

顧客起点のカスタマーサービス強化

2024年7月19日

パナソニック インフォメーションシステムズ株式会社
ビジネスデザイン本部 永井 智則



プロフィール	
氏名	永井 智則（ナガイ トモノリ）
所属	ビジネスデザイン本部
役職名	総括（ビジネスデザイン戦略担当）
経歴	2001年9月 松下電器産業株式会社 中途入社 電灯線通信を用いた見守りシステムや郵政端末等の構築を担当 2008年 内閣官房へ政策出向 2010年 現職場へ出向復帰後、Salesforceを用いた社内システム構築を担当 現在、事業開発企画室を兼任

1. なぜ顧客起点なのか
2. 顧客起点のカスタマーサービス強化のために
 - ①コンタクト率アップ
 - ②満足度向上
3. 最後に

1. なぜ顧客起点なのか

2. 顧客起点のカスタマーサービス強化のために

①コンタクト率アップ

②満足度向上

3. 最後に



取扱商品が多く、問合せ先も異なるため、お客様も大変！

くらし 事業	 冷蔵庫  空気清浄機	 エアコン  照明商品	 冷蔵ショーケース  配線商品
オートモーティブ	 コックピットシステム  車載カメラ  HUD (ヘッドアップ ディスプレイ)	コネク	 サプライチェーン管理 ソフトウェア・ソリューション  航空機向け エンターテインメントシステム  電子部品実装システム  パソコン・プロジェクター
インダストリー	 産業用モータ  多層基板材料  コンデンサ	エナジ	 車載用円筒形リチウムイオン電池  蓄電モジュール  乾電池
エンターテインメント & コミュニケーション	 テレビ  デジタルカメラ  完全ワイヤレス イヤホン	ハウジング	 水廻り商品  建材商品

「痛点を体験し効果的に解決してもらった顧客」は「痛点を体験していない顧客」よりもロイヤリティが高くなる（SRP:サービス・リカバリー・パラドクス）

	カスタマージャーニー			ロイヤリティ	
	トラブル	問合せ	カスタマ対応	再購買の移行	口コミ
購入顧客	なし			○	
	経験あり	しない		△	ややネガティブ
		する	満足	◎	好意的
			普通	○	ネガティブ
			不満	△	ネガティブ

トラブル頻度を下げ、コンタクト率を上げ、顧客満足度を上げることが収益増につながる

トラブル頻度を下げることで総コストを減らし、コンタクト率を上げるつつ対応力を上げることで、リピート率を上げつつ、口コミによるマイナス影響を下げる可以降低。

	カスタマージャーニー			ロイヤリティ	
	トラブル	問合せ	カスタマ対応	再購買の移行	口コミ
購入顧客	なし			○	
	経験あり	しない		△	ややネガティブ
		する	満足	◎	好意的
			普通	○	ネガティブ
		不満	△	ネガティブ	

そのため、顧客起点のカスタマーサービス強化に向けた取り組みが必要。

1. なぜ顧客起点なのか

2. 顧客起点のカスタマーサービス強化のために

①コンタクト率アップ

②満足度向上

3. 最後に

CONTACTのしやすさや、満足度を上げるためには、お客様目線であるべき姿を考えることが重要

	強化領域	顧客の声 (不満)	あるべき姿	ソリューション
顧客起点で 考えるカスタマー サービス強化	CONTACT率Up	どこに問い合わせしたらよいか 分からない。	<ul style="list-style-type: none"> お客様は好きなタイミングで好きなチャネルで問い合わせることができる。 	Service Cloud
		好きな時に問合せしたい。	<ul style="list-style-type: none"> チャネルが違って過去の情報引き継がれる。 	eSmileCall
	満足度向上	早く解決したい	<ul style="list-style-type: none"> お客様が自ら解決する。 	Service Cloud + MIAW
		早く確実に対応してほしい	<ul style="list-style-type: none"> いつ、だれ対応するのか早く確実なアサイン 	修理サービスシステム (CS CRIUS)
			<ul style="list-style-type: none"> 一度で対応完了 	AI故障診断

