

## 情報工房株式会社 様

コンタクトセンターからの  
戦略的な情報発信に活用

情報工房株式会社では、企業からの委託を受け、自社でコンタクトセンターを代行運営している。こうした中、お客さまの声 (VOC) を分析して委託企業や自社業務へフィードバックするためにText Mining Studioを導入。独創的かつ広がりのあるテキストマイニングに取り組んでいる。



Business Process Reengineering部門  
ディレクター  
金原 雅之 様

## Interview

## CS向上のアイデアを形にするために、テキストマイニングに着目

テキストマイニングに取り組んだきっかけを教えてください。

**金原** 当社は企業理念に「ありがとうを作り出す日本一の会社になる」を掲げています。この視点でクライアントさま、その先のお客さま、パートナー企業さまへのサービス強化を模索する中、コンタクトセンターにはVOCがたくさん集まっていることや、SNSにはたくさんVOCがあることから、これらを分析すれば、次の一手が必ず得られると考えたのです。また当社のリサーチ部門ではアンケート調査の企画・実施といったことも行っており、アンケートの自由回答の分析にも活用できるだろうと。そこで3年前、テキストマイニングツールの導入を決めました。

どんな点を気に入って、Text Mining Studioを選ばれたのですか。

**金原** 何といても必要な機能、便利な機能がそろい、しかも操作性がよいことですね。特に私はアドオンの「TextCutter」に魅力を感じました。複合的な文章であっても、文章を切り分けて内容を分類できるんです。というのも、分析の対象はコンタクトセンターに入ってくる電話やメールからのVOCだけではないからです。近年、ネット上の口コミサイトやSNS、ブログには、商品に関するエンドユーザーの書き込みが多々あり、それからも情報を吸い上げる必要があります。こうした書き込みは話題が途中で変わるなど、複合的な文章であることが多いのですが、「TextCutter」なら必要な部分だけ取り出して、効果的に分析できます。大きなメリットだと考えました。

Text Mining Studioをクライアントから受託した業務に使っているほか、社内でも工夫した使い方に取り組んだそうですね。

**金原** 使うほど「ここにも活用できるのでは」とアイデアが湧いてきますね。受託業務では、これまでにアンケート自由回答の分類レポート作成や、コンタクトセンターへの問い合わせ履歴の分析などを行いました。また社内では、CSとESの向上を目指した「ありがとうキャンペーン」施策や、マーケティングの原動力となる「ペルソナデザイン」を作成する中で活用しました。

## 【分析コンサルティングやコールセンター業務に関する問い合わせ先】

Text Mining Studioやオリジナルコンサルティングの手法を用いた分析コンサルティングなどお気軽にご相談ください。  
情報工房株式会社 TEL:06-6101-8061 (代表) E-mail:info@jhkb.com

[裏面に続く]

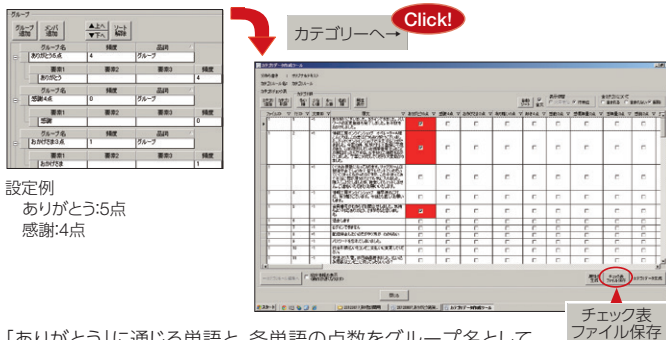


「ありがとうキャンペーン」とは、  
また、どのようにテキストマイニングを取り入れましたか。

**金原** 当社のコンタクトセンターはクライアントさまごとに当社社員を配置しており、いわばユニット形式です。これにより担当者は自分のクライアントさまに精通し、質の高いサービスを提供できます。その一方で、ユニットを越えた活動がどうしても希薄になりがちです。何とかそうした活動を行いたいという思いから、コンタクトセンターの要であるコミュニケーターのマインドを高め、CS向上にもつなげる施策として「ありがとうキャンペーン」というコンテストを企画しました。これは各センターの電話対応メモとインバウンドメールにある、「ありがとう」などの感謝の声を評価しようというもの。Text Mining Studioは、蓄積された対応履歴の中から感謝の表現を抽出する際に活用しました。「ありがとう」に通じる単語を辞書化。さらに単語を感謝の度合いによって点数化。それらをコミュニケーター別、センター別に集計し、内容を精査した上で、優秀者を表彰しました。

