

# 株式会社 ミュゼプラチナム (旧株式会社 ジンコーポレーション)

※掲載情報(社名/役職)は2015年10月時点のものです。

## クラウド型コールセンターを導入し 繁閑に応じた柔軟な運用体制を確立



### 導入サービス名：Arcstar Contact Center



株式会社 ジンコーポレーション  
代表取締役社長  
高橋 仁氏

#### 課題

- ・美容脱毛の需要は夏がピークだが、従来のコールセンターは需要に応じた席数の増減が困難だった
- ・事業の成長に合せたシステムの柔軟性・拡張性を確保し、同時に投資対効果も高めたい

#### 対策

- ・Arcstar Contact Centerを活用し、コールセンターのクラウド化を実現
- ・需要ピーク時に向けて座席数を即座に増設し、顧客を待たせない対応が可能に

#### 効果

- ・繁閑に応じた運用の最適化で投資対効果を向上。展開スピードも1カ月から数日に短縮
- ・かかってきた電話の内訳を“数字”で把握し、経営判断の情報として活かすことができるように



株式会社 ジンコーポレーション  
教育本部  
本部長  
竹内 香苗氏

#### 課題

### ピーク時の夏場のコール数は冬場の2倍 需要の急増に対応できるシステムが必要に

徹底したお客様主義に基づく“おもてなし”の心で、美容脱毛サロン「ミュゼプラチナム」を国内外に200店舗以上展開するジンコーポレーション。その会員数は244万人を超える。

“おもてなし”の心を大切にしている同社は、サロンの予約受付などを行うコールセンターを重要な経営資源の1つと捉えている。美容サロンは女性にとって癒しの場。その最初の接点であるコールセンターの対応が、ブランドイメージを左右しかねないと考えているからだ。

「コールセンターのオペレーターは自社で採用し、約1カ月の教育研修を経て現場に配属します」と話す同社の竹内 香苗氏。オペレーターとしてのスキルだけでなく、身だしなみや言葉遣いまで丁寧に指導する。「顔が見えなくても、直にお客様と接している——。オペレーターにはそういう意識を持って業務に取り組むことを徹底しています」と竹内氏は述べる。

コールセンター業務で最も大切なことの1つは、顧客を待たせないこと。かかってくる電話(受電)予測に基づき、同社はコールセンターの座席数やオペレーターの確保など陣容の整備に努めているが、美容脱毛は繁閑の差が大きい。夏に向けてコール数は急増し、ピーク時は冬場の2倍に達する。「従来のコールセンターシステムはオンプレミス型。業務環境を整えるためには、システムに手を加えねばならず、コール数の急増に応じた柔軟な対応が困難でした」と同社の石島 謙作氏は話す。

ピーク時を想定したシステムを構築しても、通年ではオーバースペックになる。ただし、事業は成長を続け、店舗数・会員数ともに増加傾向にある。受電ピークの予測が来年もあてはまるとは限らない。「固定的なシステムでは投資に見合う十分な効果が得られないばかりか、事業の成



株式会社 ジンコーポレーション  
コールセンター事業本部 コールセンター事業部  
コールセンター長  
石島 謙作氏



#### 企業情報

社名 株式会社ミュゼプラチナム  
(旧株式会社ジンコーポレーション)

事業概要 創立以来の「徹底したお客様主義」と「利他の精神」に基づく経営を推進。顧客満足度No.1※を誇る美容脱毛サロン「ミュゼプラチナム」を運営する。グループとして化粧品、旅行、飲食事業なども展開する。

URL [www.musee-pla.com/](http://www.musee-pla.com/)

※2014年4月調査時点(東京商工リサーチ調べ)



Global ICT Partner  
Innovative. Reliable. Seamless.

長に追随するのも難しい。柔軟性・拡張性が高く、投資対効果の高いコールセンターシステムが必要だったのです」と石島氏は語る。

## 対策

### コールセンター機能を「サービス」で利用 “お待たせしない”電話対応が大きく前進

こうした課題の解消に向け、同社が選択したのが、NTTコミュニケーションズ(以下、NTT Com)のクラウド型コンタクトセンターサービス[Arcstar Contact Center]である。

同サービスは自前でインフラを購入したり、システムを構築・保守することなく、コールセンター業務に必要な設備や機能をサービスとして利用できる。「システム構築の手間がかからないので、短期間で導入できます。初期コストを最小限に抑えることができ、料金は利用するオペレーター席数の日数分だけ。トータルコストも大幅に削減できます」と石島氏は選定の理由を述べる。

