

デジタル化で業績悪化に 歯止めをかける

この春“接客のデジタル化”を加速させる2つの出来事



Topic 1: ウイルス拡大によりチャットが注目された理由

Topic 2: 同一労働同一賃金! チャットで人件費抑制へ

日本でのオリンピック開催を目前にした2020年春、企業の業績に大きく影響を与えるであろう2つの大きな出来事がありました。

1つ目が、**新型コロナウイルスの拡大**です。

経済に大きなインパクトを与えているのはもちろんのこと、テレワークやフルリモートなど社員の働き方にも大きく影響を与えています。

2つ目が、同一労働同一賃金を定めた**「働き方改革関連法案」の施行**です。

これによりコールセンターのコスト増は避けられないものとなりました。

なぜ今、多くの企業がチャットに注目しているのか、ぜひご一読いただければ幸いです。

そらいろ

ウイルス拡大により チャットが注目された理由



新型コロナウイルスが経済に与える深刻な影響

ご存知のとおり、新型コロナウイルスによる感染症の猛威は、とどまるところを知らない情勢です。

企業は社員を守るために、テレワークの推奨や通勤時間の変更など、様々な対策を始めました。

例えば、ヤフーでは、すべての社員に対して時差出勤を推奨したり、NTTグループでは20万人の社員に対して、テレワークや時差出勤の積極的な活用を勧めています。2月26日には、政府からイベント開催について「今後2週間、中止、延期、または規模縮小等の対応を要請する」との周知がなされ、すべての小中高も臨時休校となるなど、その影響は拡大しています。

このコロナ拡大は、すでに日本経済に深刻な影響を与えています。

例えば、小売大手のファーストリテイリングが中国国内の約270店を一時的に休業、「無印良品」は中国本土内の95店の営業を停止するなど、海外店舗を運営する企業の業績に与えるインパクトは甚大です。他にも、自動車業界では、中国から供給されていた部品の調達が滞り、生産がストップ。大手百貨店では、訪日外国人観光客の減少により、春節期間の免税売上が5～15%減少しています。

このまま、日本国内の活動が自粛されていけば、ホテルや旅館など旅行業界でも、キャンセルの増加や、飲食店や小売店の売上減少などの影響は避けられません。

大和総研の試算によれば、この混乱が一年間続いた場合、日本全体でも、マイナス成長に陥るとの予測がでています。

コロナはデジタル化加速の転換点になるか？

読者の方の中には、「新型コロナウイルスは一時的」「静観して収束を待つ」と考えている方もいらっしゃるかもしれません。

しかし、このコロナ問題が、実はビジネスのデジタル化を加速させる可能性があるのをご存知でしょうか。

なぜなら、**デジタルの世界は、ウイルス拡大の影響を受けることなく経済活動を行うことができる**からです。

最近では「**デジタルトランスフォーメーション(DX)**」というキーワードが注目され、大企業を中心に多くの企業で、様々な業務や仕組みをデジタル化するデジタル改革が経営戦略に盛り込まれるようになりました。これまで店舗売上が中心だった企業も、近年こぞってECに力を入れ始めており、経済産業省の統計によれば、EC市場規模は291兆170億円に、EC化率は28.3%と年々比重を増しています。

今回のこのコロナ問題が、そういった動きを加速させる可能性はとて高いとみています。



デジタル・トランスフォーメーション(DX)とは

「ICT(情報通信技術)の浸透が人々の生活をあらゆる面でより良い方向に変化させること」とであるとされる。

従来の情報化/ICT活用では、既に確立された産業を前提に、あくまでもその産業の効率化や価値の向上を実現するものであったのに対し、デジタル・トランスフォーメーションにおいては、その産業のビジネスモデル自体を変革していくことである。

(出典)総務省編「情報通信白書令和元年版」(一部抜粋) <https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/r01/html/nd121500.html>

接客のDXは社員を守る秘策になる

大手企業のテレワーク推奨やイベントの中止などで、小売店舗の売上減少は避けられない状況ですが、従業員の安全をどう確保するかも、店舗運営では大きな懸念点です。不特定多数の人と近距離で業務を行う店舗スタッフに対して、どう安全を確保しながら、売上を維持・拡大させていけばいいのか、頭を悩ませている企業は多いのではないのでしょうか。

