

1 CX事業の成長戦略

# 幅広い技術力を活かして最良のCXコミュニケーションを実現し新たなビジネス価値を創造

NTTテクノクロスは主要な事業領域の1つ、CX (Customer Experience) 事業のさらなる拡大に取り組んでいる。本稿ではCX事業を展開する上での同社の強みや方針、最近の取り組みなどについて紹介する。

## “人による応対力強化”を軸に新たなビジネス価値を創造

長年にわたりコンタクトセンター(以下、CC)向けソリューションを開発・提供しているNTTテクノクロスは、CCにおけるコミュニケーションを大きく2つに分けて考えている。1つは注文や照会、パスワードリセットなど、自動応対が可能な単純なもの(Transactional Communication Empowerment)。もう1つは「相談」。専門家への相談、苦情や交渉など、要件が複雑であり人によ

る応対が欠かせないもの(Valued Communication Empowerment)だ(図1)。

「前者は早く正確に処理することが重要であり、後者はプロフェッショナルによる応対をいかに支援し強化するかが重要です。それぞれ最良のコミュニケーションを実現するためのソリューションを提供していますが、CX事業のさらなる成長には、特に後者による新たなビジネス価値創造が不可欠と考えています。そのために必要なことは大きく2つ、



NTTテクノクロス株式会社  
(左から)取締役 西日本事業部長 梶原 憲一氏  
取締役 カスタマーエクスペリエンス事業部長/  
グローバル戦略担当 関 秀敏氏

情報の収集と分析です。」(関氏)

## NTTの研究所技術も活用し、「情報の収集と分析」をしっかりと行う

関氏の言う「情報の収集」は、オペレーターがお客様と通話する際に話す内容、表情、声のトーン、問い合わせの目的、お客様の満足度などの目的、お客様の満足度など、事実をしっかりと把握するということだ。自然言語、映像、音声などに関するNTTの研究所技術を活用できることが大きな強みとなる。

その先の分析は、相談なのか、商品購入などの手続きなのか、ビジネスなのか、公的な相談窓口なのか、といったよ

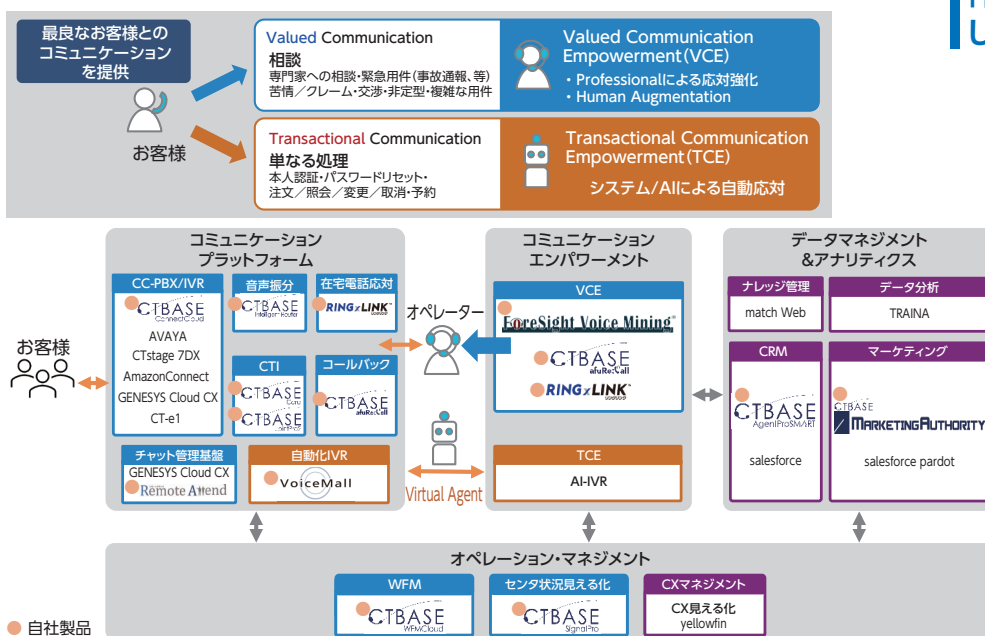


図1 TXの考えるCXソリューションマップ

うに、問い合わせの目的により分析すべきことが異なる。分析による価値提供の例として、「重要事項告知」のチェックを挙げることができる。音声認識によりテキスト化した通話内容を分析することで、オペレーターが告知義務を果たした証跡を確認することが可能だ。

