントリー単位で一つ)
結果速報レポート	自社の結果を即時確認できるレポート(PDF1枚)を任意のタイミングで納品(概要はP.31参照)	-	○	○
診断結果分析報告書	P.33記載の診断結果の詳細を記載したレポート	-	-	○
診断結果報告会	診断結果分析報告書の内容を解説する報告会(1時間)	-	-	○
対策検討ワークショップ	診断結果に基づいた対策について検討を行うワークショップ(最大3時間)	-	-	○

納品物のイメージ

結果一覧表

組織内の各診断グループごとの全設問回答結果を記載した1枚もののレポート
※回答結果＝ポジティブな回答者の割合

ランキング明細

主要な診断項目ごとに国内における順位を示したレポート



※オプション

原因分析と改善提案

組織の課題にあった根本原因の分析およびそれに対する改善優先順位・改善施策案をまとめたレポート



※本オプションは金融CCリーダーサミットの特典には含まれません。内容をご報告する報告会と合わせて30万円の有償サービスです。

3 活用事例

お客様の声

診断の特長とお客様の声



正確な診断

ES調査も行っているけど**切り口が違うので**併用してこれからも行っていきたいと思っています。

普段覗き込めない**他社の状況がわかった**。長年ES調査をやってきたが今までにない気づきが多数出た。



具体的な改善ヒント

設問をみるだけでもHR担当者含め**社内の意識が変わりました**。

難しく考えていたのですが、ウェルビーイングを上げるために、**会社としてやるべきことがわかりやすかった**です。



素早い実施による素早い改善

事前に相談にのっていただき**社内を動かすための情報を得る機会**にすることができました。

アワード後のワークショップから社内の会話に**幸福やウェルビーイング**という単語がよくでるようになり、**社内の意識を変える良い機会**になったと思う。

事例：保険

人材の定着化を目指す、従業員体験向上支援

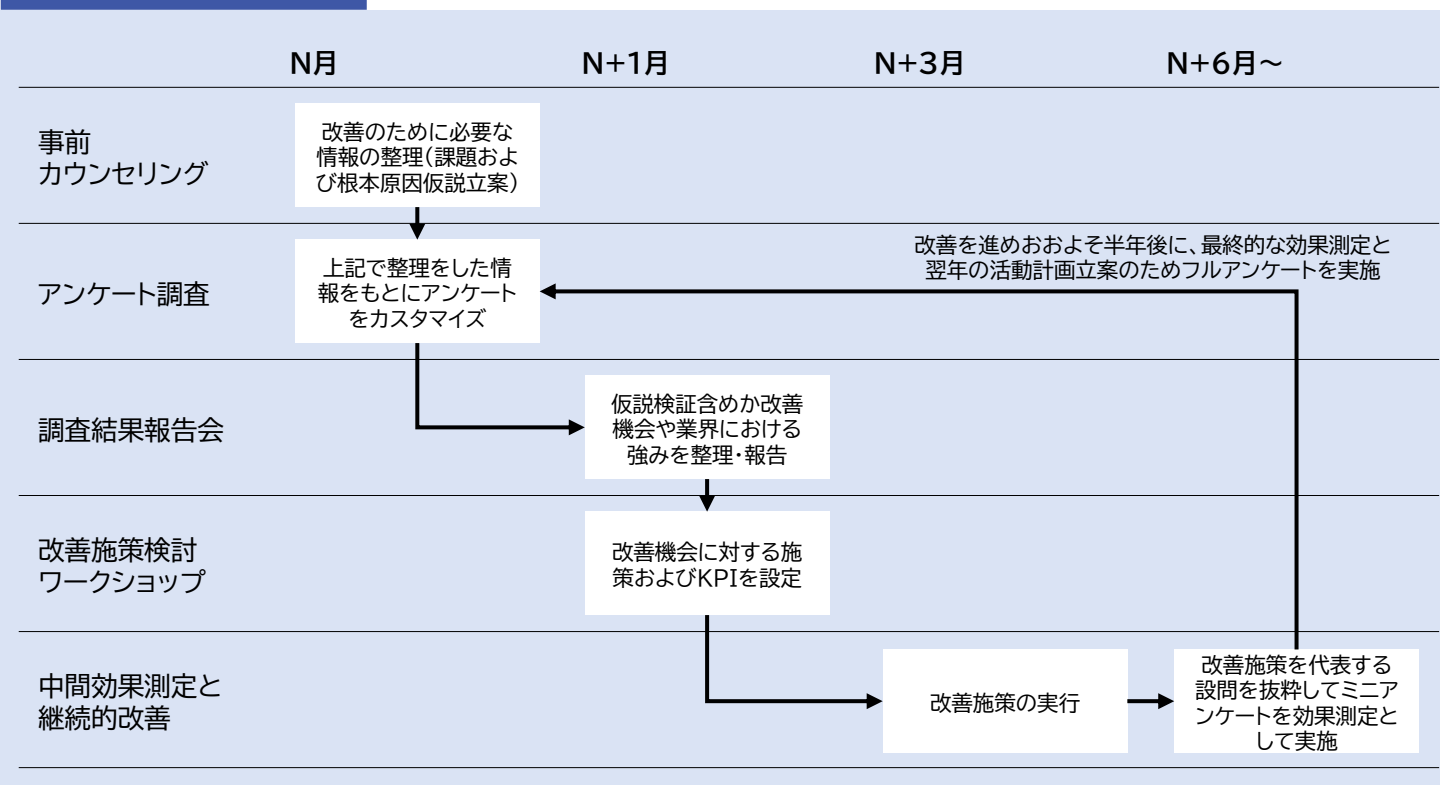
- 当該クライアントでは、従業員の離職に課題を抱えており、人材定着のための解決策を深めるためにコンタクトセンターの専門のパートナーを探していた。診断から分析、改善までが網羅できるというWell-being診断の診断体系の特徴が導入時の一番の決め手。これを活用することで、現状把握から改善アクションの立案までができるようになった。

