三菱UFJニコス株式会社

三菱 UFJ ニコス株式会社

AIを用いた音声による自動応対システムを構築
24時間対応の顧客接点でCS向上を目指す

導入サービス：COTOHA Voice DX™ Premium

三菱UFJニコス株式会社
執行役員
信用管理本部長 兼 信用企画部長
谷澤 知樹氏
「弊社では、これまでDXの実現に向けた取り組みを進めてきました。今後もデジタルテクノロジーを積極的に活用し、変革を進めていきたいと考えています」

三菱UFJニコス株式会社
執行役員
西日本カスタマーズセンター長
松田 康裕氏
「COTOHA Voice DX™ Premiumはデータベースの暗号化やPCI DSSへの準拠も見据えているということで、将来的な進化に期待を持てたことが選定した大きな理由です」

企業情報

社名　三菱UFJニコス株式会社
事業概要　日本信販株式会社や株式会社UFJカード、株式会社ディーシーカード、などが合併し、2007年に三菱UFJニコス株式会社に商号を変更。三菱UFJフィナンシャル・グループの決済分野の中核を担うクレジットカード会社で、農林中央金庫・JAバンク、地方銀行ならびに事業法人等との幅広いパートナーシップを基盤とし広範に事業を展開している。
URL　https://www.cr.mufg.jp

課題
- キャッシュレス決済の増加に伴い、会員からの入電数が増加。正確かつスピーディな応対が必要
- 営業時間外はクレジットカードの利用金額の入金に関する受付や案内ができない。24時間365日対応できる受付体制の構築が必要

対策
- DX化の目標として一般的なお問い合わせは、可能な限り自動応答での応対を実現することに
- お客さまが話した内容を理解し、自動応答する音声ボットを導入

効果
- よりつながりやすいお問い合わせ環境の実現で、CS向上にも期待
- 受電数の平準化によるオペレーター業務効率化で、オペレーターは柔軟な応対が求められるお問い合わせに専念

課題
キャッシュレス決済の利用が拡大し、入電数が増加 CS向上のため、DXで24時間応対できる仕組みを作りたい

三菱UFJニコス株式会社（以下、三菱UFJニコス）は、三菱UFJフィナンシャル・グループの中核企業で、個人・企業向けのクレジットカードの発行や加盟店への決済システム導入、金融機関などからのカード発行業務の受託など、永年のビジネスで蓄積してきたノウハウや経験を活かしさまざまな決済ニーズに応え続けている。近年、キャッシュレス決済の拡大に伴い、債権回収に関する電話応対業務を担うカスタマーズセンターへの入電数は増加。同社は、デジタルトランスフォーメーション（DX）を積極的に進めており、カスタマーズセンターでもさらなるお客さまの利便性や組織の生産性向上に取り組んでいる。

「カスタマーズセンターは我々にとって重要な顧客接点であり、お客さまの利便性向上に向けた取り組みを進めてきました。お客さまとのコミュニケーションの最適化を実現するために、デジタルテクノロジーを積極的に活用し、変革を進めていきたいと考えています」（同社執行役員 信用管理本部長 兼 信用企画部長 谷澤知樹氏）

同センターのメイン業務は、カード会員へのご入金の案内である。ご入金が確認できない場合には、郵送で手続きの案内を送付、そのうえで電話によるサポートを行っている。しかし、キャッシュレス決済の利用拡大に伴って、会員からのお問い合わせ件数は増加の一途であった。このままコール数が増加した場合、オペレーターの要員数や設備といったリソースの限界に近づく懸念があった。

「お客さまからのすべての電話をオペレーターが受ける従来の形では、受付時間が限られてしまううえ、繁忙期など入電が集中したときに応対しきれないケースも起こり得ます」（谷澤氏）

それ以上に同社が気にかけていたのが、カード会員のCS（顧客満足度）の向上だ。

「ご入金の案内が滞れば、お客さまがカードをご利用したい時にご利用できない事態を招いてしまいます。CS向上のためには、お客さまによりつながりやすい状況を作り、お支払いのサポートをする体制を整えるべきと考えました。そのためには、センターのDX化を推進し、24時間、自動で電話応対から処理まで実行できる仕組みを構築すべきと判断しました」(谷澤氏)

対策
DX化の目標は「最適な受電体制の構築」音声ボットで一般的なお問い合わせを自動応答化

同センターが掲げたDX化の目標は、最適な受電体制の構築とサービスレベルの高度化(サービス時間の拡大など)であった。DXによって電話応対を完全に自動化するのではなく、よくあるご質問などのお問い合わせを自動応答化することで、オペレーターは、経験や知識などを活かした柔軟な応対が求められる複雑な質問に注力し、会員に対してプロフェッショナルならではの回答や提案を行う、というのが狙いだ。

