



機械翻訳でグローバルカスタマーケアを  
充実させる



## 目次

カスタマーケア：グローバル企業が新たに取り組むべき領域

カスタマーケアの進化

包括的な多言語戦略による顧客満足度の向上

グローバルカスタマーケアの課題

機械翻訳によるグローバルカスタマーケアの変革

MT で、すべてのチャネルが顧客の言語に対応

セルフサービス型サポートの基盤となる多言語ナレッジベース

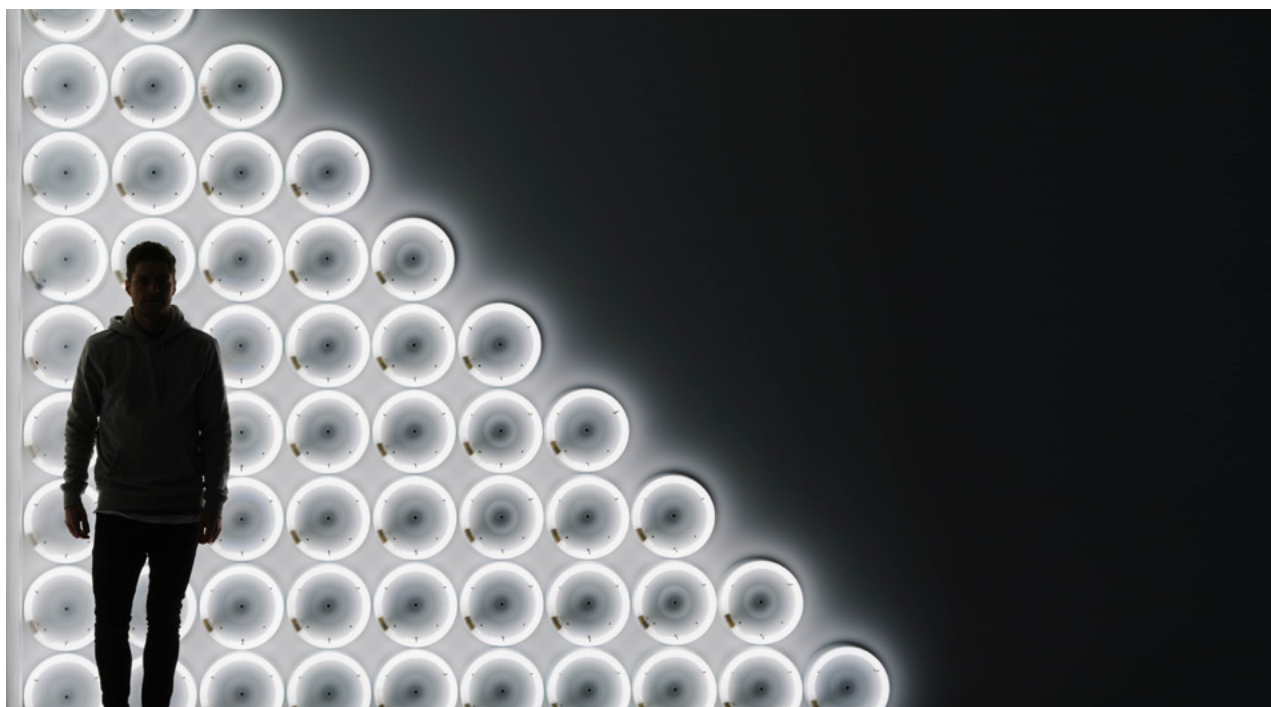
ボットによる対話形式のサポートコンテンツの提供

単一言語の担当者でも多言語の顧客に対応可能

MT が迅速な ROI 達成を実現

当社の MT の特長

Language Weaver® で優れた顧客体験を提供



## カスタマーケア：グローバル企業が新たに取り組むべき領域

優れた製品やサービスを提供するだけでは、もはや十分とは言えません。

グローバル市場で勝ち抜くために、企業は真の価値を提供し、カスタマージャーニー全体で他社を上回る必要があります。顧客が世界のどこにしようとも、優れた顧客体験の提供は企業にとって不可欠なのです。

