



LIXIL

## AHT30%短縮、全通話対象の品質管理 「音声認識」がもたらしたオペレーション改革

2011年に5社のメーカーが経営統合して誕生した住宅設備最大手のLIXIL（リクシル）。取り扱う製品が多様化し、コール数も増加したことで、BtoC、BtoBの問い合わせに対応する「お客さま相談センター」の改革に着手した。

「対応品質」と「生産性」の追求に向けて音声認識システムを導入。ベースはアドバンスト・メディアの「AmiVoice」で、ソリューション開発はSCSKが担当した。

第1ステップは「生産性向上」に取り組む。音声のテキスト化で漏れなく情報収集でき、オペレータはログの手入力など後処理業務から解放される。対応時間の「30%短縮」を目標に据えた。だが1カ月後は20%の短縮にとどまる。

オペレータの意見を集約すると、「手入力しないと心配」など心理面の課題と、「自分の目標や実績が分からない」など運用面の課題が浮き彫りになる。「システムの導入に人が追いついていない」（LIXILジャパンカンパニーお客

さまサポート統括部企画推進グループの芦村 学主査）と判断し、オペレーション改革をSCSKグループのCSKサービスウェアに依頼した。同社は相談員の作業を動画撮影して分析、現場目線で対応マニュアルを見直す。そのうえで個人カルテを作成するとともに、個人ごとの日別実績推移表を全員に手渡して意識改革を促した。

結果、当初目標の対応時間30%短縮を達成、1年後には応対件数も20%以上アップした。「オペレータ数で17人分の削減効果があった」（同統括部企画推進グループの高野弘志グループリーダー）。

### 対応品質「見える化」を推進 定量化した評価を実現

だが、次の第2ステップで目指した「対応品質向上」では、音声認識システムの機能面での限界に直面する。オペレータの声の認識精度は高いが、電話を介した顧客の声の認識精度にバラつきが生じ、改善活動に使えるテキストに



高野弘志グループリーダー（左）、芦村 学主査（右）

なっていない。解消策として考えたのが「相談員の発する言葉で内容が分かるようにする」トークフローの確立だ。用件や商品番号、回答アナウンスなどキーワードや定型文言などの「復唱」をルール化し、実施率9割を目指す。しかし、そのルール化に伴い、今度は「チェック&指導する工数の発生」という新たな課題が浮上した。

そこで開発したのが、LIXIL独自の自動評価システム「L-Quest（エル・クエスト）」だ。相談員の用件復唱やアナウンスなどの実施状況を自動判定し、個人別・日別・項目別での登録が可能な機能を持つ。全コールを定量化された数値で判定するため、対応品質の客観的な評価が可能になった。

第3ステップでは、センターによる「売上貢献」に取り組む。テキスト内容の自動判定の精度を高め住宅のリフォームニーズを的確に掴み、効果的な提案活動などを行うプロフィットセンターへの進化を目指す方針だ。

図 第1・第2ステップによる成果

