

神戸市税務部税務課様

税務部電話問い合わせ内容分析等業務 最終報告

2025年12月19日

NTTマーケティングアクトProCX VOCサポートセンタ

Contents

1	概要	P3
2	現状分析（As-Is）	P7
2.1	入電状況と問い合わせ内容	P9
2.2	自己解決チャネル	P16
2.3	市民の税情報ニーズと行動分析	P20
2.4	フォーカス分析：納税通知書	P25
3	改善施策のトライアル	P28
3.1	FAQ・Webサイトの拡充・改善	P30
3.2	WebサイトUI/UXの一部改修	P33
3.3	AIボイスボットの試験導入	P35
4	現状課題と解決策	P38
4.1	現状課題（As-Is）と目指すべき姿（To-Be）	P40
4.2	To-Be実現に向けた解決策	P43
4.3	想定効果と今後の進め方	P48

1. 概要

プロジェクトの目的

背景

1. 電話対応負荷と効率化の課題

- ・ 年間約50万件の電話問い合わせが業務を圧迫しており、問い合わせの削減が喫緊の課題である

2. 自己解決型サービスへの転換

- ・ 市民の利便性向上および入電削減のため、HP・FAQを強化し、市民自身が疑問を解決できる環境整備が急務となっている

目的

1. VOC分析による課題可視化

- ・ 問い合わせ実態（VOC）を分析し、HP・FAQの「カバー率」「導線」「傾向」における現状課題を定量・定性的に特定する

2. Webチャネルの解決力強化

- ・ 分析に基づき、FAQ素案作成やコンテンツ改善案を提示し、HP・FAQによる自己解決率を向上させる

プロジェクトの全体像

2. 現状（As-Is）分析

VOC（電話）、Web/FAQ、市民調査の多角的な分析から、現状の課題を浮き彫りにする

2.1

入電状況と問い合わせ

2.2

自己解決チャネル

2.3

市民の税務情報ニーズと行動分析

2.4

フォーカス分析：納税通知書

3. 改善施策のトライアル

プロジェクト期間中に実施した具体的な改善施策とその効果を報告

3.1

FAQコンテンツの拡充・改善

3.2

WebサイトUI/UXの一部改修

3.3

AIボイスボットの試験導入

4. 現状課題と解決策

現状分析（As-Is）から導き出される課題を整理し、目指すべきゴール（To-Be）を提示

4.1

現状課題（As-Is）の構造化と目指すべき姿（To-Be）の設定

4.2

To-Be実現に向けた改善提言

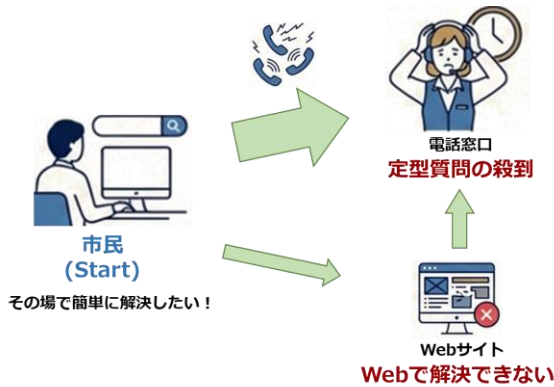
4.3

想定効果と今後の進め方

プロジェクトの総括：対応フローの再設計による、市民と職員の「時間」創出

2.現状分析（As-Is）

市民は「電話したい」のではなく「解決したい」しかし、現行チャネルは応えられていない



電話



定型的・自己解決可能な質問（例：「通知書の見方」）が電話に殺到。繁忙期には入電数が急増し、電話が繋がらない状態が発生

Web

Webで自己解決を試みるも、探しにくい、専門用語が難解→電話の問い合わせに移行 or 調べるのを諦める

3.改善施策のトライアル

改善施策のトライアルにより、市民の自己解決率向上の有効性を検証

FAQ・Webサイト改善

Action

- ・問い合わせデータに基づきFAQ109件を作成・改訂
- ・視認性の向上のため、メニューのカラムを一部改修

Result

- ・改善したFAQアクセス数の実績
(新規FAQ：2,473 改訂FAQ：6,334)
※ 2025年9月1日～2025年9月30日
- ・Webサイトの先行改修で主要UX指標が改善

AIボイスボット試験導入

Action

AI技術を活用した自動音声応答サービス（Voicebot）を試験導入

Result

FAQの追加・精査により月毎に改善

↑ マatching率50.5%→66.3%

↓ 転送率：19.7%→11.4%

4.現状課題と解決策

本件受託事業者の提案項目のため
非公開

2. 現状分析 (As-Is)

2. 全体構成：多角的な現状分析に基づく課題の特定

- 本章では、VOC（電話）、Web/FAQ、市民アンケートの多角的な分析から、現状の課題を浮き彫りにする

2.1 入電（電話問い合わせ）分析

▼目的

入電件数・問い合わせ内容の全体像を把握し、課題を考察

▼主な分析内容

- ・ 時期・時間帯別の傾向分析
- ・ 問い合わせ内容別構成比と主要VOC抽出
- ・ データに基づく課題整理



2.2 自己解決チャンネル

▼目的

電話以外の自己解決状況と改善点を明らかにする

▼主な分析内容

- ・ Web/FAQアクセスログ分析
- ・ 入電とWebのギャップ分析
- ・ 情報探索導線・行動分析



2.3 市民の税情報ニーズと行動

▼目的

市民ニーズと問い合わせに至る行動を把握する

▼主な分析内容

- ・ 市民意識調査結果の分析
- ・ ニーズ・行動特性の考察



2.4 フォーカス分析(納税通知書)

