

ナレッジとしてのFAQ管理

—「TRUE TELLER FAQナレッジ」活用事例—

企業ブランドに影響を与える要素のひとつとして、顧客接点での好感度を重視する企業では、コールセンターなどでの顧客対応品質の向上に力を入れている。そこで注目されているのがナレッジとしてのFAQシステムである。本稿では、FAQ管理のトータルシステムである野村総合研究所（以下、NRI）の「TRUE TELLER FAQナレッジ」を、活用事例を含めて紹介する。

重要性が高まるFAQの整備とその課題

FAQとはFrequently Asked Question（頻繁に尋ねられる質問）の略で、そのような質問を集めて回答とともに掲載したQ&A集を指す。多くの人が同じ質問をすると思われるので、あらかじめQ&Aを用意しておくわけである。

一般消費者を対象とする企業の多くが、FAQをWebサイトで公開しているほか、コンタクトセンターなどでオペレーターが利用するためにFAQを用意している。これによって問い合わせに対する的確で素早い対応ができるので、結果として顧客満足（CS）を高めることができるからである。

コールセンターなどに問い合わせをしたとき、たらい回しにされたり、応対するオペレーターによって回答が違ったりすれば、当然その企業に対する信頼は薄くなる。そのため企業にとってFAQの整備は重要な課題である。また、コールセンターは一般に離職率が比較的高く、オペレーターが離職するとその知識も同時に失われてしまうので、人材教育の観点からも、ベテランのオペレーターなどがもつ暗黙知を誰でも共有できるナレッジと

してまとめ、誰でもスキルにかかわらず質の高い応対が行えるようにすることが必要となる。FAQは、凝縮されたナレッジの結晶なのである。

ところが実際には、FAQを管理する仕組みが整っていないために、新商品や新サービスの登場時に想定される質問のFAQは作成するものの、その後の追加・修正が実施されていないことも多い。また、FAQの内容を承認するプロセスが煩雑なために、追加・修正のメンテナンスに時間がかかりすぎたりするケースもある。こうなると、FAQが陳腐化してしまい、問題解決型のナレッジとして品質を維持することが難しくなる。これらは、多くの企業にとって共通の悩みであるように見受けられる。

FAQ管理の効率化を支援するツールとして

そこでNRIでは、コールセンターやヘルプデスクのシステム構築に多く携わってきた経験に基づいて、FAQの検索、作成、承認、公開と、検索ログを使ったFAQ利用状況の分析まで、一連の業務をサポートするFAQ管理のトータルシステム「TRUE TELLER FAQナレッジ」を開発した。

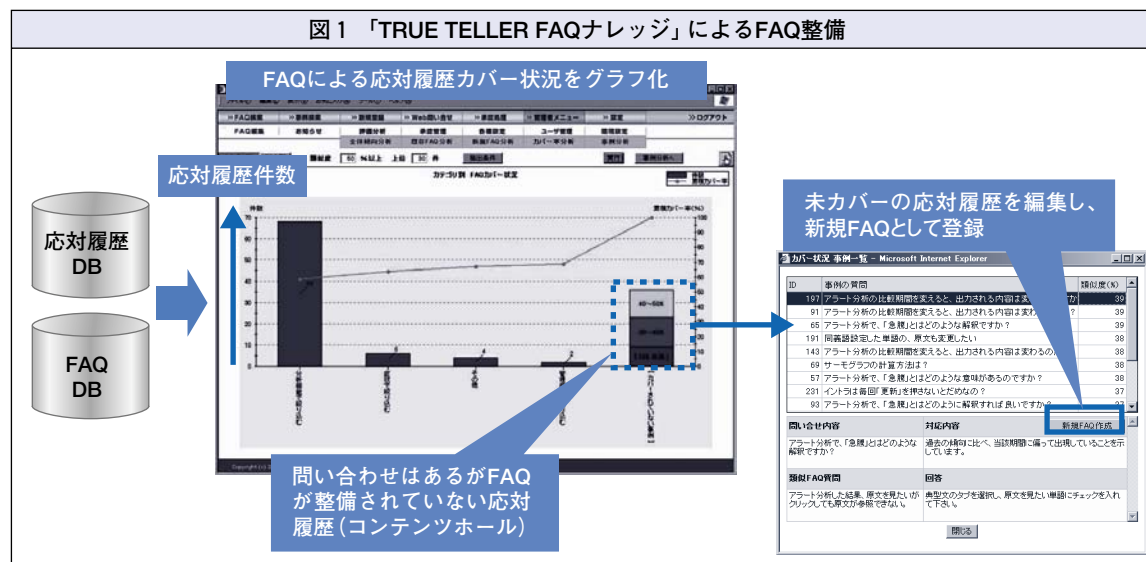
野村総合研究所
サービス・産業システム事業本部
ビジネスインテリジェンス事業部
システムコンサルタント
矢田部竜裕（やたべたつひろ）
専門はテキストマイニングによる分析の
コンサルティング



