

AI の力で顧客体験を もっとスマートに：

いまあるテックスタックを最大限に
活かす方法



事業の成長とともに顧客の期待も進化する中、多くの企業は顧客体験のテクノロジー刷新にあたり、岐路に立たされています。既存のツールを新たなシステムに置き換えるべきか、それとも今ある基盤を活かして、よりスマートに強化するべきか。

新しいシステムへの移行は、業務の効率化や最新機能の導入といった魅力的な選択肢に思えるかもしれませんが。しかしその裏には、大きなコストや業務の中断、そして長期的な導入プロセスが伴います。実際には、既存のテックスタックを活かして拡張するという、より現実的かつ効果的な道があるのです。

このガイドでは、AI を活用して既存のシステムを強化するためのフレームワークを、実際のユースケースをもとにご紹介します。

- AI による賢いセルフサービスで業務を効率化
- 一方通行のコミュニケーションを、リアルタイムな対話へ
- AI でオムニチャネル施策の ROI を引き上げる

加えて、オープン API の活用方法や、顧客データを統合しサイロ化を解消する顧客データプラットフォーム（CDP）の使い方についても取り上げます。システムの全面的な入れ替えをすることなく、パーソナライズされたスムーズな体験を実現する手法です。

その結果として、より深いつながり、高い顧客満足、そして大きな ROI 向上が見込めます。

AI によるテックスタックの拡張

新たなビジネス課題に対処する際、テックスタック全体を刷新するのは大きな負担となりがちです。代わりに、既存ツールを AI で補完することで、コスト効率よくスピーディに成果を上げることができます。たとえば、チャットボットやバーチャルアシスタント、スマートルーティング、そして定性的（Voice Intelligence）・定量的（Voice Insights）の両面からの音声分析といった機能を統合することで、長期の導入プロセスや業務への支障を最小限に抑えながら、新たな価値を加えることが可能です。顧客体験チームは既存の業務環境を維持しつつ、新たな機能を活用できるようになり、システム全体の入れ替えに伴うリスクを回避できます。スケーラビリティの高いこの方法は、必要に応じて段階的に機能を追加していける柔軟性を備えています。



オープン API で、もっと自由な顧客体験を

オープン API を使えば、顧客体験チームはツールを柔軟に統合・拡張できます。異なるシステムをつなげることで、部門の壁をなくし、業務を自動化し、顧客ごとに最適な対応ができるようになります。

ただし、すべての API が真に「オープン」とは限りません。制約が多く、自由に活用できないものもあります。Twilio の API は違います。既存のシステムと簡単に連携でき、開発者が自由に設計・運用できる柔軟性があります。メッセージング、通話、メール、顧客データ。カスタマージャーニーでのどの接点でも一貫した体験を実現できる、そんな拡張性の高い環境を提供します。

オープン API が CX チームにもたらす価値

- **データ統合**：CRM、マーケティング、分析の各ツールに散在する顧客データを統合
- **対話実現**：SMS や音声通話などを活用し、ほぼリアルタイムに顧客との対話を実現
- **自動化**：AI によるインサイトとルーティングで、ワークフロー全体を自動化
- **スケーリング**：特定のベンダーに依存せず、ビジネスの進化に合わせて自由にスケーリング

クローズド API に注意

オープン API をうたっているが、実際には統合や拡張を制限するベンダーも存在します。導入を検討する際には、たとえば「自由にカスタマイズできるか」「機能の利用にベンダーの承認が必要ではないか」「リアルタイムでのデータ共有や自動化に対応している API か」「ビジネスの成長に合わせて拡張できるか、それとも固定のワークフローに縛られるのか」といった観点で見極めることが重要です。

あらゆる連携を、オープンに。Twilio の API 思想

Twilio の API は、柔軟性に欠ける従来型のパッケージ製品とは異なり、すべてがモジュール化されています。各機能を自由に組み合わせられる設計のため、既存のシステムにスムーズに統合でき、相互運用性と将来的なスケーラビリティを両立できます。