▼目的

最大入電発生要因（納税通知書）の改善策を検討する

▼主な分析内容

- ・ 通知書関連入電の内容・傾向把握
- ・ 発生ポイントの特定と重点課題整理・改善案の導出

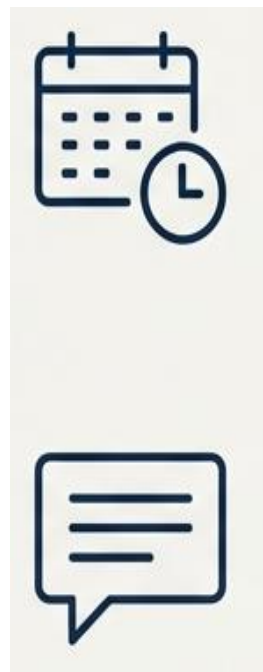
2.1 入電状況と問い合わせ内容



分析の目的

市民からの電話問い合わせ（VOC）を定量・定性の両面から分析し、業務効率化と市民サービス向上のための具体的な示唆を抽出する

分析の対象と区分



A.入電状況の分析

問い合わせが「いつ」「どれくらい」発生しているのか。部署別・時期別の入電量や通話時間の傾向を分析

B.問い合わせ内容の分析

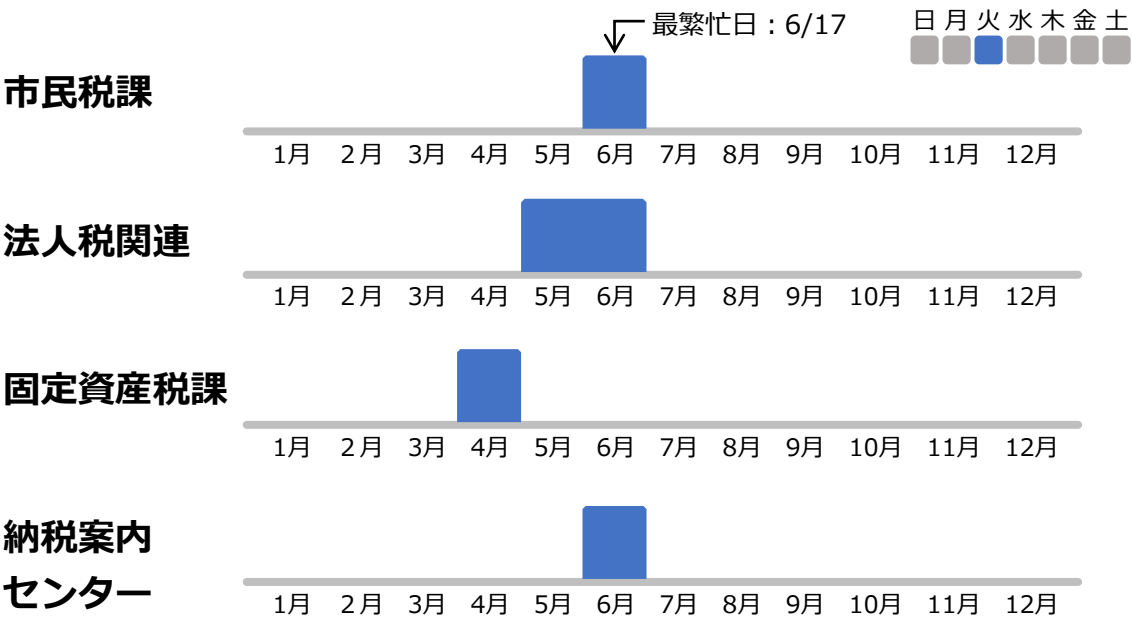
問い合わせが「どのような内容」であるか。税目別に主要な問い合わせカテゴリと、その詳細内容进行分析

繁忙期の入電数

2.5倍以上

(Note:市民税課・固定資産税課の繁忙期と閑散期の比較)

部署別の入電集中時期



特定の通知書送付時期や申告期限と連動しており、問い合わせの発生時期は予測可能である

分析サマリ②_問い合わせ内容

市県民税

「納税通知書」に関する問い合わせが約4倍増加

- ・ 主な内容:通知書が届いた、通知書の金額について

法人税関連

「特別徴収」手続きの問い合わせが約2.7倍増加

- ・ 主な内容:退職者の特別徴収の切替（異動）、特別徴収の異動・変更届の提出確認

固定資産税

「納税」に関する問い合わせが約5倍増加

- ・ 主な内容:口座振替、未納分、納税通知書の送付先情報変更

納税案内センター

閑散期と繁忙期で問い合わせ数に大きな変動なし

- ・ 主な内容:督促状が届いた、納付書の期限切れ・再発行、納付方法

分析サマリ③_問い合わせに対する応答例

- 市民が本当に知りたいのは、ごくシンプルなことで、一問一答の形式が多い

Example 1



「納税通知書の期限が切れているのですが、このまま使えますか？」



(→回答：はい、そのままお使いいただけます)

Example 2



「ふるさと納税をしたのですが、申告は必要ですか？」



(→回答：はい、申告していただく方が確実です)

Example 3



「督促状が届きましたが、どうすればいいですか？」



(→回答：元の納付書でもお支払い可能です)

