

消費生活相談デジタル・トランス フォーメーションアクションプラン 2023

2023年 7 月

- ◆ 消費生活相談デジタル・トランスフォーメーションアクションプランは、消費生活相談等について、目指す将来像とそれに向けた作業の進め方について、現時点における計画を示したもの。
- ◆ 引き続き、本プランに基づいて、関係者と協力しながら、細部を含めた検討、システム設計などを進め、DXを着実に推進していく。
- ◆ また、本プランは定期的に進捗状況を検討し、必要に応じ見直しを行うものとする。



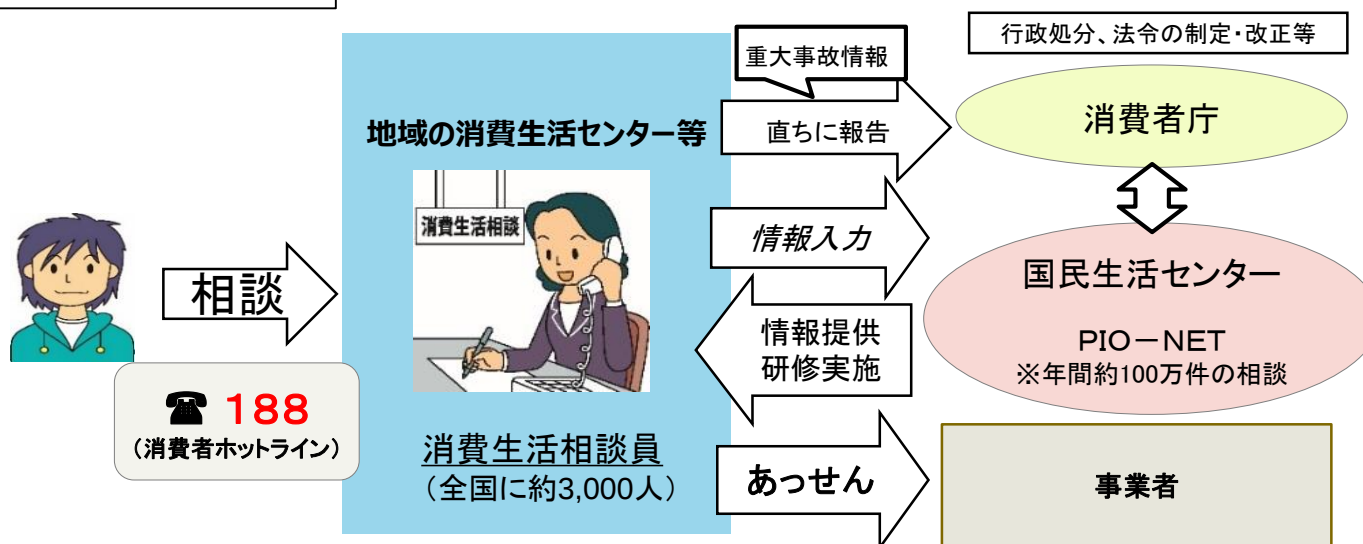
0. 消費生活センターの役割と消費生活相談

地方公共団体は消費生活センター(※)や消費生活窓口を設置し、主に以下の事業を実施。

- ① 消費生活相談（消費生活相談、あっせん等）
- ② 消費者教育・啓発（学校教育現場や地域での消費者教育の実施、高齢者の見守り、エシカル消費の普及等）
- ③ 事業者指導・法執行（行政処分の実施、消費者志向経営の推進等）

(※) 都道府県は必置、市区町村は努力義務（全国約1,000市区町村で設置（広域連携含む））

<消費生活相談のイメージ>



(注1) 国民生活センター等の登録試験機関が実施する消費生活相談員資格試験の合格者又はそれと同等以上の専門知識・技術を持った者

(注2) 全国の消費生活センター等に寄せられた消費生活相談情報を収集するシステム

1. なぜ デジタル・トランスフォーメーション（DX）か

社会全体

- ◆ 新型コロナウイルス感染症対策において、社会では、**デジタルシフトが急速に進展**
- ◆ 消費者の普段の情報収集、コミュニケーション手段もデジタル化が進展



テレワークの普及



遠隔医療の解禁



デジタルサービスの普及拡大



非接触・非対面のサービス

消費生活相談の現場

- ◆ 相談情報のデータ入力負担など既存の課題のほか、テレワークに対応できないなど、様々な要因により**新たな課題が顕在化**



電話・対面、紙媒体を基本とする業務であり、
テレワークに対応できない



電話もパソコンも固定
相談情報は全て手入力



インターネットもメールも
十分には利用できない環境

デジタル化、国際化、人口減少など、将来の社会の変化も見据えると、現状の考え方に捉われない
デジタル社会に即した消費生活相談やPIO-NETの抜本的な刷新が急務

2. 消費生活相談のDXの検討の進め方

DXのゴール（達成すべき目標）

- ① 消費者の、消費生活における**被害の未然防止と被害最小化**
- ② 消費者が困ったときに寄り添う**セーフティーネット**（被害救済）
- ③ ①、②を通じて実現される **消費者と事業者が対等な立場で行う健全な経済社会活動**の下支え

