



Best Customer Support
of The Year 2026

奨励賞

SOMPOダイレクト損害保険株式会社

KCS 構想による顧客体験と組織パフォーマンスの最大化。

SOMPOダイレクト損害保険株式会社は、SOMPOグループの通販型損害保険事業を担う保険会社であり、コンタクトセンターでは保険加入を検討するお客さまや契約者からの問い合わせに対応している。同センターでは、すべてのお客さまに最適なサポートを提供し、迷わないエフォートレスな体験を実現することを目指している。

一方で、多様化する顧客ニーズや商品改定、各部門で実施される施策への対応により、コミュニケーターが習得すべき知識は増加していた。また、限られた人員体制の中でより多くのお客さまに対応するため、生産性向上と呼量削減が課題となっていた。特に、お客さまが掛けたくない電話を未然に防ぎ、デジタルチャネルでの自己解決を促進するためには、コミュニケーターの応対で得られた知見を FAQ やチャットボットへ適切に反映し、デジタル上でも同等の案内品質を提供できる状態を整備することが不可欠であった。そのため、変化の早い保険商品知識を迅速かつ正確に提供し続けるためには、個人の学習だけでなく、ナレッジを活用した業務運用への転換が必要であった。

こうした課題に対し、同社は KCS (Knowledge Center Service) の考え方を基盤に、独自のナレッジ共有サイクルを構築した。お客さまとの会話中にキーワードを検索し、検索結果から必要な知識を活用して回答するとともに、使用したナレッジの有用性を評価・フィードバックする運用を整備した。蓄積されたフィードバックはナレッジコンテンツの継続的な改善に活用し、さらに公開 FAQ やチャットボットなどのセルフサポート改善にも迅速に反映している。

この取り組みにより、ナレッジ活用率は 31.7% から 100% へ向上し、ナレッジ検索・活用を前提とした新たな標準オペレーションが定着した。また、セルフ解決率は前年同期比 1.3% 向上し、入電数は前年度対比 10% 削減する成果につながった。お客さま総合満足度は前年度と同等水準を維持しており、顧客満足度を保ちながら、自己解決促進と入電抑制を実現した点は成果として評価できる。さらに、個人の暗黙知が形式知としてナレッジ化され、知識の属人化解消やコミュニケーターのやりがい向上にもつながっている。

変化の早い保険商品知識に対し、ナレッジを活用して迅速かつ正確な回答を実現するとともに、蓄積した知見を FAQ やチャットボットへ展開することで、有人対応とセルフサポートをつなぐ好循環を構築した点は評価できる。さらに、コミュニケーター個人が保有していた知識や経験を組織全体で共有・活用できる仕組みへ転換したことで、応対品質の標準化と継続的な改善活動を実現している点も注目される。ナレッジの活用と改善を日常業務に定着させ、顧客体験向上と組織パフォーマンス向上の両立に挑戦した意義は大きい。今後は、蓄積した知見のさらなる活用や FAQ・チャットボットの高度化を通じて、より質の高い顧客体験の実現を期待して、奨励賞と評価した。