



**エンゲージメント・エコノミーの司令塔：
AIとデータが駆動する次世代コンタクトセンター戦略**
「コストセンター」からの脱却と「インサイト・アズ・ア・サービス」への転換

エグゼクティブサマリー：三重の脅威を乗り越え、新たな収益機会を創出する



The Triple Threat (三重の課題)

- 深刻な労働供給制約（2030年 644万人の人手不足予測）。採用難と高離職率（30-45%）が事業継続を脅かす。
- 顧客期待値の急上昇。電話/メールから、チャット/自己解決へのチャネルシフト要求。
- 生成AIによる破壊的変化。「効率性」の価値が自動化によりコモディティ化する。



The Strategic Pivot (戦略的転換)

Old Model

労働集約型
「コストセンター」



価値源泉：
効率的な対応（フロー）

New Model

知識集約型
「プロフィットセンター」



価値源泉：
戦略的な洞察（ストック）

Core Recommendations

Business Model:

BPOから「インサイト・アズ・ア・サービス」へ

Operation:

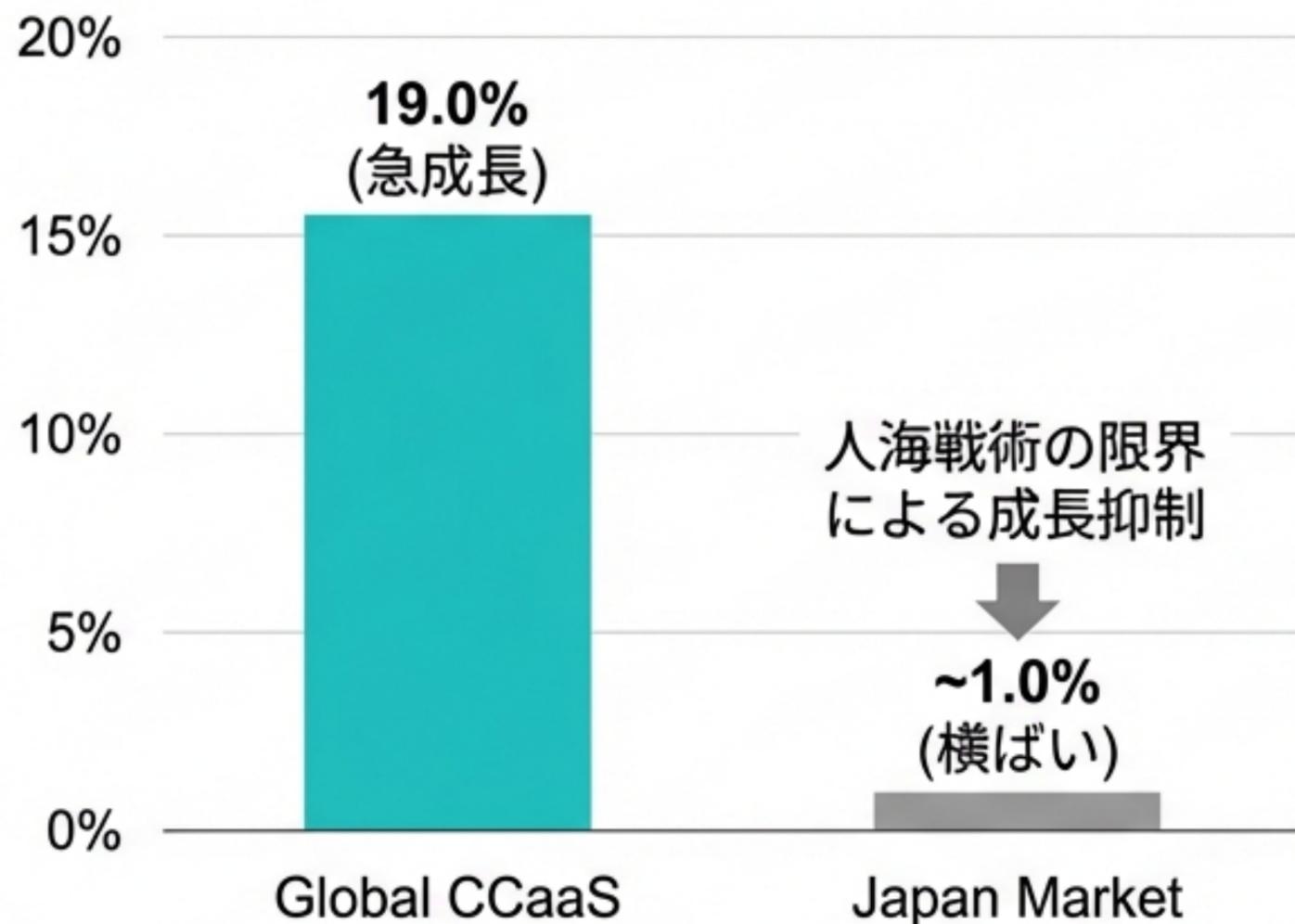
生成AIによる「AI-Human協業モデル」の構築

Infrastructure:

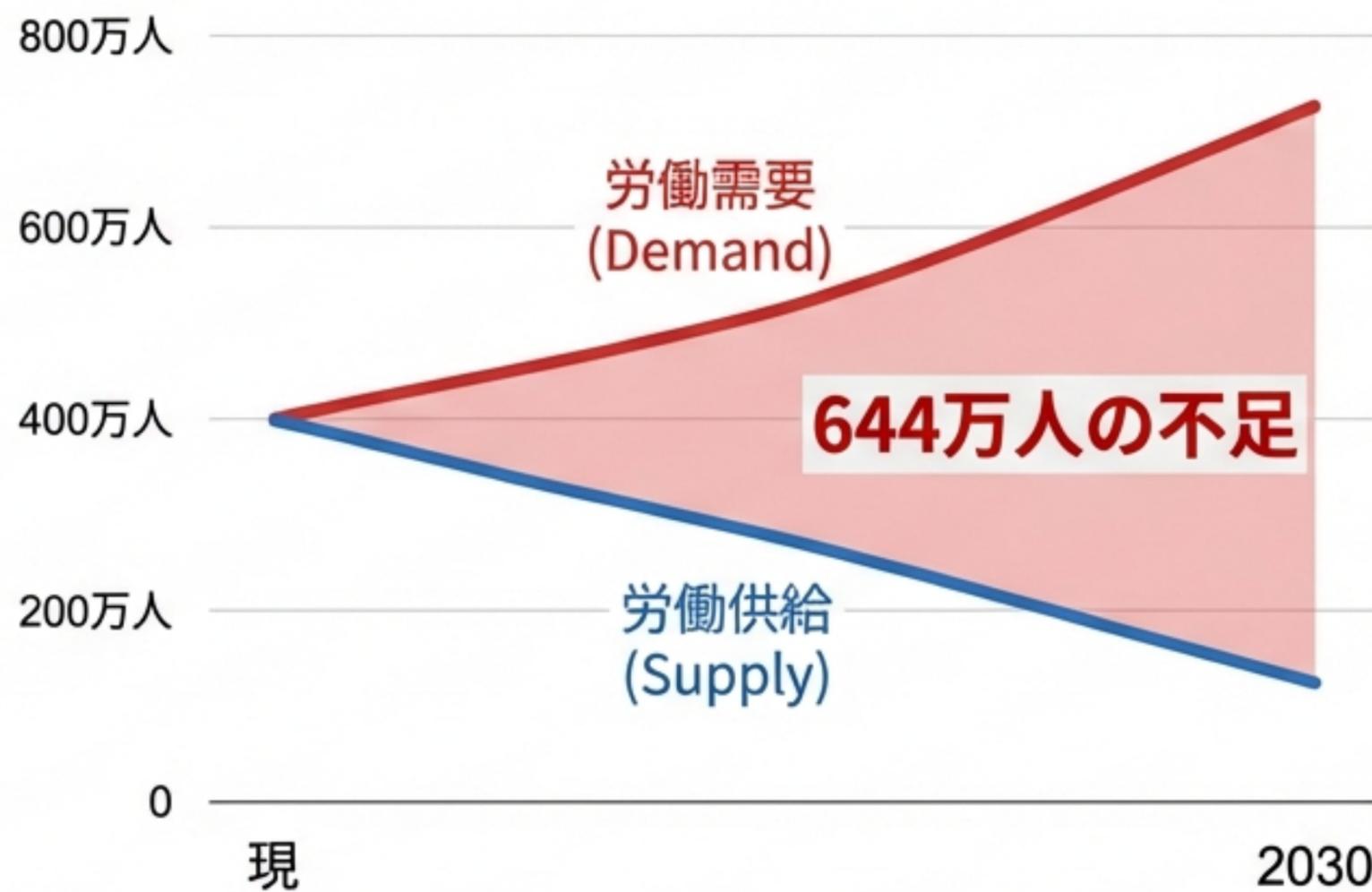
オンプレミスから「クラウドネイティブCCaaS」へ全面移行

日本市場のパラドックス：底堅い需要と致命的な供給制約

市場成長率の乖離 (CAGR)



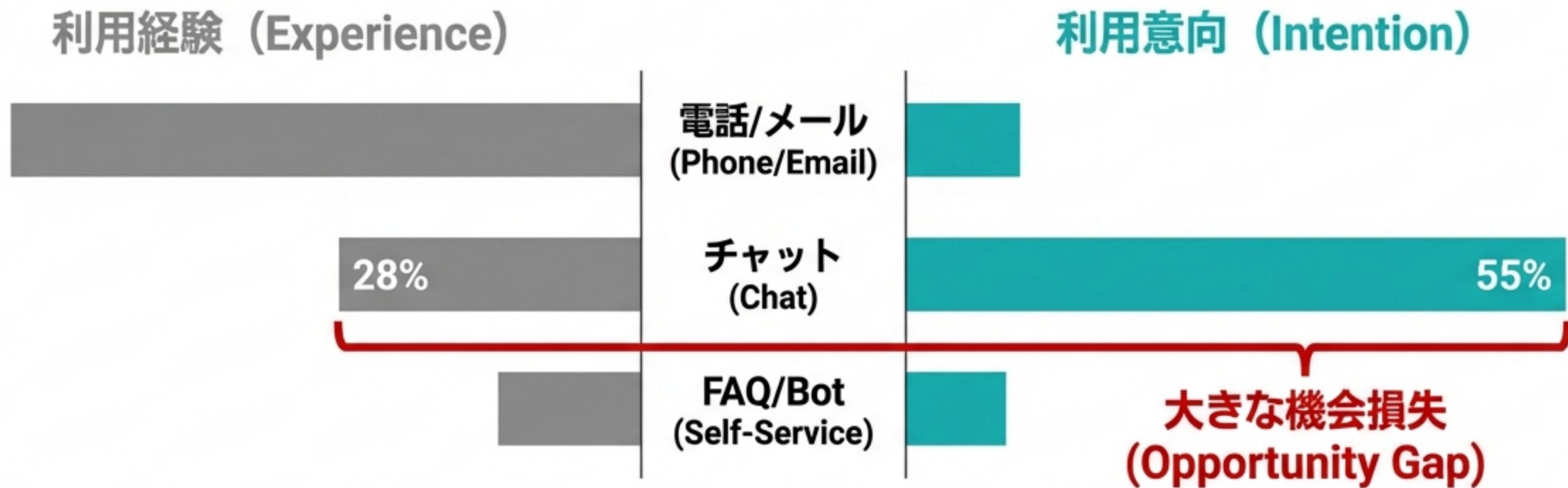
労働需給ギャップ (2030年予測)