1. なぜ顧客起点なのか
2. 顧客起点のカスタマーサービス強化のために
 - ①コンタクト率アップ
 - ②満足度向上
3. 最後に



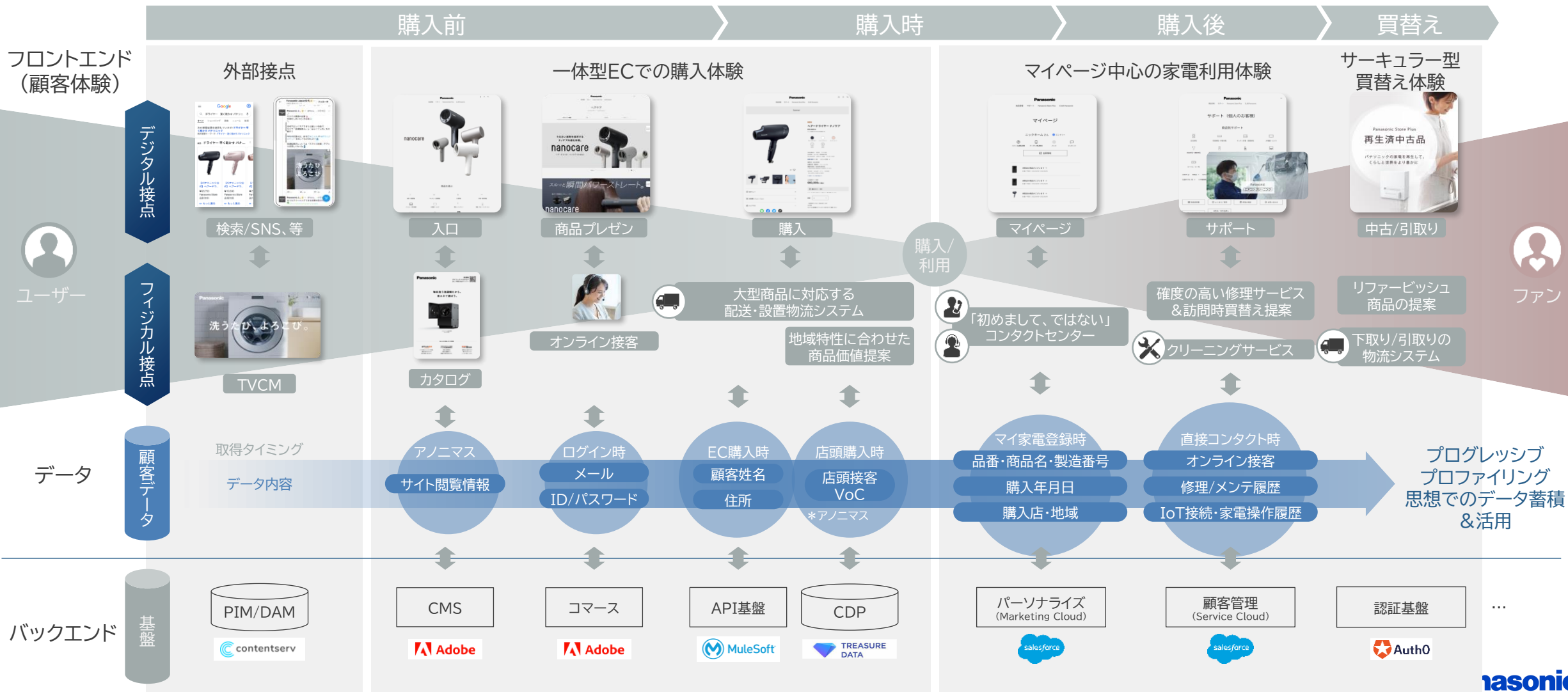
コンタクト率Upのために問合せしやすいチャネル、情報の引継ぎ、自己解決等の対策がある。

	強化領域	顧客の声 (不満)	あるべき姿	ソリューション
顧客起点で 考えるカスタマー サービス強化	コンタクト率Up	どこに問い合わせしたらよいか 分からない。	<ul style="list-style-type: none"> お客様は好きなタイミングで好きなチャネルで問い合わせることができる。 	Service Cloud
		好きな時に問合せしたい。	<ul style="list-style-type: none"> チャネルが違って過去の情報も引き継がれる。 	eSmileCall
		早く解決したい	<ul style="list-style-type: none"> お客様が自ら解決する。 	Service Cloud + MIAW

Service Cloud

CX革新PJ取組み全体像

「購入前～購入時～購入後」を一貫した世界観で統一しながら
デジタル×フィジカル接点を組み合わせ「安心・信頼感」高いメーカー体験を提供。
それを支える仕組みとしての「顧客データ」「バックエンド」を整えていく



