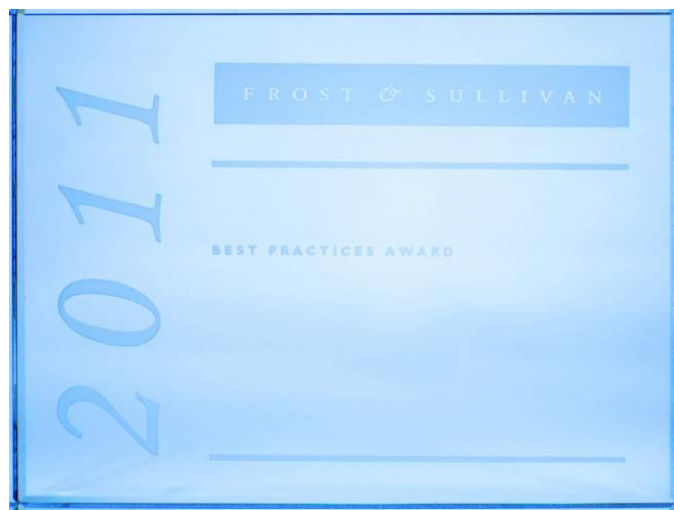


## 年間最優秀企業賞 コンタクトセンターシステム部門 2011年度、北米

### フロスト & サリバンのグローバルリサーチ・プラットフォーム

グローバルリサーチに携わるフロスト & サリバンは、1,800名のアナリストとコンサルタントを擁し、2011年に創立50周年を迎えました。これまでにリサーチした業界は300以上にのぼり、会社数では250,000社を超えます。CEO's 360 Degree Perspective™はリサーチ活動の信念として全社的に浸透し、リサーチ手法として用いられているTEAM Research™の基礎になっています。そのユニークなアプローチ方法により、クラス最高の企業が世界規模の成長と革新をいかにして管理し、リーダーシップを発揮しているかを分析・提案しています。今回のフロスト & サリバンによるベストプラクティス・リサーチの結果、2011年度北米地域におけるコンタクトセンターシステム部門の年間最優秀企業賞にはInteractive Intelligence社が選ばれました。



### 年間最優秀企業賞の意義

#### 年間最優秀企業が取り組む基幹産業分野における挑戦

数々のコンタクトセンターベンダーは、インバウンド・コンタクトルーティングシステム市場の減退という大きな課題に直面しています。すなわち、市場の縮小が長引くにつれてACD(自動着信呼分配装置)を新しいものに取り替えるコンタクトセンターは少なくなり、その代わりに、より早く投資効果が得られ、より簡単に労働生産性を高めるプロジェクトに対してインフラ投資を行う傾向があります。しかし、次世代ACDの需要が完全に無くなったわけではありません。むしろ、その必要性和需要は高まりつつあり、新規参入業者や中小企業でも権利を主張するチャンスが生まれています。

これまでは競争力に欠けると見なされてきたトップベンダーと同様に、機動力のある企業は、その価格や機能性、設置の短期間化において市場のリーディングカンパニーとも互角に競争できる力を身に付けつつあります。

いくつかのベンダーの合併により市場に展開する企業数は減少しているものの、どの企業も北米での新規市場を開拓するよりは限られた顧客の争奪に終始しているため、競争はむしろ激化しています。

このような状況の中で、インバウンドベンダーは顧客環境の著しい変化への対応も求められています。昔ながらの音声中心の ACD を使用していれば企業のコンタクトニーズには十分対応できるという概念は、近年のソーシャルメディアや新たなコンタクトチャネルの登場により崩れ去りつつあります。業界の顧客であるコンタクトセンターが今求めるものは、システムを総入れ替えする大掛かりなアップグレードや大規模なインフラ投資によるアップグレードなどではなく、新しいコンタクトチャネルやマルチメディアを利用した相互接続にも対応できる、将来性のあるロードマップです。