実は、そんな中で注目されているのが「**有人接客が可能なチャットの活用**」です。

チャットを自社のECサイトに導入することで、既存の**店舗スタッフは自宅にいながらにして接客業務を行うことができ、社員の安全と売上の両立が可能**だからです。**また、店舗への来店客数が減少しつつある今、店舗スタッフがEC上の接客を兼務するケースも増えてきています。**

このチャット接客の取り組みは新型コロナウイルスが拡大する前から、化粧品やアパレル業界などで、非常に脚光を浴びてきたものです。

最近では「働き方改革」の推進により、産休・育休中社員に活躍の場を与える新しい取り組みとしても、多くの企業で導入検討が進められています。

チャット接客でCRMが向上

チャット導入のメリットは、消費者にとっても利便性が向上するため、顧客満足度向上やCRMにつながります。例えばECサイトの場合、チャットで気軽に問い合わせができて、返事を待たされることもありません。また、チャットの会話ログはテキスト解析することで、顧客インサイトをマーケティングやサービス改善に活用することができます。

さらに、チャットと電話を組み合わせたコンタクトセンター化まで行えば、顧客からの最初の問い合わせをチャットで受けて、チャットで対応しきれない緊急性の高い内容だと判明した時点で電話対応に切り替えれば、効率的な接客が出来るようになります。



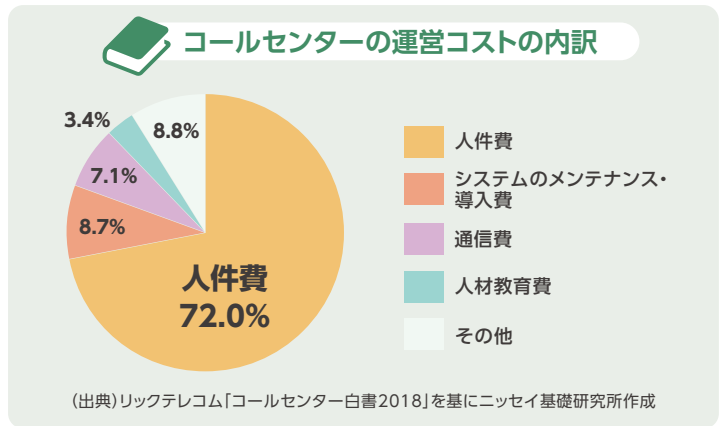
同一労働同一賃金！ チャットで人件費抑制へ

同一労働同一賃金

2019年10月の消費税アップに続き、2020年4月*からは同一労働同一賃金を定めた「働き方改革関連法案」が施行されます。法改正に伴い、多くの企業で、賃金制度の見直し、就業規則や賃金規程の改定準備が行われています。これらの影響は非常に大きく、様々な商品・サービスの提供価格に影響を与えることは必至です。 ※中小企業への適用は2021年4月から

コールセンター業界が抱える課題

多くのコールセンターでは、人件費を圧縮しつつ必要な業務をこなすため、正社員、契約社員、パートタイム、派遣など、様々な契約形態の労働者が存在します。これまで、パートタイムや派遣などの非正規労働者を主力にし、変動費をコントロールすることで、より経済的な運営をすることが可能でした。しかし、コールセンター業界は離職率が高く、人手不足が慢性化しており、オペレーター採用・教育費がコールセンターのコスト増に追い打ちをかけています。コールセンタージャパンの調査によれば、2013年6月に1.0倍だった有効求人倍率は、昨今の景況感もあいまって2020年1月には1.6倍と採用にかかるコストは増え続けています。



人件費抑制がさらに喫緊の課題に

人件費が増大する最大の要因は、先にも述べた「同一労働同一賃金」の原則が盛り込まれたパートタイム・有期雇用労働法や改正労働者派遣法です。これまで、業務内容に関わらず、正社員と派遣社員およびパートでは別の給与体系でした。ところが今後は「不合理な格差」が法律で禁止されることとなり、対策が迫られています。人件費をできるだけ抑制するために、各社、様々な対応を余儀なくされました。例えば、正社員側の賃金体系を非正規雇用労働者に近づけたり、派遣会社と折衝して契約条件を変更をしたり、あるいは、正社員の業務内容の見直しをして、非正規雇用労働者と同じ業務を避けたりすることで、なんとか対処しているのが現状です。

