



# ITの巨人たちに学ぶ 「コミュニティの活用方法」

～どんな会社でも始められるサポートコミュニティとは～



# INDEX

はじめに

第1章 なぜ巨人たちはコミュニティを活用するのか？

第2章 コールセンターの抱える課題

第3章 コミュニティ運営は難しい？

第4章 手軽なコミュニティの運営方法のご紹介

第5章 担当者座談会 コミュニティ活用のコツ

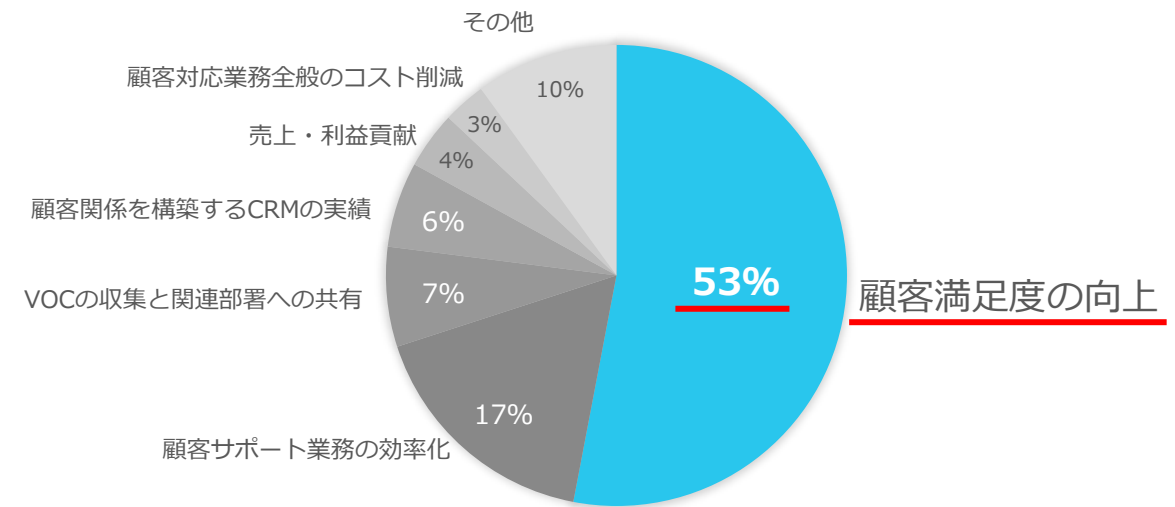
# はじめに

コールセンター白書によると、  
最も重要なコールセンターの目的は  
「顧客満足度の向上」の53%が最も高くなっています。

そのため、本書では顧客満足度の向上を向上させる  
手段の1つとして「コミュニティの活用」について  
ご紹介させていただきます。

AppleやMicrosoftといったITの巨人たちが導入する  
コミュニティが、なぜ顧客満足度の向上につながるのか  
解説させていただきます。

＜最も重要なコールセンターの目的＞



コールセンター白書2020より (n=194)

# 第1章

なぜ巨人たちはコミュニティを活用するのか？

# Appleのコミュニティ活用

01-1



Appleでは、サポートや修理に関するお問い合わせの電話窓口のほかに、サポートコミュニティを設けてユーザー同士で疑問を解決する場を提供しています。

## ＜ユーザーからの質問例＞

### 最新のディスカッション

- 
**iPhoneSE2 端子 接続不良**  
 ● ★ 🍏 7 時間前 返信: 0 閲覧: 15 質問者 [ミヤケンミヤケン](#)
  - 
**充電が20%,10%をきった時の通知が来ない**  
 ● ★ 🍏 最新の返信 9 時間前 投稿者 [リナ6176](#) 返信: 1 閲覧: 27 質問者 [リナ6176](#)
  - 
**お風呂スマホを落としてから、Face IDが使えなくなりました。**  
 ● ★ 🍏 最新の返信 1 日前 投稿者 [はに](#) 返信: 5 閲覧: 74 質問者 [Mic13e](#)
- [iPhone ハードウェア の投稿をすべて表示 >](#)

## ＜ユーザーからの回答例＞

-  D300 |  レベル 8 (35,036 ポイント)  macOS
 

2021/08/15 11:52 Mic13e への返信

バックアップを取った上で初期化、新規iPhoneとして設定してダメならそのまま修理手続きを。回復したなら、もう一度初期化してバックアップの復元を試してみてください。