DXにおいて重視する価値

- **消費者のことを第一に考える**（利便性の向上、デジタルに不慣れな方への配慮を忘れない）
- **現場の相談員が十分に力を発揮できる環境づくり**（働きやすさの向上）
- **相談データの有効活用**（相談の質の向上、消費者被害防止に役立てる）
- **社会環境の変化への対応**（デジタル化社会、高齢化社会、感染症や災害時への柔軟な対応）
- **地域の課題への対応**（小規模自治体地域の機能維持、相談員の担い手不足、見守り・啓発など地域の活動強化）

DXの検討の範囲

DXのゴールを達成するため、消費者の視点に立って、消費生活相談業務全般（入口から出口）及びその周辺領域との連携について、一連の流れとして捉え、以下の内容を幅広く検討する。

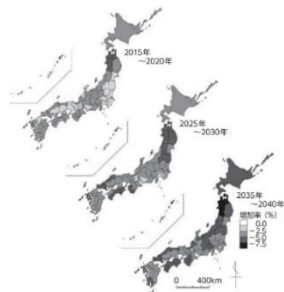
- | | | |
|------------------|---------------|--|
| ① 相談・苦情、問合せ、情報提供 | ④ 消費者教育・見守り | ⑥ 業務システム（PIO-NET、越境消費者センター（CCJ）システム、事故情報データベースシステム等） |
| ② あっせん | ⑤ 消費生活センターの運営 | ⑦ 電話系通信システム |
| ③ 相談データの利活用 | | |

DXの検討の方法

- 過去の取組から教訓を得つつ、現状を分析する。また、将来発生する課題に対応するため、2040年頃の社会環境も見据えながら、バックカスティング（将来像から逆算して今やるべきことを考える思考法）し、現実には照らして検討を行う。
- 民間の顧客対応窓口などで、利用されている管理手法やノウハウ、CRM（カスタマーリレーションシップマネジメント）システムなどを活用した相談業務の実現可能性や有効性などを複数の相談現場とともに検討・検証する。

3.1 多面的な分析からのDXの方向性 2040年の未来像

人口、社会保障、地方行政



- 人口規模が小さい地方公共団体ほど人口減少率が高くなり、4割が単身世帯となる可能性がある。
- 地方で先行して更なる高齢化が進み、大都市圏でも当面、**高齢者人口数が大きく増加**する。
- 社会保障の担い手が減少し、社会保障の維持や財政健全化に対し影響が及ぶ。
- 地方行政では、**更に少ない職員での行政運営が必要になる**可能性がある。
- 社会保障に係る経費や老朽化した公共施設等の更新に要する費用の増大が想定される。

「平成27年版 厚生労働白書」、「自治体戦略2040構想研究会第8回事務局資料」、
「日本の世帯数の将来推計（全国推計）」（2018（平成30）年推計）（国立社会保障・人口問題研究所）よりPTが作成

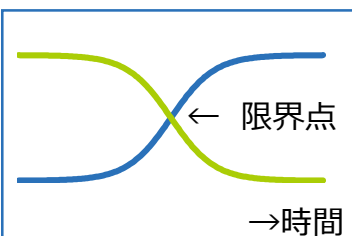
社会、技術、国際



- 人間らしさを再考し、多様性を認め共生する社会が目指される。
- リアルとバーチャルの調和が進んだ社会が目指される。
- 人間機能の維持とデジタルアシスタントとの融合による「個性」が拡張した社会が目指される。
- カスタマイズと全体最適化が共存し、人間らしく生き続けられる社会が目指される。
- 新型コロナウイルスの感染拡大により、人の移動も停滞する中で、**国境を越えた交流による付**
- **加価値の追求は、デジタル分野に重心を移動**していくことが想定される。

「令和2年度版科学技術白書」、「通商白書2020」よりPT作成

消費生活相談



— 行政サービス — 行政需要

- 社会経済が一層高度化・複雑化、デジタル化し、既存の概念を超えた商品・サービスが増加する可能性がある。
- グローバル化が進み、国境を越えた消費が増加する可能性がある。
- 高齢化が更に進み、また消費者自身による解決が難しい問題が増加し、相談需要が高まる可能性がある。
- 消費生活相談業務に投入する人・もの・金が一層限られるおそれがある。

➡ **行政需要に対して、提供できる行政サービスが追いつかなくなるおそれ**

3.2 多面的な分析からのDXの方向性 過去の改革体験からの教訓

過去にもPIO-NET刷新が実施されているが、関係者の様々な考えが絡み、かつプロジェクト推進体制にも課題もあり、十分な改革に至らなかったとの指摘があった。

DXの推進にあたっては、このような指摘から教訓を得て、改革を進めていく必要がある。

消費生活相談の現状

消費者が相談した内容について、本人の同意なく、相手方事業者を含めて誰にも知られない（本人が特定されない）ということは、消費者が安心して相談するための前提条件。この点について、相談現場では非常に留意している。

国等によるデータの活用、情報公開請求等に備えた、データ入力に関するルールが多数あり、それが相談情報の登録・確認の負担になっている。

一方で、新たな消費者問題や消費者行政のニーズに対応しようとして、データ項目やキーワード等を増加させることにより、入力画面等が複雑化している。

利用機関、利用者が非常に多く、利用者のITリテラシーや考え方の違い、相談頻度の多少により、機能改善の要望に温度差があった。また、自治事務への配慮等もあり、使い勝手の向上と現状維持のそれぞれの要望のジレンマに陥り、予算内で改善できる範囲の刷新に留まった。多くの利用者が様々な用途でPIO-NETを利用しており、機能の削除や大幅な見直しは困難だった。