実は意図的な操作が働かないように、「何を評価するか」はコミュニケーターに内緒にしていたんですよ。ただ、お客さまへのよい対応事例を各センターで共有し続けた結果、「ありがとう」率（全対応件数に対して感謝の言葉を言われた割合）は、電話・メールともにキャンペーン前に比べて上昇。特に電話の「ありがとう」率は1年間で3倍にもなりました。

「ありがとうキャンペーン」でのText Mining Studioによるグルーピング例



設定例  
ありがとう:5点  
感謝:4点

「ありがとう」に通じる単語と、各単語の点数をグループ名として登録し、要素には単語・係り受けの登録を行った。

もう一方の「ペルソナデザイン」では、どのように活用したのですか。

**金原** ペルソナデザインとは「企業が提供する製品やサービスについて、顧客視点からニーズをつかみ、企業にとって最も重要で象徴的な『お客さまモデル』をつくること」です。1999年以前に、アップルコンピュータがインターフェースデザインを作る際に活用したことで有名になりました。このペルソナデザインを作成する方法はいくつかあります。一般的には、調査会社が仮説を立て、アンケートや観察による情報収集を行い分析、その結果に基づいてデータを収集、ストーリー化する…、というようにコストと時間がかかります。それを当社ではコミュニケーターによるワークショップで作りあげました。理由は、コミュニケーターなら日々の対話から、お客さまが「誰で、どんな人で、いったい何を考えているか」をわかっており、コンタクトセンターこそがペルソナデザインを作成するに相応しいと考えているからです。また情報も対話履歴の形でたくさんあります。

このときText Mining Studioは対話履歴を分析するために使用しました。お客さま像を想起させる単語と係り受け表現を辞書化して抽出。コミュニケーターがペルソナを作り込む際の材料としました。実は当社では、以前からコミュニケーターによるペルソナデザインを行っています。でもText Mining Studioを使うことで、手作業による有用情報の抽出もれを減らし、俯瞰的な視点で分析できたので、より役立つペルソナを作り出せましたね。

コミュニケーターによるペルソナ作りにおけるText Mining Studio活用範囲

- 1 ワーキング・グループ発足
- 2 ペルソナ像アイデア出し ~ワークセッション~
 

**Text Mining Studioの活用範囲**

対応履歴 ▶ ヒントのVOC抽出
- 3 ペルソナ像作りこみ
- 4 コミュニケーターによるプレゼンテーション

コンタクトセンターを戦略的なポジションにしていくために

VOCなどの活かし方で、コンタクトセンターの役割は重要度が一層増しそうですね。

**金原** コミュニケーターの豊富な経験、「情報を活用し、こういう成果を目指そう」というアイデア、そして分析ツールとしてのText Mining Studio。これらが合わされば、コンタクトセンターはもっと多くの情報を発信できる戦略的なポジションになるでしょう。そこで当社では、コミュニケーターのリーダーを対象にテキストマイニングの勉強会を実施しました。操作の実行はサポート部門が行いますが、機能を知っていれば、何を分析し、どう役立てていこうかと発想できますからね。実際、勉強会後には「こんなことはできないか」とアイデアが出てきましたよ。

当社の強みは、社内のコンタクトセンターでの成功ノウハウをコンサルティングサービスに活かせること。今後は、VOC分析とその活用にも踏み込んだサービスや、VOCに限らずさまざまな調査の分析サービスも、もっと提供していきたいですね。数理システムから分析精度を高めるコツを教わりながら、アイデアを形にしていこうと思えます。



「分析精度を高めたいとき、どこをどうしたらいいのか、気軽に相談できるのがいいですね」と金原さん。この日も数理システムデータマイニング部主任研究員の岩本圭介さんと打ち合わせを行った。