[回答を文脈中表示](#)
-  Mic13e |  レベル 1 (5 ポイント)  iPhone
 

2021/08/15 22:16 D300 への返信

ありがとうございます。  
再起動はやってみましたがダメでした。

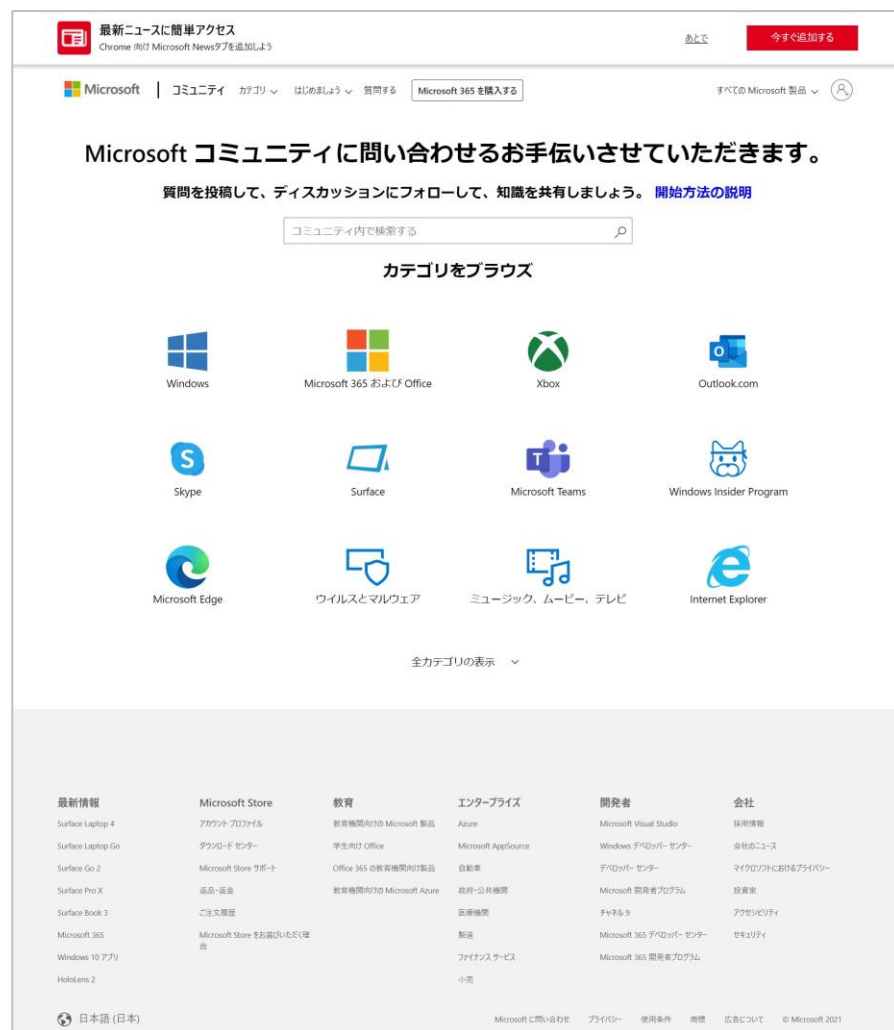
[回答を文脈中表示](#)

## ■ポイント

コミュニティに参加する動機づけとして、ポイントやレベル、バッジといった特典を用意

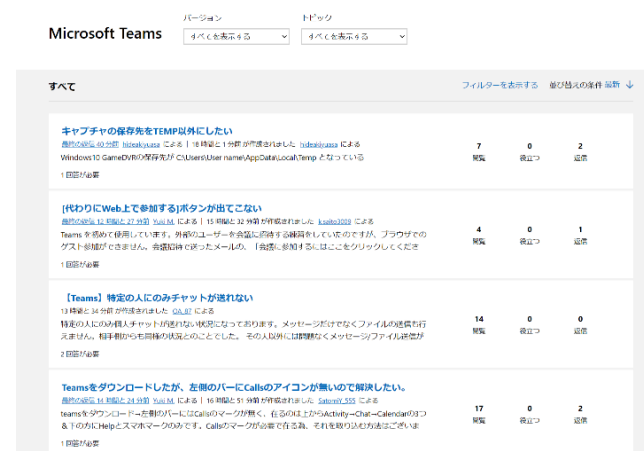
# Microsoftのコミュニティ活用

01-2



Microsoftでも、カスタマーサービスの電話窓口を設けているほか、Microsoftコミュニティで製品やサービスに関して知識のあるコミュニティメンバーに対して質問できる場を提供しています。

## ＜カテゴリ内の質問一覧＞



## ＜ユーザーからの回答例＞



## ■ポイント

アクティブなメンバーや 貢献のあったコミュニティメンバーにバッジが贈られるようになっており 貢献を繰り返すと様々なバッジが取得できる仕組みを用意している

# Googleのコミュニティ活用

01-3



Googleでは、無料のサービスに関して電話窓口は設けておらずヘルプセンター内でよくある質問と回答を用意しているほか、コミュニティで質問を受け付ける場を提供しています。