Example 4



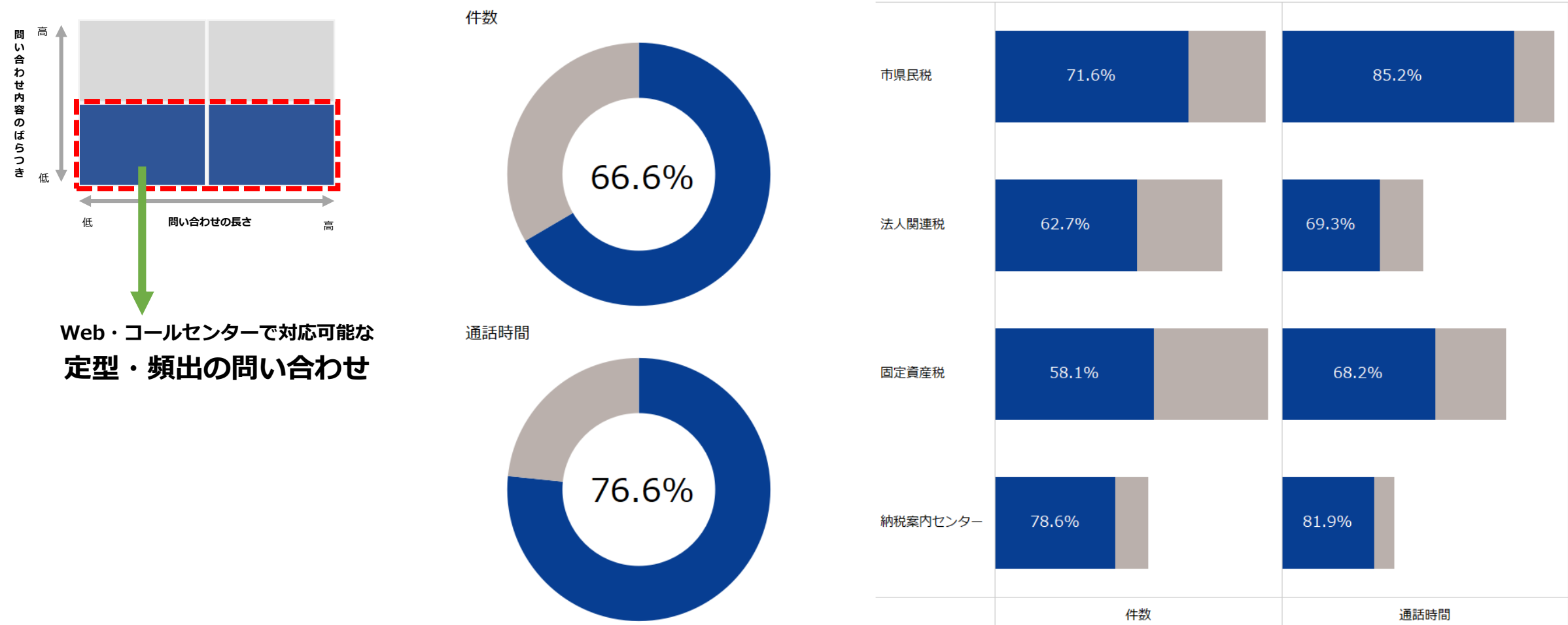
「納付書をなくしてしまいました。どうすればいいですか？」



(→回答：再発行いたします)