野村総合研究所
サービス・産業システム事業本部
ビジネスインテリジェンス事業部
副主任システムコンサルタント
鈴木賢治（すすむらけんじ）
専門はテキストマイニングによる全社的な
顧客の声の導入・活用コンサルティング



図1 「TRUE TELLER FAQナレッジ」によるFAQ整備



「TRUE TELLER FAQナレッジ」では、「TRUE TELLER」で培ってきた構文解析技術を活用した高精度の検索が行え、検索スピードも、1万件のFAQ検索に要する時間が1秒程度と非常に高速である。またWebベースのシステムながら、検索結果を瞬時に表示することが可能である。さらに、カテゴリのツリー・リスト表示や、ユーザーごとのショートカットキーの設定、検索からFAQ評価までを同一画面で行えるようにするなど、検索の高速化を可能にする操作性の改善も図られている。

各種分析機能の搭載も大きな特徴で、既存FAQの利用状況を分析して修正すべきFAQを発見したり、ユーザーの検索文から新規のFAQ候補を発見したりすることが可能である。また、既存FAQと対応履歴の類似度から、FAQでカバーできていない対応履歴

(コンテンツホール)を発見し、それに基づいて新たにFAQを作成することもできる(図1参照)。このほか、FAQを公開する際の承認フローを支援する承認機能、作成されたFAQを自動的にホームページ上に公開するインターネット公開機能などにより、FAQの作成から承認、公開、分析までをシームレスに連携する統合環境を実現し、FAQの効率的な管理を行うことが可能である。

以下では、導入事例に基づいて「TRUE TELLER FAQナレッジ」の実際の使われ方をみていくことにしよう。

ヘルプデスクでの導入事例 (東京海上日動コミュニケーションズ社)

東京海上日動コミュニケーションズ社は、東京海上日動社の自動車ディーラー向けのヘルプデスクを運用しており、1日に600件以

上の問い合わせに対応している。問い合わせは顧客と商談中のディーラーからのものが多いため、なるべく短時間で手際よく質問に答えることが求められる。東京海上日動コミュニケーションズ社は、2004年に社内向けのFAQシステムを構築したものの、検索スピードが遅い上に、FAQのメンテナンスも大きな負担となっていたため、2005年4月から「TRUE TELLER FAQナレッジ」を導入することになった。

その結果、検索一覧にプレビュー画面がついている上、従来は数秒から10秒程度を要していたFAQの検索が1秒以内に短縮されたため、目当てのFAQへの到達率が大幅に向上した。1時間あたりのオペレーターの応対処理件数も、導入前は多くても4件程度だったものが6件を記録する時間帯もあり、1.5倍の生産性向上が実現した。また、保険規定などの変更にとまなうFAQの修正も一括してできるなど、FAQ更新の作業負荷も削減されている。

今後は、「TRUE TELLER FAQナレッジ」を新人の現場配属までの時間の短縮につなげるべく、新人研修にも実践的に活用する予定であるという。また、問い合わせログとFAQのカバー状況分析を使ってナレッジのカバー率を向上させたり、質の高いFAQを作成したユーザーの貢献度を評価したりするなど、FAQと人の評価も継続的なメンテナンスに組み込んでいくことを検討している。