出典: パーソル総合研究所推計

日本市場での勝敗は「規模の拡大」ではなく、「オペレーター一人当たりの付加価値向上」に移行した。AI活用なしに、この供給ギャップは埋められない。

エクスペリエンス・ギャップ：企業の提供チャンネルと顧客ニーズの乖離



現状 (Reality)

依然として電話・メールが主流だが、顧客は「仕方なく」利用している。

機会 (Opportunity)

チャットおよび自己解決へのニーズは、提供実態を大きく上回る。ノンボイス領域の拡充がCX向上の最大のレバレッジポイント。

顧客は「話したい」のではない。「解決したい」のだ。

旧来型モデルを崩壊させる「不可逆的な三重の圧力」

Social & Labor (社会・労働)

- ・労働人口減少
- ・リモートワーク必須化
- ・採用コスト増

Technology (技術)

- ・生成AI (ChatGPT)
- ・CCaaS標準化
- ・セキュリティ高度化

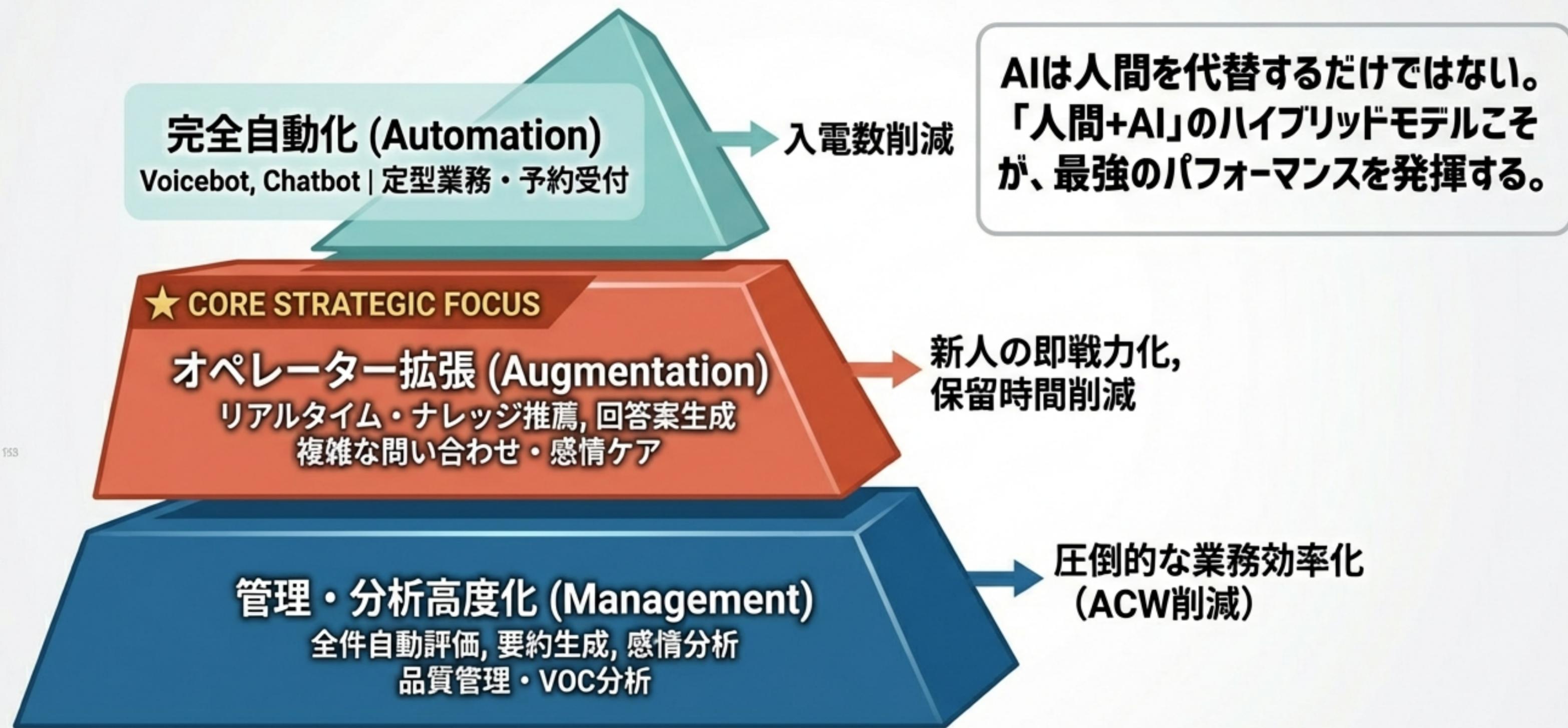
Traditional BPO Model
(労働集約・コストセンター)