グローバル企業にとって、多言語で提供される効果的な顧客サービスとサポートは、他社との競争において非常に大きな優位性をもたらします。顧客満足度が収益の増加に影響するのは明らかです。

現在、顧客体験の範囲は従来のコールセンターでは対応しきれないほど拡大しています。今日のデジタルネイティブは、いつでも、どこでも、簡単に情報にアクセスできることを望んでいます。コミュニティやナレッジベースが人気を集めると同時に、チャットボットやバーチャルアシスタントを利用して適切な情報を見つける方法も浸透しつつあります。

言語の壁を打ち破るには、すべてのチャネルで多言語サポートを提供することが不可欠です。一部のチャネルだけに多言語機能を導入しても、多くの場合、体験の一貫性が損なわれ、混乱が生じます。

### 今日の顧客のニーズ：

- ・ オムニチャネル、常時アクセス
- ・ 理解できる、パーソナライズされた関連性の高いコンテンツ
- ・ 自分の言語で提供されるサービス
- ・ どのデバイスにも対応したセルフサービス
- ・ チャネル間のサービスの一貫性
- ・ サービスの向上と手間の軽減

**消費者の 65% が、たとえ品質が低くても自分の言語でのコンテンツ提供を希望しています**

CSA Research

### 優れたグローバルカスタマーケアによって実現：



## カスタマーケアの進化

この数十年間で、顧客の企業への関わり方、そして企業が顧客をサポートする方法は、テクノロジーによって劇的に変化しました。

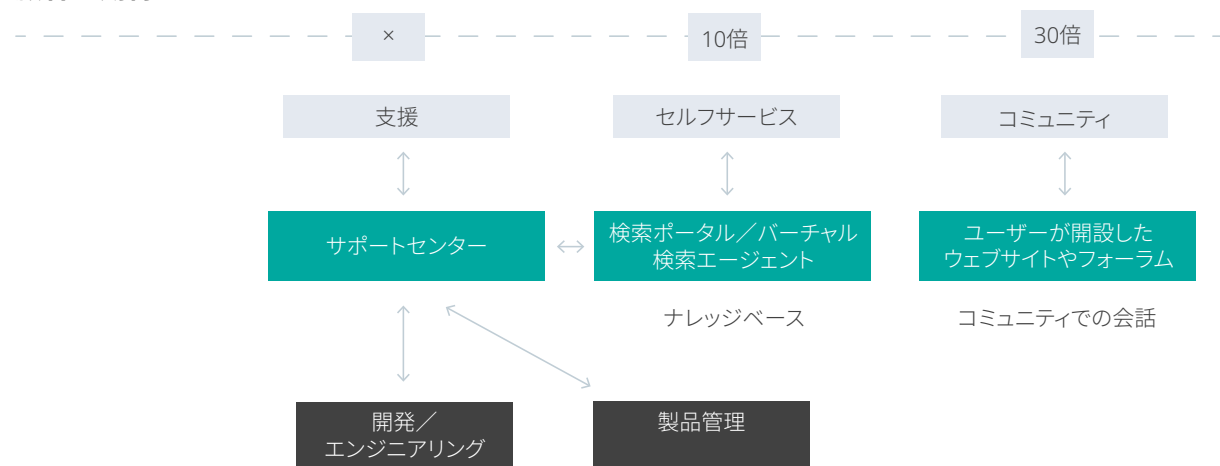
顧客とブランドの関係が、企業からの一方的な働きかけから双方向の対話へと進化する一方で、顧客からの期待も高まっています。

その結果、カスタマーケアは、静的で構造化された予測可能なコンテンツ（GUI やユーザーマニュアルなど）から、動的で構造化されておらず、それほど管理されないコンテンツ（ナレッジベースやユーザー生成のサポートデータなど）へと進化しています。