信頼性の高さも評価した。顧客対応の“最前線”となるコールセンターは絶対に止められない。その点、同サービスは強固なセキュリティ・堅牢性の高いデータセンターで、24時間365日の監視保守体制のもと運営されている。通信キャリアの強みを活かし、通話サービスや通信回線もワンストップで提供が可能。「トラブルが発生した場合、以前は複数のシステムを組み合わせで運用しており、マルチベンダーであるが故に解析に時間がかかったため、対応が後に回ってしまうことがありました。Arcstar Contact Centerなら、NTT Comがワンストップで対応してくれるので、そうした心配はありません」(石島氏)。

場所に依存せずに利用できる点も大きな魅力だ。「コール数がセンターの受電能力を超える場合は、センターを分散配置するなど、お客さまをお待たせしない電話対応を実現できます。災害発生時にもコールセンター運営が可能になるため、BCP対策の強化にもつながります」と竹内氏は語る。

## 効果

### 1カ月かかっていた増席がわずか数日で可能に 大幅なコスト削減に加え顧客満足度の向上も

こうして同社は既存の設備(オンプレミス)を刷新し、主力拠点である札幌コールセンターにおいてArcstar Contact Centerの運用を開始した。

最大のメリットは、コールセンターの機動力が大幅に向上したこと。

「従来は座席数を増やすのに1カ月は必要でした。しかし、今ではPCとヘッドセットを用意すれば、数日程度で増席が可能です」と話す竹内氏。繁忙期を過ぎた後は、座席数を縮小することも可能だ。「繁閑の状況に応じて、柔軟に座席数や受付拠点を拡張できるので、投資対効果という観点でもメリットは大きいと考えています」と石島氏は満足感を示す。

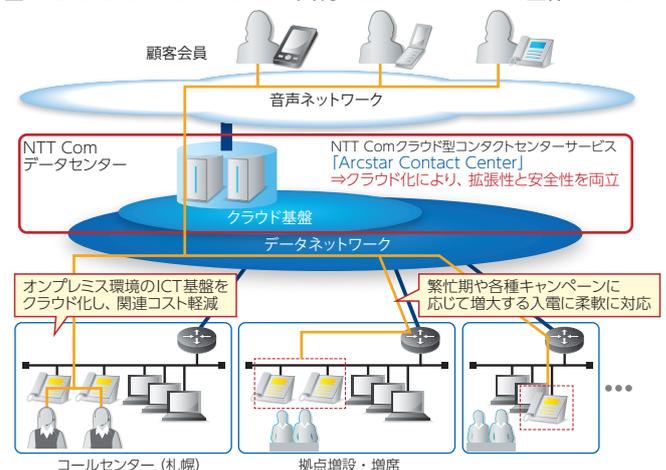
顧客対応品質も向上した。同サービスは着信呼から個客の電話番号などの情報を取得することが可能だ。「リダイヤル回数もわかるため、何度もかけ直しているお客様のコールを優先的に受電することで、お客様のストレス軽減につながります」(竹内氏)。

受電の内訳を“数字”で把握できる点も大きい。以前はコール数が急増しても、リダイヤルが増えたのか、新規のお客が増えたのか把握することはできなかった。「Arcstar Contact Centerはお客さまの電話番号から、その識別が可能です。リダイヤルが増えたのなら、コールセンターの増席など取るべき対策が見えてくる。経営判断につながる情報を確かな裏付けをもって示せるようになりました」と石島氏は述べる。

今後は旅行、化粧品販売など美容以外の事業展開をさらに強化していく。将来的には場所に依存しないメリットを活かし、札幌以外でのコールセンター開設・増強も視野に入れている。「ミュゼプラチナムは東南アジアを中心に海外5カ国でも展開しています。事業のグローバル化とともに、海外でのコールセンターの重要性も高まっていきます。今後はグローバル展開に期待しています」と同社の高橋 仁氏は話す。

コールセンターを重要な経営資源と捉え、Arcstar Contact Centerによる高品質な電話対応を実現したジンコーポレーション。

図 Arcstar Contact Centerが実現したコールセンターの全体イメージ



自社設備を持たず、コールセンター業務に必要なインフラと機能をサービスとして利用できる。急なコール数の増加にも柔軟に対応し、必要な座席数を即座に確保できる。最適なコストで、お客様を待たせない高品質な電話対応が可能だ

サービスのお問い合わせ・お申し込み

NTTコミュニケーションズ株式会社

ホームページ [www.ntt.com/a\\_contactcenter/](http://www.ntt.com/a_contactcenter/)

●記載内容は2015年3月現在のものです。  
●表記のサービス内容は予告なく変更することがありますので、お申し込み時にご確認ください。  
●記載されている会社名や製品名は、各社の商標または登録商標です。