Customer Psychology (顧客心理)

- ・「待たされない」欲求
- ・自己解決志向
- ・SNSリスク

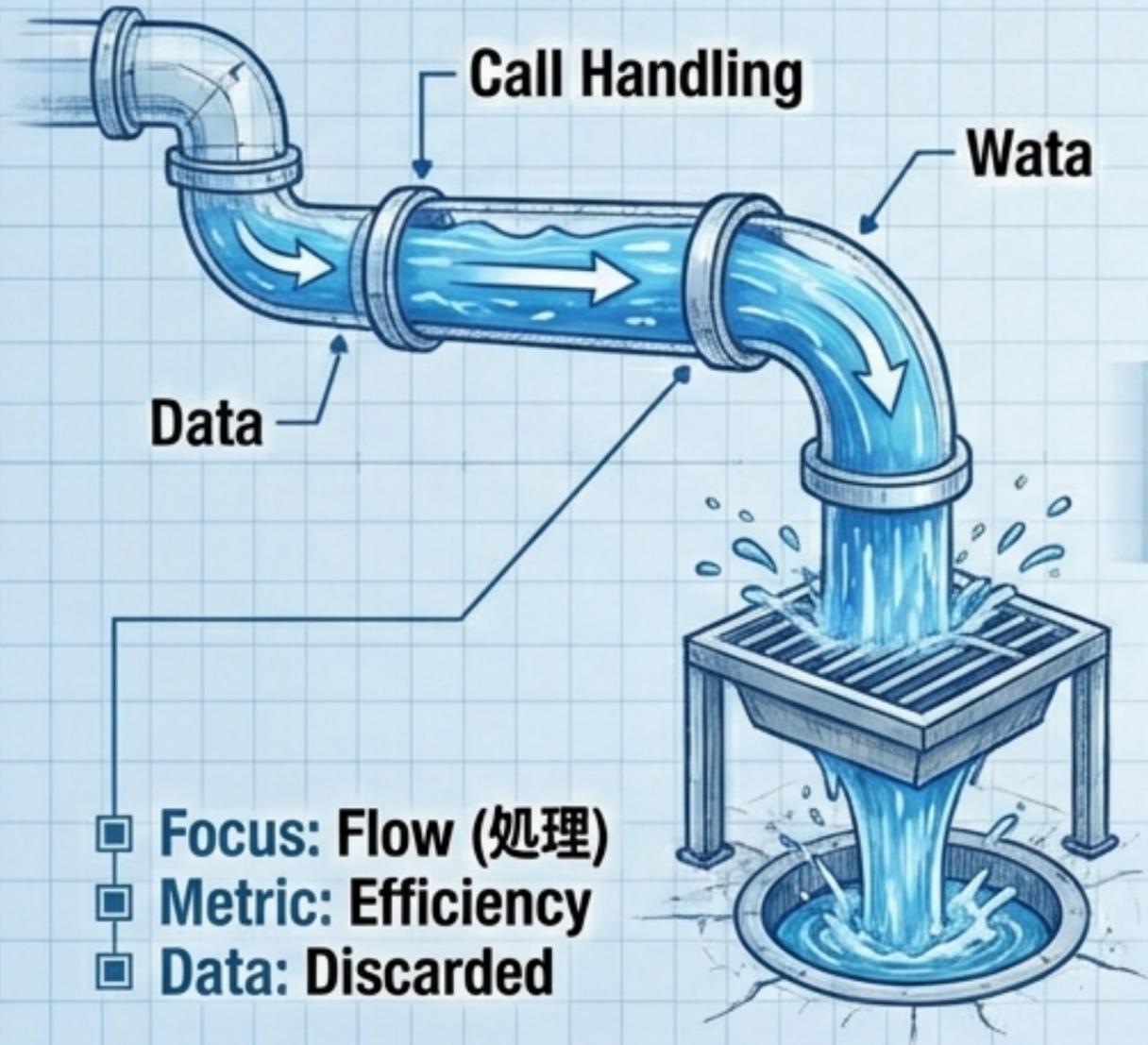
これらは一時的なトレンドではなく、構造的な変化である。
旧来の「安価な労働力の提供」という価値提案は完全に陳腐化した。

