



株式会社アグレックス

1965年の創業以来、大量のデータを抱える企業の煩雑な業務処理を一手に引き受ける独自のアウトソーシングビジネスを中心に事業を展開。業務処理とITのノウハウを総合化/融合化し、お客様に最適なソリューションを提供しています。

本社：東京都新宿区西新宿2丁目6番1号  
新宿住友ビル  
設立：1965年9月9日  
URL：https://www.agrex.co.jp/

(取材日：2016年7月)

POINT

1 コンサルティング部門がセルフサービスで対応履歴をデータ分析

2 視覚化されたデータがひらめきや洞察を導き仮説のバリエーションを創出

3 音声マイニングで会話も分析 定量と定性の両データから顧客課題にアプローチ

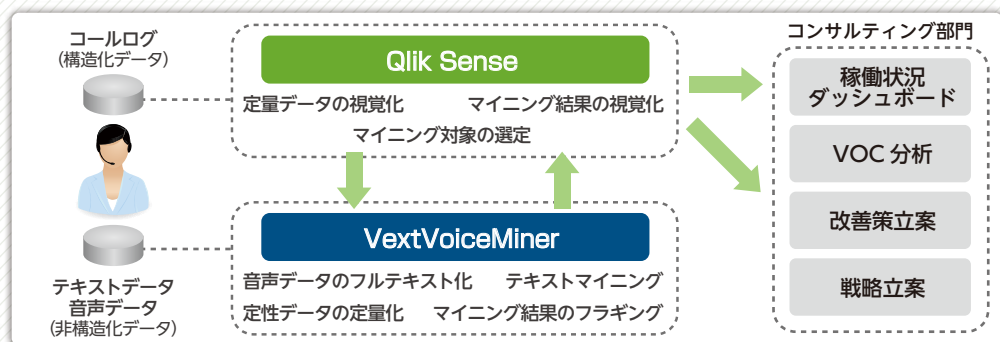
# コンタクトセンターのコール分析に Qlik Sense! 音声マイニングで会話の定性データもVOC分析

コンタクトセンターを運営するアグレックスのCBS事業部では、データ分析を起点にしたコンサルティングチームを設立し、業務委託のお客様にコンサルティングサービスを提供しています。問い合わせの傾向やオペレーターの対応を定量データで分析するとともに、お客様との会話も定性データとして音声マイニングで分析し、データドリブン型の顧客サービス強化を進めています。

課題	対策	効果
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 事業部に横展開できる共通の分析基盤を構築したい</li> <li>■ テキストマイニングとBIとのシナジーの可能性を模索したい</li> <li>■ コンサルティング現場でセルフサービスでデータモデルを作りたい</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Qlik Senseを導入し、事業部全体に展開できる分析基盤を構築</li> <li>■ テキスト分析とビジュアライゼーションを組み合わせた分析に挑戦</li> <li>■ 短時間でアジャイルにデータモデルを作り、顧客にレポートを提供</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ アカウント別だった分析を業界ごとの分析に拡大し、コンサルティングを強化</li> <li>■ データ分析から導ける仮説の数とバリエーションが増加、検証スピードも向上</li> <li>■ データに基づいた提案で、ひらめきとアイデアを促す議論を展開</li> </ul>

業種：コンタクトセンター事業  
データソース：コールログ  
音声データ  
FAQサイトログ  
利用業務：稼働状況ダッシュボード  
顧客の声 (VOC) 分析  
コンサルティングサービス  
オペレーターの対応品質測定

システム概要



# Qlik Sense

## コンタクトセンターの運営部門に データ分析の専門チームが誕生

コンタクトビジネスソリューション (CBS) 事業  
についてお聞かせください。

アグレックスは損害保険会社の保険証券発行サービスから事業をスタートして、インストラクション業務やコールセンター事業への拡大と、設立当初からBPO (ビジネスプロセスアウトソーシング) を主軸としています。CBS事業部はコンタクトセンターを運営していき、保険や証券、銀行など金融系のお客様を中心にアカウント別のヘルプデスクを設置し、専門性や難易度の高い受付業務を行っています。

皆様は、データ分析の専門家ですね。

データ分析を起点にしたコンサルティング部隊として、CBS事業部内に設立されたのが事業推進グループです。コンタクトセンターでの対応履歴を分析し、その分析結果をお客様と共有しながら次の提案につなげるコンサルティング業務を行っています。

