



スカパー・カスタマーリレーションズ

AIでコールリーズンを分類する！ 電話をかける「真のきっかけ」を把握

●受賞企業レポート

スカパー・カスタマーリレーションズは、呼量予測の精度向上のため、従来からコールリーズン分析に注力してきた。しかし、分類項目が実際の「問い合わせのきっかけ」とは異なっていたり、オペレータが後処理の際に入力していたことから生産性、精度ともに問題があった。次に、音声認識システムを導入、全件テキスト化した対応ログをもとに、テキストマイニングによって分類したが、精度はさして向上せず、メンテナンス負荷の重さも課題として残ったままだった。そこで、分類項目の設

定にAIツールを活用、分類精度の向上と負荷軽減を図った。

具体的には、分類項目の数を指定すると、機械(AI)が特徴キーワードを抽出、指定数に分類し、それをもとに人が項目を決定するというもの(図)。これにより、顧客が電話をかけるきっかけとなる“真のコールリーズン”を分類項目に設定できるようになった。

AI活用によって、正しく振り分けられているかどうかを測る分類精度は、51%から71%に向上。「その他」に振り分けられるボリュームは、20%から5%に低減した。



運用統括部 大下泰明氏

課題だったメンテナンス負荷も、キーワードの抽出作業が完全に自動化できたことで軽減。

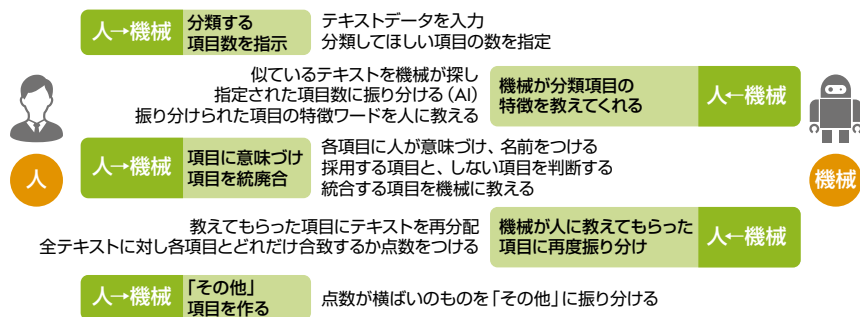
コールリーズンごとに呼量予測 総計で埋もれていた増減を把握

コールリーズンごとの呼量実績をもとに、呼量予測を行うと、より正確な傾向を掴めるようになった。例えば、特定の地域で災害が起きると「視聴不可」の問い合わせが増えるといったように、従来は総計することで埋もれていた増減の特徴を的確に捉えられるようになっている。

コールリーズン分析は、VOC活用や品質改善にも役立てることができる。運用統括部の大下泰明氏は、「コールリーズンごとに対応の結果とNPSの相関を検証したり、VOCを商品開発やサービス改善にもつなげていきたい」と今後の展望を語った。

図 人と機械で分類項目を決める

<項目が作成されるまでの流れ>



<例>

番号	機械が判断した特徴キーワード	人がつけた分類名称
0	アンテナ_工事_キャンペーン_チューナー_設置_料金_取り付け_加入_取付_ベランダ	加入
1	番組_ミュージック_サカ_チャンピオンズ_NEWS_ルヴァンカップ_国内_プレミア_ヨーロッパ_NEWS	×
2	メッセージ_登録_受信_操作_手続き_電波_番組_申し込み_加入_申し込み	加入
3	チューナー_レンタル_購入_返却_伝票_録画_タイプ_買い取り_買う_機能	機器購入・レンタル
4	変更_手続き_手数料_メール_解約_追加_請求_受信_電波_登録	チャンネル変更

<最終的に作成した分類項目>

1. 加入
2. サボプレ
3. チャンネル変更
4. 解約
5. 機器購入・レンタル
6. 機器問合せ
7. 視聴不可
8. 工事
9. 請求
10. その他