生成AI：破壊的創造の触媒と3つの変革レイヤー

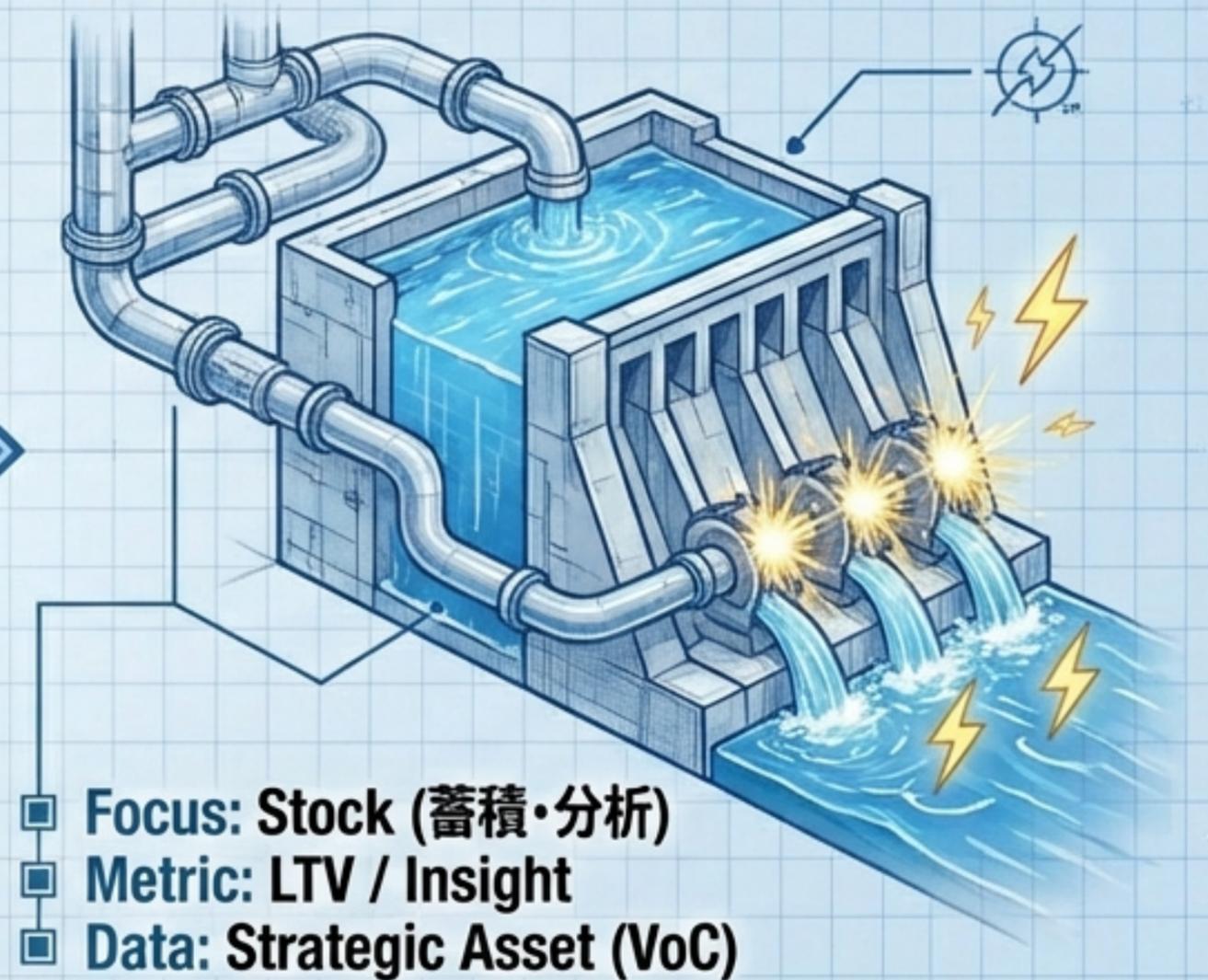


バリューチェーンの転換：「フロー（処理）」から「ストック（洞察）」へ

BEFORE: The Cost Center



AFTER: The Insight Hub



従来の「応対・解決」プロセスの価値はAIにより低下する。代わって、蓄積されたVoCデータを分析し、企業の経営課題を解決する「データ分析・改善提案」プロセスが最大の付加価値領域となる。

ビジネスモデルの再定義:「インサイト・アズ・ア・サービス」

Dimension (項目)	Old BPO Model (旧モデル)	New Insight Model (新モデル)
Role (役割)	代行業者 (Vendor)	戦略パートナー (Partner)
Revenue (収益モデル)	労働対価 (席数/時間単価)	成果・価値対価 (インサイト/成果報酬)
Output (成果物)	応対件数・処理速度	顧客インサイト・CX改善提案
Driver (原動力)	労働力 (Labor Arbitrage)	知的資産 (Knowledge Arbitrage)