5

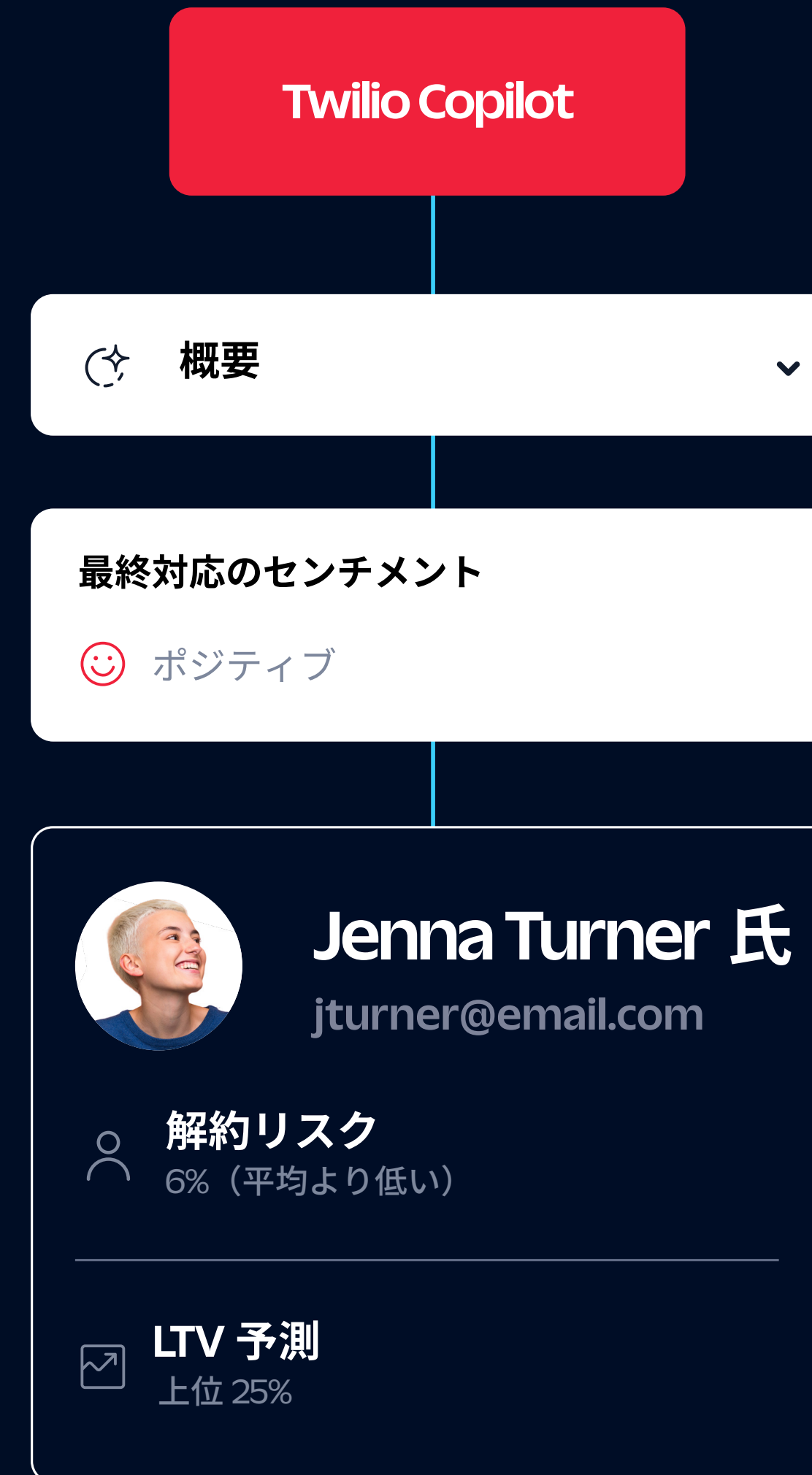
可能性が広がる。
Twilio のオープン
API 活用例 5 選



Agent Copilot で実現する、AI 時代の顧客体験

Twilio のオープン API は、CRM や Flex の機能である Agent Copilot のような AI ツールと連携し、オペレーターの生産性向上を支援します。生成 AI を活用して、通話後の要約、感情分析、対応ステータスの自動割り当てなど、やりとりの後処理を効率化します。