<質問一覧（フィルタ表示）>



<ユーザーからの回答例>



## ■ポイント

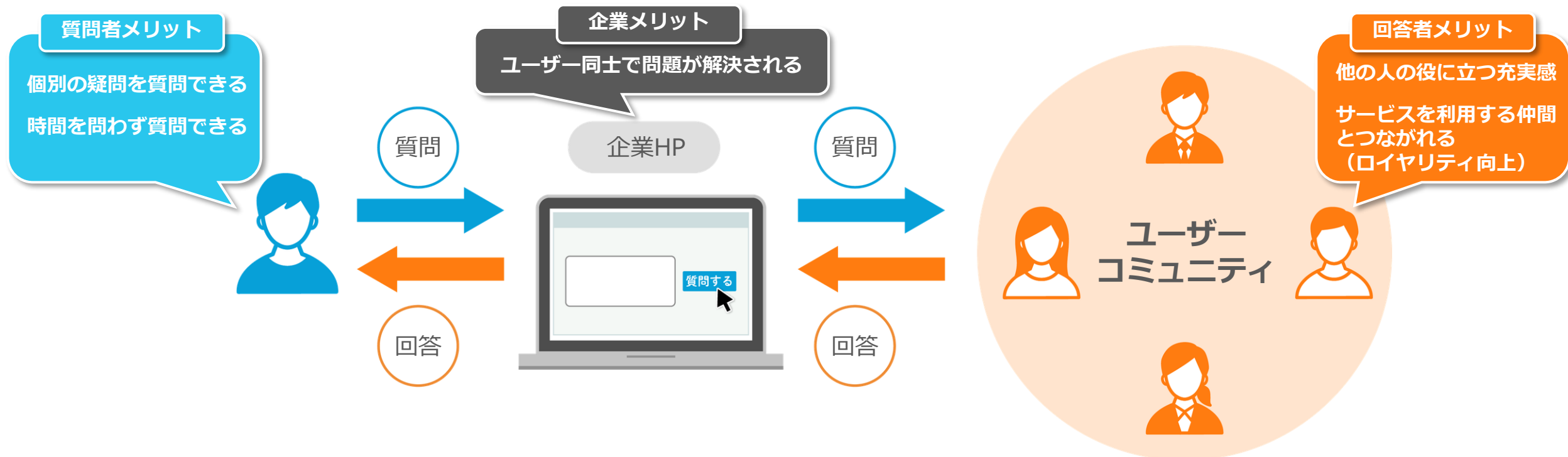
質問に回答しているユーザーは、ユーザー ID の横にバッジが表示される場合がある。バッジはメンバーのアイデンティティまたはコミュニティへの参加度を表し、参加の動機を醸成するほかGoogle社員やGoogleのパートナーが回答する枠も設置し正確な情報の提供を行っている。

## コミュニティ活用のメリット

01-4

企業側のコミュニティを活用する一番のメリットは「ユーザー同士で問題が解決される」という事です。

Googleでは無料サービスではコールセンターを設置していなくてもサービスが利用し続けられているように、コミュニティを活用することでユーザー同士で質問と回答のやり取りができ、疑問が解決されるという大きなメリットがあります。