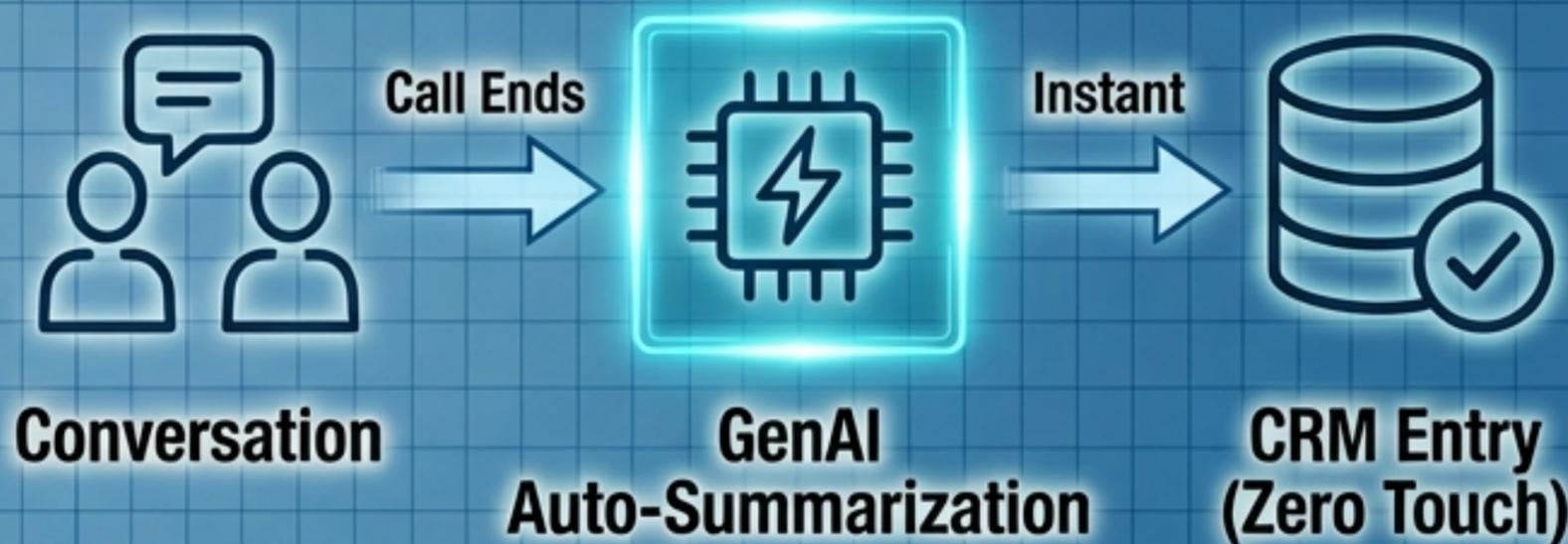
コンタクトセンターは、顧客の「生の声」が最も集まる場所である。このデータを収益化
収益化 (Monetization) することこそが、プロフィットセンター化への唯一の道筋である。

オペレーション革新: AIによる「ACW(後処理)」の劇的削減

Current State



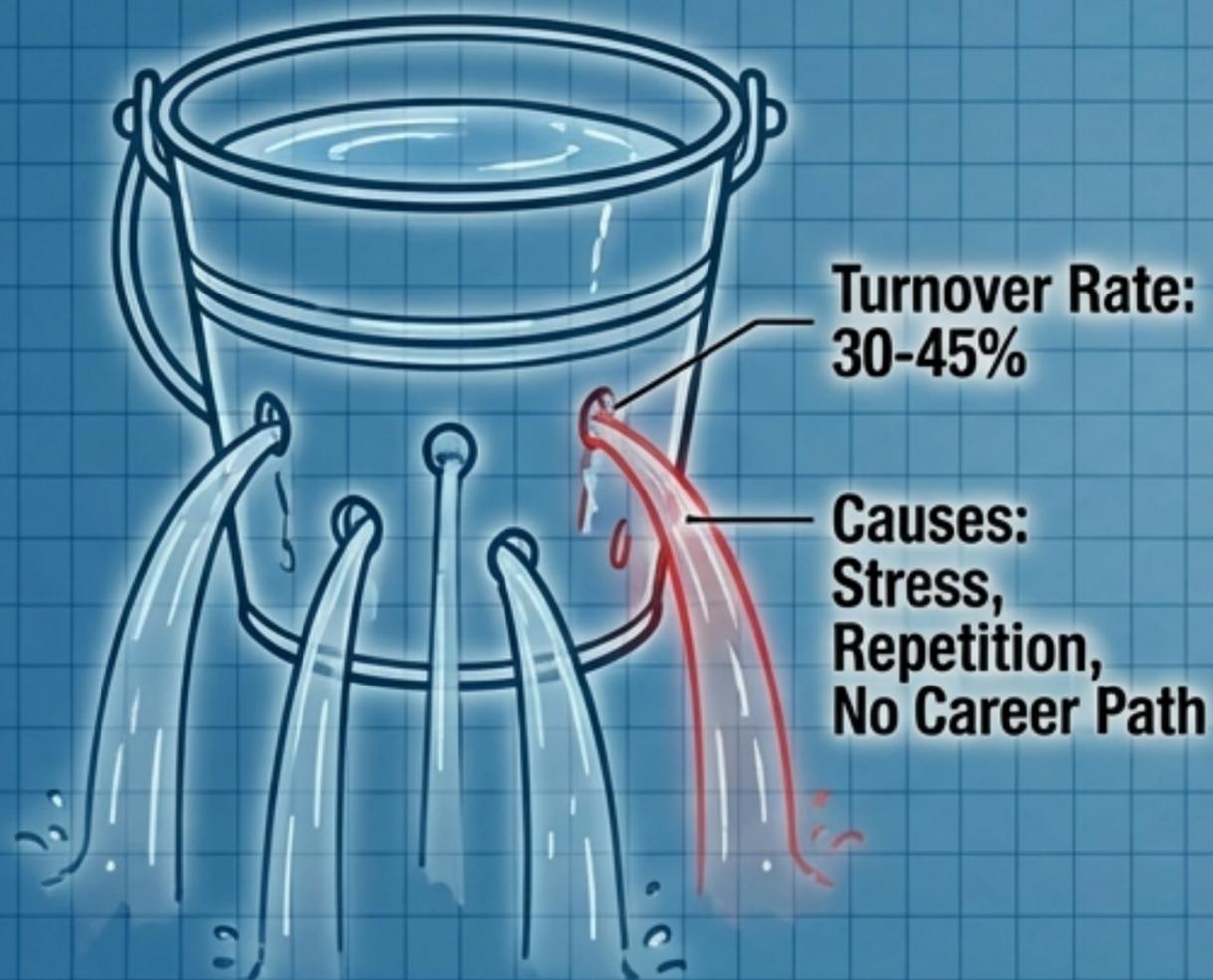
The AI Solution Flow



Impact: 生成AI導入により、3ヶ月で平均処理時間(AHT)を23.5%削減(事例データ)。
効果: オペレーターを「書く作業」から解放し、「話す・考える業務」へ集中させる。