パナソニックの次世代型コンタクトセンター

CX革新のためのService Cloud導入 ~家電事業の例~

- 購入後から買い替えに至るまでの**顧客体験の向上によりファン化を促進する**ための仕組みをService Cloudで実現



パナソニックの次世代型コンタクトセンター

CX革新のためのService Cloud導入 ~家電事業の例~

- CX（顧客体験）向上とEX（従業員体験）の向上をService Cloudで実現

CXの視点

EXの視点

世界標準のプロセス
顧客情報中心の支援機能
画面構成/データ連携/他SaaS連携)



例)Service Cloudでの画面

業務標準化と効率化
情報セキュリティ事故リスクの低減

複数ツールのやりくり

- 顧客サポート
- 取引先連携
- センター内タスク管理
- センター内情報共有
- 顧客サポート (メール)
- 顧客サポート (外部メール)

業務ツール最小化



顧客情報を一元管理
問い合わせへの迅速な回答
顧客での自己解決

eSmileCall

- 低コスト・早期立ち上げに特化したコールセンターの仕組みをパッケージにて提供中。

お客さまからの問合せ管理から活用までをサポートします。



- お客さまからの問合せ受付、対応状況を管理します。
- 問合せは1件毎に問合せ内容、回答、担当者、ステータスを管理します。
- オペレータにはお客さま対応に必要な充実したコールセンター機能をご提供します。

- コールセンターと他部門（営業など）でお客さま対応を共有する事が可能です。
- お客さまの声を開発・企画部門へ公開する事で製品やサービスの改善、新たな付加価値提供などビジネス活用が可能です。

パッケージコンセプト

簡単

簡単な操作ですぐに使える。
シンプルな操作で定評あるインターフェース。
電話対応、後処理の効率UP。

迅速

オンプレミスからクラウド対応により更なる早期導入を実現。
お客さまのビジネススピード、規模に柔軟に対応します。

最適

更に強化されたセルフカスタマイズ、選べるオプションで
コールセンターに業務に最適な環境をご提供します。

導入事例：医療サービス企業様

BEFORE
課題

1. 集配担当者および>Contactセンターの人材不足
2. 集配担当者と>Contactセンターの電話連絡の多用



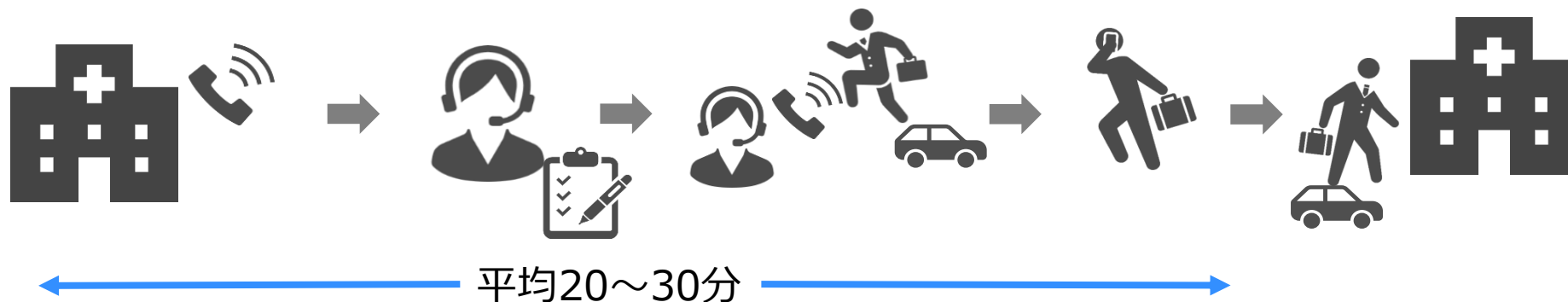
主な業務

- ・臨床検体検査の受託業務
- ・電子カルテ等の医療情報システムの開発、販売受託
- ・体外診断用医薬品等の製造、販売業務
- ・食品衛生、環境検査の受託業務

導入事例：医療サービス企業様

BEFORE

受付から集配までアナログ手段による伝達...



