

令和5年3月17日
東日本高速道路株式会社
株式会社 NTT ネクシア

高速道路会社で初※ テキストマイニングを活用したお客さまの声の分析

東日本高速道路株式会社（代表取締役社長：由木 文彦、以下「NEXCO 東日本」）と株式会社 NTT ネクシア（代表取締役社長：高美 浩一、以下「NTT ネクシア」）は、NEXCO 東日本お客さまセンターに寄せられた「お客さまの声」を更に経営に活かすため、高速道路会社として初めて最新のテクノロジーである AI を用いたテキストマイニングを活用して詳細な分析を行いました。

NEXCO 東日本お客さまセンターでは、年間 30 万件を超える貴重な声を頂戴し、現地対応やサービス改善につなげていますが、お客さまの声の分析粒度をより向上させたいという課題がありました。今回初めての試みとして、VOC（Voice of customer：お客さまの声）分析に知見のある NTT ネクシアの支援を受け、対象エリア内の高速道路が定額で乗り降り自由になる割引商品・ドラ割「2022 東北観光フリーパス」に関するお客さまの声の分析を行ったところ、お客さまは旅行のプランを立てる際にドラ割の“商品内容”や“利用価値”を知りたいというニーズ・高い関心があることが分かり、商品の内容や魅力の案内を充実させるなどの改善を講じることとしました。

今後も、お客さまの声に真摯に向き合い、商品開発やサービス改善につなげてまいります。

※NEXCO 東日本調べ

1. AI を用いたテキストマイニングによる分析

令和4年7月1日～31日に寄せられた「2022 東北観光フリーパス」に関する約 1,000 件のお客さまの声をテキストマイニングによって、細かく分類・分析し、お客さまのニーズの可視化を実施しました。

従来の分析では、「2022 東北観光フリーパス」に関するお客さまの声を一つの区分、粒度としていました。テキストマイニングによりそれを 50 以上に区分することが可能になり、分析粒度が向上しました。

（詳細：[別紙](#)）

2. 分析結果と改善策

（1）お客さまの最大の関心は「商品の内容」

お問合せの約 90%が“旅行計画時の情報収集の段階”で寄せられており、そのうちの約 75%が“商品の内容”に関するもので、料金プラン概要、対象エリア、利用方法などについて知りたいという声が多いことが分かりました。（詳細：[別紙](#)）

(2) ホームページのご案内ページへの導線や記載内容を改善

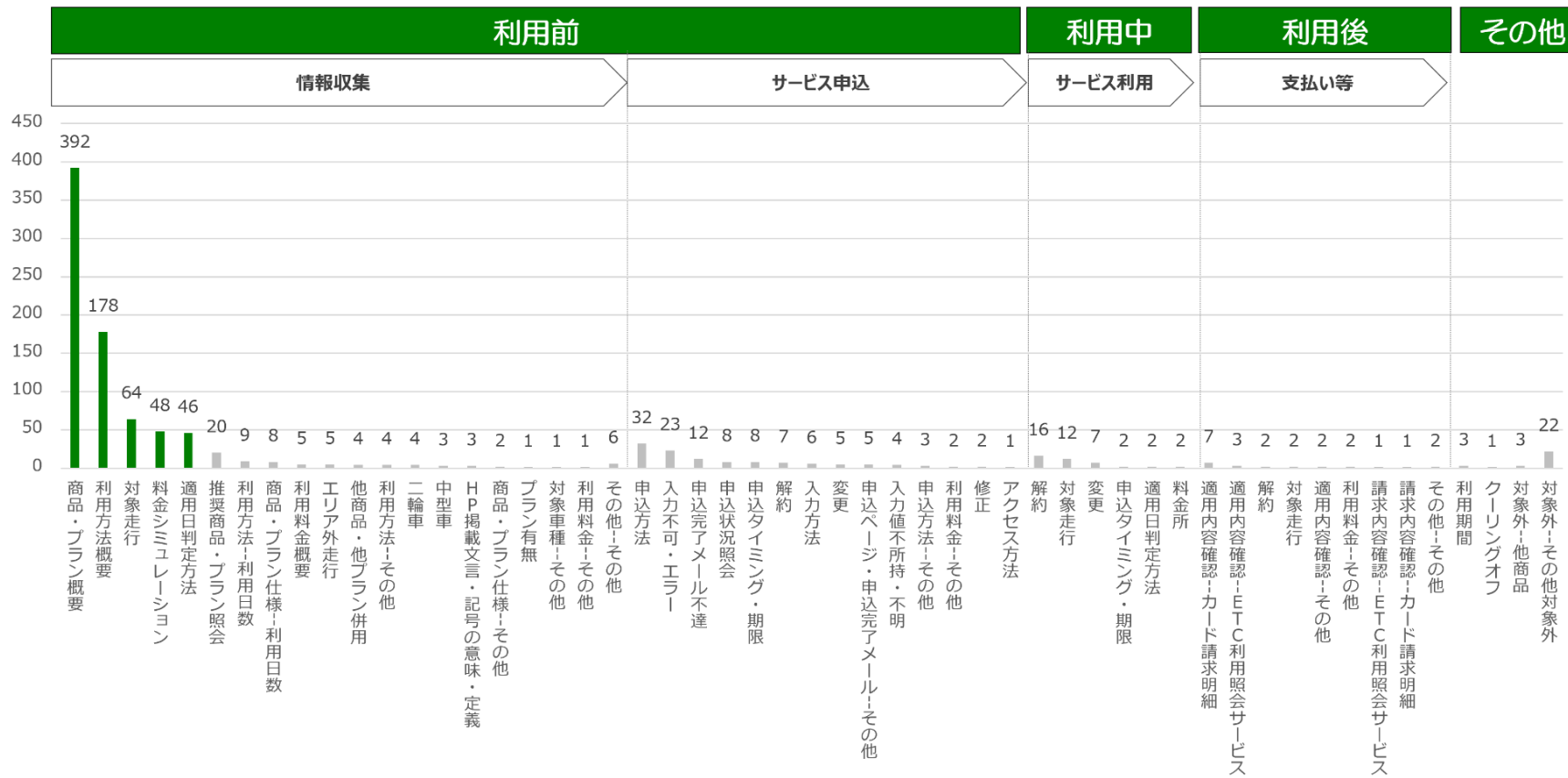
“商品の内容”については、NEXCO 東日本のホームページでご案内していますが、記載ページにたどり着けない又は記載内容を理解できないといった課題を改善するため、ご案内ページへの導線や記載内容について分かりやすくなるよう見直しを行い、商品の魅力を丁寧にお伝えすることとしました。

本日、販売を開始したドラ割商品について、今回の分析結果を活かしたご案内ページを作成しております。<https://driveplaza.com/etc/drawari/>

3. 今後の取り組み

NEXCO 東日本は、今後も最新テクノロジー・技術力を活用した VOC 分析を継続し、高速道路サービスのさらなる充実に向けた取組みを強化・推進してまいります。

NTTネクシアは、「コミュニケーションのプロ」として培ってきた経験・ノウハウと最新テクノロジーを活用・融合させ、クライアントの課題解決に向けたコンサルティング（VOC 分析等）、および付加価値の高いサービスのご提案・提供を通じ、お客さまの顧客体験価値の向上に向けた取組みを強化・推進してまいります。



対象データ：R4.7.1～31「2022 東北観光フリーバス」に関する問合せ・ご意見・苦情等 1,014 件