

docomo bike share

株式会社ドコモ・バイクシェア

問い合わせ件数増加による対応コスト増の課題解決に AIチャットボットを活用

導入サービス：AIチャットボット COTOHA Chat & FAQ®



株式会社ドコモ・バイクシェア
ライフサポートビジネス推進部
モビリティ事業 モビリティビジネス担当
姜 一欣（ジャン イーシン）氏

- 課題** ●サービスの認知・利用拡大に伴い、コールセンターの対応稼働が逼迫
●多岐にわたる対応が求められるため、人員の獲得・育成が困難
- 対策** ●問い合わせ件数の多く集中するFAQを徹底精査
●セマンティック検索機能をもつAIチャットエンジンの活用で正確な回答を提示
- 効果** ●AIチャットで完結する応対件数を新たに目論み、電話応対件数の大幅削減を期待
●検索履歴の分析からFAQをさらに整備・充填し、応対品質の向上を期待

課題

バイクシェアという新しいサービスの市場拡大に伴い増加する
コールセンターの運営(人件費、教育)コストの圧縮が課題に

自転車シェアサービスは、従来の借りた場所に返すレンタルサイクルとは異なり、都市に分散するサイクルポートの“どこでも”借りられて、“どこでも”返却できる自転車の共同利用（シェア）を実現するサービスだ。このサービスは、交通系ICカード読み取り機能や駐輪場所の制御機能を有する通信モジュールを備えたIoT自転車を使い実現している。株式会社ドコモ・バイクシェア(以下、ドコモ・バイクシェア)は、全国に先駆けて、2011年の横浜市「baybike」のサービス開始を皮切りに、東京都内を中心に27都市に、8,700台の自転車、約970カ所のポート(駐輪スペース)を設置している(2018年11月末時点)。利用状況は大幅な増加傾向にあり、2017年度時点ですでに利用回数が470万回(前年度220万回)に到達しようとしていた。

利用者数の大幅増加に伴い、利用方法等についての問い合わせもかなり増えてきた。「通勤通学目的での利用が多いことが時間帯別の利用傾向から伺えます。朝と夕方がピーク最も利用される時間帯ですね」株式会社NTTドコモの姜氏は語る。

「サービスについての問い合わせ窓口として24時間365日有人による電話対応のコールセンターを開設しているのですが、月に1万件以上になるほどに件数は増加傾向にありました」(姜氏)。とくに朝夕のピーク時に電話が集中したという。「30分毎に加算される料金体系のため、急いで返却したい利用者から、コールセンターに電話がつかない等のクレームが寄せられることがありました。緊急でお困りになっているお客さまをお待たせせずに対応できるよう、定型文句で対処できるような問い合わせコール数を削減することが私たちにあって喫緊の課題でした。」と姜氏は語った。

また、コールセンター特有の課題も重くのしかかっていたという。「サービス内容が新しく多岐にわたるため、コールセンターでの対応教育には一層力を入れていますが、一般的にコールセンターは離職率が高いせいか、スキル向上した人員が離職するなどの例もあり人材確保や育成面での稼働も負担となっていました」(姜氏)。

企業情報

社名	株式会社ドコモ・バイクシェア
設立	2015年2月2日
資本金	7.5億円(資本準備金7.5億円)
主な業務内容	サイクルシェアリング事業の運営 サイクルシェアリング運営事業者 (コミュニティサイクル、レンタサイクル運営事業者等)へのシステム提供、コンサルティング業務 各種イベントの企画運営業務等

対策

速やかに正しい回答候補を提示可能なセマンティック検索機能をもつCOTOHA Chat & FAQを問い合わせインターフェースに

そこで、2017年8月頃から同社は、スマホでFAQを便利に活用できるAI機能を搭載したチャットボットの導入に向けた検討を開始した。

AI機能搭載のチャットボットによる問い合わせ対応により、電話対応稼働の軽減を図れないか考えたのである。当サービス利用者からの質問に対して「正確な回答候補」を提示することがAIチャットボットの活用につながるという考えがあった。そのため、FAQの精度向上も重要な打ち手となった。「『ポートに自転車がなく借りられない』などFAQを見てももらえれば解決する問い合わせが圧倒的に多いこともわかっていたので、これらの問い合わせコール数を全体の5割以下に減らすことで人材コストの低下につなげようと考えました」と姜氏は当時を振り返る。

同社はパートナーにNTTコミュニケーションズ（以下、NTT Com）を選定し、問い合わせのインターフェースとなるAIチャットボットのエンジンとしてCOTOHA Chat & FAQ（以下Chat & FAQ）を採用した。