コールセンターにチャット導入がマストの時代へ

このような背景から、今、コールセンターを運営している企業の多くは、アウトソーシング先から、次年度の値上げ交渉を受けています。しかも、その金額は非常に大きく、全体的には、10～20%程度のアップを迫られているようです。対して、企業側は、委託範囲の見直しでなんとか乗り切ろうとしています。しかし、ここにも課題があります。例えば、問い合わせ対応の品質が下がることで、顧客が離れていく、あるいは、クレームの増加により、不要なコストが増える、など様々な問題が起こりえます。

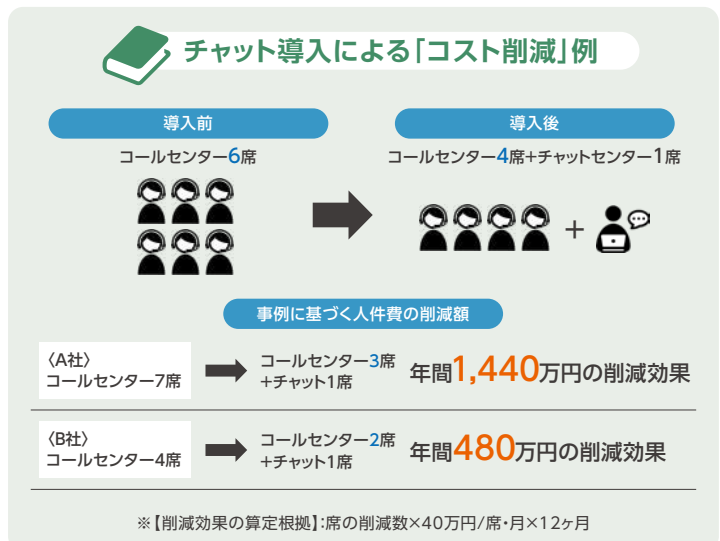
実は、この課題解決にも「デジタル化」が有力な方法として注目されています。

「チャット」を導入することで、受付窓口のチャンネルが増え、「コンタクトセンター化」に繋がり、コスト削減効果が期待できるからです。

電話やメールは1対1の対応でコストがかかる。対して、チャットは複数の問い合わせを同時に対応できるので、増加する問合せ対応を効率化させるだけでなく、その分の人件費を削減をすることができるのです。

AIを用いたチャットボットをも併用すれば、その抑制はなおさら高まります。

これからは、チャットボットに店舗の開店時間や、アクセス案内など、基本的な問い合わせ対応をしてもらい、コールセンターでは、人間でなければ答えられない複雑なものにする。このような役割分担が徐々にデファクトスタンダードになっていくと考えています。



こんなことでお悩みのあなたに 最適のチャットサービスをご紹介します！

- ECで売上を伸ばしたい
- 新型コロナウイルスの影響で販売員をうまく活用できていない
- 接客スキルをもった育休中の社員やベテラン販売員が活躍できる環境を増やしたい
- コールセンターの人件費を減少させたい

ECでも店舗同様の接客を実現する！



今だけ！

チャット導入お役立ち資料も上記のQRからダウンロードできます！



担当者
必読！

店舗接客リソースを活用した 接客のデジタルトランスフォーメーション(DX)

働き方改革やリモートワークに対応しながら
EC上での売上UPを実現する方法を、分かりやすくご説明します。

この記事を書いた人



株式会社 空色 代表取締役 中嶋 洋巳 (Hiromi Nakajima)

2005年4月 西日本電信電話(株)入社。新規事業開発部に所属し、複数の新規事業開発に従事。
2013年10月 (株)空色を創業。チャットを軸としたウェブ接客ソリューション「OK SKY」の開発・提供
チャットセンター運用受託事業を展開。
2019年 AIチャットボット「WhatYa」の提供開始
AIと人を組み合わせた新たな購買体験の創出に取り組む。