## 第2章

# コールセンターの抱える課題

# コールセンター白書 コールセンターの3大ミッション

02-1

「コールセンターの設立目的」のアンケート結果にもあるように、コールセンターの大きな役割として下記の3つのミッションがあるといわれています。

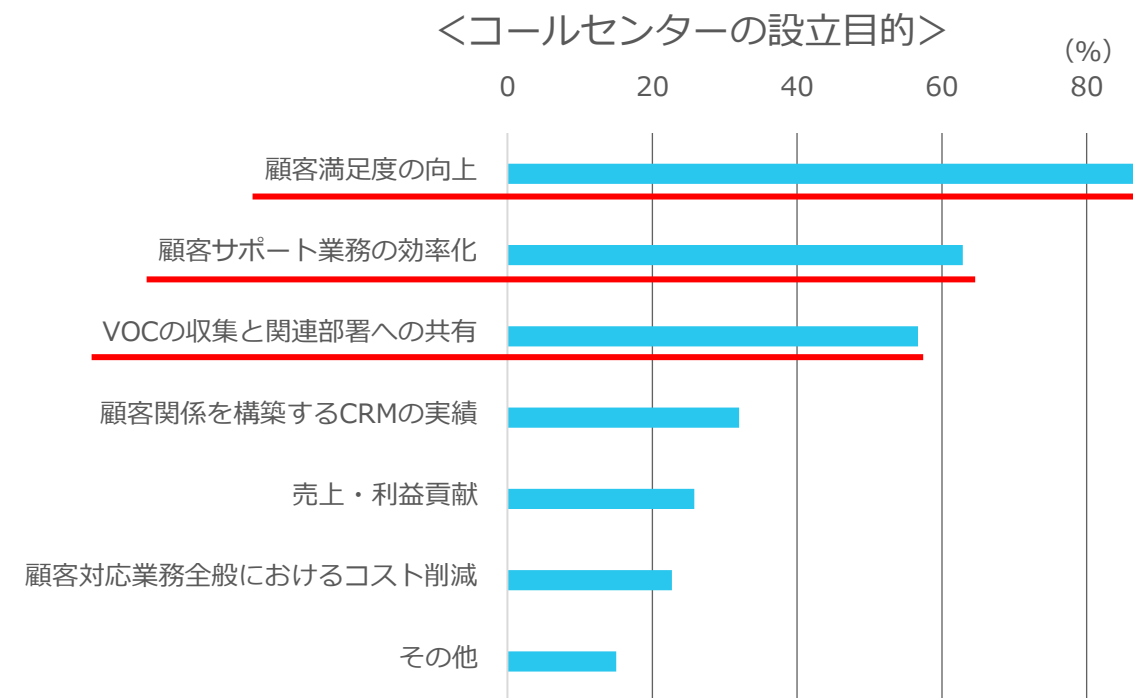
## 3大ミッション

顧客満足度の向上

顧客サポート業務の効率化

VOCの収集と関連部署への共有

コミュニティを活用することで、これらのミッションの一部が達成される可能性があると考えられます。



コールセンター白書2020より (n=194、複数回答あり)

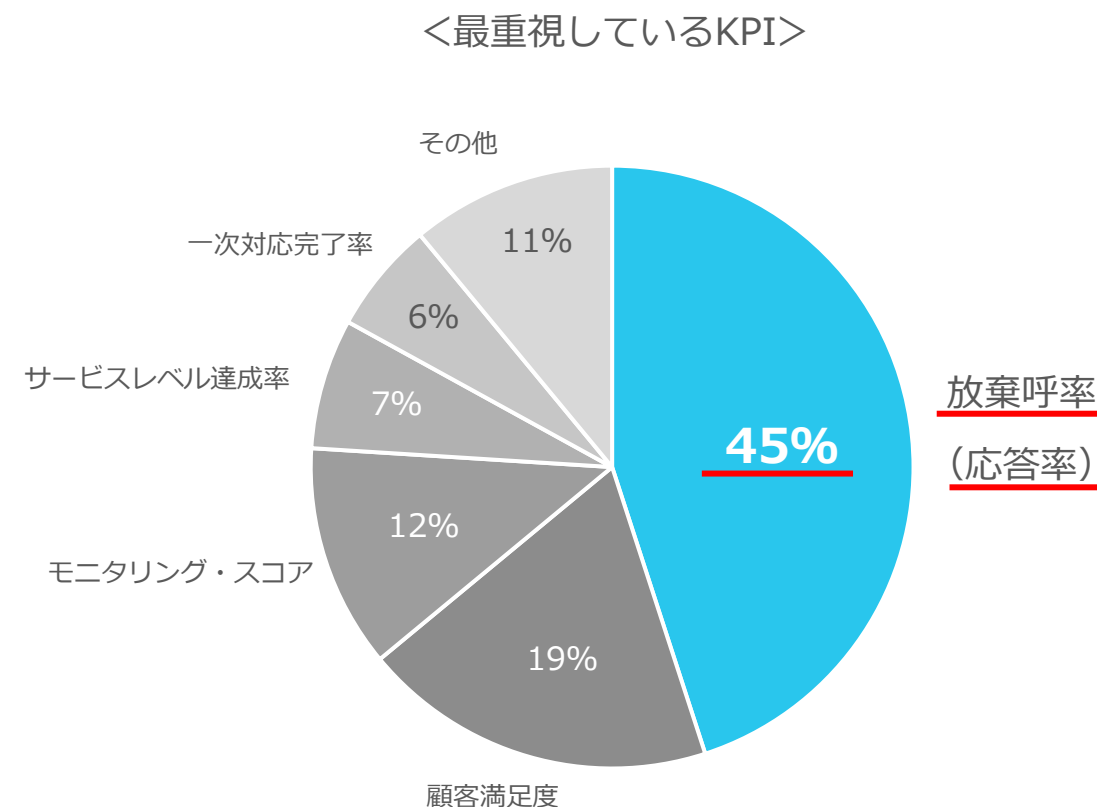
## コールセンター白書 放棄呼率

02-2

コールセンターで最重視されているKPIが「放棄呼率」です。

コールセンターに電話してもつながりにくいと  
顧客満足度の低下につながりやすく  
どのくらい電話に応答できているかを  
指標として重視しているコールセンターが  
多く存在することがわかります。