「AIにより自動で証跡を探し、その結果とオペレーターの自己申告の内容が合わない部分だけ人が再度確認すれば、膨大な対応記録でも証跡の全数チェックが可能でしょう。こうしたAIの活用には、一連の業務を理解した上で繰り返し学習を行うことが重要です。そのノウハウも強みの1つと考えています。」(関氏)

### 幅広い技術力を強みにお客様との共創でニーズに応える

NTTの研究所技術を活用した情報の収集と分析以外にも、CXソリューションを開発・提供する上での強みがある。

「コールセンターソリューションの提供は約30年にわたり、導入実績は500社を超えています。NTTグループですのでPBXはもちろん、PBXと各種情報を連携するCTI(Computer Telephony Integration)も得意分野です。またAI、クラウド、セキュリティなど、幅広い分野の技術に強く、ソフトウェア開発のノウハウも豊富です。1社でここまで対応できるのは非常に珍しいのではないのでしょうか。エンドユーザーの行動を観察し、声を聴き、課題を明確にして共創することで幅広いニーズに応えています。たとえば、2021年4月にクラウドCRMとしてバージョンアップした“CTBASE/AgentProSMART”には、お客様の

声に応じて実現した機能が多数実装されています※<sup>1</sup>。」(梶原氏)

### クラウド化・セキュリティ強化により在宅ワークへの対応を強化

コロナ禍により、CC業界でも在宅ワークの導入が急激に進んだ。NTTテクノクロスはCC分野の他にもクラウドやセキュリティ分野も先進的なソリューションを持ち事業展開している。その専門性を生かしてクラウド型PBXサービスとの連携を実現している。先述のCTBASE/AgentProSMARTでは、7つのクラウド型PBXと連携可能なため幅広い要件に対応しやすく、在宅CCの重要課題であるセキュリティ対策も強化されている。情報窃盗抑止の観点からは情報操作ログの蓄積に加え、独自の機能も実装された。

「CCの在宅ワークについては、オペレーターの画面を撮影されてしまうことによる顧客情報の漏洩を心配する企業も少なくありません。そこでマウスカーソルをあてた項目のみ内容を表示し、その他の項目の文字は全てアスタリスク(\*)で表示する機能を実装しました。我々が考案した独自機能で、現在特許を申請中です。」(梶原氏)

### 「人間中心設計」によるEX向上がCX向上を実現

在宅CCにはオペレーターが孤立してしまうことへの不安もある。そこでCTBASE/AgentProSMARTには、スーパーバイザーが遠隔からオペレーターを支援しやすくする機能など、CCのEX(Employee Experience)向上につながる機能も複数実装されている※<sup>1</sup>。

そうしたEX向上がCX向上を現

現する上で重要な取り組みにつながっていると、梶原氏は次のように述べている。

「人を理解し、使いやすいサービス作りに活かす『人間中心設計』に力を入れています。具体的には、デザイン思考による優れたUXの実現に取り組む専門組織“こころを動かすICTデザイン室”※<sup>2</sup>が中心となり、単に効率化だけを求めるのではない、システム利用者にとっての使いやすさも重視したUXデザインを行っています。」

### CX事業のさらなる成長に向けた適用領域拡大や分析の高度化

さらなるCX事業の成長に向けた取り組みについて、関氏は次のように述べている。

「ソリューションの適用先拡大に取り組んでおり、たとえばCC向けソリューションForeSight Voice Miningでは児童相談所に提供した事例があります。CC以外でも対面によるコミュニケーションに関するニーズも強いいため、対応を進めています。たとえば、患者さんが病院で説明されたことを本当に理解・納得できたか、AIで判断するといったことも考えています。また分析技術の高度化にも、NTTの研究所技術“MediaGnosis™”を活用し、音声や表情などから複合的に感情の分析をおこなうことに取り組んでいます。今後は対面コミュニケーションやWebなど多様なカスタマーフロントの連携を拡大しつつ新たなビジネス価値の創造を進めていきます。」

※1：本特別企画“4 EX向上とCX向上が融合したCC開発への取り組み”参照。

※2：本特別企画“2 顧客と共創して高い価値提供を実現”参照。