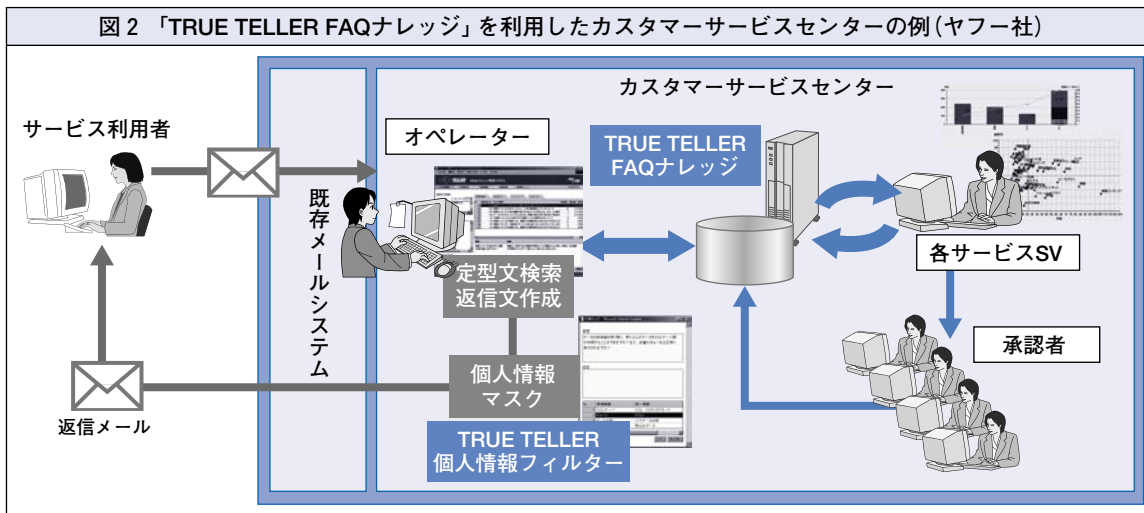
カスタマーサポートセンターでの導入事例 (ヤフー社)

情報ポータルサイト「Yahoo! JAPAN」を運営するヤフー社のカスタマーサポートセンターでは、24時間365日いつでもEメールを中心とした問い合わせに対応できる体制を敷いている。急速に拡大しているヤフー社のサービスは80以上にも及び、問い合わせの内容はサービスの利用方法から、オークションでの支払いに関するものまで幅広い。

センターでは、問い合わせへの対応が終わったタイミングで、毎回、顧客満足度調査アンケートを実施し、4半期ごとに応対品質に関する顧客満足度を評価するなど、継続的に応対サービスの品質向上を図っている。

ヤフー社のサポートセンターでは、回答の即時性に加え、返信内容の的確さを非常に重視している。問い合わせに対する回答が的を射ていないと、第2、第3のやり取りが発生し、日々新たに寄せられる膨大なメールと合わせて、雪だるま式に問い合わせメールが溜まっていくことになる。その意味で、日々変化する各サービスそれぞれに対して、良質な回答テンプレートを継続的に用意し、それに効率よくたどりつけることが、FAQシステムに求められている。

ヤフー社では、従来はマイクロソフト社のデータベースソフトであるAccessを使ってFAQデータベースを構築していた。しかし



サービスが急速に拡大するなかで、FAQのメンテナンスが煩雑になる傾向があり、欲しい情報が検索しても見つからないことも少なくなかった。また、Accessではキーワード検索しかできないために検索効率が思うように上がらなかったことも、自然文で検索ができる「TRUE TELLER FAQナレッジ」を導入することになった理由のひとつであった。

現在「TRUE TELLER FAQナレッジ」は最大約250人のオペレーターが利用しており、管理者が定期的に検索ログを分析して、FAQの修正や新規追加などのメンテナンスを行っている（図2参照）。今後は、より質の高いナレッジを蓄積するため、ユーザー評価機能を使って組織貢献度の高いFAQをより多く生み出しているユーザーを評価するなど、インセンティブを与えるための仕組みも整えていく予定である。

セキュリティに関しては、基本的なアカウ

ントレベルでのアクセス制御に加え、セキュリティの高い部屋、低い部屋のどちらの部屋からのアクセスかといったポートレベルでの制御を行っている。さらに、情報漏洩の防止策として、メールの返信文に含まれる個人情報をテキスト文中から抽出して削除するようになっている。

企業価値の向上につなげる仕組みとして

商品やサービスが多様化し、しかもそのライフサイクルが短くなってきている昨今、組織的に顧客対応能力を高めていくためには、継続的な「問題解決型ナレッジ」の蓄積がポイントとなる。そのために、効率的かつ継続的にFAQのシステムをメンテナンスし進化させていくための仕組みと、人の評価を含めた体制を整えていくことは、今後、企業そのものの価値を高めていく上でも大きなカギとなるものと考えられる。