「お客さまからの質問の意味を理解して正しい回答候補を提示するセマンティック検索が特長であるChat & FAQの導入によって、私たちが抱える課題の解決につながると思いました。検討を始めてから2か月間、自社のサービスも含め複数社のサービスをテストするなど検討を重ねた結果、サービスの内容、導入実績はもちろんのこと、同じNTTグループとしての連携性も期待できると考えて選定しました」と、姜氏は振り返る。

バイクシェアサービス利用者が自転車を借りたり返却したりするときに、コールセンターに電話で問い合わせをしなくても手元のスマートフォンですぐに質問ができ、回答にアクセスできるというサービスを利用者に提供するため、システムのトライアル導入の準備が始まった。

要となるFAQについて当初は整備されているとは言えない状況だったという。姜氏は「オペレーター宛のメールや電話の対応履歴などをベースに、質問内容で多いものから順にひとつずつ拾っていき、重複を削除したり、正しく回答できていなかった問い合わせの回答を用意するなど、FAQを地道に整備していきました。大変でしたが、NTT Comと連携しながら、FAQの充填・更新を重ねていきました。利用方法のサポートもあり、大変助かりました」と語る。

効果

電話による問い合わせへの対応稼働を大幅に削減できることを期待。COTOHA Chat & FAQの分析機能によってFAQの精度向上を目指す

同社はChat & FAQによる問い合わせ対応の正式なサービス展開に向け、現在、半年間のトライアル運用を実施しており、期間中に効果検証を行っていく予定だ。

「Chat & FAQを用い、問い合わせに対する正しい回答を即座に提示し続けることで、利用者からのChat & FAQ活用頻度が増えると考えています。これが電話による問い合わせ件数の低減につながると考えており、第1の目標と掲げるコールセンターの運用コスト削減につながると考えています」（姜氏）。

トライアル運用の中、Chat & FAQが持つ分析レポート機能によって多くの知見が得られたという。姜氏はこう評価する。「検索履歴から問い合わせ内容を分析するという機能をよく活用しています。お客さまによる検索が多いのに対しデータベースに回答が少ないなどのケースが発見できればFAQの整備に役立てることができからです。また、レポート機能についても数値的な統計を社内共有できるので便利です。」

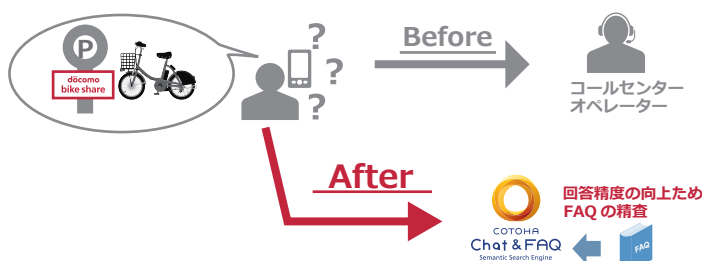
また、電話応対時であってもChat & FAQの特性を活かし「正確な回答候補」を検索表示させることで有人対応の回答の標準化が図られ、人材育成の補助ツールとしても利用価値を見出しているという。

姜氏は今後の展開とNTTComへの期待について、「今後外国人の方が利用される機会が増えることを想定して、多言語対応による外国人の利用促進にも取り組んでいきたいと考えています。さらにチャットだけではなく、年齢や言語の制限を超えて音声入力に対応可能になると、お客さまに対してより柔軟な対応ができるのではないかと考えております。」と語った。

同社を含めバイクシェア事業は、ポート設置場所の増加など今後も拡大が見込まれているという。Chat & FAQ導入の効果は、問い合わせ窓口の人材コスト削減にとどまらず、サービス利便性向上による顧客満足を通して、ドコモ・バイクシェアのリピーター利用の増加や利用者数増加に少なからず寄与していくことだろう。

「将来的に他のサービスにも展開していきたい」と、姜氏はChat & FAQ導入効果に期待を寄せている。

COTOHA Chat & FAQ の導入によりコールセンターへの問い合わせ数を大幅に削減するメリット



定例的な質問が大多数。集中する時間には、コールセンターにつながらずクレームになることも・・・	新サービスなので、広範な対応も求められる。教育内容も日々更新されていた。	国籍・年齢などを考慮に入れた、応対方法の改善・展開には人材獲得・育成面からも課題山積。
① コール数の削減	② 教育稼働の軽減	③ 応対の柔軟性に期待
定例的質問への対応を50%近く削減できるのでは？と期待	有人対応の回答の標準化が図られ、人材育成の補助ツールとして機能できる可能性あり。	多言語対応化や音声入力による問い合わせ対応も見据えることができる

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/cotoha-cf

●記載内容は2018年10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。