



生成AI活用の効果を最大化！ AIオンボーディングの効能

プリンターや複合機などの販売からアフターサポートまで手掛けるブラザー販売は、BPOパートナーであるNTTマーケティングアクトProCXの支援のもと、コンタクトセンターに生成AIを活用した後処理負荷軽減の仕組みを導入し、大きな成果につなげている。

同センターは、高齢者を含め電話でのサポートを必要とする顧客が多く、利用環境やトラブルの状況に応じた丁寧な有人対応を志向しているため、応対履歴は詳細に書き込む必要があった。NTTマーケティングアクトProCXの辻井拓也氏は、「通話内容を思い出しながら詳細を手入力するため負荷が大きく、記録の粒度にもバラつきが生じていました」と説明する。そこで、音声認識で通話内容をテキスト化し、生成AIが要約を作

成。人はその内容を確認・修正するだけの運用に切り替えた。導入当初から全体平均では後処理時間を約33%改善できたものの、個人別に見てみると約3割は作業時間が増えていることがわかった。

平均値の裏を見る 個人差から定着支援

作業時間が増えている人へのヒアリングで見えてきたのは、品質に対する不安や責任感だった。「AIの要約をそのまま登録していいのか、誤りがあった場合は自分の責任になるのではないかと考え、イチから書き直しているケースがありました」（ブラザー販売の田中虹輝氏）。

まずは、AI要約の精度が約95%であることを現場に周知して不安の解消を図るとともに、AIの誤り



左から、ブラザー販売 サプライチェーン本部 CS推進部 コンタクトセンター システム企画チームの田中虹輝氏、NTTマーケティングアクトProCX CXソリューション部 DCX推進担当 担当課長（受賞当時。現所属は事業開発本部 DCX推進部）の辻井拓也氏

を個人評価に反映しない方針を明示し、責任分界点も明確にした。

そのうえで、経験・スキルと新しい技術への受容性を軸に、「アンバサダー層」「ポテンシャル層」「慎重層」「完璧主義者層」の4タイプに整理（図）。アンバサダー層に成功体験を作ってもらってから、ポテンシャル層、慎重層や完璧主義者層と展開していった。実際、後処理時間が悪化したのは、完璧主義者層が多く、周囲の成功体験を先に増やしてから働きかけることが、活用促進につながった。

ここで得た知見は「型化」し、他拠点へ横展開。定着に要した期間は、先行拠点では約4カ月だったが、他拠点では約2カ月へ半減。後処理時間も導入前の270秒から、先行拠点では180秒、全拠点展開後は120秒まで短縮した。

図 AI Scaling マトリクス