分析サマリ④_マトリクス分析による提携・頻出問い合わせの推定

- 通話時間によるマトリクス分では、全ての税目でコールセンターやWebで対応可能と考えられる問い合わせ（1・2象限）が過半数を超える



問い合わせは、通知書送付後などの特定の繁忙期に「集中」する



その内容は、「通知書の見方」や「納付方法」など、回答がパターン化できる「定型的」なものが大半を占める



上記2点から、問い合わせの大部分は、職員を介さずとも市民自身が解決できる可能性が高いことを示唆している

自己解決の推進が、業務負荷の軽減と市民満足度の向上の両立に繋がる最も効果的な一手

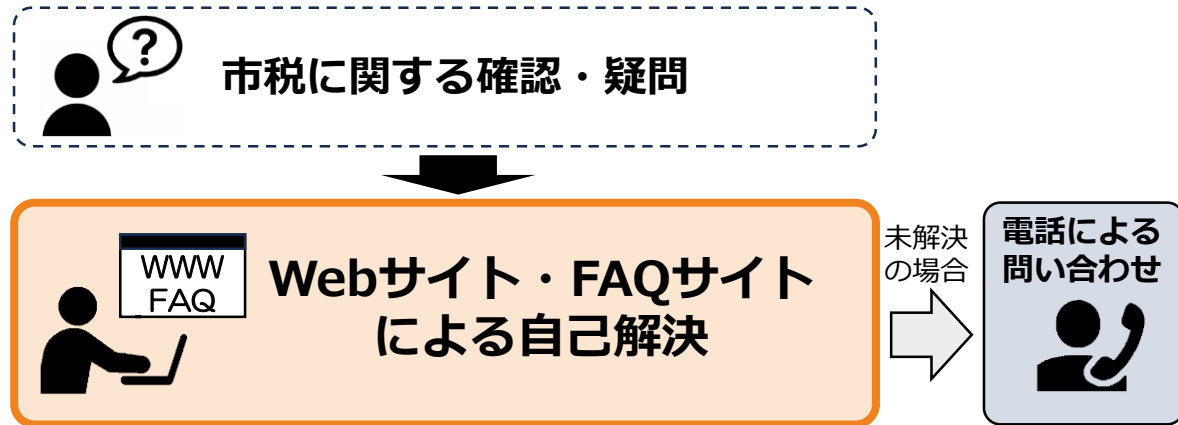
2.2 自己解決チャネル

分析目的とアプローチ

分析の目的と実施内容

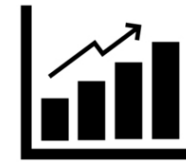
■ 分析の目的

市税に関する電話の問い合わせを削減するために、Webサイトによる市民の自己解決促進を最終ゴールとする。



■ 実施した分析内容

FAQ／WWWドメインの利用状況とユーザ行動分析



- ① WWW・FAQページの利用状況を把握
- ② 問い合わせ内容やWeb・FAQログデータからユーザ行動の比較分析を実施
- ③ 具体的な課題と解決策を提示

ヒューリスティック評価によるFAQ・HPの導線分析および改善提案



- ① 現状の導線分析より課題を抽出し4カテゴリで整理
- ② 各カテゴリの課題を具現化
- ③ ユーザビリティ向上のため具体的な解決策を提示

分析サマリ①_ FAQ／WWWドメインの利用状況とユーザ行動分析



FAQページとWWWページの利用状況診断



POINT

FAQページとWWWページのアクセス数や解決率から現状の傾向を把握

FAQ

FAQ利用は繁忙期に増加傾向なし、解決率はページごとに差あり



ユーザ行動分析



POINT

アクセス数や解決率、問い合わせ内容からユーザの行動分析を実施

解決率の決定要因

- ・ 高評価：回答がページ内で完結し、他ページへのリンクがない
- ・ 低評価：回答ページでは解決に至らず、リンク先の情報参照が必要

呼量が多いWWWページの特徴

- ・ 情報混在で判断が困難
- ・ ニーズに沿った導線になっていない
- ・ スマホページの視認性・情報過多に課題



解決策の提示



POINT

ユーザの自己解決率向上につながる改善策の提示

FAQの回答ページ内で解決可能にする

FAQはリンク不要で、回答ページ内で完結できる構成が望ましい

ユーザーが必要な情報を整理し、導線や視認性を改善

- ・ メニュー、見出しの統一とページ振分け
- ・ 導線最適化
- ・ VOCを基にした重要情報表示し視認性向上

分析サマリ②_ヒューリスティック評価によるFAQ・HPの導線分析および改善提案



現状の導線分析を元にした
課題の抽出と整理



POINT

現状のWebサイト導線分析により、
課題をの4つのカテゴリで課題を整理



課題の具現化



POINT

各カテゴリの課題を具現化



解決策の提示



POINT

具体的な改善案を提示する事で、課題
の解決に取り掛かりやすくする

情報整理とアクセシビリティの問題

情報未整理で、目的情報への到達
に時間と手間がかかる

情報の整理と導線強化

情報整理と導線強化で、情報取得までの
手間を減らす

不適切な1stビューと検索機能の視認性

1stビューで情報が見つげにくく、
検索バーも視認性が低い

1stビューのレイアウト調整と検索バーの強調

1stビューでトピックを強調、検索バーは目
に入りやすい位置に配置

メニュー構造とナビゲーションの混乱

ページのメニュー名やカテゴリ分
けが直感的でないため、情報に辿
り着きにくい

メニューやカテゴリ構造の表示の見直し

メニュー名・カテゴリを再設計し、情報
への直感的かつ迅速なアクセスを実現

FAQサイトと検索ツールの機能

FAQは一般的な質問に対応、検索機能
にレコメンド・予測機能などが不足

FAQサイトと検索ツールの機能

FAQを公式サイトと連携し、検索機能
にレコメンド・関連語句予測を強化

2.3 市民の税情報ニーズと行動分析

分析目的とアプローチ

- 税金の問い合わせに至る市民の動機・行動、問い合わせ手段へのニーズを明らかにするべく神戸市ネットモニターへアンケート調査を実施

テーマ	税金の問い合わせに至る行動・ニーズ調査
調査期間	2025年8月18日（月曜）～ 8月31日（日曜）
設問数	全6問（分岐設問除く）
対象モニター数	9,385名
回答モニター数	5,181名（55.2%）

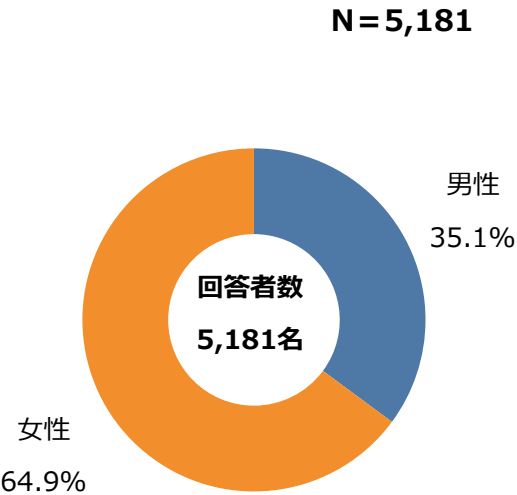
【設問】

問 1	市の税金について、疑問やわからないことがある場合、最初にどのような方法で調べますか。
問 2 - 1	問 1 で回答した方法で調べる理由として、当てはまるものをお選びください。
問 2 - 2	問 1 で回答した方法で調べたとき、知りたい情報は見つかりましたか。
問 3	問1で回答した方法で疑問が解決しない場合、どのようにして疑問を解決しましたか。
問 3 - 1	問 3 で回答した方法で疑問を解決しようとした理由を教えてください。
問 4	市の税金について「理想的な問合わせ方法」があるとしたら、特に重視することは何ですか。
問 5	今後、市の税金の仕組みや手続きについて、もっと分かりやすくなるために、どのような工夫や仕組みがあると良いと思いますか。
問 6	市の税金に関する情報提供や問合わせ方法について、ご意見・ご要望があれば自由にお聞かせください。