AFTER

Web化、デジタル化により大幅な時間短縮を実現！



電話回数の削減
連絡時間を4倍以上削減

導入事例：医療サービス企業様

導入効果

AFTER
解決1

オペレータの
業務効率化

コンタクトセンターにおける問合せのうち
3割を占める**集配依頼の連絡を自動化**



人材不足の
間接的解消

AFTER
解決2

集配連絡の
業務効率化

各プロセスの**電話連絡を大幅に削減**
集配連絡における通話時間分の業務効率化
依頼から集配連絡までの時間を大幅に短縮



コンタクトセンターと
繋がる現場

AFTER
解決3

報告の
リアルタイム化

現場報告をスマートフォンで簡素化
コンタクトセンター・医療機関への報告を逐次連携



現場の見える
コンタクトセンター

1. なぜ顧客起点なのか
2. 顧客起点のカスタマーサービス強化のために
 - ①コンタクト率アップ
 - ②満足度向上
3. 最後に

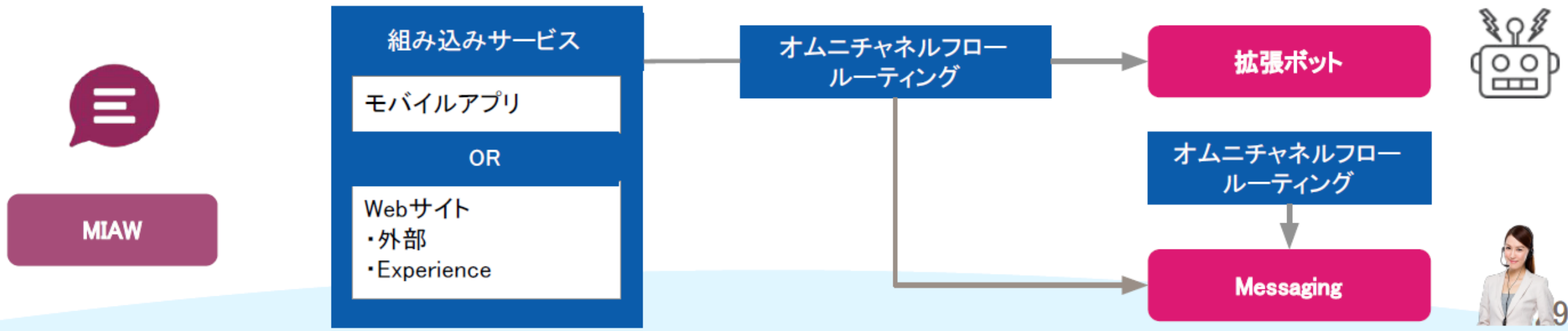
顧客満足度を向上させるためには、自己解決や一度で確実な対応が必要。

	強化領域	顧客の声 (不満)	あるべき姿	ソリューション
顧客起点で 考える顧客 サービス強化	満足度向上	早く解決したい	<ul style="list-style-type: none">• お客様が自ら解決する。	Service Cloud + MIAW
		早く確実に対応してほしい	<ul style="list-style-type: none">• いつ、だれが対応するのか早く 確実なアサイン	修理サービスシステム (CS CRIUS)
			<ul style="list-style-type: none">• 一度で対応完了	AI故障診断

Service Cloud
+
Messaging for In-App and Web

Service Cloudには

- ・AI機能を搭載した**Einstein Bot**
- ・顧客とコミュニケーションできる**メッセージング機能**（MIAW: Messaging for In-App and Web）の機能がある。MIAWからEinstein Botを呼び出すことで、AIによる解決を試みることができる。これらを使い、**顧客の自己解決率を上げる**ことが可能に。



MIAWはカスタマーサービスの柔軟性を向上させるデジタルコミュニケーションプラットフォーム

カスタマーサービスの拡充 (CX向上)

従業員の業務生産性向上 (EX向上)

MIAWの価値

1. Webサイトだけではなく、モバイルアプリにも対応
2. カスタマーエクスペリエンスに優れたUI/機能の拡張
(例: 既読マーク、ステータス表示、ファイル添付、プレビュー付きリンク共有、絵文字の送受信、予想待機時間表示 等)
3. 非同期メッセージングによる24時間365日のカスタマーサポートの実現

4. ルーティング機能やメッセージング機能の強化
(例: オムニチャネルルーティング、メッセージ履歴検索、選択式質問、顧客固有データの活用 等)
5. アプリやWebから入手した情報を会話に活用可能
6. EnterキーまたはReturnキーによる誤送信防止

