

UTグループ株式会社

繁閑の波に影響されない、求職者の方が
“安心できるコンタクトセンターづくり”を目指して



導入利点

- インバウンドだけではなく、アウトバウンドでも活用可能
- 繁閑の波や突発的な対応にも安心・安定運用を実現
- AI開発～導入まで、1社完結の分かりやすい体制

製品・サービス

LINE WORKS AiCall

1995年創業以来、無期雇用派遣事業を通じて、製造業を中心とする人材派遣業を行っているUTグループ株式会社。同社では、求職者の求人応募、面接予約を受け付ける採用コンタクトセンターを約50人規模のオペレータで対応しています。今回は採用コンタクトセンターで電話対応AIサービス「LINE WORKS AiCall」を導入し、求職者のCX向上にも寄与することを実感しながら運用いただいております。導入に至った背景、開発時エピソード、今後の採用コンタクトセンターの在り方含めて、お話しをお伺いしました。

採用コンタクトセンターというと、最近ではインターネットでのお問い合わせが、一般的になりつつあると思うのですが、電話でのお問い合わせというのも、多くあるのでしょうか。

田口さん：

弊社でもインターネットやLINEなどを使用した自動応答形式のご予約形態をもちろん整備しております。ですが、やはり製造や建築などの現場で働く方がご利用しやすいチャネルが電話でのお問合せということもあり、求職者の約8割の方が電話にて求人応募や面接予約などを行っていただいております。

約8割が、電話での予約なのですね…！想定以上に多く驚いています。「採用」と聞くと、季節繁忙などのイメージもありますが、業界特性上のトレンドなどはありますか。

田口さん：

一般的に「求人・採用業界」と言うと、春先に求職者・求人件数が増え、その後一度落ち着き、秋口に再度増え、しばらくして新年から徐々に回復するという傾向ですが、我々が取り扱う製造や建築などの求人は、そうした一般的なトレンドだけではなく、採用する企業様の生産計画に

よっても大きく左右されます。

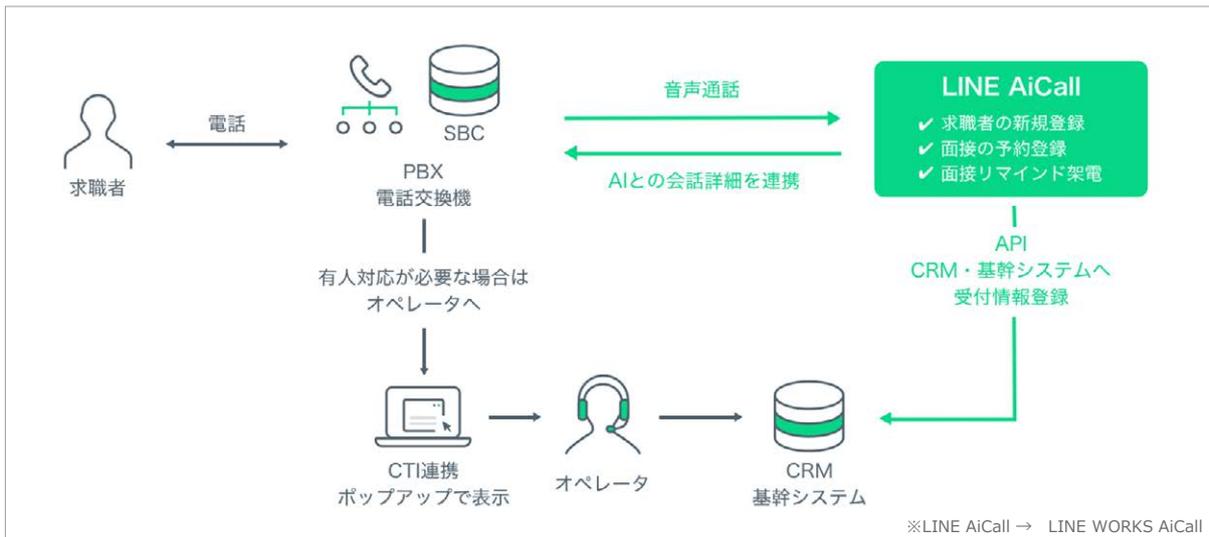
更に、今回LINE WORKS AiCallの導入を検討したきっかけにもなった、新型コロナウイルス感染症による工場での生産停止/再開には求職者の方も、弊社としても大きく影響を受けました。

新型コロナウイルス感染症による影響も含めて、LINE WORKS AiCallの導入を検討された背景を教えてください。

田口さん：

ニュースなどで盛んに報道されていたので、覚えている方も多いかと思いますが、2020年春に新型コロナウイルス感染症の流行が日本でも始まり、工場での生産などの業務が停止することが多くありました。この場合、新規の雇用といった採用の流れも停滞するため、我々としても非常に気を揉みました。