課題

- ✓ サービスの特性上、オペレーターには業務知識に加えてサービスの専門知識を習得させる必要があり、長期間にわたる研修を実施していた。
- ✓ しかし、オペレーターとしてデビューする前に辞めてしまったり、デビュー後もケースが後を絶たなかった。
- ✓ 離職の抑制と人材定着を目的とした効果的な改善施策を検討するための診断実施を検討した。

取組みと成果

📅 期間：診断～改善効果測定までを6か月スパンで年2回実施するPDCAを確立



事例：銀行

従業員へのアンケート調査をベースとした組織的施策実行支援

- 同社では、早期離職およびそれによるCSAT低下が課題視されていたが、どこから、どのように改善していけばわからないという課題もあった。
- 従業員側、また組織のマネジメントプロセス側の双方向診断を実施し、両診断データを用いて課題整理・優先順位策定・改善計画の立案と実行支援を提供した。【結果幸福度が国内平均以下から国内平均レベルまで向上した】

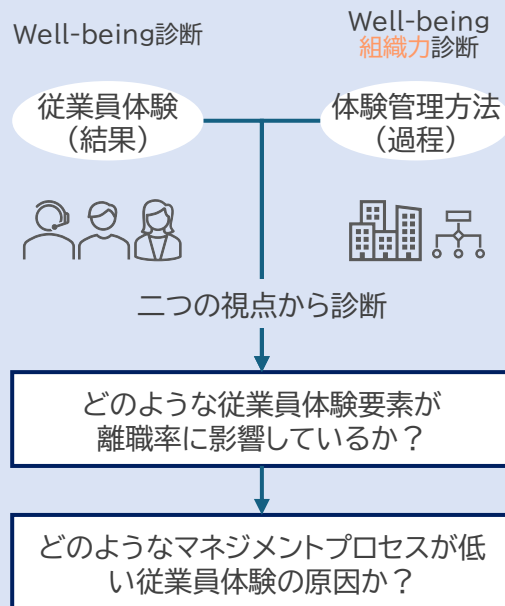
課題

- ✓ 新入オペレーターの早期離職
約70%のオペレーターが1年以内に離職
- ✓ 採用や教育コストの増加
- ✓ 新人で現場を運営することによる
安定しないCSATとSL
- ✓ 新人のサポートでSVが本来時間を使
うべき業務に手が回らない
- ✓ サポートの低下による早期離職の
助長

取組みと成果

📅 期間：現状把握～改善実行後の効果測定まで6か月で実施

STEP1:現状把握



STEP2:課題整理と計画立案

課題優先順位を改善効果
分析より策定

➤ 改善を進めるうえで必要
な工程を洗い出し改善計
画を作成



STEP3:改善効果測定と継続的改善

施策の効果測定を実施

➤ 効果を確認、さらなる波
及を目的に横展開施策を
実行



事例：BPO

カスタマーハラスメント対策支援

- 同社でWell-being診断を実施した結果Well-being7つの要素における「会社との信頼関係」のスコアが低く、会社からの主体的な改善活動が重要であることがわかった。
- システムの改善含む環境改善に加えて、一定数の従業員よりフリーコメントがあったハラスメント対策、とくにカスタマーハラスメント対策について方針～マニュアルの策定/作成を支援した。【結果「会社との信頼関係」スコアの向上と幸福度の向上が実現した】