メリット: 対応後の作業を効率化し、オペレーターが顧客体験の質向上に注力できる環境をつくれます。





活用例その2

メッセージで実現する、 先回りの顧客対応

Twilio の API を使えば、顧客体験チームはリードが価格ページを閲覧したり、カートを放棄したりといった「意欲の高い行動」を検知し、自動で SMS などのメッセージを送信できます。

メリット：顧客にリアルタイムでリーチすることで、反応率とコンバージョンの可能性が大きく向上します。

音声・SMS・チャットを 横断するオムニチャネル 対応

オープンAPIを活用した Twilio Flex なら、音声通話、メール、チャットなど複数のチャネルをひとつの環境で統合できます。プラットフォームを切り替える必要はありません。

メリット: オペレーターは過去のやりとりの文脈を把握した上で対応でき、よりシームレスでパーソナライズされた顧客体験を提供できます。





活用例その 4

AI で自動化する通話要約 と感情分析

Twilio の AI 搭載 API は、通話内容を記録・文字起こしし、感情や対応ステータスを含む要点を自動的に要約します。

メリット : 手作業の負担を軽減し、対応の迅速化と顧客満足度の傾向把握を支援します。

Twilio で実現する、効率的なリード対応とフォローアップ

Segment などの CDP と Twilio の API を組み合わせることで、エンゲージメントに応じたリードスコアリングと、メール・SMS・音声を使った個別対応を自動化できます。

メリット: 優先度の高いリードを見極めやすくなり、対応精度が高まりながら業務の効率化も進みます。





AI セルフサービスで業務効率と顧客満足を両立

AI を活用したバーチャルエージェントは、定型的な問い合わせへの対応やよくある質問への即時対応など、顧客の自己解決を促進する存在として、顧客体験に革新をもたらしています。有人対応の負担を減らし、コスト削減と業務効率化を両立。顧客は待たされることなく、スムーズに問題を解決できます。このような AI ソリューションは、コストのかかる有人対応の抑制だけでなく、セルフサービスを求める顧客ニーズへの対応手段として、今や重要なツールとなっています。

さまざまな業界で活用が進む中、特に大きなインパクトを見せているのが医療分野です。請求業務の煩雑さが課題とされる中、AI による自動化でコミュニケーションを効率化し、事務負担を軽減。患者満足度の向上にも貢献しています。患者の支払い体験を改善する Cedar 社は、この変革を牽引する存在です。どのように実現しているのか、次にご紹介します。

Cedar と Twilio、AI 活用で医療費請求体験を改善

医療費の支払いは、複数の医療機関を利用していたり保険が未加入だったりする場合、非常にわかりにくくストレスの多いものです。一方で、医療機関側も請求に関する問い合わせ対応に多大なコストがかかっています。この課題に対し、患者の経済的体験を改善するリーディングカンパニー Cedar 社は、Twilio と連携し、AI を活用した自動化と寄り添いのある対応で、患者とのやりとりを効率化しました。Twilio の AI 搭載 ConversationRelay サービス、SMS、音声 API を統合し、アクセシビリティ向上・請求体験の改善・医療機関の運用コスト削減を実現しています。

具体的には、Twilio の SMS 機能により**請求通知や予約リマインダーの送信がスムーズになり、患者エンゲージメントが向上**。音声 API と Stripe Pay Connector を使った**IVR ベースの決済では、FSA や HSA にも対応し、患者が活用できるリソースを最大化できます**。さらに、AI 音声エージェントが即時対応し、必要に応じて人間のオペレーターに引き継ぐことで、待ち時間の短縮とパーソナライズされた体験を両立しています。



 Cedar においては、患者体験があらゆる業務の中核にあります。Twilio 社との提携により、AI を活用したテクノロジーと共感性のあるサービス設計の組み合わせが可能となり、患者への請求書の取り扱いを変革することができました。

Dugan Winkie 氏

Cedar社販売戦略部門責任者



Twilio の AI を活用した Cedar のアプローチは、医療費請求の領域において**コスト削減と患者中心の体験を両立**させ、業界の変革をリードしています。パーソナライズされ、共感ある対応を可能にするこの統合は、請求に対する不安を軽減し、患者との関係性をより良いものにしています。