過去のPIO-NET刷新の状況

国センでは、PIO-NET刷新に係るプロジェクトを、システムを担当する部署任せで行い、業務改革・サービス改革に向けた必要十分な体制で取り組むことができなかったとの指摘あり。また、消費者庁も、現状を改革する知見も体制も十分ではなかった。

初期のPIO-NETは、インターネット普及前の当時、専用回線、専用端末等の閉ざされたネットワークで開始した。個人情報・情報セキュリティを重視する傾向も相まって、現状の閉ざされたシステム構造からオープンなシステムへの変革が困難であった。

過去の機能を維持しながら新たな機能を追加する対応を続け、システムが最適化することなく重厚長大化した

3.3 多面的な分析からのDXの方向性 将来像からの再構築が必要

現状分析

- ・ 消費者トラブルとは関係のない相談が寄せられる
- ・ 相談対応に参考となる資料がバラバラで探しにくい
- ・ あらゆる相談に対応しなければならず、自己研鑽が欠かせない
- ・ 相談情報の入力負担が大きい
- ・ 専用端末がインターネットに接続できない
- ・ 専用端末、固定電話でしか相談対応できないので職場に行かないといけない
- ・ 相談情報の入力に、きめ細かいルールがあり、負担感がある

- ・ 相談員の担い手、成り手がおらず、困っている
- ・ 相談員が入力した相談情報を確認し、決裁するのが大変
- ・ 個人情報の取扱いを慎重にしないといけない
- ・ 予算を確保しないといけない
- ・ 併任・兼務で、職員の体制が不十分なところもある



相談員



消費者



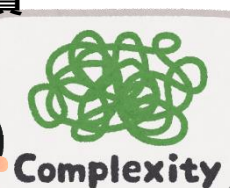
消セン職員



国セン



消費者庁



Complexity

- ・ 相談で、どのようなサービスが受けられるのか、わかりにくい
- ・ 相談受付時間中に相談する時間が確保できない
- ・ 特に都市部は電話がつながりにくい
- ・ メール、SNSなどのデジタルチャネルに対応していない
- ・ 解決方法をwebで調べたが見つからない

- ・ 消費生活センターごとに業務方法にばらつきがあり、全ての要望を聞くのは難しい
- ・ 消費者庁や報道機関などから正確なデータの提供を求められる
- ・ 入力された相談情報のデータ補正に負担感がある
- ・ データ利活用などの教育・訓練に時間を割けない

- ・ 相談の最近の傾向を迅速に把握できない
- ・ 政策の裏付けとなる相談情報の正確なデータがほしい
- ・ 法執行の裏付けとなる相談内容の詳細な情報がほしい
- ・ 検索・集計がわかりにくく、使いこなせない
- ・ 検索・集計の習熟機会が乏しい

関係者ごとに視点の異なる課題が記載できないほど存在し、複雑に絡み合っている

DXを進めるに当たって

- ✓ 機械でもできることは機械にやってもらい、人の業務の負担軽減や高度化（人がやるべきことにより注力）を図る
- ✓ 現状を前提としてスタートせずに、将来像から現実には照らしてサービス・業務を再構築する

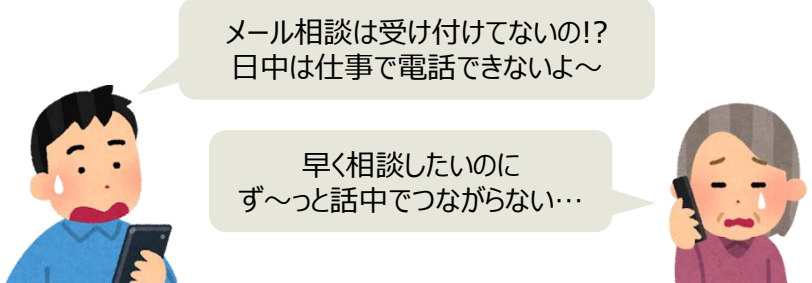
4.1 DX後のポジション（立ち位置）

項目	DX前	DX後
フォーカス	相談者全般	よりサポートが必要な相談者、潜在的相談者にも
マネジメント・スタイル	相談員の個人の力に依存しがちな側面	組織全体としての総合力
重視するスキル	消費生活相談に関わる幅広く深いスキル	役割や経験に応じたスキル（消費者問題の専門知識、コミュニケーション、人材育成…）
相談プロセス	一人で完結	分業・サポート・連携、標準化、可視化
ナレッジ（有益な知識・情報）	暗黙知（個人的な知識）、都度の情報共有	形式知（見える化された知識）、持続的な更新
データの活用	利用者の求めによるデータ活用、正確な分析	他の情報を含め、多角的で迅速かつ恒常的な傾向分析とモニタリング
システム開発	自前主義、独自開発	既存のものの組み合わせ、汎用的なものを利用
電話回線	各センターで回線整備。188から各センターに電話転送。電話とシステムは分離	非常時用を除き、電話網を一元的に整備。電話とシステムの連携

4.2 DX後のサービス・業務イメージ

(1) 消費者の利便性向上

現状	①消費者向けFAQ（自己解決支援） 解決方法をWebで調べても見つからない。 消費者庁、国民生活センター、各自治体のホームページに注意喚起があるが、どれを見ればよいかわからない 
DX後	ポータルサイトにFAQを掲載し、消費者の自己解決を支援。 2023年4月より、先行的な実証実験として、「消費者トラブルFAQサイト」を国民生活センターにて開設 