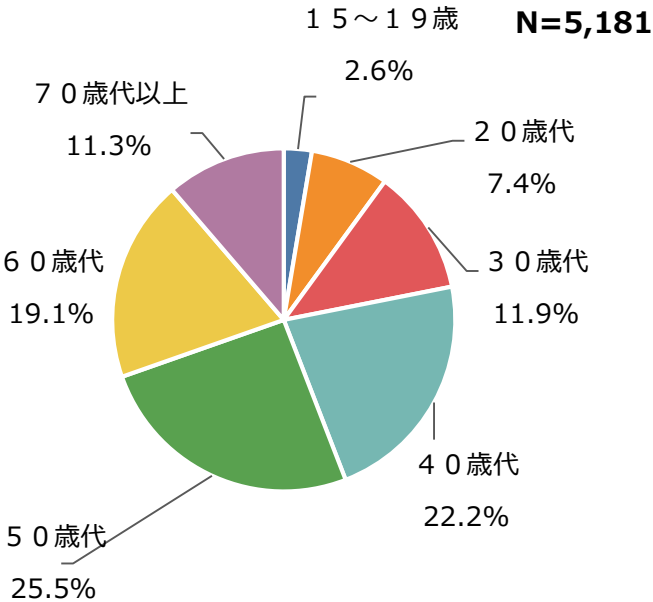
アンケート回答者属性

- アンケートの回答者の属性は下図の通り

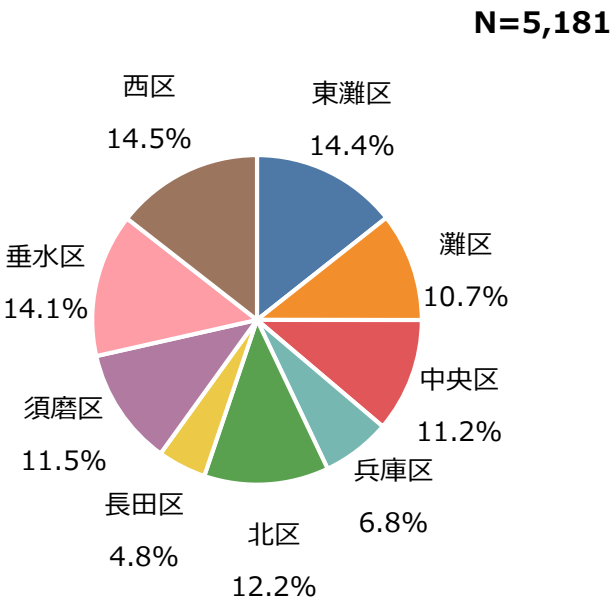
【性別】



【年代】



【区】



分析結果サマリ①_情報取得手段

● 情報取得の現状

まずは「自分で調べる」が主流

主な情報収集手段

インターネット・市HP

60%

電話・窓口

13%

※電話・窓口は60代以上の利用率高

HPでの発見率に課題

HPを見て「**すぐに見つかった**」回答は**2割強**にとどまる

● 手段の選択理由とその後

手軽さVS安心感

ネット・HP

- 手軽に調べられる
- 時間を気にしなくて良い

電話・窓口

- 直接確認できて安心
- 個別の事情を話せる

Q.解決しなかった時はどうする？

電話（30%）

離脱（24%）

その他（46%）

＊「離脱（調べるのを諦めた）」が約4分の1を占め、行政サービスの機会損失に

調査結果サマリ②_問い合わせ手段のニーズ

理想の問い合わせ

即時解決（24時間対応）
すぐに解決したい
いつでも調べられる

簡単
難しい行政用語でなく、
普通の言葉で探したい

個別対応
私の場合はどうなるを
知りたい

ワンストップ対応
たらい回しされず、一度の
アクセスで完結したい

● 具体的な改善要望・不満の声 市民が求めているアクション

デジタル・Web改善

市HPのわかりやすさ改善
専門用語を減らし、優しい言葉と図
解を

手続き診断ツール
「自分は何をすべきか」がわかるナ
ビゲーション

AIチャットボット・SNS
活用への期待はあるが、現状は「探
しにくい」との声も

手続き・対応改善

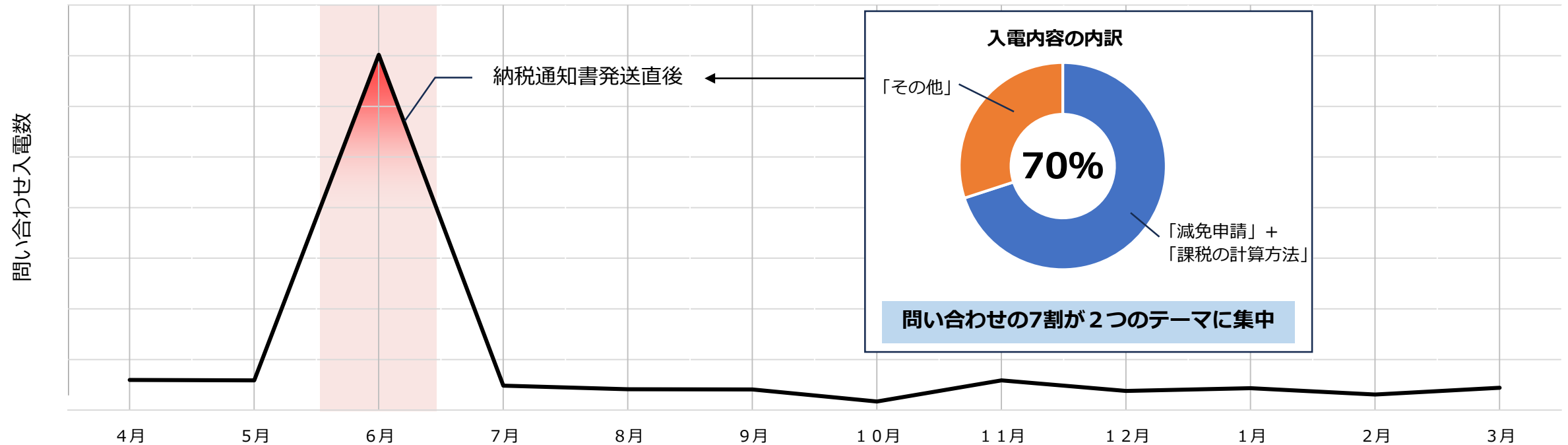
税手続きの簡素化
制度が複雑で用語が難しい。問い合
わせ先も不明瞭

電話窓口の品質
安心感はあるが一部、「たらい回
し」「つながらない」の不満

2.4 フォーカス分析：納税通知書

分析結果サマリ①_納税通知書の発送

- 納税通知書の発送が、問い合わせ対応のピークを生み出している



- 納税通知書の発送をトリガーに、市民からの入電数が急増。この予測可能な業務ピークが、職員稼働を圧迫している
- 同時期に、納税通知書チラシのQRコード経由でのWebサイトアクセスも増加。これは、市民がまず自己解決を試みている証拠だが、多くが最終的に電話での問い合わせに至っていることを示唆している

分析結果サマリ②_入電削減に向けた改善案

- 市民の「わからない」を「わかる」に変える3つの打ち手

①減免申請

現状の問題点

- ・ 減免対象か知りたいニーズが高いが、Web情報が複雑で分かりにくい。
