Press Release
報道関係者各位

株式会社Helpfeel
2026年11月10日

肥後銀行が「Helpfeel」等を導入、デジタル顧客応対基盤を全面刷新
実証実験でヘルプサイトの記事到達率が従来比53%向上、81%を達成
～Helpfeel・カラクリ協業第1号、自己解決から有人対応まで一体化した顧客応対基盤へ～

ナレッジの力でAIの社会実装を加速する株式会社Helpfeel（本社：京都府京都市、代表取締役 CEO：洛西 一周、以下：Helpfeel）は、株式会社肥後銀行（本店：熊本県熊本市、代表取締役頭取：笠原 慶久、以下：肥後銀行）が、2026年10月29日（木）より、デジタル顧客応対基盤をHelpfeelとカラクリ株式会社（以下：カラクリ）のプロダクトへ全面刷新したことをお知らせします。

肥後銀行では、これまでヘルプサイトやチャットボットを活用し、顧客による自己解決の促進に取り組んできました。一方で、必要な情報がヘルプサイト上に掲載されていても電話による問い合わせが発生するケースがあり、自己解決率のさらなる向上が課題となっていました。

そこで、2026年3月から6月にかけて、AI検索型ヘルプサイト「Helpfeel」の実証実験（PoC）を実施しました。その結果、検索に対して回答記事が表示された割合を示す記事到達率（※1）が従来比で53%向上し、81%を達成しました。この成果を評価し、肥後銀行は「Helpfeel」の本導入を決定しました。

今回の刷新では、肥後銀行は従来のヘルプサイトおよびチャットボットを「Helpfeel」へ移行するとともに、有人チャットにはカラクリが提供する「KARAKURI talk」を導入します。本件は、Helpfeelとカラクリが締結した戦略的パートナーシップの第1号事例です。パートナーシップを組む両社は、それぞれが培ってきた自己解決支援と有人顧客応対の技術・知見を生かし、プロダクトの提供から導入・運用まで連携することで、肥後銀行における顧客の自己解決促進と顧客応対業務の効率化を両立する、次世代の顧客応対基盤の構築を目指します。

※1：（回答表示数）÷（検索回数）で算出



■ 導入背景：問い合わせ削減と、ヘルプサイト・チャットボットの二重管理に課題

肥後銀行では、これまでヘルプサイトやチャットボットを通じて約1,000件のコンテンツを提供し、顧客の自己解決を促進してきました。一方で、必要な情報がヘルプサイト上に掲載されていても、目的の情報にたどり着けない顧客からの電話による問い合わせが発生するなど、自己解決率のさらなる向上が課題となっていました。

また、ヘルプサイトとチャットボットそれぞれにコンテンツを登録し更新する必要があり、二重管理が担当者の大きな負担となっていました。

そこで顧客の自己解決率のさらなる向上による受電量の抑制と、二重管理からの脱却による運用体制の効率化を目指し、肥後銀行は、高い検索精度を持つ「Helpfeel」を軸とした新たな顧客応対体制の検討を開始しました。

■ 導入効果：実証実験で回答記事への到達率が**53%**向上、**81%**を達成

「Helpfeel」の本導入に先立ち、肥後銀行は2026年3月から6月にかけて「Helpfeel」の実証実験（PoC）を実施しました。顧客の検索に対してヘルプサイトの回答記事が表示された割合を示す記事到達率が、従来のシステムと比較して53%向上し、81%を達成しました。

「Helpfeel」の意図予測検索により、顧客が入力する多様な表現から検索意図を捉え、必要な情報を提示できるようになったことで、これまで目的の情報を見つけられなかった顧客の自己解決促進が期待されます。

肥後銀行は、こうした実証実験の成果に加え、従来のヘルプサイトとチャットボットを「Helpfeel」に一本化することで、運用負荷の軽減が期待できる点も評価し、2026年10月29日（木）より「Helpfeel」を本導入しました。



肥後銀行のヘルプサイト：https://helpfeel.jp/higo-bank-faq/

■ 協業第**1**号事例：自己解決から有人チャットまでシームレスな顧客応対を実現

「Helpfeel」の本導入に合わせ、肥後銀行はデジタル顧客応対基盤を全面刷新します。

ヘルプサイトでは「Helpfeel」を通じて迅速な自己解決を促し、複雑な問い合わせや個別の相談には、カラクリの有人チャットシステム「KARAKURI talk」で対応します。両社のプロダクトを組み合わせることで、自己解決から有人対応までシームレスにつながる、顧客にとって利便性の高いサポート体験を提供します。