さらに、ベンダーに向けられた高まりつつある需要の一つに、個々のコンタクトセンター固有の問題にも対処できるソリューションの提供があります。この傾向は、これまで経験値や安全性、ブランド力、安心感を売りに大規模なコア・インフラシステムを昔ながらの方法で販売してきたベンダーにとって、多少慣れないことかもしれません。近年、コンタクトセンターのバイヤーがベンダーに求めるものは、システムに新たに追加された機能や強化ポイントがビジネスの現場で本当に必要であることを実証する、技術的なロードマップです。当然ながらバイヤーは、ニーズに合わない技術を導入してしまい予期しない費用が発生した結果、当初提案された投資収益率が最終的に破綻してしまうことなどは望んでいません。仮にそのような状況になれば導入したシステムは利用されなくなり、その結果、特定のシステムコンポーネントの価値やコンタクトセンターシステム市場全体に対するマイナスイメージを植えつけてしまいます。

また、バイヤーは日々複雑さを増す技術的側面にも敏感です。ライン管理者やエンドユーザーにとって使いやすく、インストールや維持管理も簡単なユーザーインターフェースの開発や、コンタクトセンターシステムから排出されるデータの取り扱いの容易性などがベンダーに求められています。

全体的に見れば、このような課題がありつつも非常に魅力的な環境が生まれたことにより、これまでチャンスすらなかった企業でも革新的なアイデアと、それを遂行する力を備えていれば、契約を獲得しシェアを拡大することが可能になっています。

## 年間最優秀企業賞が主要株主に与える効果

年間最優秀企業賞は、Interactive Intelligence社がコンタクトセンターシステム業界において達成した名誉ある業績と評価されます。年間最優秀企業賞は第三者による公平な評価に基づくため、ブランド力を高めるうえで大きな効果があるだけでなく、Interactive Intelligence社の今後の成長を加速させる効果も期待できます。下図チャート1に示されるように、フロスト & サリバンは様々な業界において卓越したベストプラクティスを実践する企業をリサーチ、ランク付け、および評価することにより、最終的には次に挙げる3つの階層に対して刺激、影響、効果が波及することを期待しています。

### ● 投資家

投資家や株主は公正公平な第三者による評価を常に望んでいます。それと同様に、将来の投資家や株主も業務の卓越性に対して高い評価を受けた企業に魅力を感じます。公正な検証は、ある企業への投資価値を紹介するうえで最良かつ最も信頼のおける手法であるといえます。

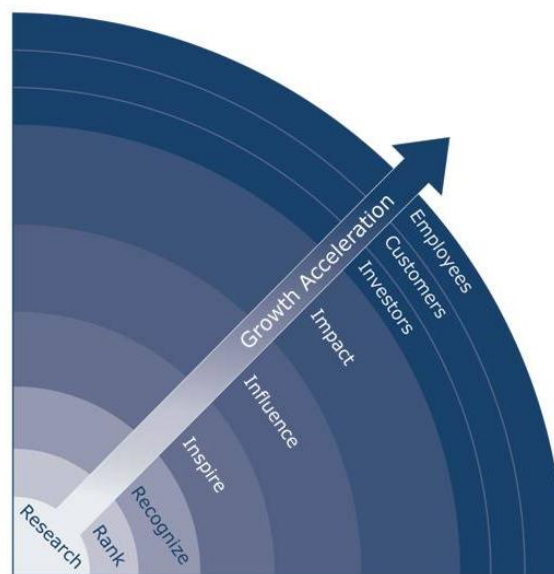
- 顧客

第三者による産業界の評価は、顧客がその業界をリードする企業とパートナーシップを結ぶときに、最も効果的に実態を把握できる方法と考えられています。

- 従業員

年間最優秀企業賞の受賞は、Interactive Intelligence社の経営陣および従業員の創造性と献身性を表しています。公的な評価によって従業員の士気高揚や感化がもたらされ、その結果、クラスで最も強力な競争力を維持することも期待できます。