顧客はインタラクティブなサポート、ソーシャルネットワーク、インスタントメッセージ、ビデオ、音声を利用するなかで、チャンネルの種類にかかわらず、問い合わせへの迅速な対応と解決を期待しています。

カスタマーケアの提供モデルも徐々に進化を遂げており、従来からあるサポートセンターでの手厚い支援から、ウェブポータルでのセルフサービスやユーザーが開設したオンラインコミュニティでの会話にまで拡大しています。

## 顧客の期待





## 包括的な多言語戦略による顧客満足度の向上

現在、大手ブランドは、大規模なグローバル化を実現するためにテクノロジーを活用し、セルフサービスからリアルタイムのサポート対応まで、さまざまなサービスを複数のチャンネルを介して多言語で提供しています。こうしたアプローチにより、顧客は自分が希望するチャンネルや言語で、手間をかけずにパーソナライズされたサービスを体験できます。

エンタープライズ機械翻訳(MT) は、多数の言語に対応し、エンタープライズレベルの性能、スピード、セキュリティを提供するため、翻訳プロセスの簡素化を実現できます。

適切な MT ソリューションは、適応性、使いやすさ、拡張性、安全性に優れています。

すべてのチャンネルコンテンツのニーズに対応できる単一のソリューションを導入することで、メッセージの一貫性を保ち、労力を最小限に抑えることができます。

また、一元化された翻訳戦略により、コンテンツの簡素化と体系化が容易になります。これにより、次のような大きなメリットを得られます。

- 一貫性のある信頼性の高いコンテンツを「多言語対応済みの、信頼できる唯一の情報源」から提供可能
- カスタマーケアに関するコストの全体的な削減
- 顧客サービス、顧客維持率、ロイヤルティの向上

**コンタクトセンターのリーダーの 58% が、翻訳によってブランドロイヤルティが向上すると回答しています**

**コールセンターの担当者の 66% が、言語の壁に不満を感じています**

ICMI



## グローバルカスタマーケアの課題

顧客サービス部門の目標は、顧客が適切な答えを見つけられるようにサポートすることですが、電話を使用せずにこれを実現しなくてはなりません。単一言語によるサポートでさえ、一般に電話対応はコストのかかるものであり、顧客に不満を抱かせてしまう可能性もあります。

現在、顧客サービス部門は、ナレッジベース記事、オンラインフォーラム、Eメールサポート、ソーシャルメディア、リアルタイムチャットなど、さまざまなチャネルでサポートを提供することで、顧客との関係強化に取り組んでいます。

グローバル市場では激しい競争が繰り広げられていますが、そうした状況にもかかわらず、すべての多国籍企業が多言語の顧客サポートを最優先事項として全面的に導入しているわけではありません。