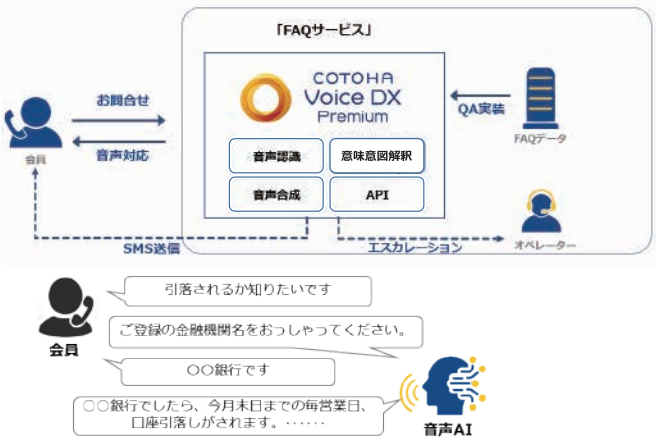
DX化の第一ステップとしては、SMS(ショートメッセージ)やメールで入金案内を送信する仕組みや、自動音声で電話をかけて入金案内を行う自動架電システムを導入した。これらに加えて、Webサイトでの入金確認や振り込み情報が登録できる仕組みや、FAQページも設けることで、Web誘導によるカード会員の自己解決をサポートする取り組みも行った。

これらの仕組みを導入したことから、続く第二ステップとして、会員からのお問い合わせに自動音声で応対、処理するシステムの構築を、2019年からスタートした。PoCを実施し、手応えを感じたことから、本格的な導入に向けて複数ベンダーのソリューションの評価を行った。

同センターが最終的に選んだソリューションが、NTTコミュニケーションズ株式会社(以下、NTT Com)の「COTOHA Voice DX™ Premium」である。

COTOHA Voice DX™ Premiumは、AIが通話内容を理解し、本人照会や受付業務、通話後の後続処理など、電話による受付業務をヒトに代わって自動で処理するソリューションだ。高精度で理解するAIエンジンを組み合わせ、FAQデータベースとの連携を行うことで、自然で適切な応対が実現可能になる。

図　FAQサービスイメージ



このソリューションとNTT Comをパートナーに選定した理由について、同社執行役員西日本カスタマーズセンター長の松田康裕氏は「将来性」を挙げた。

「選定したソリューションはデータベースの暗号化やPCI DSSへの準拠も見据えており、我々が目指す将来像までの展開が可能と判断しました。またNTT Comさまのナビダイヤルを導入しており、音声網とソリューションの全体最適を図りながらの導入が期待できると判断したことも選定理由の1つです」(松田氏)

プロジェクトは2020年10月から要件定義が始まり、2021年1月に開発がスタートした。この開発において、カスタマーズセンターでは過去のお問い合わせを調査し、FAQの中から24個を選定、さらにそれぞれの回答にひも付く数百のテストシナリオを用意した。

「想定していたよりも顧客の発言のバリエーションが多かったため、回答のシナリオの数を、当初の想定よりもかなり増やしました。COTOHA Voice DX™ Premiumに対する現場の期待は大きく、センターのメンバーの多くがFAQやシナリオの作成、そして品質チェックに携わってくれました。それだけメンバーたちからも期待されていたプロジェクトだったのです。センターのメンバーにはとても感謝しています」(松田氏)

効果
従来は受付時間外だった夜間帯に自動応対をスタート さらなるCS向上を目指し日中帯での利用も視野に

COTOHA Voice DX™ Premiumを用いた新たなシステムは、2021年7月から稼働が始まった。カスタマーズセンターの担当者が通話をチェックし、FAQデータベースの質問と回答を正しくひも付ける作業を行う取り組みが効果をあげ、正答率が大幅に上昇したという。現在は、同センターの営業時間外の応対にCOTOHA Voice DX™ Premiumを使用しているが、精度が向上すれば営業時間内での使用も視野に入れているという。今後については、FAQデータベースに蓄積されるデータをもとに、カード会員の自己解決を助ける取り組みを進化させ、CSのさらなる向上に取り組むという。

「1、2年後には、一般的な質問についてはCOTOHA Voice DX™ Premiumがすべて応対し、オペレーターはより高度な質問や要望への応対に専念するといった形を実現したいですね」(松田氏)

谷澤氏はCOTOHA Voice DX™ Premiumを活用することで、カード会員にストレスが掛からないお問い合わせ環境の実現を目指しているという。

「最終的にはすべてスマートフォンで完結し、24時間いつでも応対できる環境を整えることを目指しています。誰もが使いやすいデジタルサービスを活用し、顧客接点の高度化を実現することで、お客さまの安全・安心、そして簡単で便利なキャッシュレス環境を整えていきたいと思っています」

三菱UFJニコスの今回の取り組みは、コンタクトセンターの運用に課題を抱えている企業にとって、大いに参考になることだろう。

お問い合わせ
NTTコミュニケーションズ株式会社
サイト　www.ntt.com

●記載内容は2022年7月現在のものです。
●表記のサービス内容は予告なく変更することがありますので、お申し込み時にご確認ください。
●記載されている会社名や製品名は、各社の商標または登録商標です。

© NTT Communications Corporation All Rights Reserved.