従来からの価値

- ❖ 様々なWebサイトに組み込み可能
- ❖ Salesforce内の情報を活用したボットの回答/シナリオによるCRM対応の実現

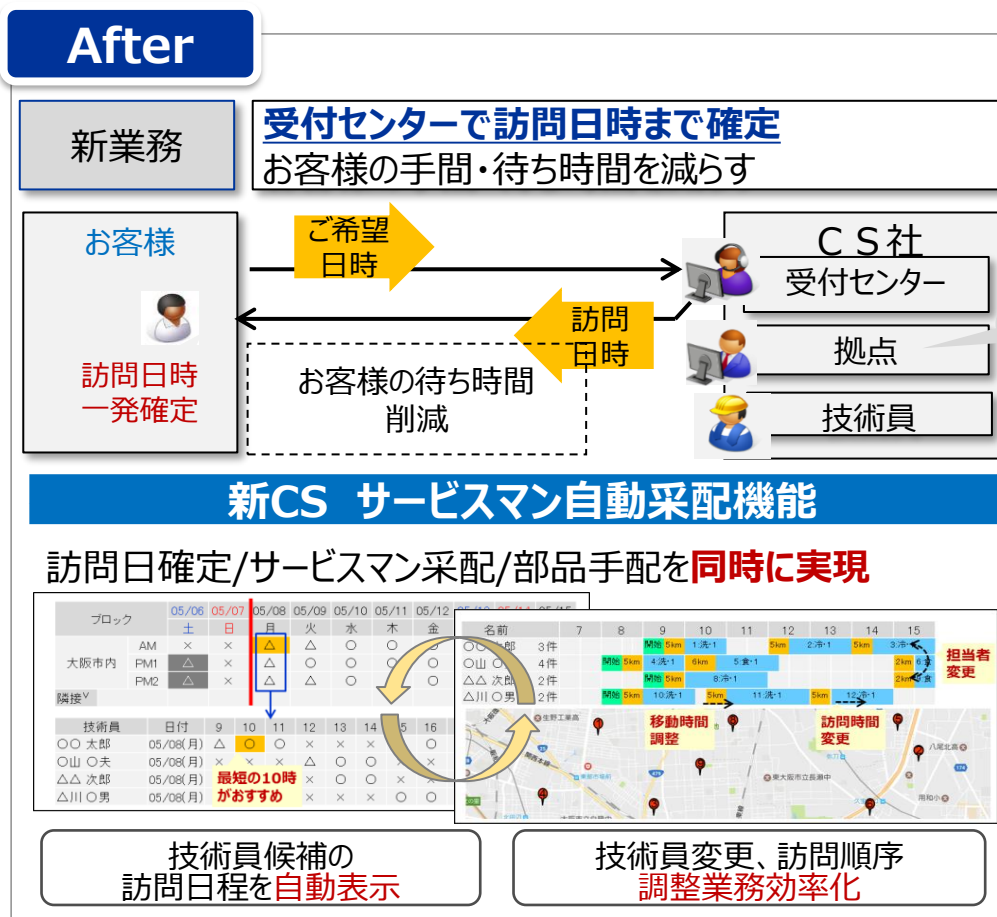
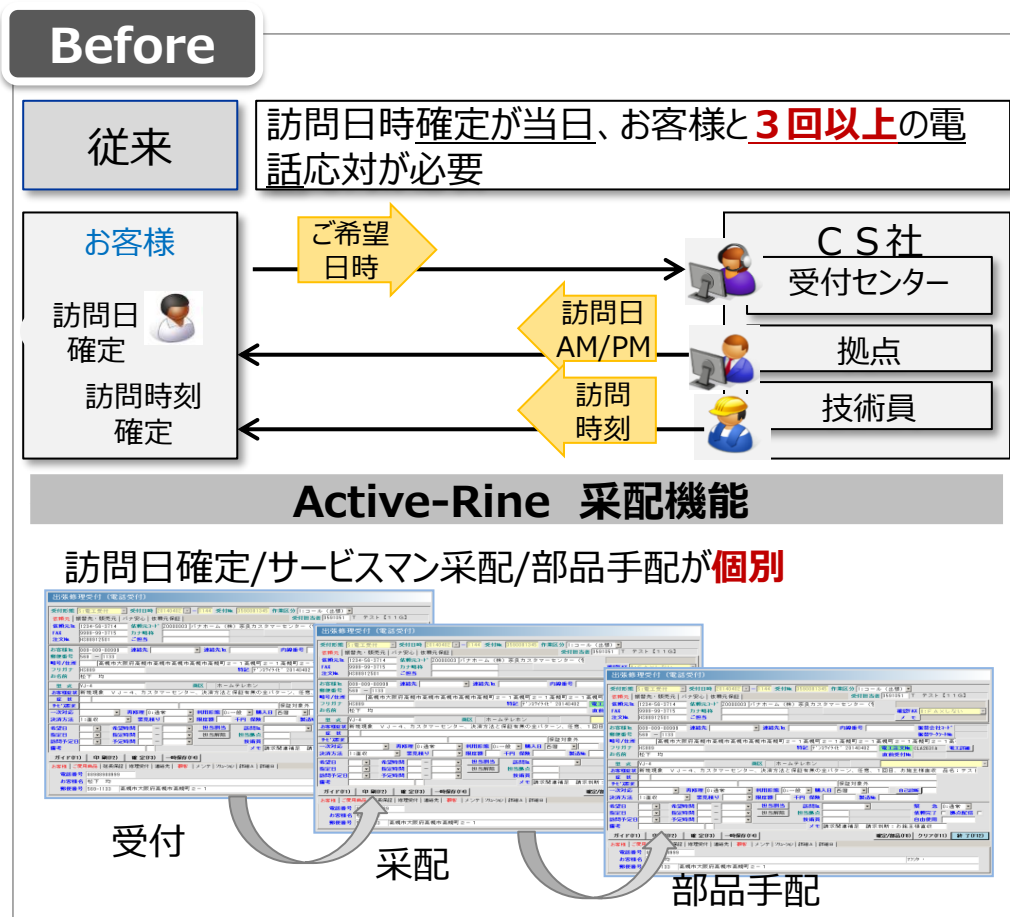
- ❖ スーパーバイザーによるモニタリングやウィスパリングによるエージェント支援
- ❖ クイックテキストやナレッジ活用、AIによるオススメ返信文のレコメンドによる回答スピードの向上
- ❖ チャット着信時にリードやケースと言ったオブジェクトを自動生成することによる後続業務の効率化

