

News Release

アクセンチュア、各国政府の顧客サービス成熟度ランキング調査を発表

上位三カ国は順にシンガポール、カナダ、米国

※米国にて 2007 年 6 月 18 日に発表されたリリースの抄訳です。

アクセンチュアが発表したグローバル調査レポートによると、各国政府のうち、顧客サービスにおいてもっとも優れたサービスを実現している国は、シンガポール、カナダ、米国の 3 か国であるという結果になりました。

当レポート「Leadership in Customer Service: Delivering on the Promise（顧客サービスにおけるリーダーシップ：約束の実現）」は、アクセンチュアが毎年発表している調査レポートの第 8 回目にあたり、各国政府の顧客サービス（行政サービス）における課題、成熟度、履行状況を調べたものです。今年のレポートでは、顧客サービス活動の評価に基づく 22 カ国政府のランキングが復活しましたが、今年 強化された重要な点があります。それは、今回初めて調査結果に国民の直接の意見が反映されたことで、行政サービスの質をさらに正確に評価できるようになったことです。この評価には、行政サービスを 提供する方法及び、利用する側を考慮したものであるか、オンライン行政サービスの種類と きめ細かさ、総合的な国民満足度評価など、さまざまな評価基準が使われています。

この調査は 22 カ国、オーストラリア、ベルギー、ブラジル、カナダ、デンマーク、フィンランド、フランス、ドイツ、アイルランド、イタリア、日本、マレーシア、オランダ、ノルウェー、ポーランド、ポルトガル、シンガポール、南アフリカ、スペイン、スウェーデン、米国、英国を対象に行われました。アクセンチュアはさらにそのうち 17 カ国 52 人の政府高官を対象に、未来のビジョン、現在の優先課題、過去の経験による教訓についての聞き取り調査を行いました。これらの意見はすべて分析され、同レポートの国別ランキングと主な調査結果に反映されています。

アクセンチュアの官公庁グループ CRM 担当エグゼクティブ・ディレクター、デビッド・T・ロバーツ(David T. Roberts) は次のように述べています。「シンガポールとカナダは、前回の国別ランキングから引き続き、顧客サービス成熟度が世界最高でした。両国は、今年のレポートで基準とした 4 つの重要要素すべてにおいて、継続的な改善を念頭に、顧客サービス戦略を常に進化させています。4 つの要素とは、『顧客（国民）のニーズを知る』、『関連部門やシステム間のつながりを作る』、『スタッフを 効果的に配置する』、『単独で行わず、周囲と協力する』というものです。さらにシンガポールと カナダは顧客サービス活動に関する国民への啓発活動もすばらしく、国民に与える印象がもっとも良くなっています。」

総合評価で最高クラスとなった国の筆頭はシンガポール（第1位）でした。次点はカナダ（第2位）でしたが、2005年のランキングではカナダは第1位でした。両国ともに、付加価値を重視した国民中心のサービス提供について、確固たる魅力的なビジョンを持っています。今年の評価プロセスでは、国民の意見に特に重みが置かれたため、シンガポールとスカンジナビア諸国（第4位—第7位）がこれまでのランキングよりスコアを伸ばしました。

第二グループには米国、デンマーク、スウェーデンが続きました。米国は2005年の第2位から今回（2007年）は第3位に順位を下げました。その一因は、国民の印象として「近年顧客サービスが向上していない」ためです。「過去3年間で顧客サービスが向上した」と答えたのは、シンガポールでは回答者の79%であるのに対し、米国では41%に留まっています。

また同レポートでは国別ランキングとは別に、すぐれたフロントエンド（国民がサービスを受ける窓口など）の顧客サービスを安定したテクノロジーインフラと結びつけること、そして熟練した質の高い労働力を確保することが、行政府にとって優れた国民サービスを行なう条件だとしています。「本調査でわかったことは、多くの国が国民への情報発信のために新しいテクノロジー（特にインターネット）を導入はしているものの、フロントを支える役割を持つバックエンドのインフラがそれに追いついていないということでした。最も革新的な顧客サービスプラットフォームとは、フロントエンドの顧客サービスとそれを可能にする優れたバックエンドとを結びつける極めて総合性の高いものなのです」とロバーツは述べています。