人材戦略: EX(従業員体験)向上による「ナレッジワーカー」への進化

The Leaking Bucket (高離職率の悪循環)



Next-Gen Operator (Knowledge Worker)

~~Old: 正確な情報伝達~~
New: AI活用力 (AI Literacy)
New: 共感力 (Empathy)
New: 複雑な課題解決

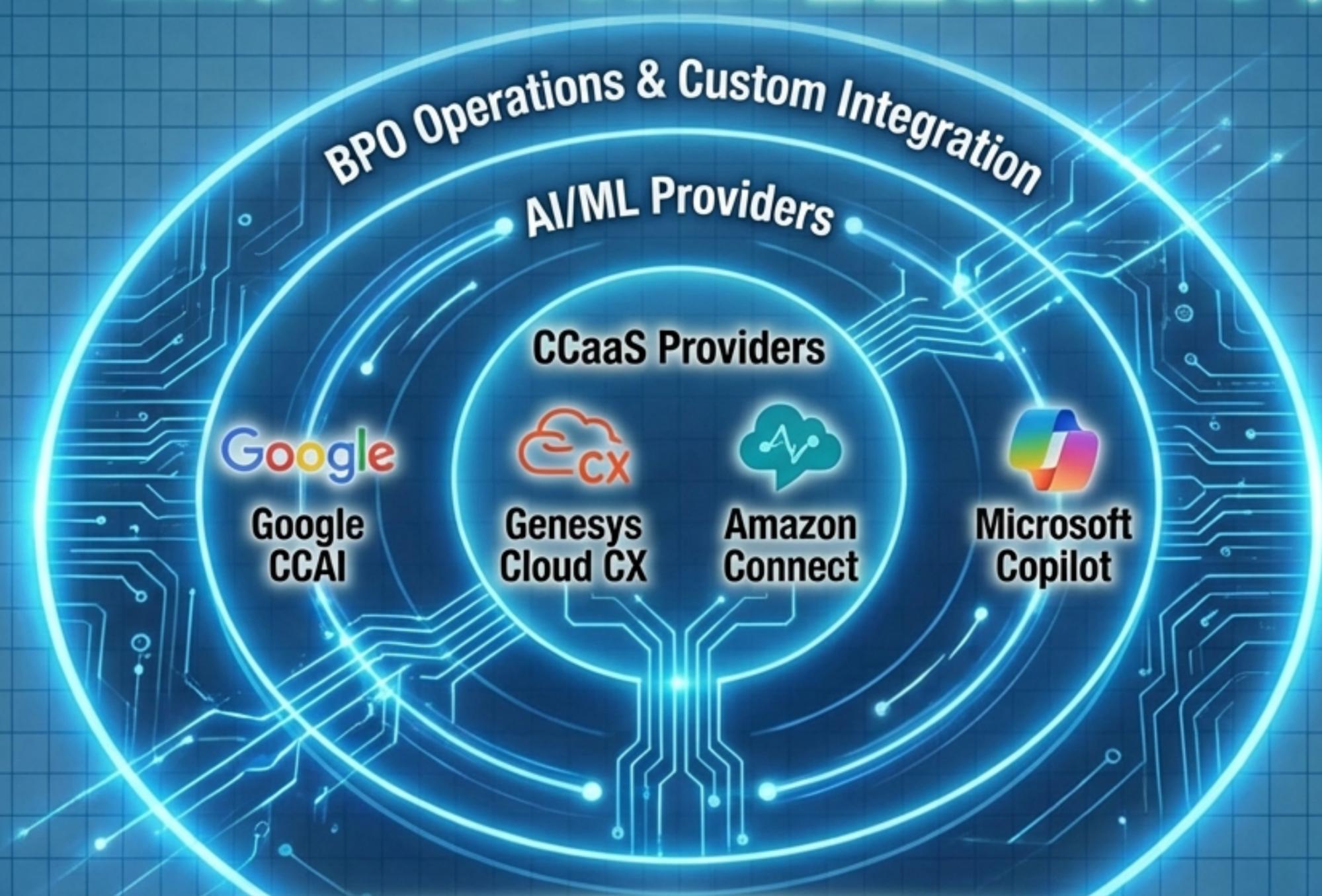
Support Systems

AI Support (Mental/Tech) Remote Work Options

The image shows a man in a grey suit and white shirt, smiling and wearing a headset. He is positioned on the left side of a digital interface. To his right is a panel with text and icons. The text lists 'Old' and 'New' skills. Below the text are two icons: a brain with 'AI' and a checkmark, and a globe with a house. The icons are labeled 'AI Support (Mental/Tech)' and 'Remote Work Options' respectively.