課題

- ✓ 会社との信頼関係が低く、幸福度との相関が高い
- ✓ カスタマーハラスメントは会社からも社会からも対策が求められているが何から、どう行えばよいかわからない
- ✓ クレーム対応マニュアルはあるが、どこからがカスハラでどこまでがクレームか、線の引き方がわからない
- ✓ 従業員も顧客も納得する対応基本方針策定に悩んでいる

取組みと成果

■ 期間：現状把握～マニュアル作成まで6か月で実施

STEP1:現状把握

CHAPSモデルカスタマーハラスメント対策を通じて従業員エンゲージメントを高めるための組織的役割を定量評価し、課題を整理した

CHAPSモデル



診断レポート

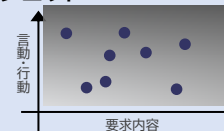


※CHAPSモデルは、日本カスタマーハラスメント対応協会が著作権を含むすべての権利を所有するものです。

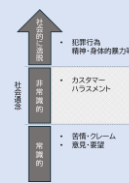
STEP2:方針策定

ワークショップを通じて、発生している判断が難しいケースの分析をもとに、カスハラ判断基準を策定

発生しているケースを
プロット



線引きについて
ディスカッション



STEP3:マニュアル作成

作成した判断基準をもとに、対応方法をまとめたマニュアルを作成



4 参考

アワードと弊社について

国内で唯一の「コンタクトセンター」×「働きがい」に特化したアワード

- 2024年度の受賞組織は以下の通りです。



Well-being CUSTOMER CENTER AWARD
Best center 2024



大規模センター部門

【最優秀賞】

- ・ DHLジャパン株式会社 カスタマーサービス本部
- ・ 株式会社ディー・エヌ・エー DeNA カスタマーサポートセンター
- ・ 日本コンセントリクス株式会社 札幌オペレーションズ

【優秀賞】

- ・ SMBC日興証券株式会社 フロントサービスセンター
- ・ 株式会社セブン銀行 バンキング統括部コンタクトセンター
- ・ Teleperformance Japan 株式会社 A1
- ・ 日本コンセントリクス株式会社 福岡オペレーションズ



中・小規模センター部門

【最優秀賞】

- ・ SBI生命保険株式会社 お客様コンタクトセンター
- ・ 株式会社かんぽ生命保険 仙台カスタマーサービスセンター
- ・ 富士通コミュニケーションサービス株式会社 お客様総合センター

【優秀賞】

- ・ 株式会社AIサポート
- ・ キリンホールディングス株式会社 コーポレートコミュニケーション部 お客様相談室
- ・ 株式会社ジャルカード コンタクトセンター
- ・ 三井住友トラスト・ビジネスサービス株式会社 品川事務センター 相続受付チーム受電ユニット



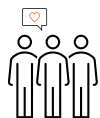
国内で唯一の「コンタクトセンター」×「働きがい」に特化したアワード

- 本アワードは、弊社オリジナルの従業員アンケート調査の結果をランキング化し、上位組織を表彰するアワードです。各部門で上位7社を表彰し、受賞した場合、社内外に対して自社の優れた従業員体験を訴求できます。
- またエントリーをすることで、定量評価された自社の従業員体験を国内他センターと比較することで正確に強みや、改善機会を把握できます。
※初回エントリーは無料です。診断の実施から、レポートの受領などすべて無償でご参加頂けます。