- ・ 必要書類や対象条件の説明が不足している。

改善案

- ✓ 対象条件や判定フローを図解で分かりやすく提示
- ✓ 必要書類と確認方法を明記
- ✓ (例：源泉徴収票で確認)
- ✓ ケース別の申請方法を具体的に解説(例：前年から収入が半分になった)

②税額の計算方法

現状の問題点

- ・ 「住民税額シミュレーション」ツールへのアクセスはあるが、認知度や説明が不足しており、多くのユーザーが活用できずに離脱・入電に至っている

改善案

- ✓ 納税通知書に同封するチラシに、計算ツールへ直接アクセスできるQRコードを掲載
- ✓ FAQトップでツールの存在を案内し、使い方を分かりやすく説明するコンテンツを整備

③口座振替申し込み

現状の問題点

- ・ 申込手順の説明不足、外部サイト遷移への不安、分かりにくいUI（「お問い合わせ先」ボタンの存在等）で、Web申込で、40%のユーザーが途中で離脱

改善案

- ✓ 申込手順を番号付き図解で提示
- ✓ UI/UX改善：スマホにパンくずリスト導入、補足説明はモーダル表示で自己解決促進

3. 改善施策のトライアル

3. 改善施策のトライアル：具体的な施策の実践と効果検証

- 本章では、FAQ・Webサイト・AIボイスボットの改善施策の実施結果を検証する

3.1 FAQコンテンツの拡充・改善

▼目的

問い合わせ分析からのFAQ案作成による自己解決率向上

▼主な内容

- ・ As-Is分析課題の整理
- ・ To-Beの役割・水準定義
- ・ 新規追加・構成見直し・表現改善
- ・ 効果検証



3.2 WebサイトUI/UXの一部改修

▼目的

WebサイトUI/UX改修による情報探索性の向上と離脱の抑制

▼主な内容

- ・ 問い合わせにつながりやすい導線・画面を対象
- ・ ナビゲーション・表示改善を実施
- ・ 利用状況・行動変化を確認



3.3 AIボイスボットの試験導入

▼目的

繁忙期の入電分散と職員対応負荷軽減

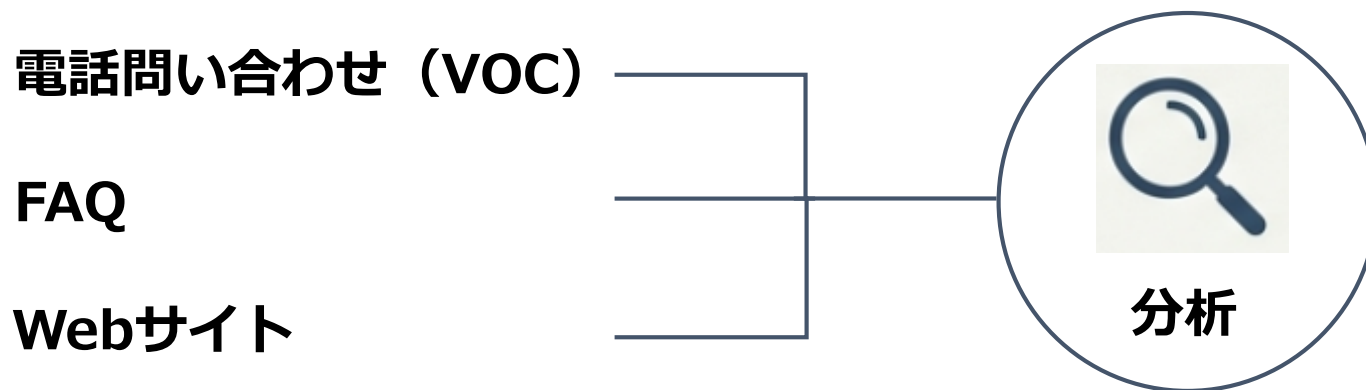
▼主な内容

- ・ AIボイスボットの試験導入
- ・ KPI（マッチング率・転送率）・利用状況进行评估

3.1 FAQ・Webサイトの拡充・改善

施策概要

電話問い合わせ（VOC）とWebコンテンツを突合し、現状課題を可視化



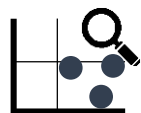
主な分析結果



VOC分析（電話の問い合わせ内容）による分類結果と既存FAQとWebのマッチング

マッチングの結果、入電数の大半が既存FAQに関連した内容となっている（全体ではFAQマッチング率は閑散期で83.8%、繁忙期で75.6%。FAQマッチング率では11%～12%と閑散期と繁忙期で大きな差はない）