はたして現在入電しているコールのなかで  
本当にオペレーターさんでないと回答できない質問が  
どれくらい存在するのでしょうか？



コールセンター白書2020より (n=194) ※1部加工

# コールセンター白書 放棄呼率の平均値と業界平均値

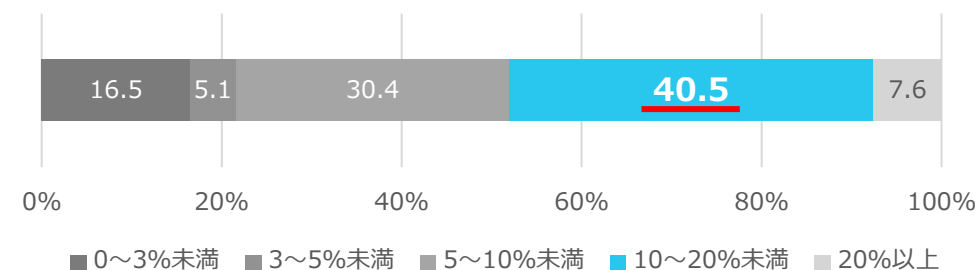
02-3

放棄呼率の平均値として、10～20%が最も多く  
40%以上のコールセンターが10件に1件のコールに  
応答できていない状況にあります。

また、放棄呼率の高い業界は通信業界となっており  
10%を超えています。全体でも8%を超えており  
応答できていないコールが一定数存在しています。

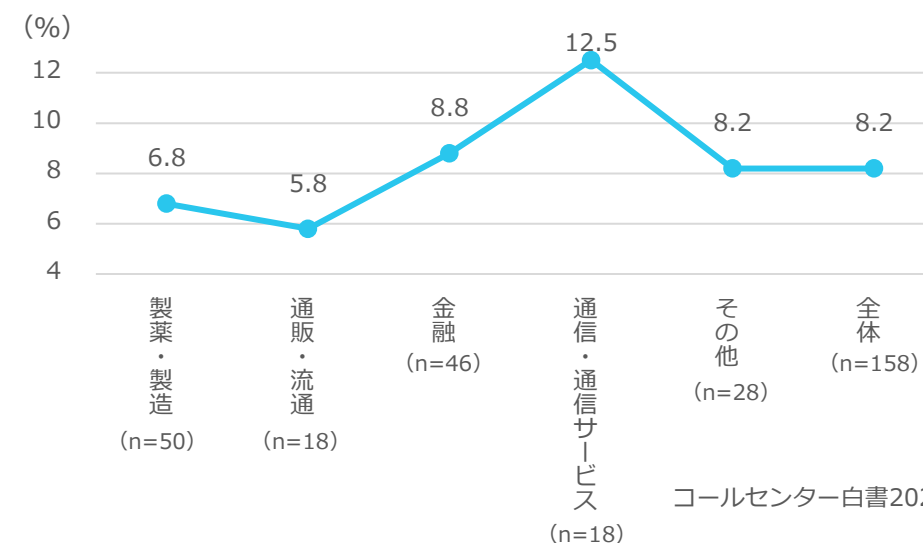
コミュニティを活用して、ユーザーの疑問を解決  
することでコールの発生を抑えることができれば  
顧客サポート業務の効率化につながると考えられます。

＜平均放棄呼率＞ (2020年)



コールセンター白書2020より (n=158)

＜放棄呼率の業種別平均値＞ (2020年)