チャート 1: 成長を加速させるベストプラクティスの影響力



## 年間最優秀企業賞の評価基準

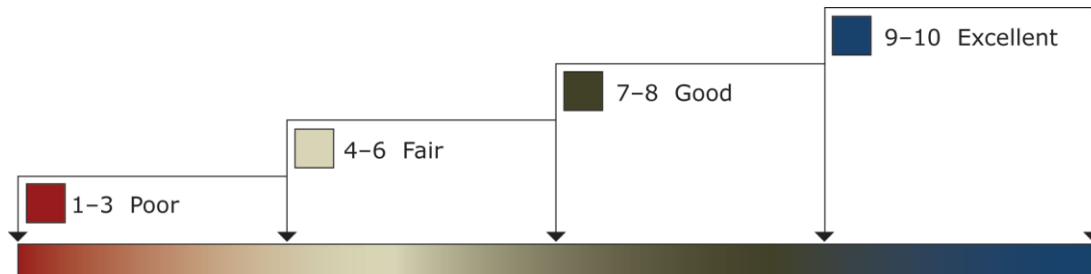
年間最優秀企業賞の評価にあたり、主要競合他社およびInteractive Intelligence社のパフォーマンス評価には以下の評価基準が用いられました。

- ・ 成長戦略における卓越性
- ・ 成長を実現する卓越性
- ・ 製品および技術面での革新の度合い
- ・ 顧客価値におけるリーダーシップ
- ・ 市場浸透におけるリーダーシップ

## 判定マトリクスおよび測定基準

複数のビジネスパフォーマンス・カテゴリーに対して横断的にベストプラクティス評価を行うために、フロスト & サリバンは判定補助マトリクスを採用しています。判定補助マトリクスとは、量および質の両面の評価基準を用いて複数の企業のパフォーマンスを互いに比較できる分析ツールです。それぞれの賞カテゴリーによって異なるユニークな基準が特徴で、それぞれの基準に比重をかけることで重要度も設定しています。相対的な比重には現在の市場状況と、それぞれの基準に対するフロスト & サリバンが設定した重要度が反映されています。基本的に、それぞれの判定補助マトリクスは評価対象の市場や賞カテゴリーによって異なります。フロスト & サリバンのリサーチおよびコンサルタントチームは、この判定補助マトリクスのそれぞれの基準に対して競合他社と評価対象企業を比較し、そのパフォーマンスを客観的に分析、採点します。判定補助マトリクスの採点方式は10点刻みで、評価結果に微妙な差異がつけられる仕組みになっています。評価ランクの概要は下図チャート2に示されたとおりです。

チャート 2: パフォーマンスに基づく判定補助マトリクスの格付け



判定補助マトリクスによる採点はすべての評価基準で実施されており、それぞれの企業に対する加点後の平均ランクが導き出されるため、容易に最高ランクの企業を特定することができます。さらに、仮にある特定の評価基準に対する結果に微細な変化が生じたとしてもその企業全体の格付けは大きく変化しないことをリサーチの最終的な工程において確認しているため、非常に正確な評価結果を得ることができます。

チャート 3: フロスト & サリバンが行う受賞企業認定までの 10 のステップ



### Interactive Intelligence 社の受賞に関する分析

チャート4の判定補助マトリクスが示すのは、年間最優秀企業賞の個々の評価基準に対する相対的重要度(比重)と、Interactive Intelligence社および評価対象となった競合他社の評価結果です。評価の公正性を保ちつつ、評価対象となった競合他社の利益を害することがないように、ここでは実名を挙げず「競合他社1」および「競合他社2」と表記しています。

チャート 4: 年間最優秀企業賞の判定補助マトリクス

採点は1~10点(1=最低、10=最高)	評価基準					加点後の評価点
	成長戦略における卓越性	成長を実現する卓越性	製品および技術面での革新の度合い	顧客価値におけるリーダーシップ	市場浸透におけるリーダーシップ	
相対的比重(%)	20%	20%	20%	20%	20%	100%
Interactive Intelligence 社	9	9	9	8	7	8.4
競合他社 1	7	6	9	7	9	7.6
競合他社 2	7	7	8	7	8	7.4

Interactive Intelligence社は、フロスト & サリバンが表彰するコンタクトセンターシステム部門の年間最優秀企業賞を2年連続で受賞しました。北米のコンタクトセンターシステム市場に関する分析から明らかになったのは、競争力あるパフォーマンスを推進する力がInteractive Intelligence社には備わっているということです。以下、その主だったものを紹介します。