アワード基礎情報

現状把握から改善施策のヒントまで得られる表彰だけが目的ではないアワード

アワードの主要な3つのSTEP



①診断を受ける

オンラインサーベイフォームよりエントリー組織の全従業員が15分ほどの職場体験に関するアンケート調査を実施する



②レポートを受領する

全設問の回答結果と、国内における順位が書かれたレポートより自社の改善すべき課題や、伸ばすべき強みを把握する



③表彰式に参加する

優れた組織への賞の授与と、成功事例についての講演や、本テーマに取り組むマネージャー同士の人脈形成を行う

アワード実績

コンタクトセンター従業員体験のアワードでは国内最大

2024年参加実績

- ・ 組織数 51組織
- ・ センター数 132センター
- ・ 従業員数 10,279名



2025年開催スケジュール

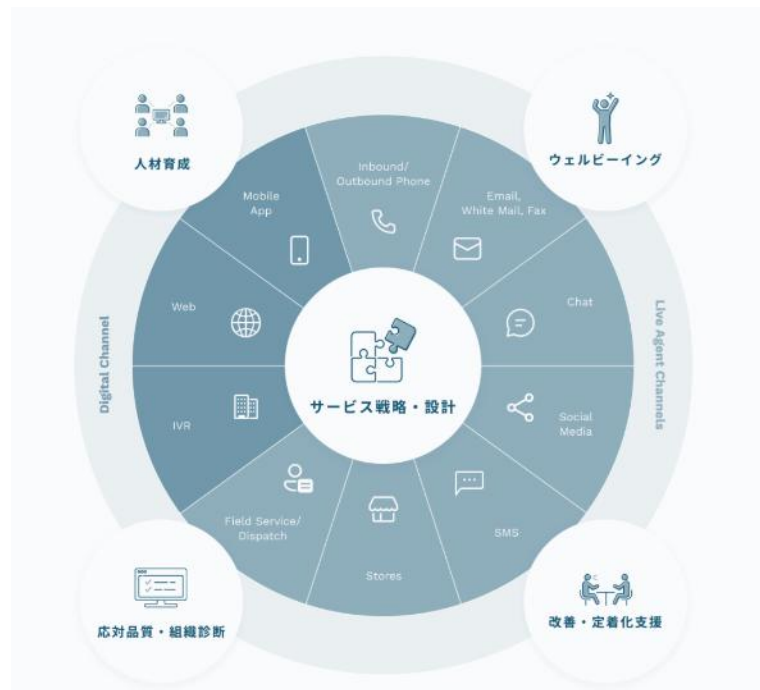
2025年は5月よりエントリー開始

- 3月 ... エントリー説明会開始
- 5月 ... エントリー/アンケート開始
- 8月 ... エントリー/アンケート締切
- 9月 ... レポート納品
- 11月 ... アワード・表彰授与式

エントリーは2025年5月ごろより弊社のWebサイトから実施頂けます。(<https://proseed.co.jp>)

コンサルティングサービス

常に世界で生み出される新たなデジタルテクノロジーの普及、CXの変化、消費者の力の強まりやニーズの個別化、オムニチャネル化などにより、重視すべきCXのマネジメント領域も進化を続けています。プロシードは顧客体験(CX)の向上を支援する専門コンサルティングとなります



顧客体験(CX)向上に欠かせない戦略～実行支援まですべてをカバー

CX改善のプロフェッショナルコンサルタント

- 刻々と変化する市場環境・事業環境、新しいテクノロジーの活用状況など、最前線で活躍するコンサルタントだからこそ有効なコンサルティングサービスを提供できると考えます。よって、当社では、研修専門講師や診断専門などの職種を設けず、改善支援を行うコンサルタントが研修講師や診断業務を行うことを必須要件としています

国内およびグローバルに対応した豊富なベンチマーク情報

- 世界レベルで常に生み出される新たなデジタルテクノロジーの普及によるCXの変化や、消費者の力の強まりやニーズの個別化、オムニチャネル化、事業環境などによって、重視されるべきマネジメント領域も変化します。COPC社との強力な連携により、企業にとって有益な国内外のベンチマークを提供することが可能です

第三者機関としての客観性・中立性

- 改善コンサルティングに特化しているため、自社商品やサービスを導入することを目的とした診断を行っていません。「自社のサービス品質や運営はどういう状態か？」に対して明確かつ客観的な視点での診断結果を提供できます。複数の利害関係者で構成される企業間・組織間を横断した診断や改善コンサルティングにも強みを発揮します

プロシードのコンサルティング体制

プロシードの実施するコンタクトセンターのコンサルティングは、事前調査から改善活動を実施し、その効果を確認するまでの一貫プロセスが特徴です

コンサルティング の運用プロセス	戦略策定	事前調査	分析	改善計画	改善活動(運営)	効果測定 (アセスメント)
		マーケティング会社			人材育成会社	
	経営コンサルティング会社					
				テレマーケティング会社		
	プロシードのコンタクトセンターコンサルティングの範囲					
一般的に 発生する業務	•センター診断 •ミステリーコンタクト •CS、NPS調査 •システム選定		•Well-being •顧客・市場調査	•市場分析 •競合分析 •センター診断 (アセスメント)	•事業計画作成 •個別計画立案 •コスト計画	•個人研修 •SV研修 •管理者向け研修 •モニタリング
プロシード 実施業務	•COPCを利用したベンチマークレビュー •委託先選定、フロー設計など •KPI設計 •マネジメントスキル向上支援			•過去の改善事例を利用した計画作成支援 •マネジメント層への運営およびスキル支援など •マネジメントサポート		•アセスメント •ベンチマークレビュー

