

DX、シニアのデジタルシフト、生成AI活用 パネルディスカッション5セッションを開催

特別講演は、コンタクトセンター・アワード受賞企業講演や人材育成のDX、シニアのデジタルシフト、業務効率化、生成AI活用などのテーマでパネルディスカッションを行った。

コンタクトセンター・アワード ベストプラクティスに学ぶ 令和のセンターマネジメント

初日の最後を飾ったのは、コンタクトセンター・アワード最優秀部門賞の受賞企業講演だった。アワード事務局を運営するイー・パートナーズ代表の谷口 修氏がモデレータを務め、まず最初に過去3年間のアワードを総括。音声認識利活用や組織体制強化施策、カスタマーハラスメント対策施策など、市場トレンドに則した取り組

みの特徴などを紹介した。

最優秀オペレーション部門賞を受賞したのはSBI証券。カスタマーサクセス推進部 部長の河田裕司氏が登壇し、国内株式手数料の無料化や新NISAをきっかけに急増した呼量に対して、コールリーズンの分析と窓口の細分化を実施、新人でも対応できる仕組みの構築について解説した。また、Webサポートからの問い合わせへの導線の見直しも行っている。

最優秀ストラテジー部門賞を獲得したのはカインズだ。何度かの統合を経た同社センターは、2020年、最新のCRMを導入するも機能が活用しきれていなかった。そこで組織改革を断行。あわせてCRMシステムの機能拡充と音声認識システムの新規導入を

進め、運営の改善を図った。さらに2023年4月からChatGPT-4の実証実験を重ね、翌年7月から応対音声の要約やオペレータ支援チャットボットの活用を開始している。カスタマーサービス部

戦略企画室 室長の中村康人氏が数年間の奮闘を語った。

KDDIのコンタクトセンターは全国15拠点を構え、約5000名のオペレータが月間200万件の問い合わせに対応。その大半をアルティウスリンクが業務受託している。今回のアワードは、両社の協働の取り組みとして申請、最優秀テクノロジー部門賞に輝いた。講演では、KDDI カスタマーサービス推進統括部の倉橋亮太氏と、アルティウスリンク KDDI事業統括本部 CRM第1本部の木村光良氏が登壇。音声認識ツールを使った全件自動評価の取り組みと品質改善のポイントを紹介していった。

谷口氏は「アワードは参加者が他の企業の事例を知る学び合いの場。成功への筋道を他社から徹底的に学びましょう」と呼びかけた。

人材育成のDX スキル不足を生成AIでカバー 新人の早期育成に挑戦する2社

パネルディスカッション「AIがオペレータのフォロー&指導を代替!? 超人手不足時代を乗り切る人材育成のDX」には、TENTIALの谷合北斗氏、スカパー・カスタマーリレーションズの

宮川正俊氏が登壇し、各社のAI活用事例を紹介した。

TENTIALは、メール返信文の原案を自動作成する生成AIソリューション「KarakuriAssist(カラクリ)」を活用、新人オペレータの早期育成を実現。評価やフィードバックについても生成AIを活用することで効率化を実現している。谷合北斗氏は、「AIによる評価は、効率化の面だけではなく、評価や指導のプレッシャーから解放するという意味でもSVの負担を軽減しています」と効果を説明した。

一方、スカパー・カスタマーリレーションズは、自社開発したスクリプト作成ツールを活用し新人オペレータでもスムーズに案内できる環境を構築。また、動画研修を多数作成することで、初期研修を充実。さらに、感情解析ソリューションの導入で、モチベーションの可視化も実現。一連の取り組みによってAHT/保留時間の減少といった成果を創出した。



左から、TENTIALの谷合北斗氏、スカパー・カスタマーリレーションズの宮川正俊氏

シニアのデジタルシフト ボイスボット、シニア専用デスク 高齢者のCXを最適化する2社

パネルディスカッション「カギは『シンプル』&『限定的』シニアのためのデジタルシフト」には、ペンシルの平川寿江氏、カゴメの松村國臣氏、明治安田生命保険の川添耕一氏が登壇した。

まず、平川氏が、シニアがインターネットの利用時にどのような不安を感じているのかを解説。不安を払しょくするポイントとして情報の見つけやすさ、視聴覚の老化に対する対策、オフライン連携やデバイスの最適化などを挙げた。実際にこれらのポイントを抑えたデジタルサポートを構築している事例として、カゴメがボイス