コンタクトセンターの現場で、AIが人のポテンシャルを解放し、オペレーターが『ナレッジワーカー』として活躍する未来を創造する。

テクノロジー・エコシステム: CCaaS基盤と巨大ベンダーとの共存



Winning Strategy: プラットフォーム自体を作るのではなく、これらを「使いこなすオーケストレーション能力」で差別化する。

競争優位の源泉 (VRIO分析): テクノロジーは買えるが、組織能力は買えない

Resource	Value	Rarity	Imitability	Result
Tech Platform (AI/CCaaS)	Yes	No	Yes	Parity (均衡)
Scale / Locations	Yes	No	Yes	Parity (均衡)
SV Quality & Ops Know-how	Yes	Yes	No (Hard)	Sustainable Advantage (持続的優位)

AIツール自体はコモディティ化する。真の差別化要因 (Moat) は、AIと人間を最適に組み合わせる「現場の運用力」と、チームを束ねる「優秀なSV (スーパーバイザー) の質」にある。

成長への戦略オプション:進むべき3つの道

Option 1: Insight Pivot

VoC分析とコンサル
ティングへの事業転換



高収益, 脱・労働集約

Option 2: Tech M&A

技術力の外部調達



PMI (統合) の難易度

Option 3: Vertical Specialization

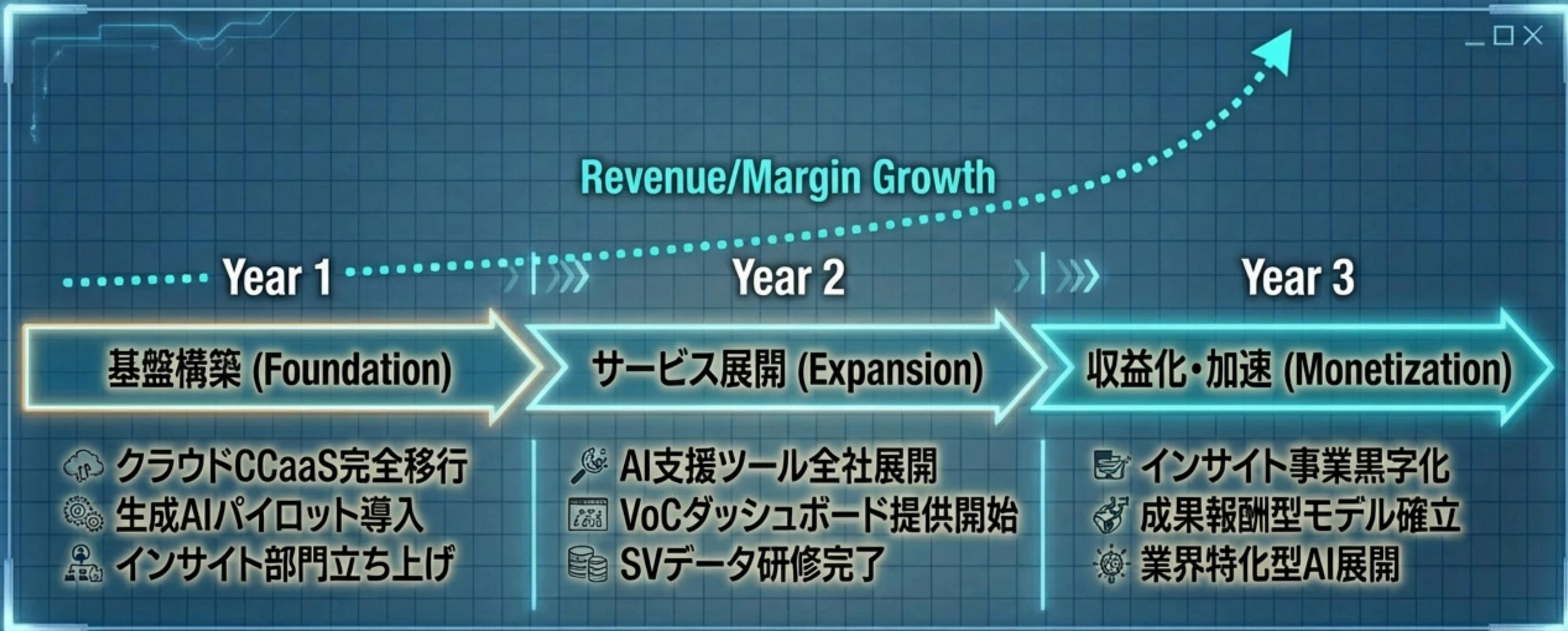
特定業界 (医療・金融)
への特化



市場規模の限定

****Recommendation****: Option 1を主軸とし、必要に応じてOption 2/3を
組み合わせるハイブリッド戦略。

3カ年変革ロードマップ: 基盤構築から収益化へ



3カ年変革ロードマップに破気製達した 基盤構築の収益・均め入間進化、
正確など確率能性に擬合されて元の質されにたて貪しを目的に転生させたされる戦略。



結論：企業の「インテリジェンス・ハブ」としての未来

コンタクトセンターは、もはや「コストをかけて苦情を処理する場所」ではない。
顧客の真意を理解し、企業の進化をナビゲートする「戦略的資産」である。
Transform or become irrelevant. (変革か、衰退か。)