現状	②相談手法のマルチチャネル化 メール相談を実施している自治体は拡大途上。 相談件数の多い自治体では、電話が混雑している 
DX後	ポータルサイトに全国共通のWebフォームを整備し、メール相談や、相談の予約の受付を実施（消費者庁・国民生活センターで検討中） 

4.2 DX後のサービス・業務イメージ

(2) 相談業務の支援

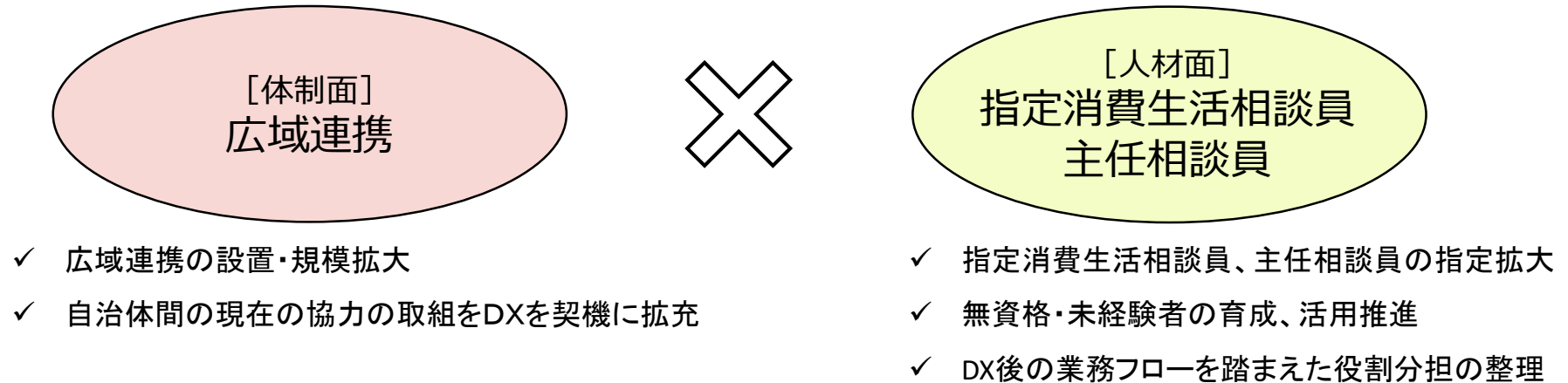
※このほか、音声認識によるデータ入力の手軽化や、テレワークが可能なシステムを検討中

	③ナレッジ（相談員向けFAQ）の整備
現状	相談処理の情報収集にあたり、紙のマニュアルや研修資料、PIO-NET等から必要な情報を自分で探し出す必要がある
DX後	相談の大まかな内容を入力すると、ナレッジ（相談員向けFAQ）が自動で表示。 相談員の負担が軽減され、相談対応の質が向上 Q.迷惑メールを止める方法がありますか？ A.迷惑メールへの一般的な対処方法は... ①差出人アドレスを... ②キャリアやプロバイダの... ぴったりのナレッジが自動で表示された！

	④相談データの利活用
現状	PIO-NETの検索・集計機能では、相談員の通話時間や応答率を分析することはできない。 相談件数の増減を調べるにも、検索のコツ(経験)が必要
DX後	相談件数だけでなく、処理状況、通話時間や時間帯・曜日別の応答率などが分析可能になり、業務状況を可視化。 相談件数の増減や内訳は、視覚的に分かりやすい

4.3 DX後の相談体制構築に向けた取組

- DX後のシステムを最大限に活用し、DXによる恩恵を最大化するため、自治体間の協力体制の充実などが必要



自治体間の協力体制のポイント

- ① 協力体制の中に指定消費生活相談員、主任相談員を配置
- ② ①により、現場の相談員を支援できる体制を構築
- ③ 協力体制全体として、多様なチャネル（当日電話、Web予約電話、Web相談）に対応
- ④ 最寄りのセンターで対応できない場合、協力体制内で相談を割り振ることが可能に

現在の取組の充実

目指すところ

消費者、相談員、行政職員にとって
安心できる消費生活相談の協力体制の構築

DX後の相談員の役割

- DX後の総括的役割を担う相談員（指定消費生活相談員¹を含む）
相談員の対応支援、相談対応の質の向上
- 主任相談員²
相談員の対応支援、自身でも相談対応
- 相談員
現場において相談対応
- 相談補助員³
事前に相談内容が分かるものから始め、研修の進捗等に応じて相談対応

