



Best Customer Support  
of The Year 2025

## 特別賞(LTV 向上)

株式会社 NTT ドコモ  
ES~CS~PROFIT 『つなぐ』サポート改革

株式会社 NTT ドコモのイェナカサービス部 OCN 推進室は、従来から高水準を誇る顧客満足度 (CS) と従業員満足度 (ES) の両立を達成する堅実なセンター運営を行ってきた。2024 年度はさらなる収益拡大=LTV (顧客生涯価値) の向上が求められる状況となった。こうした中、現場への過度な業務負担による離職率上昇・品質低下 (負のスパイラル) を回避しつつ、新たな「サービス・プロフィット・チェーン」の構築に取り組んだ。

本プロジェクトの核心は、従来の部分最適・部分改善を脱し「ES」「CS」「PROFIT (収益)」を部門横断で“つなぐ”ことにある。そして、既存の DX ツールや特化型 AI 活用にとどまらず、生成 AI (Generative AI) を大胆に導入した。サポート現場を熟知するオペレーターの声を集約しながら、短期間・アジャイル開発で現場に最適化した AI 基盤を構築している。

具体的には、(1) メール回答文の自動生成、(2) 電話対応履歴の要約自動化、(3) AI を用いたトレーニング用途開発の 3 用途で生成 AI を組み込み、対応品質の平準化と業務負担の削減を同時に実現した。AI 導入後は、メール作成時間 1 件あたり 3 分短縮、対応後処理時間 3.5 分短縮、ロールプレイ研修時間は 1 回あたり 15 分短縮と、現場の稼働創出・業務効率向上を数値で裏付けた。

しかし、当初 AI が使われないという課題にも直面した。この「AI の布教不足」を解消し現場定着・利用拡大をするために、現場で「コア人材」を探索。「AI の専担者」としてべた付きで便利さを布教した。勉強会やオンサイト支援など、現場×開発ワンチーム体制で改善サイクルを回す仕組みを定着させた。「AI の使い方が分からず使われない」状況を抜本改革する泥臭い活動姿勢は現場主導変革の好事例である。

効果検証では、オペレーターの業務満足度が 11% 向上し、AI 利用意向も 90% 超を達成した。CS (顧客満足度) も 83.5% から 86.8% へと 3.3 ポイント向上。最重要指標である LTV (顧客生涯価値) は対前年 163% の目標値に対し、149% を達成している。こうして、本取り組みは「現場の声」を AI 活用と融合し、ES→CS→PROFIT の好循環を着実に生み出した。

今後は生成 AI ケイパビリティを基盤に、全社・社外へノウハウ横展開を進め、生成 AI の業務領域拡大やパラダイムシフトにも挑戦する展望が示されている。

以上のことから、現場起点で業務改善と生成 AI 定着化に成功した一連の活動は、カスタマーサポート新時代のモデル事例として高く評価できることから、「特別賞 (LTV 向上)」を授与する。