コールセンター白書2020より

## コールセンター白書 VOC活動

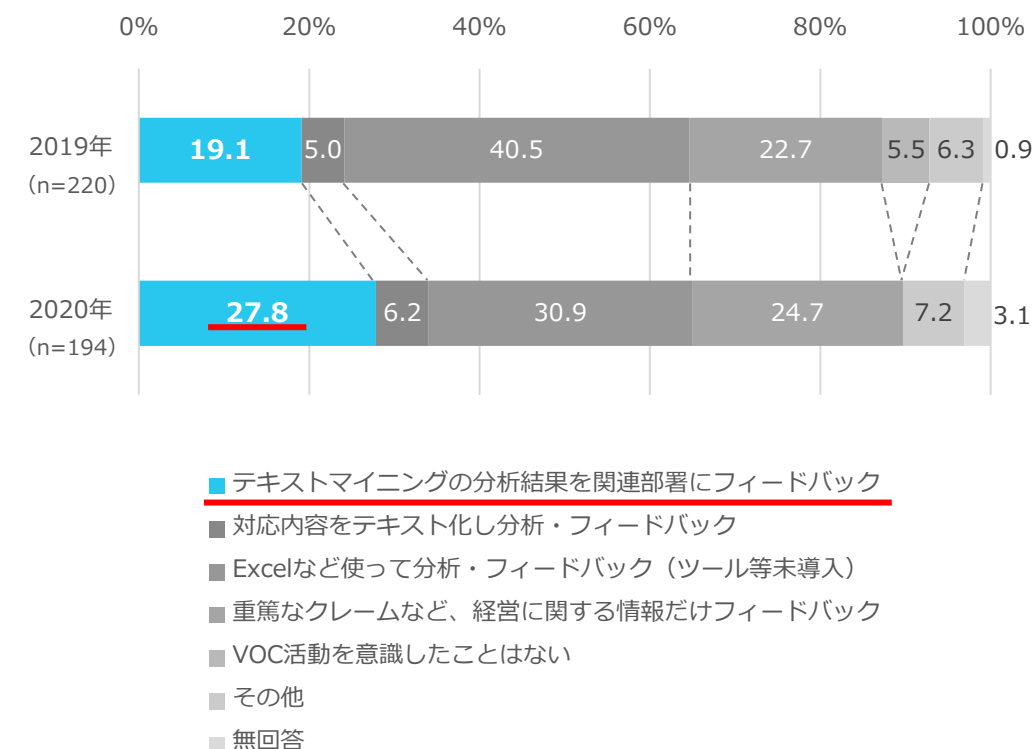
02-4

コールセンターによると、2019年に比べ2020年はテキストマイニングの分析を行っているコールセンターが約10%増えているという結果が出ています。

オペレーターさんが記入したお客様とのやり取りを収集し一つにまとめて分析するという作業が発生していると考えられます。

コミュニティであれば、質問は全てテキストで一か所に入力されるため分析もしやすく、さらに電話等では入りにくい内容の問い合わせも収集する事もできるようになります。

<VOC活動について>



コールセンター白書2020より ※1部加工

## コールセンターの課題とコミュニティ活用のメリット まとめ

02-5

コールセンターの3大ミッションに対して、コミュニティを活用する事でもたらされるメリットは下記の通りとなっています。

### 3大ミッション

顧客満足度の向上

顧客サポート業務の効率化

VOCの収集と関連部署への共有

### コミュニティの活用で…

電話がつながらない不満の軽減

コール発生量の軽減

コールしづらい層からのVOC収集

## 第3章

# コミュニティ運営は難しい？

## 自社でコミュニティを導入するにあたり

03-1

これまで見てきたように、コミュニティを活用すると  
コールセンター運営に一定のメリットがあると考えられますが、  
コミュニティを導入するには2つのハードルがあります。

### <ハードル①>

コミュニティサイト  
(コンテンツ)  
の立ち上げ

### <ハードル②>

回答ユーザーの  
募集

これをクリアしなければ独自のコミュニティを立ち上げる  
事はできません。





## コミュニティ運営の課題

03-1

さらに難しいのが立ち上げたコミュニティの運営です。  
コミュニティに参加してくれたユーザーを育て定着させる  
必要があると共に、コミュニティが炎上しないよう  
監視する必要があります。