注1 市町村の行う消費生活相談やあっせんに関し、助言、協力、情報提供などの援助を担当。

注2 消費生活相談員のリーダーとして、他の相談員の育成や相談員等からの問合せに対する助言を行うといった役割を担当

注3 資格取得を目指している無資格者を想定

5. DXに向けた課題整理マッピングと主な検討論点

① 業務設計			■ 消費者とのタッチポイントと導線の整理 ・ 多様な消費者のニーズにあった窓口、手段を再考し、タッチポイント・導線を最適化 ■ 業務設計（民間で行われている以下の点を参考に必要な機能を検討） ・ 業務フロー：可視化で効率化できるプロセスの検討、業務の標準化 ・ コールフロー：入電から終話までの設計、スキル定義、スキルベースルーティングの設計 ・ 対応水準の向上：評価基準、手法、頻度、改善手法、検証方法等の体系化 ・ 業務量管理：コール予実管理、シフト計画、リアルタイムモニタリング ・ データ管理：リアルタイム反映、データの整理、レポート設計、各指標定義 ・ データ分析：現行のキーワードに代わる集計・検索、分析手法 ・ 広報戦略：関心を引き、SNSで拡散されることを意識した情報提供、家族・友人もターゲット ・ 行政機関等への情報提供：カジュアル・ユーザー向けの検討、ハード・ユーザーにはAPI提供 ・ 情報公開：標準的な考え方を整理 ■ ナレッジ管理 ・ FAQの作成フロー（質問と回答の作成、承認、評価、更新、削除） ■ 新オペレーションの検討 ・ 支所や公民館などでのサテライトオフィス・在宅での業務、広域的な連携とBCP
入口 （タッチポイントと導線）	業務処理 （オペレーションとマネジメント）	出口 （アウトプット）	
誰でもが 知りたい情報に、望む 手段で簡単 につながるか		どのデータをどの タイミングで どこにレポート するのか	
② 人材			
③ 運営体制と自治体間の協力体制			■ 人材管理 ・ 職階、職種、スキル、キャリアパス、採用、教育・訓練、報酬、健康管理の整理 ■ 教育：育成プロセス ・ e-Learning、リモート研修の強化、相談員間のオンラインコミュニティの形成促進 ■ やりがいの醸成 ・ 相談員からの消費者庁等への提案、表彰、双方向コミュニケーション（認め合う）の機会提供
④ 環境・基盤システム			■ 運営体制 ・ 役割分担・スキルや教育・訓練、休暇・休憩の管理等の各種イベントも含めたシフト計画とツールの導入 ■ 自治体間の協力体制 ・ 現状の資源を有効活用できるように、自治体間の役割分担や組織をまたいで相談、助言ができる仕組みの検討
⑤ ガバナンス			■ コールセンターシステム ・ PBX、IVR、ACD、CTI、音声認識、CRM、ナレッジ管理、WFM、BI等の利用 ■ システム基盤・電話網・OA環境 ・ クラウドサービス、インターネット利用、電話網の一元管理、地方公共団体によるOA環境整備
⑥ 法体系			■ 地方公共団体による各消費生活センターの運営実績の把握と改善 ■ 効率的、機能的な消費生活相談サービスの提供を可能にする法体系

