



## NTT東日本／キューアンドエー

# 社会的な課題「シニアのデジタルシフト」に挑む CX向上をもたらしたセルフサービス改善術

NTT東日本は、通信サービス「フレッツ光」のユーザー向けにテクニカルサポートを展開。PCなどの接続設定やアプリの使い方全般の問い合わせに対応している。サポート業務はキューアンドエーに委託、対応件数は月平均で約3万3000件だ。今回、デジタルチャンネルをシニア向けに改善した取り組みを発表した。

両社のミッションは、「IT全般を幅広くサポートすることで顧客により良いインターネットライフを提供すること」である。徐々に問い合わせ手段も電話からWebフォームやチャット、音声自動応答へシフトさせてきたが、電話で問い合わせしてくる顧客の多くを占めるシニア世代にとっては、デジタルチャンネルはややハードルが高い。

キューアンドエーNTTオペレーション事業部 NTT第1オペレーション部 サブマネージャーの藤本美緒氏は、「シニア層がFAQ

サイトやチャット窓口を利用しやすい導線を設計すれば、CXの向上につながると考えました」と、取り組みの経緯を振り返った。

## シニアの特徴を徹底研究！ 独自の言い回しにも着目

まずFAQサイトは、トップページからの直帰率を課題視した。トップページに該当するFAQがないと、それ以上、探すことなく離脱する傾向が強い。そこで、電話などで問い合わせが多いものを定期的に集計し、トップページに30問ほどをピックアップして掲載。これにより、直帰率が7%低減した。さらに、「Wi-Fi」などシニアが誤入力しやすいキーワードにも対応。「わいふあい」「ういふい」などでもヒットするように辞書登録することで、約35%、PV(ページビュー)率が向上した。

有人チャットでは、シニアの独特の言い回しに合わせた対応で解決率が10%向上した。具体的には、「アイコンをずるずるしたら……」と言われた場合、オペレーターも「ドラッグ」という言葉は使わず、「ずるずるさせてください」と表現を合わせて対応した。



キューアンドエー  
NTTオペレーション事業部 NTT第1  
オペレーション部  
サブマネージャー  
藤本美緒氏

ボイスポットでもシニア独特の言い回しを取り入れチューニング。また、有人対応と勘違いして長文で語り掛ける顧客が多く、AIが回答できないケースが頻発したため、あえて機械的な音声を採用し、「短文でご質問ください」と案内。これらの取り組みにより、解決率が25%向上した。

さらに、オペレータの積極的な案内で利用促進した。シニア層は、オペレータへ絶対的な信頼を抱くあまり、デジタルチャンネルを活用しない傾向がある。オペレータが操作手順を丁寧に案内し活用を勧めることで、Webサイトのサイトセッション数が70%、チャット起動数は110%も向上した。

一連の改善活動の結果、デジタルチャンネルの利用数は2.6倍、解決率は2.2倍に向上。アンケートでも、デジタルチャンネルへの好意的な声が多く寄せられている。

### 図 取り組みのポイント



人が使い方を紹介・説明して  
利用数UP



シニアの言い回しに適應して  
HIT率UP



ひとりひとりに合わせた対応で  
解決率・満足率UP