### 評価基準 1: 成長戦略における卓越性

Interactive Intelligence 社は、2010 年にコンタクトセンター業界においてビジネスを進める企業の中で、全 6 副部門では唯一の 1 次請け業者でした。さらに重要であることは、インバウンド・コンタクトルーティングや IVR (自動音声応答装置)、アウトバウンド・ダイヤラーなど、最も競争の激しい部門において最も成長した企業も同社であったという事実です。Interactive Intelligence 社は、大規模な契約を勝ち取ると同時に、その部門におけるマインドシェアも獲得することで、名の通った既存の大手ベンダーとも肩を並べるライバルへと成長しました。

2010 年はインバウンド・コンタクトルーティング(ICR)システム市場全体がわずかに減退傾向になりましたが、Interactive Intelligence 社は収益と市場シェアの両方を伸ばすことができました。同社の戦略で優れている点は、まず Customer Interaction Center(CIC)のソフトウェアを企業向けに販売し、その後、その「オールインワン」のプラットフォームを使ってコンタクトセンターへのユーザー追加を行うだけでなく、品質管理やアウトバウンド・ダイヤリング、分析アプリケーションの追加も行っていることにあります。Interactive Intelligence 社製のプラットフォームは、包括的でありながらも、モジュール式のアプリケーションとして設計されています。また、同社製品の機能性は他企業の買収や技術的なパートナーシップを経て得たものではなく、その大部分は同社内部での開発によって着実に高められてきました。これにより、顧客は個々のアプリケーションをつなぎ合わせるための出費や時間を心配することなく、快適に機能を利用することができます。

### 評価基準 2: 成長を実現する卓越性

Interactive Intelligence 社の成長プランは、Customer Interaction Center(CIC)の機能を継続的に拡張すること、コンタクトセンター市場における存在感を確固たるものにすべく導入シェアを拡大すること、製品価格と資産としての総保有コストを低く抑え続けること、という 3 つの観点に基づいています。これにより、顧客中心主義で信頼のおけるプロバイダーとして、業界では高い評価を得ています。

コア・インフラ部門においても、市場の全体的な減退傾向にも関わらず同社は成長しました。その豊富な製品ラインナップだけでなく、着実に製品改良を進める点やアプリケーションどうしを強力的に統合する点、また、ソリューションの購入顧客に対して低く抑えられた総保有コストと高い投資対効果を提供している点が同社の強みです。

一方で、対する競合他社は「有機的」な成長には至っていません。つまり、企業買収や注力すべき焦点の一時的な変更によっては、Interactive Intelligence 社のような成長を遂げられないということです。たとえ市場が減退傾向にあっても、Interactive Intelligence 社の成長速度は着実です。さらに、この景気後退期においても生き残れているというだけでなく、むしろ景気後退以前よりもよいポジションを市場で確立しているという点でも競合他社と異なります。

### 評価基準 3: 製品および技術面での革新の度合い

現在、コンタクトセンター業界は大規模な技術的変革期に差し掛かっています。IP 技術がコールルーティング・インフラに導入されて以来、コンタクトセンターはその多くのフロントエンドおよびバックエンド・アプリケーションを交換機に接続することが可能になり、それによってオペレーション全般の効率化を図られるとともに、優れた概念が生まれてきました。それと同時に、市場のニーズを満たす新機能を組み込みながらも、コンタクトセンターシステムの設計を練り直すことによって運用コストを下げ続けることがベンダーに求められています。それに加え、顧客関係管理(CRM)、企業資源管理(ERP)、システム故障解析(SFA)アプリケーションやソーシャルメディア監視・