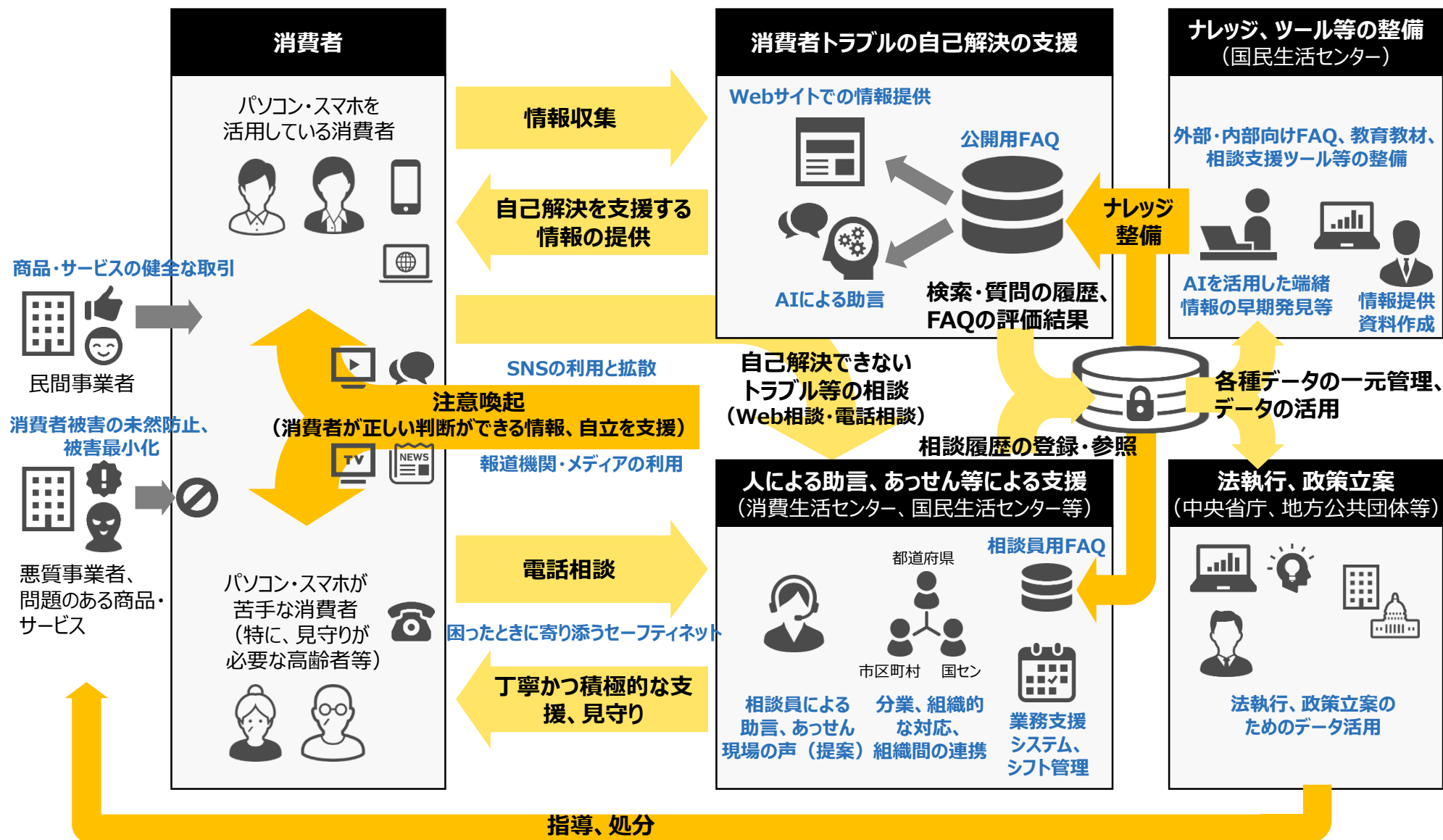
6.1 DX後のサービス全体俯瞰図

健全な経済社会活動の下支え

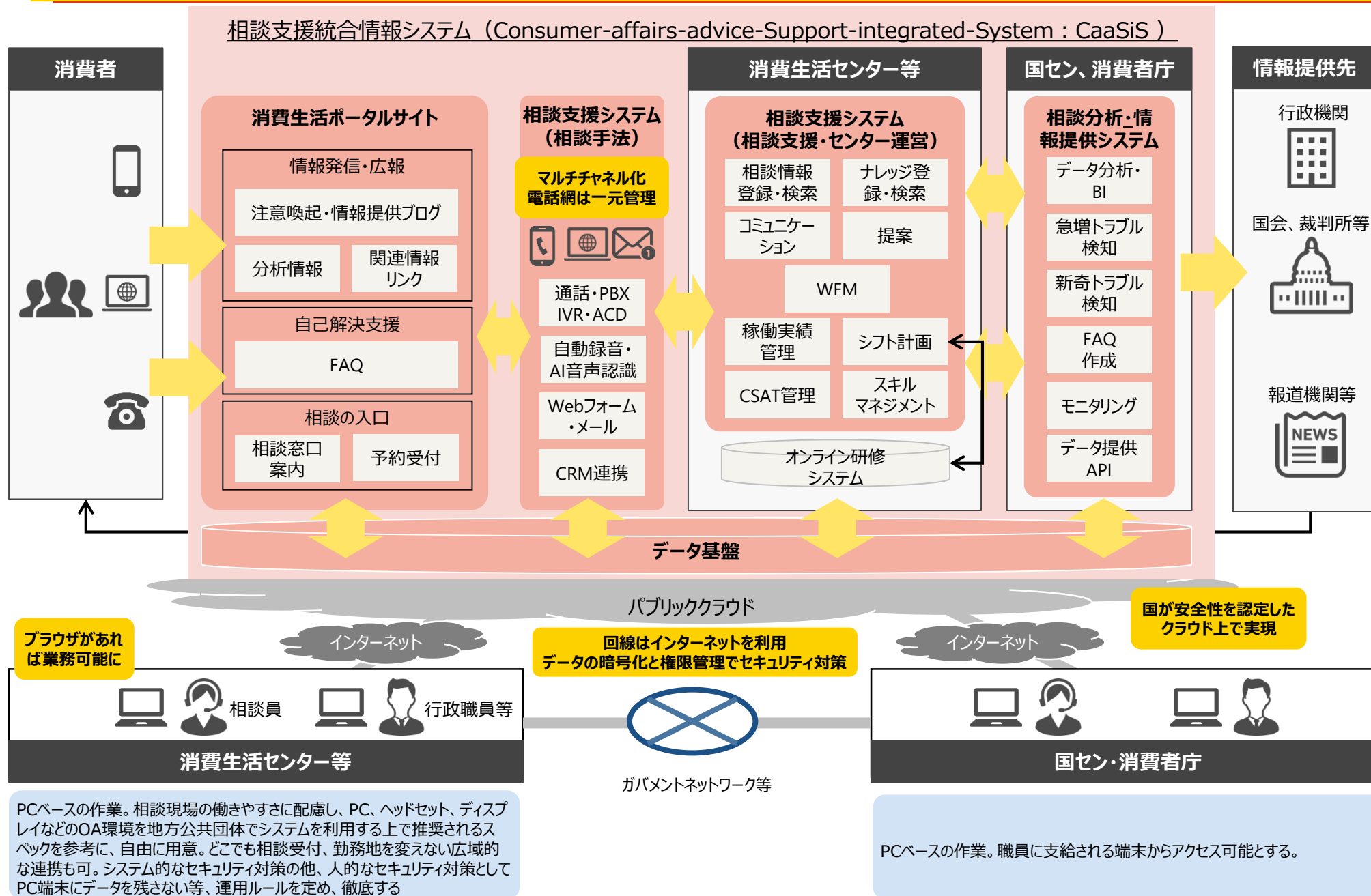
対象者ごとの適切なサービスの提供

人でしかできないことへの集中

データの整備と有効活用



6.2 DX後のシステム全体俯瞰図



7. DX後に期待される効果

DXに際しての主な検討のポイント

FAQ、ウェブサイトの充実など、相談に至る前の**消費者自らの解決支援を強化**

電話や対面の相談に加え、メール、ウェブフォーム、SNSの活用など、**消費者のニーズや属性、相談内容に合わせ、手法を組み合わせる等、相談手法を多様化**

電話相談時の音声テキスト化、ナレッジの整備やデータ検索の使い勝手の改善、相談履歴やマニュアル類の画面自動表示など、**相談業務を支援するシステムを導入**

あわせて、業務プロセスの効率化、システムへの入力項目の削減・入力サポート等、**業務を効率化**

新たなデータ分析手法による事案の早期発見、FAQ・ナレッジの作成補助、他行政機関への情報提供など、**データ活用機能を強化**

PIO-NETの専用回線、専用端末、独自開発等の自前主義から、**インターネットと市販のクラウドサービスを活用するシステムへの移行**

自治体間の協力体制の深化、相談員のキャリアアップ支援など人材を活かす環境づくり

期待される主な効果

消費者（相談者）にとっては、**トラブル解決のための選択肢が広がり、情報や相談窓口へのアクセスが改善**することで、不満の解消につながり、利便性が高まる。

相談現場では、消費者自らの解決の促進により**相談対応の業務が軽減**される。

相談員が対応に集中し十分に能力を発揮できる環境を提供し、**相談業務の負担の軽減や対応の質を向上**する。

場所に捉われない、**多様な働き方ができる環境**が醸成される。**自治体間をまたいだ協力も可能でBCP対策にも寄与**する。

人が行うべき業務へ集中することができる。これまで電話がつながらなかった相談者から相談を受け付けられ、デジタルが得意でない相談者や、**より助けが必要な相談者に対し、手厚い対応ができる**ようになるほか、消費者教育の推進や見守りの強化にもつながる。

政策推進や分析の現場では、分析機能の充実や幅広いデータの利活用の促進により、消費者への迅速な注意喚起、法執行、制度改正等を通じた、**被害の未然防止、再発防止機能が強化**される。

担い手確保、小規模自治体地域でのサービスの維持

8. 目標とモニタリング

指標管理