税目（課別）では法人市民税と納税案内センターのFAQマッチング率が80～90%と高い傾向にある



フレームワーク分析による優先改善リーゾンの特定

いずれの税目も繁忙期においては通知書・納税に関する問い合わせが、優先改善領域に入っており、特に固定資産税においては8項目が繁忙期に新たに優先改善領域となり、その内容も通知書や納税に関するものである



FAQの新規作成・既存FAQの改修

フレームワーク分析の結果を元に、優先改善領域の問い合わせ内容に対してFAQの新規作成、既存FAQの改善案を提示

施策結果_改善案と効果検証

具体的改善策の提示

1.1 : FAQコンテンツの抜本的強化

109件 新規作成 : 81件
 内容改訂 : 28件

分析結果に基づき、ユーザーの疑問を網羅的に解決する109件のFAQ改善策を具体的に提示。

1.2 : 市民目線に立った改善ガイドライン 全てのFAQ改善は、以下のガイドラインに準拠



結論から記載 : 冒頭に結論に明記し、専門用語を避けた平易な表現を用いる



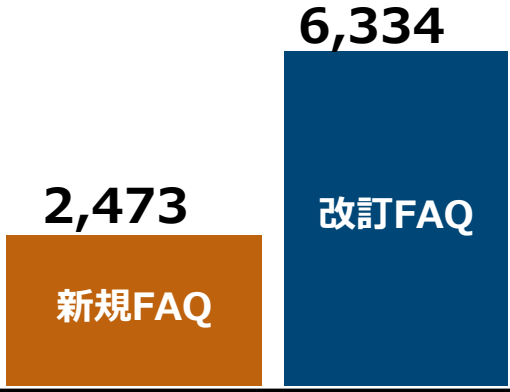
自己完結型コンテンツ : FAQページのみで疑問が解決する内容を目指し、補足情報や関連リンクを併記



不安を払拭する表現 : 具体的な手続き方法や時期を明示し、ユーザーの不安を取り除く表現を重視

FAQ改善後の効果検証（閑散期後の改訂分）

1.1 : 改善後のアクセス数 【全体】



(注 : 集計期間は2025年9月1日～2025年9月30日
なお新規については2025年9月17日以降に掲載開始)

【税目別】

市民税	新規 : 595 改訂 : 3,598
法人市民税	新規 : 666 改訂 : 323
固定資産税	新規 : 954 改訂 : 428
納税案内センター	新規 : 258 改訂 : 1,985

1.2 : アクセス数が多い設問（TOP 3）

+FAQ	新規FAQ	fixed-FAQ	改訂FAQ
1	法人の納税証明書の交付申請書の記入方法を教えてください	1	納期限を過ぎてしまいました。今ある納付書で納付できますか
2	督促状の納期限が過ぎた場合の納付方法を教えてください	2	扶養控除の対象者となる条件について教えてください
3	車検時の納税証明の取得は必要ですか	3	住民税が引き去られていました退職後、住民税の納付について

3.2 WebサイトUI/UXの一部改修

ページ改修効果検証

● ページ改修の効果検証

- 対象ページ : <https://www.city.kobe.lg.jp/a53704/kurashi/tax/syomei/index.html>
- ページ改修日 : 5月21日 (前後2週間のデータで比較)
- 改修概要 : メニューを3コラムに整理
- 効果検証指標 : 離脱率・エンゲージメント率・「申請方法を確認する」への遷移率

[離脱率・エンゲージメント率]

	改修前 (5/7-20)	改修後 (5/21-6/3)
セッション	614	658
離脱率	29.0%	20.1%
エンゲージメント率	72.3%	82.2%

[「申請方法を確認する」への遷移状況]

ページパスとスクリーン クラス	遷移数	遷移率	前後差
合計	335	50.9%	+17.7pt
/a83576/kurashi/registration/shinsei/shoumeisho/ga1141001.html	182	27.7%	+6.0pt
/a16422/kurashi/registration/shinsei/shoumeisho/ga1142001.html	119	18.1%	+8.0pt
/a03858/kurashi/registration/shinsei/shoumeisho/ga1143001.html	27	4.1%	+0.7pt
/a16422/kurashi/registration/shinsei/shoumeisho/ga1142001.html	26	4.0%	-6.1pt
/a83576/kurashi/registration/shinsei/shoumeisho/ga1141001.html	12	1.8%	-19.8pt
/a16422/kurashi/registration/shinsei/shoumeisho/ga1144001.html	3	0.5%	+0.5pt
/a16422/kurashi/registration/shinsei/shoumeisho/ga1144001.html	2	0.3%	+0.3pt
/a03858/kurashi/registration/shinsei/shoumeisho/ga1143001.html	1	0.2%	-3.3pt



