



## スカパー・カスタマーリレーションズ

# 自社でメンテナンス、機能強化を実現！ 音声認識のROI「最大化」に挑む

「ITソリューションは、費用対効果が見合わなければ継続的な利用はできません。管理者と現場に負荷をかけずに効果を生む環境の整備が肝要です」。スカパー・カスタマーリレーションズ (SPCC) サービス設計部 ノンボイス推進チームの中島 健氏は強調する。

同社は、多チャンネルデジタル衛星放送「スカパー！」などのカスタマーセンター運営を受託している。2015年、全800席にアドバンスド・メディアの音声認識システム「AmiVoice」を導入。当初は、音声をテキスト化したデータを「SVの対応評価支援」や「通話の書き起こし時間の短縮」に活用。しかし、導入・運用コストを『100』とした場合、効果は『40』にしかならず、継続利用が危ぶまれていた。

そこで、「契約内容の見直し」「活

用の拡大」「内製による機能強化」の3つの施策を実施し、音声認識システムの定着を図った。

契約内容の見直しは、システム構築・保守の内製化によるコスト抑制だ。可能な限りシステム構成をシンプル化したうえで、担当者が構築に必要な知識の自己学習を行った。結果、社員中心での運用が可能になり運用・保守作業にかかるコストを削減した。

活用の拡大は、AIによるクラスタリングと連携した「コールリゾーンの自動取得」。通話内容を基に自動判定することで、平均対応時間 (AHT) を15秒削減。さらに、問い合わせ内容メモ入力の簡素化で15秒削減した。

### システムを使う 現場の体験に配慮

「内製による機能強化」は、2018



サービス設計部  
ノンボイス推進  
チーム  
中島 健氏

年に音声認識をバッチ処理からリアルタイムに更新したタイミングで実施した。

応対中の回答支援機能強化による管理工数の削減と利便性の向上を図った。あらかじめ登録した「番組名」「人物名」の発話を検知してナレッジをポップアップさせる機能を改良。スカパー！の公式サイトのチャンネル一覧および番組表のデータベース (DB) とExcel連携し、最小限の手間で最新情報を反映した運用を実現した。

こうした取り組みによって応対中の検索時間を削減し、対象通話のAHTの30秒削減に成功した。「これらの取り組みの効果を人間の労力に換算して再度費用対効果を算出した結果、当初の『100』に対し『300』となりました。まだ数値化できていない効果も加わると『300』以上になる見込みです」(中島氏)。

#### 図 音声認識の定着TIPS