- ◆ DXのゴールを達成に向け、ゴールの達成に資する観点から行われるDX施策に関連する消費者の利便性・満足度、業務効率・品質向上等に関する2030年度までの目標を主要成功要因（KPI）として設定。DXの検討に応じて、変更する可能性あり
- ◆ DX開始年度における開始後、6か月間、計測した値を参考に下記の目標値の方針となるよう基準値を設定
- ◆ 主なモニタリング指標は、目標値は設定しないものの、消費者の利便性・満足度、業務効率・品質向上等の観点で定期的に参照されるべき指標

2030年度までの目標

ゴール	DX施策	指標	解説	目標値の方針
被害の未然防止等	自己解決の促進	FAQアクセス数	消費生活ポータルサイトのFAQのアクセス数（訪問者数）	増加
		FAQ優位評価件数	消費生活ポータルサイトのFAQが役立ったと評価された件数	増加
	相談対応の品質の向上	ナレッジアクセス数	相談支援システムのナレッジへのアクセス数（訪問者数）	増加
		ナレッジ優位評価件数	相談支援システムのナレッジが役立ったと評価された件数	増加
		相談対応苦情化件数	相談対応において、満足や感謝が得られず苦情化した件数	減少
	教育・啓発の充実	ニュース掲載件数	ニュースメディアのウェブサイトに消費生活関連の記事が掲載された件数	高い水準
		教育実施延べ人数	出前講座等において講座を受講した延べ人数	増加
	見守り活動の促進	消費者安全確保地域協議会設置団体数	消費者安全確保地域協議会（見守りネットワーク）の設置団体数	増加
寄り添うセーフティネット等	相談対応の業務の効率化	放棄率	電話がつながらず、相談を断念した割合	減少
		Web相談率	登録相談件数に占めるWeb相談の件数の割合	増加
		自治体間連携取組件数	自治体間で連携して消費生活相談サービスを提供する取組の件数	進展

主なモニタリング指標

- 相談件数 ■ 総契約額 ■ あっせん率 ■ FAQ経由相談率
- 平均通話時間 ■ 平均通話保留時間 ■ 平均相談処理時間 ■ 予約相談率

9. アクションプランの推進方策 10. アクションプランの管理

アクションプランの推進方策

- アクションプランを推進していくため、システム移行に伴うOA環境の整備等のデジタル化の推進、自治体の連携の推進など、地方消費者行政強化交付金による地方自治体の取組の支援を検討

アクションプランの管理

- アクションプランを推進し、新たな業務・システム体系へ期間内に着実に移行するため、次の取組を行う。
 - ① DXプランの進捗を、学識経験者、実務家、相談現場の各有識者から構成される「消費生活相談デジタル化アドバイザリーボード」へ定期的に報告
 - ② DXプランの内容について大きな変更を要する場合には、「消費生活相談デジタル化アドバイザリーボード」の意見を聴取