多言語サポートを導入していない理由としては、次のようなものが考えられます。

世界中の顧客のニーズや需要に気づいていない。

多言語に対応するスタッフの維持にはコストがかかり、また困難である。

多言語コンテンツを大規模に作成するための、効率的で費用対効果の高いソリューションが見つからない。

機械翻訳(MT)は高品質で使いやすいことに気づいていない。

大規模な MT の導入に必要な知識や専門知識がない。

**消費者の 40% は、自分の言語以外では購入しません**

**消費者の 73% が、自分の言語で書かれた製品レビューを希望しています**

CSA Research

## 機械翻訳によるグローバルカスタマーケアの変革

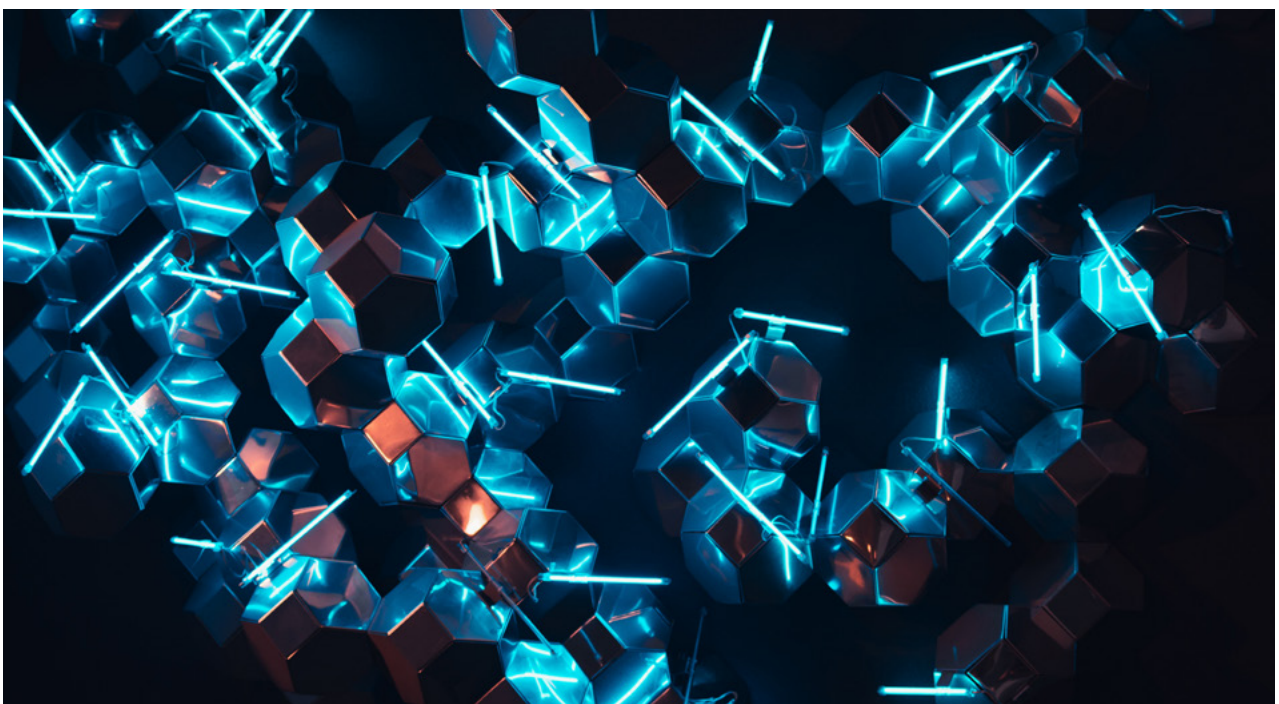
優れたグローバルカスタマーエクスペリエンスを提供するには、言語の種類にかかわらず、すべての情報提供チャネルを完全で正確なサポート情報に連携させる必要があります。膨大な量の動的コンテンツを速やかに多言語化しなくてはならないことを考えると、重要になるのは自動化です。

リアルタイムに膨大な量のコンテンツを処理できる MT は、翻訳の自動化と高付加価値の多言語サポートコンテンツの作成を実現する強力なソリューションと言えます。

MT の最大のメリットは、コールセンターへのコール数の削減、顧客の問題の早期解決、そして何よりも重要な、顧客満足度の向上です。

**MT を使用すると、あらゆる段階で優れた顧客体験を提供できます**

- **認知と検討**  
顧客自身の言語で製品情報を提供
- **意思決定と購入**  
世界中の顧客にスムーズな購入体験を提供
- **導入と顧客維持**  
製品の設定をサポートし、オンラインレビューをモニタリングすることで、グローバルなトレンドと製品改善の機会を把握
- **ビジネス拡大と支持獲得**  
顧客からのフィードバックに基づいて製品を提案し、リピート販売を増加