[導入事例を読む >](#)

対話型アプローチで、より深いつながりを

従来のメールや広告、留守電といった方法は、基本的に一方通行で、顧客とリアルタイムにつながるのが難しい手段です。そうした状況では、顧客対応のスピードも上がらず、本当に必要な時に支援の手が届きません。

そこで、CDP と SMS などのメッセージング、チャットボット、Twilio の Agent Copilot のような AI アシスタントを組み合わせることで、双方向の対話を実現できます。顧客が関心を示したタイミングで営業につなげたり、すぐに必要なサポートを届けたりと、より実践的でタイムリーな対応が可能になります。

Twilio Flex の機能である Agent Copilot は、音声およびメッセージチャネルにおける顧客対応を強化し、以下のような効果をもたらします。

- **対応の要点整理を自動化** : センチメント分析と主要トピックを含むやりとりの自動要約
- **次のアクションの提案** : CES（顧客努力指標）やロイヤルティ情報、センチメントから推奨対応を提示
- **通話ルーティングの最適化** : 適切なオペレーターへの自動アサイン
- **解決時間の短縮** : 通話後のまとめ作業を自動化
- **対応のパーソナライズ** : 過去の行動履歴をもとに返答を最適化

CDP がなければ、SMS やチャットなどのチャネルは別々に動き、顧客ごとの対応を深めるのは難しくなります。Twilio Segment の「統合プロフィール」を使えば、購買履歴や閲覧傾向、サポートの履歴やマーケティングへの反応といった情報を、ひとつにまとめて、リアルタイムで活用できるようになります。

顧客から問い合わせがあったとき、過去のやりとりをすぐに参照できるので、対応の質もスピードも大きく変わり、アップセルやクロスセルの機会が生まれます。さらに AI の力を借りれば、潜在的なニーズを先取りして提案したり、より丁寧なフォローアップをしたりといったことも可能です。バラバラだったやりとりが、ひとつにつながった滑らかな体験へと変わります。

こうした仕組みが、顧客とのつながりを強くし、信頼や満足度を高めてくれます。例えば、Toyota Connected 社は Twilio Flex を活用して顧客体験を変革し、ドライバーとオペレーターがほぼリアルタイムでつながる環境を整えました。次にその詳細をご紹介します。

グローバルに広がる顧客対応—— Toyota Connected が選んだ Twilio Flex

Toyota Connected North America (TCNA) は、顧客のニーズにリアルタイムで応え、なおかつグローバルでの革新を支えるコールセンター基盤を必要としていました。その解決策が Twilio Flex です。導入により、ドライバーとオペレーターがスムーズにつながる環境が整い、対応スピードとサービスの質が大きく向上しました。

TCNA が提供する「Drivelink」は、600 万人以上のトヨタ・レクサスドライバーに向け、ロードサービスや盗難車両の追跡、自動事故通知などの重要機能を提供するテレマティクスプラットフォームです。このサービスをさらに良くし、規模も拡大させるため、従来の外注型コールセンターから Twilio Flex へと移行し、ほぼリアルタイムでのサポート体制を整えました。

Twilio Flex の柔軟な設計によって、オペレーターの業務は大きく効率化。通話の再接続や緊急通報の自動ルーティング、Salesforce との連携もシームレスに行われ、問題解決のスピードと正確性が格段に向上しました。その結果、**コール後の作業時間は 13% 減少し、月間平均対応時間は 18% 減少しました。**



T Twilio Flex への移行はスムーズ
そのもので、自動事故通知機能も問題
なく即時に稼働を開始しました。

Steve Basra 氏
Toyota Connected 社 CEO 兼 社長

Twilio のプロフェッショナルサービスとの連携により、TCNA はテレマティクス対応を最適化。オペレーターが迅速かつパーソナライズされた対応を提供できる体制を整備しました。双方向のコミュニケーションにより、顧客の信頼を深めると同時に、TCNA はコネクテッドモビリティ分野における革新をリードし続けています。