＜ハードル③＞

ユーザーの活性化

＜ハードル④＞

炎上対策

こういった対策を常に行い続ける事で、質問に対して  
回答してくれるユーザーを定着させることができます。



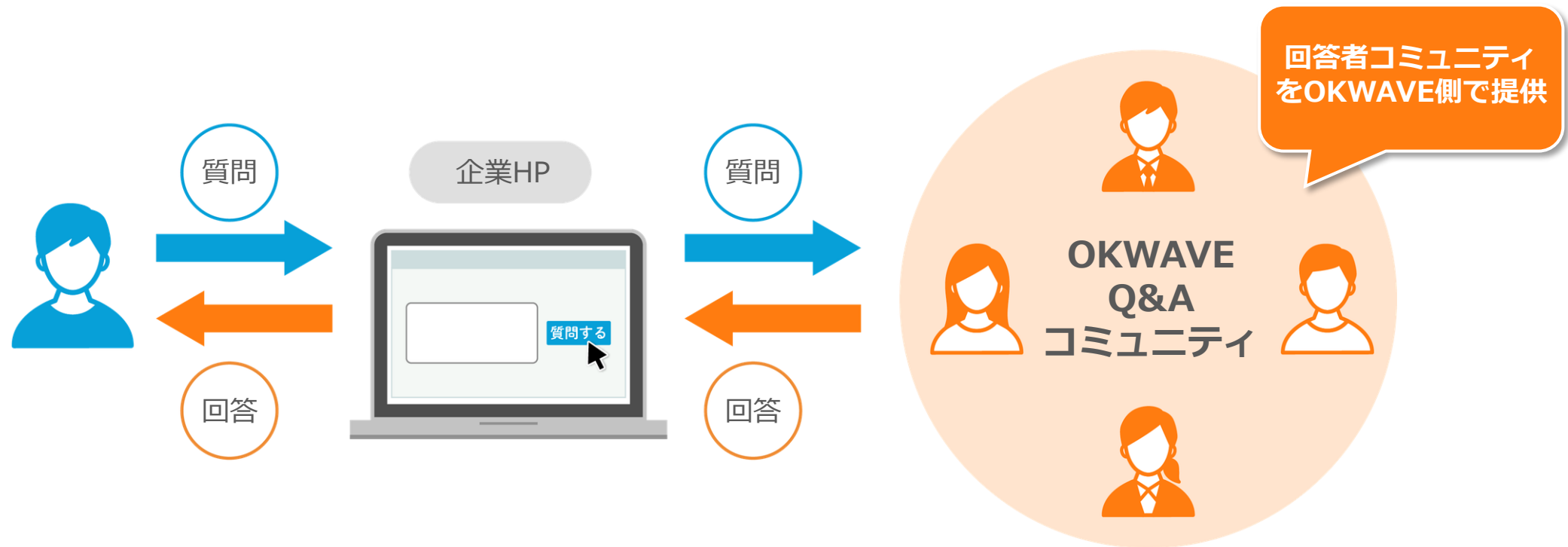
## 第4章

# 手軽なコミュニティの運営方法のご紹介

## OKWAVE Plusとは

04-1

独自のコミュニティの導入は、回答ユーザーの確保やコンテンツの準備など、ハードルが存在するため簡単に行うことは難しいものです。しかし「OKWAVE Plus」を活用頂く事で、それらすべてのハードルを解消し、コールセンターの課題を軽減する事が可能となります。



# OKWAVE Plusの特長

04-1

立ち上げ期

## 初期コンテンツがある 状態で開始



OKWAVEが蓄積している  
コンテンツをIMPORT

## OKWAVE会員が回答



OKWAVEユーザーによる  
回答力を提供

## 炎上しない



20年以上の運営実績がある  
OKWAVEのコミュニティ監視・  
品質管理体制をそのまま利用可能

運用期

## 利用者同士で問題解決



## いつでもどこでも すぐに問題解決



電話対応時間外  
24時間365日の対応を実現

## CS向上 サポートコスト削減



企業では対応しきれない個別ケースの  
課題もユーザー同士で解決

## 第5章

# 担当者座談会 コミュニティ活用のコツとは

# OKWAVE Plus 担当者座談会

担当者座談会 コミュニティ活用のコツとは

OKWAVE Plusの担当者が、サポート領域におけるコミュニティの有効性やコミュニティ運用の難しさなどについて議論しました。今後のサポートのあり方を検討する際の一助としてご活用ください。



左より  
株式会社オウケイウェイヴ  
コミュニティグループ  
マネージャー 小林 義忠  
部長 廣川 佳嗣  
高田 真里

## ■サポート領域でのよくある課題

- 小林 OKWAVE Plusをご導入頂いているお客様とお話していると、「質問が複雑化してきていて自社だけでは応えきれない領域の質問が増えてきている」という話をよく伺います。複数の製品がいろいろな組み合わせで使われているので、他社製品に関連する問い合わせが入ってきてしまう。そういう問い合わせに対応コストが非常に高くなっていると、どの会社様からもお聞きするケースが多いです。
- 高田 パソコンメーカーの例でいえば、インターネットにつながらないのは他社のルーターが原因だったり。そういった質問にはなかなか答えづらいですね。  
ただ、受けた質問は回答しなければならないので、非公式な形で答えようとしてユーザーに「回答内容をSNSに載せないでくださいね」と

メールを送っても載せちゃう人がいる。そうすると回答するのにすごくチェックに時間がかかってしまって、簡単に答えを提案しにくくて大変困っているそうです。

## ■サポートでコミュニティを活用するメリット

- 高田 ユーザーに困り事が発生して問い合わせしても、メールだと「3営業日以内に返します」とか、電話だとつながらないとか、欲しい情報を入手するのに時間がかかりますよね。日曜日の深夜にどうしてもプリンター使いたいんだけど印刷できないって時に、コールセンターは閉まっていて問い合わせできない。そんな時にコミュニティであれば24時間質問できるので有効な場所なのかなと思います。
- 小林 時間外でも困り事が解決できるようFAQを作っても、FAQというのはそもそもリテラシーがある人向けなので、それを見ても解決できなくて、結局問い合わせが入ってきてしまうという声もありますね。  
リテラシーのあまり高くない人には、気兼ねなく質問できるコミュニティがマッチしやすいのかなと。
- 廣川 同じサービスを使っている人のほうが良く知っているということもありますよね。自分と同じ状況で困った経験した事がある人に聞いたほうが解決できるのではないかと。