同レポートは政府の顧客サービスを詳しく調べた結果として、上のような総合的アプローチを支える要素として以下の4つを上げています。

顧客（国民）のニーズを知る。

先進的な政府は、基本的な人口分類だけに留まらず、顧客（国民）を価値観、ニーズ、目的などの特性によって個々のグループとして捉えています。たとえばシンガポールの中央準備基金（Central Provident Fund）では、退職に備えた貯蓄のメリットについて若い人々を啓発しようとしています。同基金では、対象層の心理や行動についての知識と、民間から学んだ効果的なマーケティング技法を結びつけて、まったく新しい教育体験を作り出しました。たとえばオンラインゲームや懸賞の提供です。このゲームは、確実な節約と投資の習慣、そして長期的な資産計画を奨励するように作られています。

関連部門やシステム間のつながりを作る。

バックオフィス・インフラが国民サービスの約束を果たせる態勢になっていないと、行政府の信用も実行力も落ちてしまいます。各国政府は、顧客サービスのビジョンが時とともに変化することは認識していますが、当面はインフラストラクチャの向上によってこれまでのビジョンを実現することに力を注いでいます。この点ではスペインが欧州各国のひとつのモデルになってきています。これは、国のさまざまな部局と各州政府をすべてリンクする共通インフラストラクチャを開発し、情報共有と通信のための全国的なプラットフォームを構築したためです。

スタッフを効果的に配置する。

質が高く、優秀なスキルを持つ現場労働力を育てることは、顧客サービスの成功に不可欠です。現場のスタッフこそが最大の効果をもたらすからです。先進的な政府は、次のどちらかの方法でこの問題に取り組んでいます。まずは、綿密なトレーニングと雇用によって労働力を鍛える、あるいはモチベーションの高い少数精鋭のスタッフを揃える、のいずれかです。特にカナダのスタッフ管理方式は大きな効果を上げています。「PS Renewal」と呼ばれる労働力改革のための確固たる戦略によって、サービス改革と公務員育成プログラムとが緊密に連動しているのです。

単独で行わず、周囲と協力する。

行政府と国民、企業、NGOとの関係は進化を続け、価値を重視したサービスの実現に向けてさまざまな関係者がそれ

それぞれ責任の一端を担う、複雑なエコシステムとなっています。この進化が、次世代の 高度な一体感ある顧客サービスにつながっていきます。 アクセンチュアでは 2000 年以來、各国政府の顧客サービスの進化を観察し分析してきました。本調査は当初、各国の電子行政能力の成熟度のみを調査するものでした。しかし、2005 年に調査名を「Leadership in Customer Service（顧客サービスにおけるリーダーシップ）」とし、調査の範囲を行政サービスのあらゆる面にまで拡大しています。

※日本に関する調査結果ご参考資料

アクセントチュアについて

アクセントチュアは、経営コンサルティング、テクノロジー・サービス、アウトソーシング・サービスを提供するグローバル企業です。民間企業や官公庁のお客様がより高いビジネス・パフォーマンスを達成できるよう、お客様と協力して革新の実現に取り組んでいます。アクセントチュアは、各業界や業務プロセスに関する高度な専門知識、世界で蓄積された実績や資産をもとに、最適な人材、スキル、そしてテクノロジーを活用し、お客様の経営効率をさらに改善します。世界 49 カ国に約 15 万 2 千人の社員を擁するアクセントチュアは、2006 年 8 月 31 日を期末とする 2006 会計年度の売上高が、約 166.5 億 US ドルでした（2001 年 7 月 19 日 NYSE 上場、略号：ACN）。

アクセントチュアの詳細は

www.accenture.com を、

アクセントチュア株式会社の詳細は

www.accenture.com/jp をご覧ください。

アクセントチュア株式会社

マーケティング・コミュニケーション部

田中 朝子、中須 藤子

03-5771-9482

accenture.jp.media@accenture.com

アクセントチュア株式会社 広報デスク

株式会社バーソン・マーステラ

松元 涼子、駒野 幸宏

03-5771-9484

Accenture.PR@bm.com