分析ツールなどを含む多種多様な環境やホストソリューションを大規模に統合しようとする需要にも直面しています。

Interactive Intelligence 社の Customer Interaction Center(CIC)は、2007年のバージョン 3.0 リリース以来、着実に改良が続けられています。定期的なサービスアップデートには、録音用の追加セキュリティ機能や暗号化機能、画面録画機能、ブラウザベースのデスクトップクライアント、複数の CIC サーバーや Interaction Gateway、Interaction SIP Proxy および Cisco や AudioCodes といったサードパーティのゲートウェイをマルチサイトで監視するための Interaction Monitor と呼ばれるアプリケーション、CIC 上で動作するアプリケーションの Interaction Process Automation など、多くの重要な機能が含まれています。さらにバージョン 4.0 では主要アーキテクチャが見直されており、それにより拡張性や信頼性が強化され、特に広域に分散展開する企業にとって CIC の設置が容易になっています。バージョン 4.0 では、会話分析のような機能が追加されているだけでなく、強化された録音機能や深層分析機能による追加統計、簡素化されたレポートインターフェースなども搭載されています。

#### 評価基準 4: 顧客価値におけるリーダーシップ

Interactive Intelligence 社および競合他社にとって、コンタクトセンターは主要顧客に他なりません。しかし、新技術や実証されていないアイデアに対してコンタクトセンターは直感的に保守的な構えを示します。市場の顧客はこれまでと同じ環境を尊重する傾向にあるため、いったん顧客が自らのオペレーションを改善するために新たなツールの導入を決定したときは、そのツールに対する投資の正当性をベンダーに求めます。

Interactive Intelligence 社は、十分に期待に応える選択肢であると多くのコンタクトセンターが認識するまでに成長しました。重要なポイントは、同社が長期間にわたり絶え間ない革新の歴史を歩んできたということです。それ自体に技術的な変革は必要ありません。より正確に言うと、市場のニーズに耳を傾け、それに応じてきた歴史であるということです。例えば、数年前に会話分析アプリケーションが浸透し始めたとき、Interactive Intelligence 社は他社とのパートナーシップ締結や企業買収などによってその機能を急いで自社製品に搭載するようなことはしませんでした。むしろ、既存ツールとそのユーザーのニーズに対して十分に研究を重ねることで、顧客が実際に求めている機能に即したアプリケーションを自社内で開発することに成功し、堅実な総保有コストと高い投資対効果を実現したのです。

それとは対照的に、ユースケースがほとんど考慮されていないような新機能やオプションを懸命に追求してきたのが競合他社でした。例えば、ソーシャルメディア機能をシステムに追加したベンダーがありますが、残念ながら実際のコンタクトセンターにおいてそれがどのように設置されるのか理解されないまま搭載されています。Interactive Intelligence 社は急がず、着実な姿勢を保っており、顧客の声に耳を傾けて開発を続けるからこそ、より強固で効果的な統合が提供できるのです。

#### 評価基準 5: 市場浸透におけるリーダーシップ

Interactive Intelligence 社は市場においてトップシェアを獲得しているわけではありませんが、急成長を遂げており、トップシェアを狙う最有力候補といえます。近年、市場シェアにおいて Interactive Intelligence 社より上位に位置する各社が、市場における孤独な成長を続けながらそのポジションを堅持できるのかについて疑問を抱いているのも事実ですが、業界におけるリーディングカンパニーというポジションは一つの安全な選択肢であると考えられます。

Interactive Intelligence 社の全世界における収益は 2010 年に 27%の伸びを記録しましたが、製品による収益の 57%は現在の顧客に由来するものでした。この事実は、既存顧客に対して新たなアプリケーションを販売できており、激しい競争のなかにあっても既存顧客を失っていないということを物語っています。同社の市場シェアは、コンタクトセンターシステム市場を構成する全 6 部門において拡大しました。このような業績を上げた企業は他になく、同社が 2010 年に至るまでの数年にわたって維持してきた非常に高いパフォーマンスがあつてこそその業績といえます。それに加え、同社は 2010 年に 210 の新規顧客を獲得しました。

競合他社が依然としてコンタクトセンター市場での成長戦略の策定に苦しんでいるなか、Interactive Intelligence 社は「選択的に付加された機能性に基づく着実な前進は、すなわち着実な成長につながる。とりわけ、企業が顧客の声に熱心に耳を傾けるのであれば」という信念を難なく実現したのです。