ボットを活用した自動注文受付の仕組みを紹介。同社は、FAQやチャットボットでサポートの自動化を進めるとともに、ボイスボットで受注と定期配送の休止の受け付けを自動化。自動対応の領域をシンプルかつ限定的にすることで、シニアの活用を促している。明治安田生命保険は、シニア専用デスクの運用について解説。シニアの聞こえづらさに着目し、電話音声明瞭器「サウンドアーチ」を独自開発、スムーズなサポートを実現している。

エフォートレス体験 業務効率化と顧客体験の向上 3社のエフォートレスへの挑戦

「業務効率化とCX向上の両立超・自動化時代のエフォートレス体験」と題し、スムーズな導線で、顧客がエフォートを感じることなく自己解決を完了できるカスタマーサービスの実現を目指す3社がディスカッションした。

ロイヤリティ マーケティングの星山昌之氏、NECパーソナルコ



上段左から、イー・パートナーズの谷口 修氏、SBI証券の河田裕司氏、カインズの中村康人氏、下段左から、KDDIの倉橋亮太氏、アルティウスリンクの木村光良氏



左から、ペンシルの平川寿江氏、明治安田生命保険の川添耕一氏、カゴメの松村國臣氏

ンピュータの小林義明氏、KDDIの向田さおり氏が登壇し、自社の取り組みから、それぞれの導入ソリューションと効果について披露した。進行役は、CXMコンサルティングの秋山紀郎氏が務めた。

星山氏は、FAQツールの導入により、顧客の自己解決率向上と入電削減を実現。FAQの改善やVOC活動の自動化により、導入前のアンケートと比較し、解決率の向上、そして入電が削減されたことを説明した。

小林氏は、自動応答システムについて紹介した。とくに修理受け付けの自動化では、試行錯誤の過程を踏まえ、投資対効果の考慮の必要性を説いた。

向田氏は、デジタルシフトへの取り組みを解説。チャットボットの回答率向上、生成AIの活用などにより、デジタルシフト率を50%以上に引き上げる目標を達成した。

3社はともに、取り組みから導入後の継続的な改善や運用の重要性、投資対効果の考慮、顧客視点



左から、ロイヤリティ マーケティングの星山昌之氏、NECパーソナルコンピュータの小林義明氏、KDDIの向田さおり氏、CXMコンサルティングの秋山紀郎氏

での改善を継続して行っていく重要性についても強調。聴講者に向けて星山氏は「楽しみながら取り組むことの重要性」、小林氏は「既存サービスを活用することの利点」、向田氏は、「お客様の声を聞きながら改善を続けることの重要性」を呼びかけた。

生成AI活用

生成AIの強みは汎用性 幅広い活用シーンを提唱

パネルディスカッション「生成AI活用3つの要諦 人材育成、リスク、用途を考える Presented by 日本ディープラーニング協会」は、ELYZA／日本ディープラーニング協会の野口竜司氏、CXMコンサルティングの秋山紀郎氏がパネ

リストとして登壇し、デロイト トーマツ リスクアドバイザー／日本ディープラーニング協会の山本優樹氏がモデレータを務めた。

山本氏が、「従来のAIは用途限定型な一方、生成AIの特徴は汎用性にある。誰もがあらゆるユースケースで高度に使える」と指摘すると、秋山氏は、「期待する活用用途についてを聞いたアンケート結果は、VOC要約が昨年50%から今年60%に増加した一方、FAQの自動生成は57.8%から34.4%に減少している」とデータを紹介。野口氏は、「FAQの自動生成は、業務理解や情報のフレッシュさの維持という課題があり現実的には難しい」と課題を示した。今後の活用拡大に向け、野口氏は「SVこそ生成AIを使い倒すべき」と強調。山本氏も「まず使ってみないと、リスク対策も進まない」と指摘し、秋山氏も「使うことで、ハルシネーションと闘いながら、何が正しいかを高度に議論することが大事」と訴えた。



左から、CXMコンサルティングの秋山紀郎氏、ELYZA／日本ディープラーニング協会の野口竜司氏、デロイト トーマツ リスクアドバイザー／日本ディープラーニング協会の山本優樹氏