その後、2020年9月頃に自動車工場を中心に生産業務が再開。それに合わせて求人数も増え、我々の“はたらく人のための、プラットフォーム”というビジョンを実現していくためにも、1件でも多くの雇用を創出しようと思い、広告・宣伝費用もかけて促進していきました。



結果として、多くの応募をいただきましたが、その約8割が電話による応募で面接の予約登録などの対応が追い付かない、というのが実情でした。

なるほど。これが先ほど冒頭でもお話しに出ていた、一般的な採用トレンドだけではない、UTグループ様ならではのご事情で、働く人が欲しい！応募も沢山ある！でもオペレータだけでは対応しきれないという状況だったんですね。

田口さん：

はい、そうですね。その時に感じたのは、求職者の方のCX体験向上を目指すのであれば、こうしたお問合せ数にバラつきがある繁閑の波や、繁忙期に合わせて上がるコスト面でも振り回されない環境構築が必要、ということです。求職者の方が“安心して応募や予約ができるコンタクトセンターづくり”の必要性を強く感じ、AIの導入検討を開始しました。

実際に導入検討をした際、10社以上にお問合せをし、お話しを聞いたと、伺っています。その中でもLINE WORKS AiCallに決めた理由は何だったのでしょうか。

田口さん：

2020年11月から本格的に導入検討をし、約半年かけて最終的にはLINE WORKS AiCallに決めました。音声合成や音声認識の性能はもちろん見っていますが、最終的な決め手は、「1社で、すべて自己完結した分かりやすい開発/導入体制」という点でした。



企業様によっては、AIエンジンは、自社ではなく●●社製、でも音声エンジンは自社の××を使用していて…というところが、結構多かったです。それらと比較して、LINE WORKS AiCallは、自社ですべてを完結できる開発/導入体制でご対応いただけただことに加え、十分なノウハウも持ちだったので、私や弊社デジタル推進部門の責任者からも好印象でした。そういった面もあり、最終的にLINE WORKS AiCallの導入で決定いたしました。

導入決定後、どのようなプロセスで本格導入を行っていったのでしょうか。

田口さん：

LINE WORKS AiCallの導入にはそれなりの費用がかかるので、経営層への説明責任も十分に果たしつつ進める必要があります。なので、テスターの方を対象に実証試験を行い、その結果をもとに経営層へきちんと導入する意味なども含めながら説明していきました。

少し弊社の社内プロセスのお話しになりますが、主に6点「①導入のステップ ②実証実験の結果/課題 ③費用 ④投資の内容（工数や開発内容の妥当性）⑤自社連携システムとの接続状態 ⑥投資回収計画」を書類としてまとめ、該当部門に提出する必要があります。

大きな投資ということもあり、約半年ぐらい承認に時間を要しましたが、その際もLINE WORKS側の担当営業の方や開発の方に必要な情報の提供などご協力いただけたことがとても助かったのを今、お話ししていて思い出しました。

なかなか大変なプロセスですね…社内承認を取る過程で行った実証試験の結果や実際に体験したテスターさんの反応はいかがなものだったのでしょうか。

田口さん：

実証実験のテスターさんからは、AIが対応することに対してはポジティブな反応が多かったです。その中で印象的だったのは、寡黙な職人気質の方から「AIだからこそ、気を遣ったコミュニケーションをしなくて済み、話しやすかった」という意外なお声をいただいて、求職者の特性に合わせたコミュニケーションのヒントになりましたし、自分たちが想像していた以上の結果で嬉しかったです。

最後に事前アンケートにも、びっしりと書いていただいていた、UTグループ様の「採用コンタクトセンターのあり方と、目指す姿」が印象的でした。そのあたりを、詳しく教えてください。

田口さん：

我々、UTグループは“はたらく人のための、プラットフォーム”です。幸せな人生を歩んでいただきたいですし、ただ仕事をするのではなく、その人のバックグラウンドを知った上で、求職者体験を高められるお仕事につないでいきたい。それが、求職者・求人を募った企業様において、安心安全かつ、定着率を高められる雇用環境を創れると思っています。

求職者の方にとって、最初のタッチポイントが、この「採用コンタクトセンター」です。そこでいかに求職者体験を高められるのか、がプラットフォームにおいて重要なポイントです。日本最先端の技術をうまく使いながら、求職者体験を高められる、“イケてるコールセンター”を目指していきたいと思っています。



※掲載している内容（製品名を含む）、所属やお役職は取材を実施した2023年5月当時のものが含まれます。

製品に関する詳細は[こちら](#)

提供元

LINE WORKS 株式会社

line-works.com

LINE WORKS