

Close-up New Solution

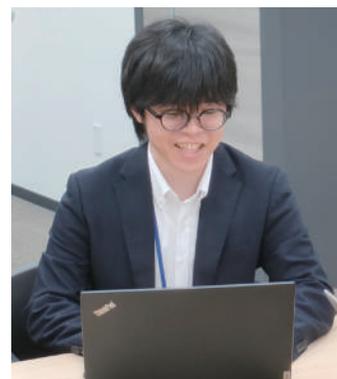
チャットツールで
若い世代への
コンタクト創出

▶ 待ったなしの 少子高齢化時代に向けて



ケーブルテレビのサービスが高度化・多様化するにつれ、ユーザーからの問い合わせに対する迅速かつ的確な対応はますます重要になっている。そんなケーブル事業の要とも言える顧客対応を強力にサポートするのが、サイバー・ネット・コミュニケーションズ株式会社（三重・四日市市、以下サイネット）である。コールセンターのサポート事業でケーブル業界に高い信頼を得ている同社は、従来からのオペレーター（人）対応に加えて、数年前から「チャットツール」の提供を開始している。いち早く「チャットツール」を導入したひまわりネットワーク株式会社（愛知・豊田市）のサポート推進部部長の外山祥史氏に話を聞いた。

外山 祥史氏
ひまわりネットワーク株式会社
サポート推進部 部長



鈴木 雄登氏
同社 サポートG

有人チャットとチャットボットを併用 有人チャット利用者の90%以上が「満足」

ひまわりネットワーク株式会社は1989年6月に設立され（現在、株式会社コミュニティネットワークセンター（CNCI）のグループ局）、愛知県豊田市・みよし市・長久手市をサービスエリアとし、接続世帯15万世帯、加入世帯テレビ8万世帯/ネット7万世帯/電話6万世帯と、東海エリアを代表するケーブルテレビ事業者の一つである。

お客様センターでは計41名のオペレーター（自社21名+委託20名）が在籍しており、1日あたり24名（自社12名+委託12名）が稼働して、月平均8,200件のお問い合わせ電話に対応している（入電数は9,000件/応答率90%）。ひまわりネットワークでは数年前からサイネットのコールセンターを採用しており、2021年1月からサイネットが提供する「チャットツール」の導入を開始した。

—チャットツール導入の経緯等を教えてください。

ください。

外山:当社では、人が対応する「有人チャット」と、ロボットが対応する「チャットボット」を併用で導入しました。なお、チャットボットには、あらかじめ設定された分岐をたどって質問の回答が記載されたFAQやマニュアルへ誘導する「シナリオ型」と、お客様の自由な質問文をAIが理解して回答に誘導する「AI型」が用意されていましたが、今のところ「シナリオ型」だけを導入しています。



ひまわりネットワークのお客様センター



チャットツールへの案内が掲出されているホームページ画面

いずれも、当社のホームページおよび自社アプリ（約5万件登録）にチャットボットの案内ボタンを掲出し、そのボタンから「有人チャット」か「チャットボット」かを選択できるようにし



ています。

導入に際しては、ケーブルテレビ業界でのチャットツール導入実績の多いサイネットさんのノウハウとデータを活かして、サポートいただきました。導入前はツールの基本設定やシナリオ作成、導入テスト、運用開始後はシナリオの改善、新規ワードの追加等々、おかげで当社の負担を抑えながらチャットツールの向上が実現できています。

—利用状況はいかがですか。

外山:チャットツールの利用数は、2023年度実績では月平均500件(入電数の5,5%)で、そのうち「有人チャット」が150件、「チャットボット」が350件で、「チャットボット」の方が2倍以上多いのですが、満足度では「有人チャット」が90%以上、「チャットボット」が40%以下となっており、「有人チャット」が圧倒的に好評です。これに呼応するかのように、利用数にも変化が現れており、「有人チャット」は年々増加、「チャットボット」は減少傾向にあります。

当社では、2021年1月の導入以降、「有人チャット」についてはいったんサービスを閉鎖して運用体制の強化を図り、「チャットボット」についてはシナリオ型の分岐を拡充するなど、改善を続けています。

そのベースとなるのが、サイネットさんから提供いただく利用状況のデータです。利用数やキーワードランキングやアクセスランキング等の詳細なデータが毎月提供されるので、それらを見ながらサイネットさんと打ち合わせを重ね、日々改善を図ってきています。

チャット導入後も入電数は減らないが、サイレントマジョリティーとの接点に

ひまわりネットワークにて2023年11月～12月の有人対応チャット利用者およびコールセンターへの架電者の中から無作為に抽出した117名(架電者67名、チャット利用者60名)をもとに算出

—チャットツール導入の効果をどのように感じていますか。

外山:当初はお客様センターへの問い合わせ入電数が減ることを期待していましたが、さほど入電数は減らず、チャットツールの利用がプラスされているという状況が続きました。

このような状況から、チャットツールの利用者は、お客様センターへ電話を架けてくる人たちではなく、サイレントマジョリティー(サイレントクレーマー)層なのではないかという仮説を立てました。

サイレントクレーマーは「何も言わずに去っていく」上に、SNS等で不満を拡散する可能性もあります。サイレントクレーマー層は若い世代ほど多く、少子高齢化の波が強いと言われていたケーブルテレビ業界においては、彼らとの接点を作るツールの必要性が今後さらに高くなるのではないかと想定しています。

そこで、電話相談者とチャット相談者の年齢調査を実施したところ、チャットツールでの相談者の平均年齢が、電話相談者の平均年齢の15歳以上も若いという結果になりました(右図参照)。電話ではコンタクトの取れていなかった層(電話での通話を嫌うデジタルネイティブ等)を、チャットツールで拡大できるという仮説の裏付けを確認することができました。

さらには、来店や電話が難しいお客様(聴覚が不自由な方、会話が難しい方)からチャットツールを喜んでいただいています。

■電話相談者とチャット利用者の平均年齢

電話相談者	チャット相談者	年齢差
65.7 歳	50.0 歳	15.7 歳

—今後取り組みたいこと、チャットツールに期待すること等について。

外山:チャットツールへの誘導をさらに拡大すべく、現在はホームページとアプリだけの案内ですが、今後はLINEアカウントとの連携や「ビジュアルIVR」(受電待ちのコールに対して、チャットリンクを記載したショートメッセージを自動送信)の開設を検討しています。また将来的には、生成AIによる「AI型」チャットボットの導入も考えたいと思っています。有人

チャットで得られた知見を活用することで、より人間に近い対応ができる「AI型」が登場することを期待しています。

さらには、チャットツールを社内ナレッジを共有するツールとして活用したり、溢れ呼に対応する「ボイスボット」等、日々進化するチャットツールを、当社の実情に合わせて取り入れて、少子高齢化時代に向けて、さまざまな世代のユーザーとの接点を充実させていきたいと考えています。



AIチャットは、契約者向けのみならず、社内のオペレーター向けや社員向けのナレッジツールとしての導入事例も増加しております。2023年12月末時点において、6サイト以上で提供しております。契約者向けチャットツールと並行導入することで、別々のツールを導入するよりコスト面でも大きなメリットがあります。社内ナレッジツールも構築から運用代行まで、すべてサイネットが代行しますので、担当者様の手間も最小限で、導入～運用が可能になります。