なお、Helpfeelとカラクリは、自己解決から有人対応まで一貫した顧客応対を支援するため、2026年4月に戦略的パートナーシップを締結しました。今回の肥後銀行への導入は、両社の協業による第1号事例となります。

詳細：https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000480.000027275.html

■ 今後の展望：
検索データと電話での問い合わせ内容を活用し、継続的な改善サイクルを構築

肥後銀行は、今回の顧客応対基盤の全面刷新を通じて、顧客の多様な困りごとをより迅速かつ的確に解決できる環境を整備します。今後は「Helpfeel」に蓄積される検索データや、コンタクトセンターに寄せられる電話での問い合わせ内容を定期的に分析し、ヘルプサイトの改善に反映することで、顧客のさらなる利便性向上を図ります。

Helpfeelは、こうした取り組みを通じて肥後銀行の顧客応対の高度化を支援するとともに、将来的にはAIを活用したオペレーター支援やナレッジの整備・統一を段階的に進め、応対品質向上と業務効率化に向けて協働してまいります。

■ 株式会社肥後銀行 デジタルマーケティング部 宇野様のコメント

これまでもFAQやチャットボットを通じてお客様の自己解決を支援してきましたが、回答記事到達率が低いことに加え、各種分析データを活用した記事改善が進んでいないことが課題となっていました。

今回の実証実験で記事到達率が大幅に改善し、お客様が必要な情報にたどり着きやすい環境を実現できるという大きな期待を感じています。また、導入後の運用サポート体制も整っており、FAQ記事の内容や導線の継続的な改善を進められる見通しを得ました。

今回の顧客応対基盤の刷新は、単なるシステムの入れ替えではなく、お客様との接点をより良いものへと進化させる取り組みです。今後はお客様一人ひとりに合わせた適切なチャネルでのご案内・サポートを強化するとともに、将来的にはAIの活用をさらに進め、より高度かつ効率的な顧客応対の実現を目指してまいります。

■ 企業のAI活用を加速する「AIナレッジデータプラットフォーム」

AIの回答精度を左右するのは、参照する「ナレッジデータ」の質です。企業内には、マニュアルやFAQなどの明文化された知識だけでなく、未活用の応対ログや、ベテランのノウハウといった暗黙知など、多くの情報資産が眠っています。

Helpfeelは、こうした社内の知識をAIが活用できる形に整理・構造化し、AI-Readyなナレッジ基盤を構築します。この基盤を中核に、AIエージェントやヘルプサイトを通じた顧客対応、オペレーター支援、VoC分析まで、幅広いソリューションを「AIナレッジデータプラットフォーム」として展開しています。さらに、経営・組織・人材のAI-Ready化を支援するAIコンサルティングも提供し、企業の意思決定や顧客体験を高度化し、持続的な競争優位の実現に貢献します。

現在、金融・インフラ・製造・小売をはじめとする国内エンタープライズ企業を中心に、1000サイト以上（2026年9月時点）に導入されています。

「**Helpfeel**」サービスサイト：**https://www.helpfeel.com**



■ 株式会社Helpfeel 概要

Helpfeel
このAIが、解決する

創業：2007年12月21日（2020年12月4日に日本法人を設立）
代表者：代表取締役 CEO 洛西 一周
京都オフィス：〒602-0023 京都府京都市上京区御所八幡町110−16 かわもとビル5階
東京オフィス：〒104-0032 東京都中央区八丁堀2-14-1 住友不動産八重洲通ビル4階
URL：https://corp.helpfeel.com/

Helpfeelは、企業内に蓄積された膨大な知識資産を、AIが即座に活用できる“AI-Ready”なナレッジ基盤へと最適化するナレッジテクノロジー企業です。AIの精度やパフォーマンスを左右する「コンテキストレイヤー」を担い、ナレッジデータの創造・蓄積・分析・活用を一気通貫で支援することで、知識資産の価値を継続的に高め、AIの精度向上と自律的な活用を支えます。以下の3つのプロダクトを中核に、企業の“AI-Ready化”を支援する包括的なソリューションを展開しています。

- 企業のAIを強くするAIナレッジデータプラットフォーム「Helpfeel（ヘルプフィール）」
- AIを育てるナレッジベース「Helpfeel Cosense（コセンス）」
- 画像や動画をあなたの代わりに記憶するAI「Gyazo（ギャゾー）」

【本発表に関する報道関係者様からのお問い合わせ先】
株式会社Helpfeel　広報　担当者：河端、成田、坂本
MAIL ： pr@helpfeel.com