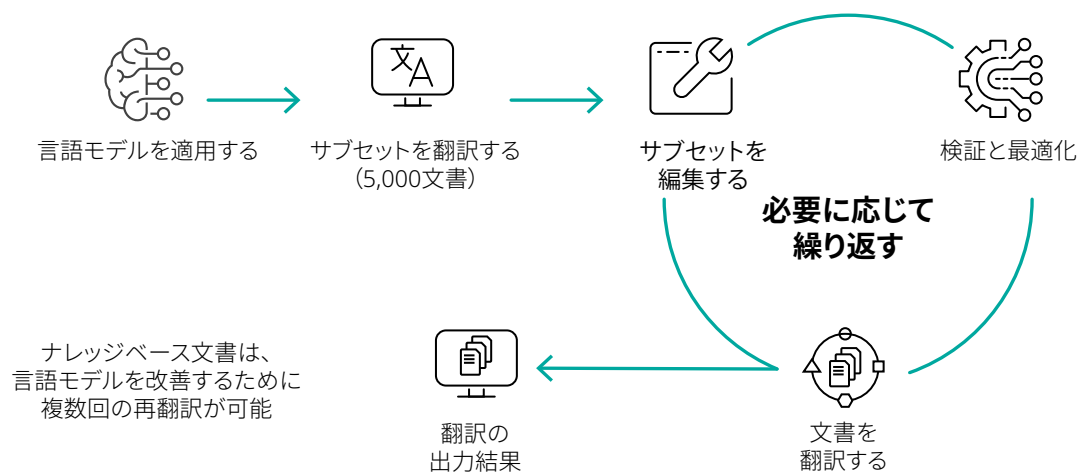
## MT で、すべてのチャネルが顧客の言語に対応

MT を使用すると、企業は、問題の複雑さにかかわらず、顧客が希望する言語とチャネルで適切なカスタマーケアを提供できます。

最初に必要なのは、包括的な多言語ナレッジベースの構築です。

- ・ ビジネスに合わせて調整されたスマートな機械翻訳ソリューションで、ナレッジベースを自動翻訳
- ・ さまざまな方法で言語モデルを適応。または、エキスパートの力を活用してシステムを完全にカスタマイズ
- ・ 機械翻訳をチャットボットなどのリアルタイムチャネルに統合
- ・ シームレスな人間参加型(HITL) ワークフローを作成し、市場投入期間を短縮

顧客が一貫して自分の言語でブランドに  
関与し、情報を受け取れるようになると、  
セルフサービスから担当者によるリアル  
タイム対応まで、カスタマーケアのあ  
らゆる段階で品質が向上します





## セルフサービス型サポートの基盤となる多言語ナレッジベース

グローバルなデジタルビジネスの場合、最新のサポート情報を迅速に、しかも母国語で顧客に提供できるよう、セルフサービスチャネルを最適化する必要があります。MT を使用すれば、大規模なナレッジベースを速やかに多言語化することが可能です。

これまでの調査から、顧客は、担当者に連絡してやり取りを行うよりも、セルフサービスを好むことが明らかになっています。

顧客のリクエストの多くは単純なものです。担当者と直接やり取りするチャネルの場合、高いコストがかかる傾向があります。効果的なナレッジベースを提供すると、顧客は質問に対する回答を素早く見つけられるので、顧客と組織の双方にとって良い結果が得られます。

これまでの調査から、顧客は、担当者に連絡してやり取りを行うよりも、セルフサービスを好むことが明らかになっています



## ボットによる対話形式のサポートコンテンツの提供

セルフサービス形式が人気を集める一方で、口頭でのやり取りを望む顧客も一定数存在します。チャットボットは人間の気持ちに沿ったボット機能であり、一元化された翻訳済みナレッジベースに基づいて、具体的に関連性の高いサポートやサービスコンテンツを対話形式で顧客に提供します。

