

# 変わりゆく企業の 消費者対応部門

— デジタルがつなぐ企業と消費者 —

第 5 回

## AIと音声認識システムによる お客さま満足度向上にむけた取り組み

明治安田生命保険相互会社

山内 信介 Yamauchi Shinsuke コミュニケーションセンター長

個人営業部門ののち、商品・業務・営業企画部にて募集資料・販売教育・デジタルマーケティング等の企画・開発をグループマネジャーとして担当。2020年4月より現職

### はじめに

明治安田生命保険相互会社では「確かな安心を、いつまでも」という経営理念のもと「信頼を得て選ばれ続ける、人に一番やさしい生命保険会社」をめざしています。その実現に向けて、コミュニケーションセンター(以下、当センター)では、お客さま満足度向上にむけたセンター運営の変革に取り組み、期待を超える「感動」を提供し続ける次世代型組織をめざしています。

### AIによる「FAQ」「チャットボット」の高度化

当センターでは2018年から音声認識システムを導入し、お客さまが電話でのご相談時に「実際にお話しになった言葉」の全件テキスト化を行ってきました。2020年にはシステムを最新化、AI分析ツールにより、自動で通話内容の要

約版を作成するとともに、テキストマイニング\*1により、すべてのお申し出を可視化された有益なデータとして、活用しています(図1)。

さらに、このデータを使ってお客さまの疑問を解消するFAQが適切に準備できているかを分析し、チャットボットにも反映させています。

具体的には会話中に頻出するキーとなるワード(例えば「登録」「ID」「給付金」など)が、FAQ・チャットボットのQ(よくある質問)候補にあるか、お客さまのニーズに合致したFAQが準備できているかを分析・見える化します。

また、ウェブサイトのアクセス状況(図2)から、チャットボットの利用やFAQ確認の際、お客さまがどこで解決に至らずつまづいているのかも把握して、サイト内の導線や表示・表現の改善などを行い、効果的にお客さまの疑問を解決し、CX(顧客体験価値)向上を図っています。

図1 電話対応データのテキストマイニング

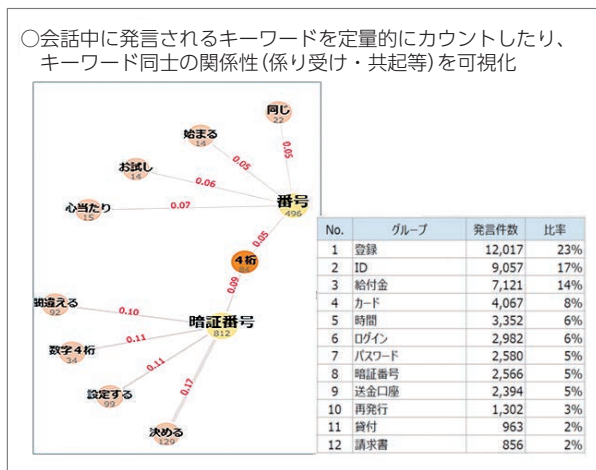
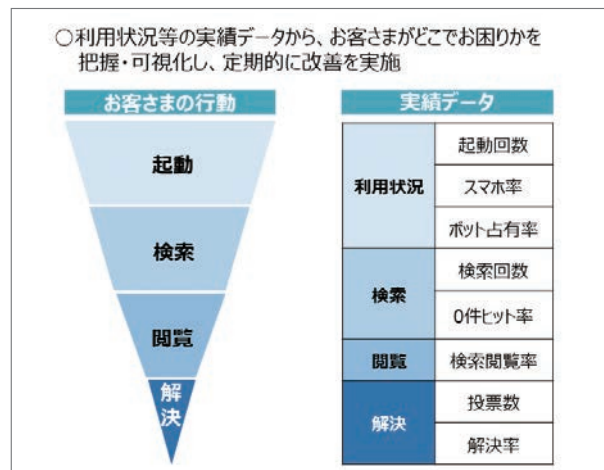


図2 ウェブサイトのアクセス状況



\*1 大量の文章データから、自然言語解析の手法を使って単語に分割し、出現頻度や相関分析をすることで有益な情報を抽出すること

## AIを活用した コミュニケーター対応支援

当センターでは、対応スクリプトおよび事務マニュアルの電子化と、AIが電話対応をアシストするナレッジツール\*2の導入により、コミュニケーター\*3が正確かつ迅速な応答や、お客さまのご要望に先回りした提案やご案内ができるよう工夫しています。

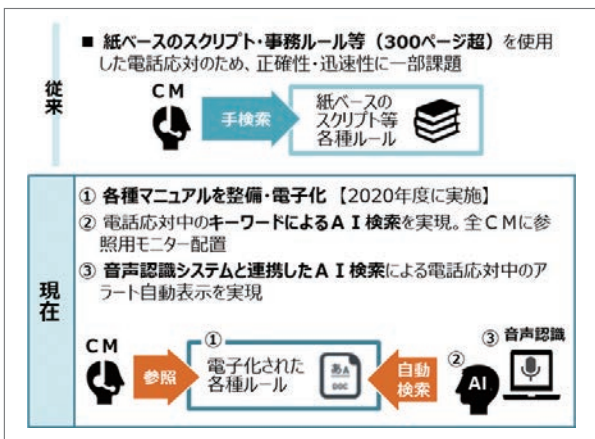
図3のように、従来は300ページを超える紙のマニュアルを手作業で探しながら対応していました。そこで、約半年をかけて各種マニュアルを整理・改訂したうえですべて電子化し、電話対応中のキーワードによるAI検索を可能にしました。

キーワード自体はナレッジの単語と一致しなくても、AIナレッジツールが候補ワードをサジェスト(予測表示)し最適な回答スクリプト、マニュアル候補などを判断し表示してくれます。そして、対応結果をもとに機械学習され、より分かりやすく、より関連性が高いものが上位表示されるようレベルアップしています。

また音声認識システムにより、特に注意喚起が必要な特定のキーワードについては、お客さまの発話によってアラートを自動表示させるようにしています。

このしくみにより、コミュニケーターの正確

図3 コミュニケーター(CM)対応支援の高度化



\*2 過去から蓄積している情報や経験、ノウハウなどを共有して業務の変革につなげるツール

\*3 お客さまからの電話での相談やお申し出に直接対応するスタッフ

性・迅速性が向上し、対応時間の短縮や新人の育成率の向上にもつながっています。

## 音声認識システムによる コール品質評価業務

以前、コールセンターの対応品質の評価業務は、評価者が一部の収録音声聞いてコミュニケーターの対応力を評価していました。現在は、音声認識システムが通話をすべてモニタリングし、自動でテキストデータ化してダウンロードできるため、<sup>かぶ</sup> <sup>こ</sup> 被り呼(相手の話しの途中で言葉を被せること)や話速も即時に確認できるうえに、お客さま対応の基本動作が適切に行えているかなどを自動的に評価するしくみも構築しています。これにより評価へのコミュニケーターの納得感も向上しています(図4)。

## 今後の展望

本稿で紹介した取り組みは、お客さま満足度向上や対応品質向上のために導入・展開していますが、同時に当センターのコミュニケーターや従業員の従業員満足度にもつながっています。仕事のやりがいや職業魅力度がいっそう向上するよう継続して推進し、多様化・個別化するお客さまのニーズを的確にとらえ、期待を超える「感動」を提供し続けるセンターをめざしていきたいと考えています。

図4 コール品質評価の高度化