Einstein BotはCRMの情報を使ったり、人の意図を解釈したりと高機能なAIボット

タイプ	プロセス型	CRM連携型	FAQ登録型	機械学習型
概要	ユーザーに分岐型質問を投げ、選択式で回答してもらう。あらかじめ用意された業務プロセスを実行する	顧客情報や顧客に関連する情報、例えば購買履歴、配送状況などをボットが個別に回答を行なう	質問文に対してFAQデータ検索結果を回答。形態素解析エンジンによるキーワード抽出からナレッジを検索し、回答する	_intent機能により、自然文で入力された質問の意図を認識し、該当の回答プロセスやFAQへ誘導する
会話例	<p>知りたいカテゴリをお選びください</p> <p>1 商品情報 2 期間限定キャンペーン</p>	<p>注文番号を教えてください</p> <p>現在の配送ステータスは出荷済みです。</p>	<p>住所変更は以下のURLより手続きが可能です。 http://www.AAA</p>	<p>東京です(信頼度 97.8%)</p> <p>この回答はお役に立ちましたか？ (Y/N)</p>
メリット	条件分岐のためお客様に対して適切な誘導ができる	顧客固有の要件に対応ができる。業務の自動化が可能に	自然文入力で幅広く質問を受付することが可能	質問の意図を理解し、正しいプロセスやFAQ提示に導くことが可能
デメリット	自由な質問はできない 分岐の階層が深いとやりとりが面倒 シナリオ作成や修正の労力	CRM内に顧客情報や購買情報などのデータが必要 本人認証プロセスの考慮が必要	Salesforceナレッジが必要 FAQコンテンツの整備が必要	辞書やintentデータの量の登録における労力と精度
推奨領域	決め打ちで導きたい回答への誘導 ※期間限定キャンペーンや推奨商品への誘導など	ログイン方式による会員サイト ※納期確認や質問への対応状況確認等	一般的な幅広い質問に答えるケース ※FAQサイトの対話型	メニューでは表現しにくい、もしくはメニューに載せきれないプロセスへの誘導

修理サービスシステム

- (1)プロセス変化点:**拠点で実施していた采配 (部品手配と技術員手配) を初回電話受付時に受付センターで行う**
- (2)IT対応:**新采配機能で部品手配と技術員手配を自動化し、受付センターで訪問日を確定できる機能を実現**