[導入事例を読む >](#)

AI× オープン API で、オムニチャネル体験を無理なく高度化し ROI を最大化

2025 年にもなって、顧客が何度も同じ内容を説明させられる—そんな体験、いまだに珍しくありません。

本来、チャネルを横断したシームレスな顧客体験を提供したいはずのチームも、ツールの分断が障壁になりがちです。システムを丸ごと入れ替えるのではなく、オープン API と AI を組み合わせて今ある基盤を拡張すれば、現実的かつスケーラブルに顧客体験とビジネスの成長を向上させることができます。

メール、SMS、SNS、サポートポータルをまたいで、リアルタイムに近い形でシステムを連携させることで、すべてのやりとりに文脈や背景を持たせられます。さらに、AI による予測ルーティング、インテリジェントなチャットボット、リアルタイム分析が、対応の最適化や顧客理解を後押しします。従来の制限付きシステムとは違い、オープン API なら既存ツールの活用や柔軟なスケールアップが可能。余計なライセンス費用や通話制限も回避できます。

その結果、すべての接点で一貫した顧客体験が生まれ、より深いインサイトが得られ、顧客ジャーニー全体の改善にもつながります。まずは重要なチャネルから導入し、データを統合し、分析を通じて施策を洗練させていくことができます。





分断から統合へ。AI がもたらす ROI のインパクト

AI とオムニチャネルを掛け合わせた企業では、以下のような効果が確認されています。

- 顧客ごとの文脈を踏まえた即時対応で**売上を拡大**
- AI による先回りの支援と予測インサイトにより**顧客維持の改善**
- ワークフローの自動化で人的負担と**コストを大幅に削減**

重要なのは、すべてを一気に変えるのではなく、段階的に進めること。スタッフへのトレーニング、効果測定、そしてフィードバックの循環によって、チャネル間の壁を取り除き、顧客との関係構築をより深められる仕組みへと進化します。

このアプローチを実践しているのが、中南米と北米の学生を対象に展開するデジタル大学「Universidad Uk」です。パーソナライズされた学習体験を大規模に提供するという課題に直面した同大学は、Twilio Flex と AI 自動化を導入し、エンゲージメントのあり方を一新。オムニチャネルの統合、リアルタイム分析、インテリジェントな自動対応を組み合わせることで、学生対応の質を向上させながら業務効率とコスト削減も実現しました。その取り組みを見てみましょう。

Twilio と AI で実現する学生・職員向けのオムニチャネル対応——Universidad Uk の事例

中南米と米国でオンライン教育を展開する Universidad Uk は、Twilio Flex を導入することでオムニチャネルを活用した学生対応を一新。Twilio Flex の柔軟なコンタクトセンター基盤と学生データのリアルタイム連携により、WhatsApp、SMS、音声通話による 24 時間対応が可能となり、エンゲージメントの質を大きく向上させ、高い ROI を達成しました。Twilio の統合プロフィールと Agent Copilot の活用で業務効率も飛躍的に改善。**オペレーターの応対時間は 30% 削減**され、**コンバージョン率は 25% 向上**。CRM や外部アプリとのスムーズな統合により、学生との接点全体が最適化されました。

さらに、チャットボットによるリード獲得の自動化と効率化も推進。チャットボットを使用して見込み学生を事前に絞り込むことにより、**コンバージョン率が 2.5 倍に向上し、入学までの所要時間は 60% 短縮**。スーパーバイザー用のチャットボットも導入し、手作業によるデータ確認作業を大幅に削減しました。また、すべての会話データを一元管理するポータルを構築することで、**監査関連業務の工数を 45% 削減**。



Twilio Flex は、私たちの業務プロセスに合わせて柔軟にソリューションを構築できる自由度を提供してくれます。そして、プロセスの進化に応じてパーソナライズできる点も非常に魅力的です。どのコミュニケーションも確実に届くという信頼性が、Twilio Flex を選ぶ大きな理由となりました。

Iván Cantú 氏
Universidad Uk COO



Twilio の高度な AI とオムニチャネル機能を活用し、学生体験と業務効率の両面で大きな成果を上げています。

[導入事例を読む >](#)