# OKWAVE Plus 担当者座談会

担当者座談会 コミュニティ活用のコツとは

高田 あと製品を買った人は、企業側に「製品の使い方を教えてもらって当たり前」というコミュニケーションになりがちですけど、コミュニティで質問する場合、相手は企業ではなく個人なので、相手を尊重するポジティブなコミュニケーションが生まれやすくなると感じます。

## ■コミュニティは導入と運用が難しい

廣川 ただコミュニティを導入するとなると、世界的なグローバル企業であればサービスのファンが多いから自前でコミュニティを作れるけど、普通の企業さんが自前でコミュニティを構築するのはなかなか難しいですね。

小林 コミュニティは、立ち上げ当初だとコンテンツが全くないとか、質問してもレスポンスがない事がある。それにコミュニティを健全に保つためのサポートというのが非常に難しいです。

高田 サポートって基本的に一対一でやり取りだけど、コミュニティみたいに一対多になってくると、それをまとめるノウハウってやはり難しい部分があります。そういった経験がないとなかなか踏み込めない部分だと思います。

## ■OKWAVE Plusならすぐにコミュニティが作れる

小林 OKWAVEは20年以上コミュニティを運営しているため、立ち上げ時もOKWAVEで蓄積されたコンテンツの初期データとして入れられます。



さらにコミュニティに質問が入ってもそれをOKWAVEの回答者が答えてくれる。そこからスタートできるのがまず大きいです。

さらに企業としては回答しづらい質問にもOKWAVEの回答者がズバッと答えてくれるというところは本当に助かっていると言ってくれていますね。

企業として回答する場合、社内でいくつもの承認を通さなきゃいけないかったり、他社製品には言及できない等の色々な制約がある中でユーザーさんが躊躇なく回答をつけてくれるのにはすごく価値があるという声を頂いています。

また、Q&Aの特性上、テールニーズに強いところにも特性があります。みんなが共通して困っている課題はFAQ化すれば解決できるけれど、圧倒的にそれ以外の個別の悩みが多いと思うので、そこをカバーするのがOKWAVE Plusのユニークなポイントです。

高田 質問自体もコミュニティに入るものと企業に入るものとは種別が違いうようです。企業には入らない問い合わせでもコミュニティにはすごく書かれるケースがあります。一定の層は電話や問い合わせはしたくないため、その層の生の声を収集できるのはすごく参考になるという意見も頂いています。





# OKWAVE Plus 担当者座談会

担当者座談会 コミュニティ活用のコツとは

## ■OKWAVE Plusの回答者クオリティ

高田 OKWAVEはコミュニティを長年やるためユーザーも長年サービスを使い続けてくれていて、OKWAVE Plusはそういったコアユーザーさんに支えられています。長年のユーザーさんは、質問が入ると最初に回答してくれるケースが多く、場が荒れにくくなる傾向があります。

例えば最初にすごくいやな回答が入るとそういった回答が続きやすい。こういう空気が許されるんだと他の回答者が思っちゃう。ですが、全体的に親切に回答してくれるユーザーさんが多いためそういう流れができて、新しく入ってきた人も追従して親切に回答する。こういう空気の場所だから、場を荒らそうというユーザーさんが発生しにくいんだと思います。

小林 OKWAVEが20年以上コミュニティを運営してきて一度も大きな炎上がないというのは、その蓄積されたナレッジで作られたものかなと思いますね。

高田 書き込みを消すときも、ただ消すのではなくて「こういう事がダメ」とちゃんと説明しています。そういう事は他社はあまりやっていないのかなと。

廣川 こういった取り組みが結果として企業さんに提供できるものになっているというのは、なかなか世の中にはない。戦略上良かったと思います。



## ■OKWAVE Plus 今後のサービスの方向性

小林 各社様から最近よく伺うのは「徐々に有償サポートの導入をいずれ考えないといけない」というお話です。無償のところはオペレーターさんではなく、ユーザーさん同士で解決してもらい、有償のサポートに登録いただいた方は手厚くといった構想を持っているお客様が増えてきていると感じます。そのため企業でなくても答えられる質問をコミュニティで解決してもらう事で、コールの総量を減らしていけるのではと考えています。

高田 お客様の中にはホームページ上の問い合わせの導線を変更して、コミュニティに振っていききたいという企業もありますね。

小林 本気でコールの量を減らす場合、お客様と協議のうえ、電話で問い合わせが発生するまでのフローの中にOKWAVE Plusへの導線を加えてもらう事ができれば、コールの総量を減らせるのではと思っています。サブ的な問い合わせチャネルから、メインの問い合わせチャネルとして活用して頂けるよう、お客様と可能性を模索していきたいです。