- ・ 複雑な問題にも迅速に回答
- ・ 問題を正確に特定し、最適な回答を提供
- ・ 問題の優先順位を的確に判断し、人間の担当者へエスカレーション

**効果的なチャットボットを構築するには、次のようなコンテンツが必要です。**

- ・ **構造化**  
適切に構成されたサポートコンテンツによって、顧客とのインタラクティブな対話シナリオにおいて優れた価値を提供できます。
- ・ **メタデータ対応**  
リッチなメタデータにより、顧客の問い合わせや質問に対して適切な情報を識別、取得、提供できます。
- ・ **AI 対応**  
自然言語理解 (NLU) や自然言語処理 (NLP) などの人工知能 (AI) 技術を使用して、顧客との自然かつスムーズな対話や適切な情報の提示が可能な、スマートなチャットボットを作成できます。
- ・ **ユーザーの言語への対応**  
AI は言語処理だけでなく、機械翻訳の強化にも貢献するため、バーチャルアシスタントが複数の言語で話しかけたり対話したりできるようになります。

**チャットボットは運用コストを最大 30% 削減できます**

Chatbots Life

**チャットボットは、一般的な質問の 80% に回答できます**

IBM



## 単一言語の担当者でも多言語の顧客に対応可能

リアルタイムに顧客に対応する担当者は最もコストのかかるリソースであり、問題解決の最終手段と言えます。

必要なコストとリソースを抑えながら優れた顧客体験を実現するうえで、MTの重要性は計り知れません。ローカライズされた包括的なナレッジベースとリアルタイムチャットツールがMTから提供されるので、単一言語の担当者でも多言語の問題に対処できるようになります。

MTを使用すると、単一言語の担当者は次のことが可能になります。

- ・ 言語に関係なく、世界中の顧客の複雑な問題を解決
- ・ 複数のチャットユーザーを同時にサポート
- ・ FAQで素早く回答を特定
- ・ 動的なMTにより、隠れたコンテンツを見つけ出し、複雑な問題に対応

**消費者の72%が、自分の問題を複数の人に説明しなくてはならない場合、顧客サービスの品質が低いと判断します**

**顧客サービスで嫌な思いをすると、顧客の39%は2年間、その企業を避けるようになります**

Dimensional Research

72%

顧客の母国語でサポートを提供すると顧客サポートに対する満足度が向上する、と回答した顧客サービスリーダーの割合

58%

母国語でサポートを受けるとブランドロイヤルティが向上すると回答した顧客の割合

ICMI

## MT が迅速な ROI 達成を実現

電話対応のように担当者が深く関与するチャネルは、セルフサービスよりもはるかにコストがかかります。そのうえ、顧客はすぐに利用できる便利なデジタルチャネルを好みます。MT を使用して多言語のセルフサービスを提供すれば、コストを削減し、顧客満足度を向上させ、ROI を高めることが可能です。

ROI を向上させるために、優れた MT テクノロジーはカスタマイズ機能によって次のことを実現します。

- 企業の重要な用語集や言語的な要件に対応
- 複数のユースケースを個別にサポート
- 迅速な再構成で新しいユースケースをサポート
- 出力結果の品質と精度を徐々に改善

## MT がデジタル変革とリーダーシップを実現

MT を使用する組織は、グローバル市場での成功を目指して、次のような競争戦略を活用できます。

- グローバルな知識共有に裏付けられた製品イノベーションにより、市場に対応した製品を開発、作成する。
- モニタリングとフィードバックによって顧客との親密な関係を構築し、より深い理解と適切なサポートを実現する。
- 大量の多言語情報を迅速に提供し、運用効率を高める。
- 関連性の高いコンテンツを提供し、優れた顧客体験を実現する。

## 不可欠なチャネルとは、どのようなチャネルですか？



**利便性が高い  
(50%)**



**信頼性が高い  
(45%)**



**高速である  
(41%)**

Critical Channel of Choice Report,  
CMO Council



**企業とのデジタル  
コミュニケーションを  
好む成人の割合**

MarketingSherpa



## 当社の MT の特長

当社の最先端の MT ソリューションは、業界トップクラスの品質を備えた機械翻訳の出力結果を提供します。また、データの機密性と安全性を確保し、コンテンツ管理システム (CMS) や翻訳管理システム (TMS) などのコミュニケーション、コラボレーション、生産性向上ツールにシームレスに接続します。