AI 活用の土台となる顧客データの整理

AI による顧客体験の高度化には、あらゆる接点から得られる「顧客データ」の活用が不可欠です。Web サイトやアプリ、メール、SMS、SNS、店舗、問い合わせ対応など、多様なチャネルでの行動・属性・やりとりが対象となります。具体的には、以下のようなデータが含まれます：

- ・ 行動データ（Web サイト閲覧、アプリの使用状況、メールの開封履歴、購入履歴など）
- ・ 属性データ（氏名、年齢、居住地、嗜好など）
- ・ 取引データ（購入・返品・サブスクリプション契約など）
- ・ エンゲージメントデータ（サポートチケット、チャット対応、アンケート回答など）

AAI 活用を支える、顧客データの「質」へのこだわり

AI が顧客データを処理することで、パーソナライズされた対応がスケーラブルに実現します。しかし、その効果を最大化するには、CDP（カスタマーデータプラットフォーム）が欠かせません。理由は大きく 3 つあります。

- 1. 統合された顧客ビューの構築** :CDP は Web、アプリ、音声、メール、チャットなど、あらゆる接点からのデータを統合し、顧客の全体像を形成します。これがないと AI は断片的なデータしか扱えず、予測精度やパーソナライズの質が低下します。
- 2. リアルタイムに近いデータ活用** :CDP によって AI が即時にデータへアクセスできることで、通話中のパーソナライズや IVR の動的応答、オペレーターへのリアルタイム提案が可能になります。瞬時の判断が求められる場面では欠かせない要素です。
- 3. データの品質とガバナンス** :CDP はフォーマットの標準化や重複の除去、法令準拠の維持を行い、AI が必要とするクリーンで一貫性のあるデータ環境を実現します。

信頼性の高い CDP を基盤にすることで、AI はより正確な予測とパーソナライズを可能にし、ビジネス成果を最大化するインサイトを提供します。

カスタマーサポートチームの活用例：

- 音声分析で顧客のフラストレーションを検知し、対応をリアルタイムに最適化
- IVR が過去の対応履歴をもとに適切なルートや自己解決手段を提示
- Agent Copilot が通話中に適切な過去事例と解決策を提示
- チャンネル横断の分析により、対応トレンドを把握し人員配置を最適化
- 離反リスクの高い顧客を事前に検知し、対応を強化

セールスチームの活用例：

- 音声インテリジェンスが購買シグナルを検出
- Web と音声履歴を統合した顧客プロファイルにより、的確なオファーを実施
- 取引分析により、アップセルのタイミングや商品を見極め
- エンゲージメントの傾向から、拡張が見込める顧客を特定
- 類似顧客の行動からクロスセルの機会を可視化

豊富な顧客データと AI 分析の組み合わせが、受け身の対応から先回りの提案へと変革をもたらし、最適なタイミングで成果に直結するアクションを可能にします。

AI が引き出す、オペレーターのかと可能性

AI 活用によって、オペレーターのか業務効率と対応品質が大きく進化しています。リアルタイムでのナビゲーション、定型業務の自動化、顧客インサイトの提示により、対応スピードと精度を同時に向上。情報処理の負担が軽減されることで、より深い顧客理解とパーソナライズ対応が可能になります。その結果、日々の対応に追われるのではなく、専門性を高めたり、複雑な課題に向き合ったりと、本来の価値を発揮できる環境が整います。AI は、単なる効率化ツールではなく、オペレーターのか潜在力を引き出すパートナーです。



CDP がもたらす「後手対応」からの脱却

新しいツールに投資する際、企業にとって重要なのは「変化に応じてスケラブルであるかどうか」です。ファーストパーティデータに基づいた CDP は、顧客とのやりとりをリアルタイムに把握できる統合ビューを提供し、カスタマーエクスペリエンスをはじめとしたさまざまな領域において新たな価値をもたらします。

たとえばー

ある成長中の EC 企業で CX（カスタマーエクスペリエンス）部門を率いるサラ。彼女のチームは、対応しきれないほどの問い合わせに追われ、顧客からの不満も増していました。CRM は導入済みで、顧客名や購入履歴、過去の問い合わせ情報は確認できますが、それだけでは限界がありました。対応はすべて後手に回り、優先順位もパーソナライズも難しい状態です。