CBS事業部の組織はアカウント別に構成されていますが、私たちは個別のアカウントに抛らず、コンタクトセンター事業全体をカバーするコンサルティングをミッションとしています。そのため、分析ノウハウを横展開できることを重視していき、事業部共通の分析基盤としてQlik Senseを導入しました。

## 対応履歴をQlik Senseで分析 仮説のバリエーションを一気に 増やし、分析の幅と質に変化

Qlik Senseでどのようなデータ分析をしていますか？

入電のログと対応履歴をベースに、電話をかけた人の属性と掛け合わせながら分析しています。例えば、この層の人からはこの問い合わせが多いという内容に関する傾向や異常値を見たり、オペレーターの対応品質の測定にも役立てています。

Qlik Senseで、分析はどう変化しましたか？

まずは定量データを見ながら仮説を構築するのですが、とにかくビッグデータですから、これまででは数字を眺める時間が長くて、まるでらめっこでした (笑)。AccessやExcelあたりをつけるまでの時間も長く、仮説が立った後の検証にはさらに時間がかかっていました。

膨大な対応履歴から、どのように気づきや発見を得ていますか？

Qlik Senseでは数字が視覚化されますから、分析者は気になる部分をクリックしながら、豊富なバリエーションで仮説を出せるようになりました。空振りだったとしてもすぐに次の仮説に進めますし、テキストに掘り下げた分析にもつなげやすいです。

## 会話もテキスト化できる 音声マイニングで定性データと 定量データを複合的に分析

テキストマイニングにも取り組んでいるのですか？

電話での会話も含めて対応履歴はすべてテキスト化できるので、テキストと連動させた分析が可能です。ベクスト社が開発した「VextVoiceMiner」を活用して、会話内容を分析できる音声マイニングの領域にもデータ分析を拡げています。

コールセンターでの音声マイニングは、まさにVOC分析ですね。

顧客の声 (VOC=Voice of the Customer) の分析には、定量→定性→定量のプロセスが有効だと考えています。定量データをもとにQlik Senseで仮説を立てたら、対象となる定性のテキストデータをVextMinerで分析し、結果にフラグを立てます。そのデータを再度Qlik Senseに取り込み、分析結果をわかりやすくビジュアライゼーションして見せるという分析手法です。テキストマイニングとBIのシナジーには、大きな効果を期待できますね。

## コンサルティング現場で セルフサービスに使えるQlik Sense

セルフサービスBIとしての活用はいかがですか？

アカウントごとにデータモデルを作り、仮説に応じて分析軸を変化させるので、1回組み立てればそれっきりという使い方ではありません。アジャイルに短時間で構築できる要件が求められますから、Qlik Senseはビジネス現場に向けたツールだと評価しています。

導入はスムーズでしたか？

実は、先行して社内に導入されていたQlikViewには、技術や工数の面で難しい印象を受けていたのですが、Qlik Senseはライトに使用

する敷居の低さとビジュアライゼーションに優れた表現力を兼ね備えており、不安が払拭されました。アグレックスがアシストのQlikパートナーである安心感も、導入の決め手になりました。

コンサルティング業務への効果はいかがですか？

データドリブンで分析した結果は、お客様にも理解されやすいですし、私たちの知見にも厚みを持たせてくれます。仮説がお客様に響いた時は新しい提案につながりますから、CBS事業部にとってもコンサルティング強化は業務拡大の重要なフックになっています。

お客様の反応にも変化がありましたか？

二次元だった表が三次元のグラフになり、バラバラだったデータが瞬時に連動すると、データ自体はこれまでと同じでも、得られる示唆がまったく変わってきますね。Qlik Senseの画面を共有しながら、新しいひらめきやアイデアを生み出す議論ができるようになりました。

今後の展開をお聞かせください。

データモデルを驚くほど短時間で構築できるので、事業部の共通分析プラットフォームとして順調に分析範囲を拡大しています。今後は、事業部として見るべき数字の共通化や、音声マイニングのさらなる活用を進めて、お客様へのサービスに新しい価値をプラスできる戦略的なコンタクトセンターの運営に役立てていきます。

<取材協力>

(左) 営業統括部 営業開発部

マネジャー 森田 純一氏

(中央左) CBS事業部 事業推進グループ

チーフ 玉山 大介氏

(中央) CBS事業部 事業推進グループ 加藤 郁恵氏

(中央右) CBS事業部

ビジネステクノロジーサービス第4部長 赤羽 真由美氏

(右) CBS事業部 事業推進グループ

マネジャー 密山 友規氏

(取材協力) CBS事業部 事業推進グループ

戸川 有紀氏