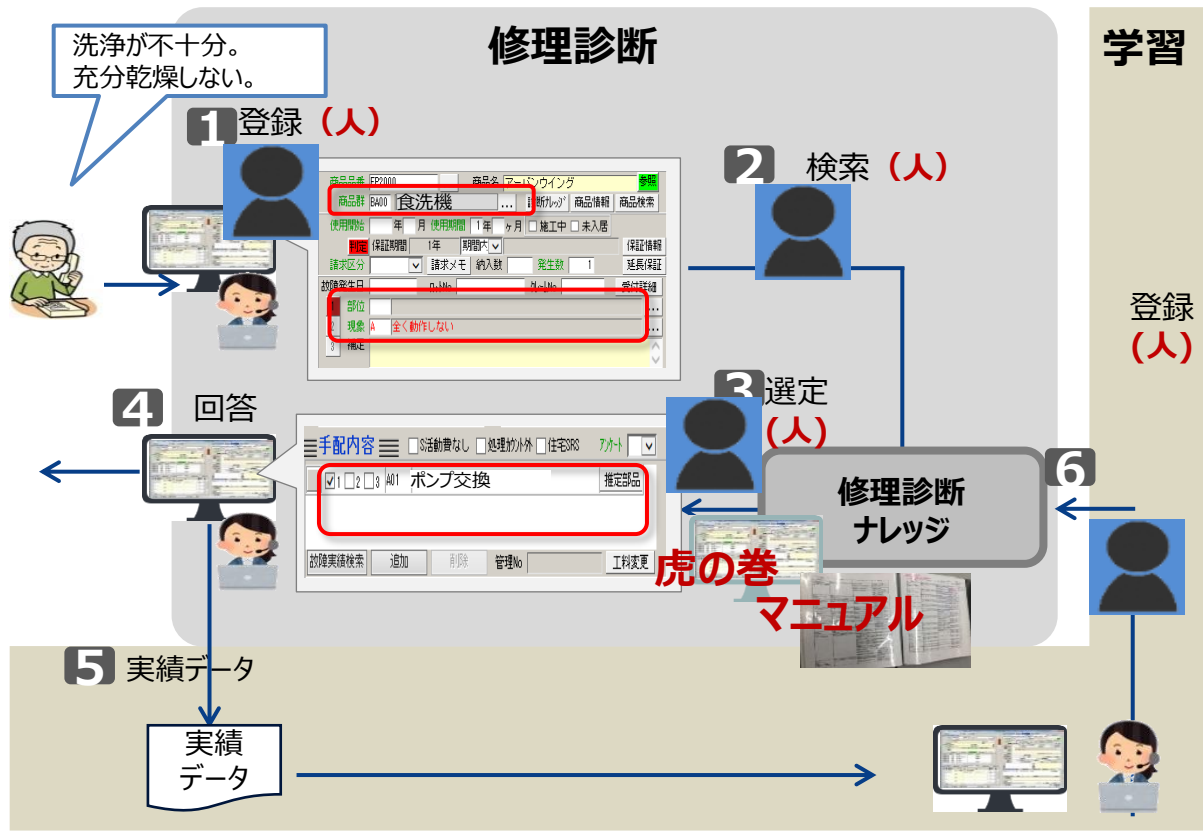
拠点業務効率化

AI故障診断

- AIを活用した修理内容・修理に必要な部品を自動選定する業務を運用中

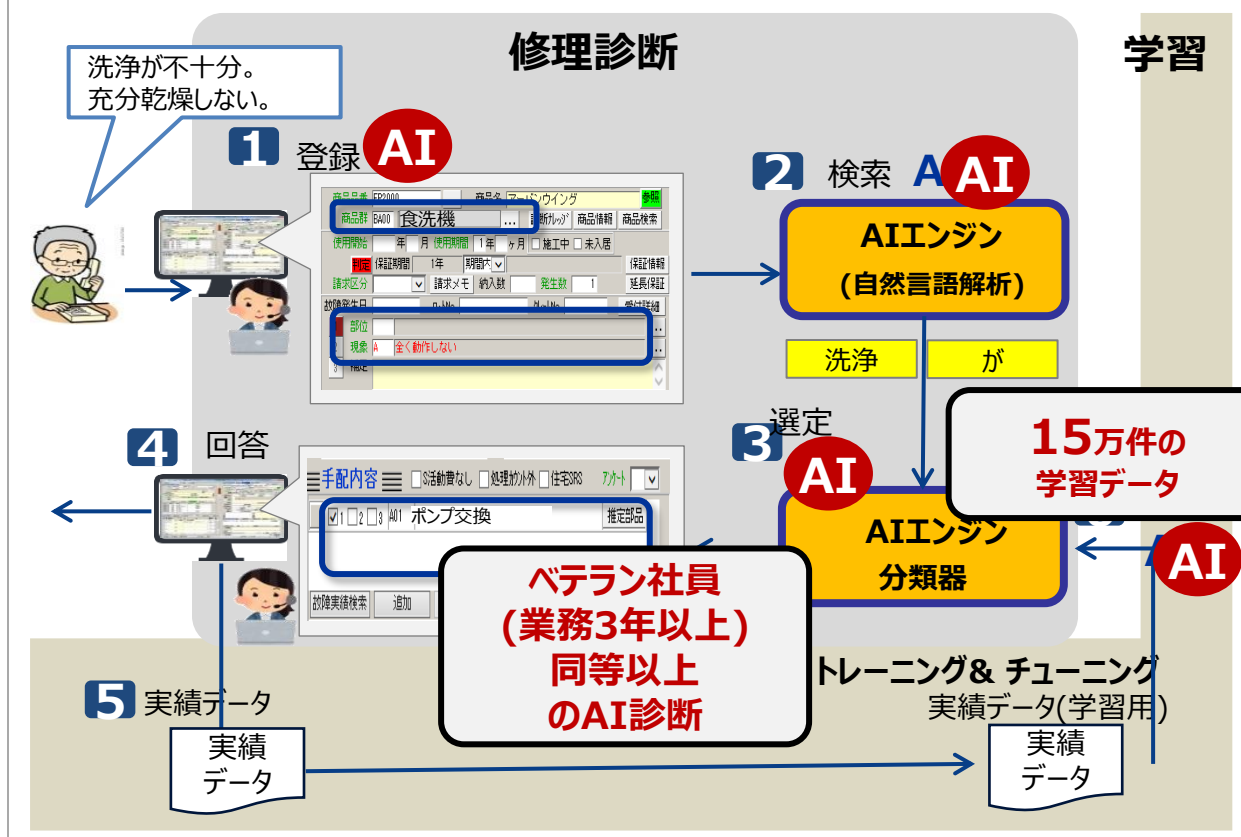
Before

人が修理内容/部品特定



After

AIが自動で修理内容/部品特定



Point 修理受付した内容をもとにリアルタイムでAI故障診断結果を表示

修理受付画面（入力時）

受付内容

受付日時: [] 顧客依頼日: [] 受付No: AANZ001A

最終受付者: PARISO フロ 太郎 部課100 受付入力セ 注番

商品番号: SUE42EW1 商品名: FULLオープン食洗機ディーブ 参照

商品群: SA14 P◆ビルトイン食器洗い機 診断ラック 商品情報 商品検索

使用開始: 2010年1月 使用期間: []年[]ヶ月 [] 施工中 [] 未入居

判定: 保証期間 [] 保証情報 []

請求区分: [] 請求メモ [] 納入数 [] 発生数 []

故障発生: []

1 修理依頼登録

2 現象: JFA 基本動作/乾燥しない/本体

3 補足: 食洗機で食器が乾かない

2 AI故障診断実行

AI診断 故障実績 追加 削除 管理No 工料変更

AI診断画面

受付No: AANZ001A

商品番号: SUE42EW1 商品名: FULLオープン食洗機ディーブミスト

商品群: SA14 P◆ビルトイン食器洗い機

使用開始: 2010年1月 使用期間: []年[]ヶ月

現象: JFA 基本動作/乾燥しない/本体

Point

3 AI故障診断結果表示

選	部品番号	品名	在	件数	率
<input checked="" type="checkbox"/>	A59	その他交換		1	73.6%