ページ改修後、それぞれの評価指標に改善の効果が見られる

3.3 AIボイスボットの試験導入

施策概要



1.目的

FAQの自動回答を通じて、職員の問い合わせ対応業務の効率化を実現する

AI技術を活用した自動音声応答サービス（Voicebot）の有効性を評価し、本格導入に向けた課題を明確化する

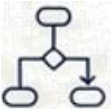


2.試験導入の対象

対象業務：税に関する問い合わせ

集計期間：2025年8月12日～2025年10月31日

対応時間：平日 8:45～17:30



3.対応フローと活用技術



電話発信



IVRによる要件分類（納税通知書、申告、証明書取得、納付方法）



AIボイスボットによる自動応答



問い合わせ解決



未解決の場合、居住区ごとの担当職員へ転送

生成AIの活用

従来のベクトル検索技術を超え、より高度な意図理解を実現。利用者の長い会話からも質問の核心を正確に把握し、最適なFAQを提示

品質担保：回答の正確性は、事前に準備・精査されたFAQデータベースによって担保される



4.主要評価指標（KPI）

ボイスボットはユーザーの質問意図を正しく理解できたか？

マッチング率：「〇〇に関するご質問ですね？」という確認に対し「はい」と対応された割合

どの程度の問い合わせを自動で解決できたか？

転送率：自動応答で解決できず、最終的に職員へ転送されたコールの割合

試験導入結果サマリ

1. 主な成果



期間中の入電数：1,157件
質問数：886件



マッチング率
50.5%→66.3%
(月ごとに向上)



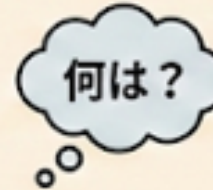
転送率：
19.7%→11.4%
(月ごとに減少)



FAQの追加・精査を実施
→Voicebot内での
解決率が向上



2. 課題・改善点



IVR選択誤りや抽象的な質問
→マッチングできないケースが発生



FAQ精査・追加作業に工数過多
↳ 本導入時は工数削減・
改善サイクル短縮が必要



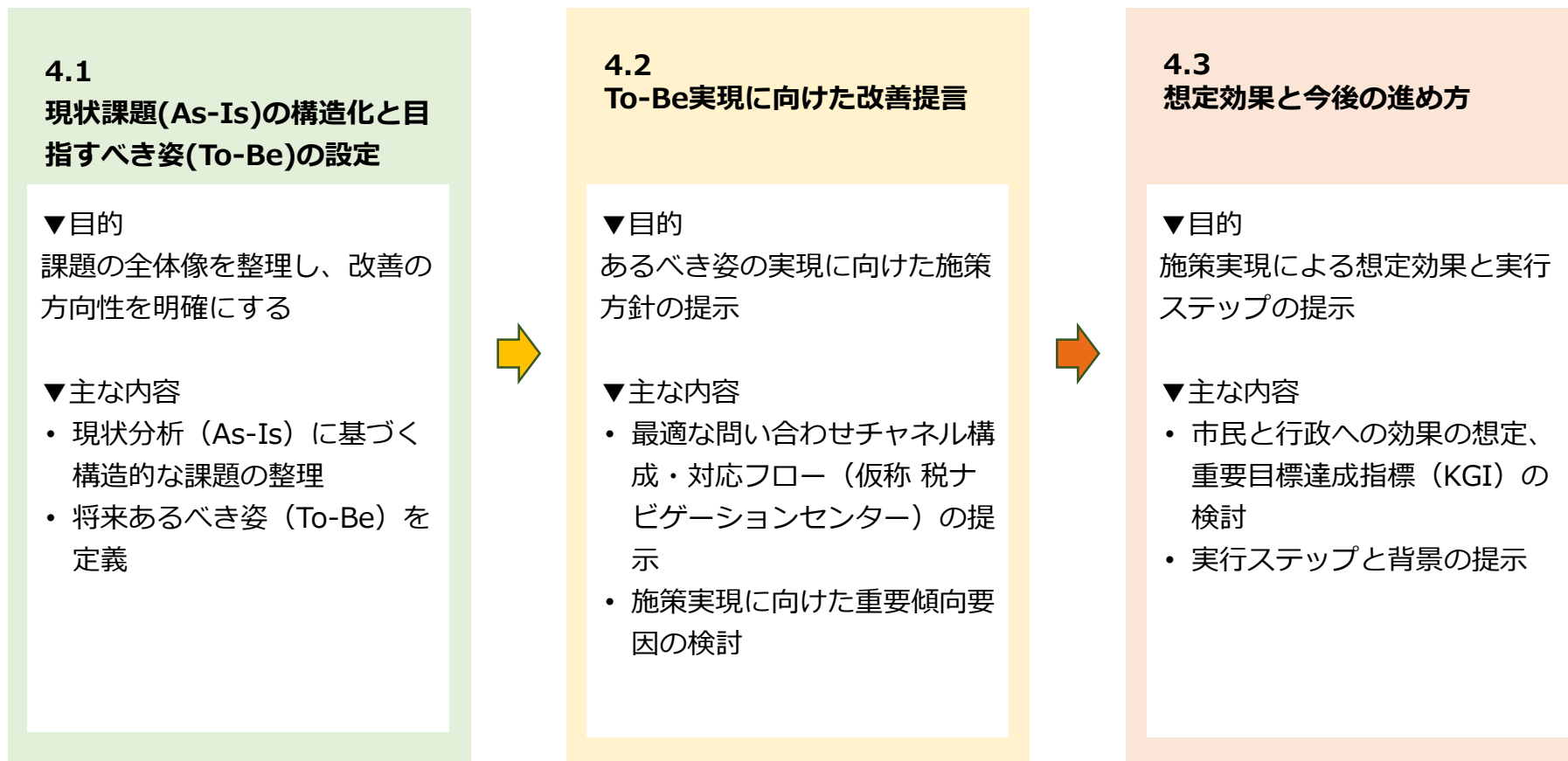
3. 今後の展望

企業情報に該当するため非公開

4. 現状課題と解決策

4. 現状課題（As-Is）と目指すべき姿（To-Be）

- 本章では、現状分析（As-Is）から導き出される課題を整理し、目指すべきゴール（To-Be）を提示する



4.1 現状課題（As-Is）と目指すべき姿（To-Be）

本件受託事業者の提案項目のため非公開