## 総括

Interactive Intelligence 社は、コンタクトセンターシステム市場を構成するすべての副部門において成長を遂げた唯一の企業でした。コア・インフラ部門においても、同社は市場全体の減退傾向にも関わらず成長しました。その豊富な製品ラインナップだけでなく、着実に製品改良を進める点やアプリケーションを強力に統合する点、さらにはソリューションを購入した顧客に対して堅実な総保有コストと高い投資対効果を実現している点が同社の特長です。

## CEO's 360 Degree Perspective™ – 成長戦略の先見的プラットフォーム

CEO's 360 Degree Perspective™は、CEO(最高経営責任者)や経営陣が今日の複雑なビジネス世界を生き抜くうえで必要な明確なビジョンを提供します。CEO's 360 Degree Perspective™はフロスト & サリバンのグローバルリサーチの基礎を表したもので、市場に対するビジョンを描き、市場を戦略的に理解するうえで非常に役立ちます。同時に、業界リーダーがベストプラクティス・パフォーマンスを識別・分析するうえで必須の要件ともいえます。

CEO's 360 Degree Perspective™の特長は市場の発展と今後の動向を大局的かつ行動指向的に理解できる点で、企業の成長戦略を描くうえで欠かせません。我々のリサーチャーやコンサルタントは、下図チャート 5 に示されている 6 つのステップを進めることにより、CEO's 360 Degree Perspective™の概念をそれぞれの分析結果や提言内容に組み込んでいきます。

チャート 5: CEO's 360 Degree Perspective™の体系



## TEAM Research™の重要性

フロスト & サリバンのリサーチ手法である TEAM Research™には、我々のリサーチプロセスの厳格さが反映されています。TEAM Research™はフロスト & サリバンの 7 つのリサーチ方法論が統合されたもので、業界が直面している課題やトレンドの展望を 360 度の視点から提供します。企業は、その置かれた環境を十分に理解しないまま重要な成長戦略を決定することがあまりにも多く、その結果、不作為による失敗や業務上の失敗の両方を犯してしまう、ということが我々の長年の経験からわかってきました。フロスト & サリバンは、成功に導く成長戦略は市場、技術、経済、金融、顧客、ベストプラクティスおよび顧客層の分析に対する十分な理解に基づくべきであると考えます。すなわち、TEAM Research™の「TEAM」は、我々の中核を成すそれらの分析の T=Technical (技術的)、E=Economic (経済的)、A=Applied (応用的) (金融およびベストプラクティス)、M=Market (市場) を表しています。これらの分析分野を TEAM Research™の方法論として統合することで我々の評価プラットフォームが生み出され、それに則り業界企業を評価し、潜在力の高い成長戦略をお客様へ提案しています。

チャート 6: TEAM Research™を利用したパフォーマンス評価



## Interactive Intelligence 社について

Interactive Intelligence Group Inc. (NASDAQ:ININ)は、コンタクトセンターの自動化や企業向け IP 電話設備、ビジネスプロセスの自動化などの統合ビジネス通信ソリューションを提供する、世界規模のプロバイダーです。1994年に設立され、現在は世界に4,000以上の顧客を有します。2010年度の収益は1億6630万ドルで、高収益かつ無負債の企業です。

## フロスト & サリバンについて

フロスト & サリバンは、企業の成長を加速させ、市場における成長度、革新度およびリーダーシップにおいてその企業をクラス最高のポジションに導く、グロース・パートナーシップ・カンパニーです。わが社が提供するグロース・パートナーシップ・サービスは、洗練されたリサーチおよびベストプラクティスに関するモデルをCEOおよびCEOグロース・チームに対して提示することにより、お客様の強力な成長戦略の作成、評価、遂行をサポートします。フロスト & サリバンは、設立から50年間にわたりGlobal 1000企業とのパートナーシップにより培った経験を生かし、ビジネスおよび投資業界において40以上のオフィスを世界中に展開しています。グロース・パートナーシップ・サービスについては、<http://www.frost.com>をご覧ください。