主な実績

支援メニュー	業界	企業／支援組織(カスタマーサービス)の特徴	内容
事業計画・戦略検討 コールセンターを戦略的に活用したい	銀行	大手銀行。リテール向けのインバウンド・アウトバウンドを提供する国内3拠点のコールセンター	デジタルシフトによるコスト削減と顧客体験向上を実現するための構想(中期計画)の策定支援
	飲料	大手飲料メーカー。グループ会社の窓口を担うホールディングスのお客さま相談室	VoC収集や社内への改善指示、窓口運営の委託先とのKPIなど社内外から価値を認められるためのアクションプラン検討を支援
新規立ち上げ 新規で窓口を設けるので相談にのってほしい	自動車	新規事業会社。自動車のレンタルサービスに関する新規申し込み時の相談や会員からの問合せ窓口	電話システムの選定、業務委託先の選定におけるRFP作成や選定後の人材育成、ルール整備などを支援
	公共	国民全体への郵送等による案内と、各種問合せ、事務手続きの業務	定期的に発生する、コールセンター(督促)と事務センター(パンチ入力)を委託する民間企業を選定するための評価支援
運営管理・改善 運営の課題解決を専門家に手伝ってもらいたい	銀行・カード	大手金融グループ。銀行、クレジットカード、信託などを提供する国内9拠点のコールセンター	グループ内に点在するコールセンターのデジタルシフトを実現するプロジェクトにおいて、KPIやCS調査等の実施設計を支援
	通信	大手通信。通信にかかわる新規申込み、引っ越し等の手続きに関する窓口として、約30拠点に点在するコールセンター	事業目標に貢献する各種活動のレベルを設計し、年1回の定期調査で各センターのレベル判定と改善アドバイスを実施
CXミステリー調査 お客さま視点で提供サービスの課題を発見してほしい	ガス	大手ガス会社。引っ越し手続きや、料金相談などについて、Webやコールセンターで対応する機能を持つ	引っ越しや料金相談の対応フローについて、顧客視点で調査を行い、不便な点や競合他社との比較結果をレポート
	旅行	大手のECビジネス。ホテル・旅行の予約サイトおよびカスタマーサポートのセンター	競合4社の違いを、Web構造と問合せ窓口の両面で定量・定性比較し、優先して改善すべき領域をレポート
対応品質評価・改善 自社の顧客対応のレベルを高めたい	保険	大手生保。国内約10拠点で運営させるセンターで申込から相談まで様々な問い合わせを受けるコールセンター	音声データを預かり、定期的に個人評価を行い、レポートを提出する
	カード	大手消費者金融。新規申し込み、利用額変更、延滞督促にかかわる電話、チャット、Webの受付窓口	コンタクトセンターに対応評価専門スタッフが数名常駐し音声評価と管理者へのフィードバックを実施
人材育成・伴走支援 運営スタッフへの教育やアドバイスを依頼したい	印刷	印刷・郵送・デジタルを活用した各種キャンペーンなど、クライアント企業から委託されている200以上の事務局窓口	運営管理者のポジション別研修プログラムを作成し、座学・OJTを年間計画に基づき実施
	ゲーム	大手ゲーム会社から受託しているストリーミングサービスの問合せ窓口	受託運営を行ううえで、管理者がコールセンターマネジメント知識を有しないため、そのトレーニングを実施

支援先名の例： 三井住友銀行、三井住友カード、SMBC日興証券、SMBC信託銀行、SMBCコンシューマーファイナンス、三井住友トラストグループ、みずほ銀行、みずほ証券、アフラック、かんぽ生命、大日本印刷、アコム、麒麟ホールディングス、楽天グループ、NTT東日本、NTTコミュニケーションズ、トランス・コスモス、アルティウスリンク、日本自動車連盟、日立システムズ、ネットワンシステムズ、コニカミノルタ、JALカード、オリエントコーポレーションなど