<input checked="" type="checkbox"/>	A44	補助タンク交換		1	44.6%
<input checked="" type="checkbox"/>	A30	排水ホース（機内用）交換		1	40.9%

4 修理内容・部品確認

修理受付画面（結果表示）

受付内容

受付日時: [] 顧客依頼日: [] 受付No: AANZ001A

最終受付者: PARISO フロ 太郎 部課100 受付入力セ 注番

商品番号: SUE42EW1 商品名: FULLオープン食洗機ディーブ 参照

商品群: SA14 P◆ビルトイン食器洗い機 診断ラック 商品情報 商品検索

使用開始: 2010年1月 使用期間: []年[]ヶ月 [] 施工中 [] 未入居

判定: 保証期間 [] 保証情報 []

請求区分: [] 請求メモ [] 納入数 [] 発生数 []

故障発生日: []

1 部位: []

2 現象: JFA 基本動作/乾燥しない/本体

3 補足: 食洗機で食器が乾かない

5 修理内容・部品確定

<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	A44	補助タンク交換	【フレキ管外し商品引	AI	推定部品
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	A30	排水ホース（機内用）交換	【フレキ管	AI	推定部品

AI診断 故障実績 追加 削除 管理No 工料変更

1. なぜ顧客起点なのか
2. 顧客起点のカスタマーサービス強化のために
 - ①コンタクト率アップ
 - ②満足度向上
3. 最後に

最後に

本日までご紹介したように、PISCはPanasonicグループ内での事例をはじめとして、顧客起点のソリューションを手掛けております。

ご興味をお持ちいただけましたら是非お声がけください。

nagai.tomonori@jp.panasonic.com