### カスタマイズ可能な品質

当社の MT ソリューションは、高度なカスタマイズ機能により、適切なレベルの品質を確保するように調整し、個別のユースケース向けに最適化することが可能です。当社はエキスパートサービスを提供し、MT エンジンの開発と言語的な取り組みを支援します。そのため、カスタマイズした MT ソリューションで特定の顧客のニーズや用途に対応できます。

### データのプライバシーとセキュリティ

データの適切なセキュリティレベルを保証するために、次のような導入オプションを提供しています。

- RWS が管理するクラウド
- クライアントが管理するプライベートクラウド
- オンプレミス

### 統合

簡単にアクセスして使用するために、MT を企業の次の IT インフラストラクチャに接続できます。

- コミュニケーションツール
- コラボレーションプラットフォーム
- 顧客サービスとサポートのインターフェイス
- 多言語チャットツール
- ソーシャルネットワーク

## Language Weaver® で優れた顧客体験を提供

### 幅広い言語に対応

言語とビジネスのエキスパートが構築した言語ペアを、250 種類以上利用できます。2,000 種類を超える言語の組み合わせが可能です。

### 柔軟な導入

クラウド、オンプレミス、またはハイブリッド環境で利用可能であり、コンテンツ、ビジネスインテリジェンスなどに関するさまざまなビジネスアプリケーションとの統合ポイントを備えています。

### さまざまなチャネル向けに開発

ほとんどすべてのチャネルに多言語機能を追加できます。顧客は RWS を使用して、ドキュメント、ウェブコンテンツだけでなく、チャットボットやバーチャルアシスタントといったリアルタイムチャネルも翻訳できます。

### エンタープライズ対応

さまざまな導入環境向けに最適化され、エンタープライズ規模の処理をサポートするように設計されています。各種オプションでソリューションをカスタマイズし、独自の環境に適合させることが可能なため、十分なセキュリティを確保できます。

Language Weaver がグローバルな顧客サポートを支援し、強化する方法についてご確認ください。

[rws.com/jp/mt](https://rws.com/jp/mt)

### RWS について

RWS Holdings plc は、テクノロジーを駆使した翻訳サービス、コンテンツ管理サービス、知的財産サービスを提供するリーディングプロバイダーです。RWS は、ビジネスに不可欠なコンテンツを大規模に配信し、イノベーションの保護と実現を可能にすることで、お客様が世界中の人々とつながり、新たなアイデアを提供することを支援します。

私たちのビジョンは、グローバルインテリジェンス、深い専門知識、スマートなテクノロジーを通じて、言語、コンテンツ、市場参入における課題を解決することにより、世界中の人々と組織をつなぐ橋渡しをすることです。

当社の顧客には、グローバルブランド上位 100 社のうちの 90 社、製薬会社上位 10 社、世界中の大手特許事務所 20 社のおよそ半数が含まれています。また、クライアントベースは、ヨーロッパ、アジア太平洋、北南米に広がり、テクノロジー、製薬、医療、法律、化学、自動車、行政機関、電気通信の各分野を網羅しており、5 つの大陸に複数のオフィスを構えています。

1958 年に設立された RWS は、英国に本社を置き、AIM、ロンドン証券取引所規制市場に上場されています（RWS.L）。

詳細については、[www.rws.com/jp](https://www.rws.com/jp) をご覧ください。

© All Rights Reserved. ここに記載されている情報は、RWS Group\*の機密情報および専有情報とみなされます。

\* RWS Groupとは、RWS Holdings PLCおよびその関連会社および子会社の代表を意味します。