11.消費生活相談DX・ロードマップ

	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度～
電話に加え、メール・SNS等による相談受付の推進	地方消費者行政強化交付金の活用、SNS相談対応マニュアルの周知等により、地方の消費生活センターのメール・SNS等による相談を支援（消費者庁）			
PIO-NET 刷新などDX推進	【DXの方向性検討】 - 相談現場の課題の洗い出し - 有識者による「アドバイザーリーボード」の議論（2021/5-） - 中間的とりまとめ(2021/9) 【プロトタイプの試行】 (2021/12-2022/3) - 主に相談員向けの入力画面や入力項目などを検証（国民生活センターと8自治体で試行） - プロトタイプは民間コールセンター等で使用される業務支援システムを活用	【「アクションプラン2022」 (2022/6)】 DXが目指す将来像と作業の進め方を提示。全国の地方自治体と共有。 【プロトタイプ改良版の検証・深化】 - 相談業務の流れを踏まえた業務全体の検証と深化（国民生活センターと14自治体で試行） - プロトタイプ改良版の活用 - 中小自治体の支援も含めた運営体制の検証 【コンテンツの先行整備】 - 消費者向けFAQの拡充・強化 - AI等による相談データの解析手法の開発（事案の早期発見など） - 相談員向けオンラインマニュアルの整備	【「アクションプラン2023」 (2023/7)】 アクションプラン2022をブラッシュアップ。ガイドラインや標準業務モデルと併せて、全国の地方自治体と共有。 【新システム基盤の整備】 相談支援総合システム調達準備 ・消費生活ポータルサイト 【業務基盤の整備】 - 相談員・職員に対する研修体系の検討 - 自治体間の協力・連携など地方自治体の体制整備 【コンテンツの先行整備】 - 消費者向けFAQサイト試行版の公開 【先進的な取組の検討】 - AI等による相談データの検索手法に関する実証実験 【コンテンツの先行整備】 - 相談員向けオンラインマニュアルの整備	ブラッシュ・アップ 【新システム基盤の整備】 相談支援総合システム設計開発 ・相談支援システム ・相談分析・情報提供システム ブラッシュ・アップ ブラッシュ・アップ 新システムへの組入を検証 新システムへの組入

用語解説（1/2）

用語	解説
音声認識	音声認識技術を利用し音声をテキスト形式に変換すること。PCから検索やコール履歴の管理を行うことができる。リアルタイムでテキスト化をすることで禁止文言を発見して、その場で訂正を促すことができる等のメリットがある。
コール予実管理	呼量予測/コール予測。過去の呼数の実績、日柄・曜日・時間帯などの変動要因をもとに、時間帯毎・日毎・月毎などの着信呼数を予測すること。
コールフロー	相談者からの電話を担当者のスキル分けやIVR等を用いて効率的に振り分けるための流れのこと。
スキルベースルーティング	電話の相手や内容に合わせて、そのコールを処理するスキルを備えた担当者又はグループに即時にコールを割り当てるACD・CTIの機能。
タッチポイント	相談者との接点。物理的な接触だけでなく、インターネットやSNS等もタッチポイントとされる。
ナレッジ管理	知識や情報を組織全体で可視化・共有し、有効に活用することで品質・効率・生産性を上げようとする手法。
ヘッドセット	イヤホンとマイクが一体化した通話装置。頭部に装着することで通話中も両手が自由になり、端末操作など別の作業を行える。
マルチチャネル	電話をはじめ、Eメール、Web、ソーシャルメディア、チャット、FAXなど、多岐にわたる手段での対応のこと。
リアルタイムモニタリング	実際に相談者と対応をしているその生の声をモニタリング用回線で聞くこと。

用語解説 (2/2)

用語	解説
ACD (Automatic Call Distribution)	着信したコールを自動的に管理、コントロールする装置。次々に入る着信コールを、その時点で空いている、あるいは次の応答を最も長時間待っている適切なスキルを持った担当者から順次均等に配分できる機能を備える。
BI(Business Intelligence)	ビジネスインテリジェンス。組織内外の事実に基づいた膨大なデータを体系的に蓄積、分類、分析、加工を行い、各種の意思決定を迅速に行うようにするといった概念。また、その活動を支えるシステムやテクノロジーをさす場合もある。
CRM (Customer Relationship Management)	企業において、顧客満足度を向上させることによって、企業にも利益がもたらされるように、顧客との長期的関係を構築することに力点を置く経営手法のこと。
CRMシステム	CRMを実現するためのシステム・製品・サービスのこと。顧客情報・クレーム・要望等の様々な情報をDB化し、データの共有・分析を可能にするシステム。CTI連携してナンバーディスプレイ機能を利用することにより着信時の顧客情報検索を自動化することが可能。
CSAT (Customer Satisfaction)	サービスや製品に対して顧客がどの程度満足しているかを測る指標。
CTI (Computer Telephony Integration)	電話交換機とコンピューターを機能統合したシステム。ナンバー・ディスプレイ機能を活用し、データベースから着信呼の情報（電話相談者の属性、対応履歴など）を着信側のPC画面に自動表示できるインバウンド機能、コンピューター側から渡された電話番号を基に発信業務を行うアウトバウンド機能などが含まれる。
IVR (Interactive Voice Response)	組織の電話窓口で、音声による自動応答を行うコンピューターシステム。発信者のダイヤル操作に合わせて、あらかじめ録音してある音声を発信者側に自動的に再生する。音声認識機能を備え、相手の発話に応じて再生内容を決める製品もある。
PBX (Private Branch Exchange)	組織内に設置する電話交換機のことであり、部門間などでの内線電話、外線公衆網への接続・制御といった、電話機にかかわる業務管理を行う装置。
WFM (Workforce Management)	ワークフォースマネジメント。過去の情報に基づく呼量予測にサービス目標を加味した要員配置計画とシフトを作成するとともに、リアルタイムで予実管理を行い、サービスレベルの維持を図るオペレーション管理システムのこと。