そこで Twilio Segment を導入し、CDP に Web サイトやアプリ、メールの行動データをほぼリアルタイムで取り込み始めました。すると、顧客の「今」が見えるように。購入履歴だけでなく、カート放棄や閲覧中の商品、直近のマーケティング施策への反応も把握できます。

たとえば、VIP 顧客から遅延配送の問い合わせが来た場合、システムが優先対応フラグを立て、即時対応が可能に。別の顧客が製品不具合を訴えた際には、その前にトラブルシューティング動画を閲覧していた履歴が表示され、よりの確で効率的な対応ができます。

さらに、AI が過去のデータから、「サイズに関する問い合わせが多い顧客は返品率が高い」傾向を検出。それを踏まえ、サイズ関連商品を閲覧している顧客に対し、事前にフィットガイドを送付するなど、予防的なアクションも可能に。

CDP の導入により、顧客対応は「コストセンター」から「売上を生む接点」へ。満足度を高めながら、オペレーターの負担も軽減され、組織全体のパフォーマンスが向上します。

組織の壁を越え、エンゲージメントを次のステージへ

サラの例をもう一度見てみましょう。彼女は以前から「データの分断」がチームの課題であることを感じていましたが、CDP を導入するまで、それがどれほど業務に影響を与えていたかまでは気づいていませんでした。

以前のサラのチームは、CRM を頼りに対応していました。過去の問い合わせ履歴は確認できるものの、直近のマーケティング接点や Web 上での行動履歴、予測インサイトなどは反映されていませんでした。一方、マーケティングチームは別のツールでキャンペーンの効果測定を行い、営業チームはまた別のツールで商談や見込み客の管理をしている。こうしたデータが連携されておらず、顧客像はバラバラでした。

状況が一変したのは、Twilio Segment を活用した Unified Profiles を導入してからです。顧客の購入履歴や Web アクティビティ、マーケティング施策への反応、AI による予測データまで、すべてが一つのビューに統合され、リアルタイムに参照可能に。Agent Copilot との連携により、オペレーターは顧客の状況を即座に把握し、AI の推奨をもとに、よりの確でパーソナライズされた対応が可能になりました。

この変化により、顧客エンゲージメントが劇的に改善されました。たとえば、配送遅延に不満を感じている顧客が問い合わせをしてきた場合、オペレーターは単に過去の対応履歴を見るだけでなく、最近プロモーションメールを開封し、新商品を閲覧し、カートに商品を入れたままになっているといった情報まで把握。こうした文脈をもとに、問題への対応とあわせて、個別クーポンの提案といった攻めのコミュニケーションが実現できます。

こうした変化は、コンタクトセンターだけにとどまりません。CDP の活用によって、各部門で次のような変化が生まれます：

- **サポートチームは**、離脱リスクの高い顧客を早期に特定し、先回りの対応を実施
- **マーケティングチームは**、キャンペーンを一方通行ではなく、CX のリアルタイムデータを活かした双方向の対話に変換
- **データチームは**、あらゆる部門が「予測」に基づいて行動できるモデルを構築し、先回りの対応を支援

サラの企業では、サイロ化された CRM ではなく、統合されたデータ基盤を軸に組織が連携し、顧客対応の速度と質の両方を向上させました。満足度は高まり、サポートチケットは減少し、収益が伸びています。企業全体でエンゲージメントの可能性を最大限に引き出すことに成功しました。

顧客体験の変革、いま始めましょう

AIを活用したツール連携が、顧客対応のスピードと品質を大きく向上させています。

すべてを入れ替えるのではなく、既存環境を拡張することで、短期間かつ低コストで成果を出せます。オープンAPIとCDPを活用すれば、チーム全体の連携が深まり、顧客接点はよりスムーズに。TwilioとAIの力で、貴社の顧客体験を一步先へ。

まずは、**Twilioの営業チーム**にご相談ください。共に築きましょう、価値を生むつながりを。

