Press Release
報道関係者各位

株式会社Helpfeel
2026年11月19日

マルコメ、AI検索型ヘルプサイト「Helpfeel」で顧客の自己解決率60%超を実現
月間セッション数は1.2万、電話問い合わせ件数も減少
～お客様相談室の電話窓口は丁寧な対応が必要な問い合わせに注力、ファンを育む接点に～

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、味噌をはじめとする発酵食品メーカーのマルコメ株式会社（本社：長野県長野市、代表取締役社長：青木時男、以下：マルコメ）が、AI検索型ヘルプサイト「Helpfeel」を活用し、顧客の自己解決促進と電話問い合わせ件数の継続的な減少を実現していることをお知らせします。

マルコメでは「Helpfeel」の導入後、ヘルプサイトの月間セッション数が12,000を超え、記事閲覧後に「解決した」と回答した割合は60%を超えています。また、電話問い合わせ件数も導入前と比較して減少し、導入から1年以上が経過した現在も減少傾向が続いています。

これにより、お客様相談室では、基本的な疑問の解消をWeb上で支援しながら、個別の相談や商品の使い方に関する案内など、人による丁寧な対応が必要な問い合わせに注力できるようになりました。



（キャプション）研究開発本部　開発部　お客様相談室　大日方氏

■ 導入背景：
夏場に増える味噌の品質に関する問い合わせ。顧客の自己解決促進が課題に

マルコメのお客様相談室では、5～6名の社員が電話やメール、手紙による問い合わせに対応しています。特に7月末から10月末にかけては、気温の上昇などによって味噌の色が濃くなることから、品質を心配する顧客からの問い合わせが集中していました。

繁忙期には問い合わせ対応が他の業務に影響することもあり、顧客が必要な情報を自ら見つけ、疑問や不安を解消できる環境づくりが課題となっていました。こうした課題を受け、マルコメは顧客による自己解決を支援するAIツールの導入に向けた検討を進めました。

■ 採用の決め手：
「1回の誤答も許されない」食品メーカーが重視した回答の正確性

食品は口に入るものであるため、誤った情報の提供は品質への不安や信頼の低下につながりかねません。そのため、AIが回答を自動生成する仕組みではなく、正確な情報をもとに回答できることを重視しました。

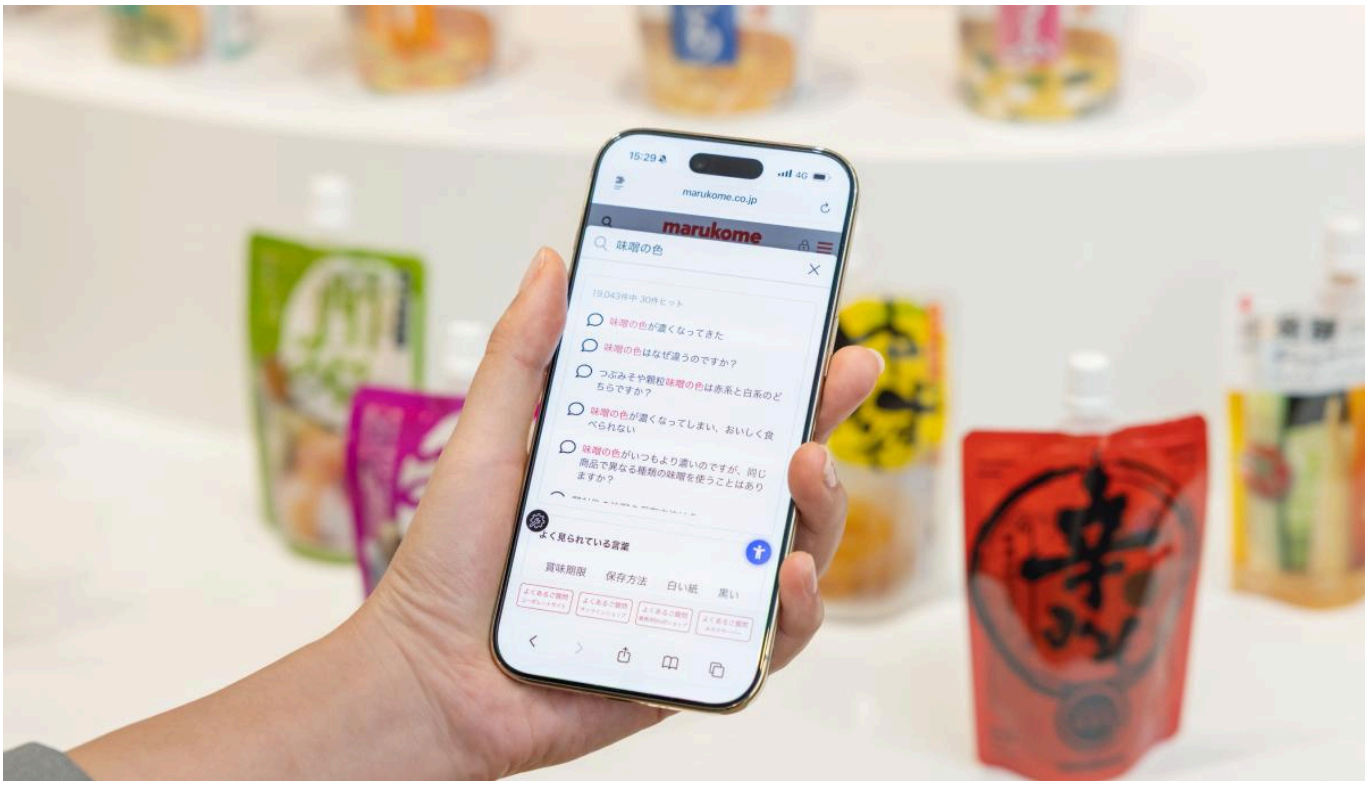
「Helpfeel」は、あらかじめ確認・整備したFAQコンテンツをもとに、意図予測検索によって顧客の多様な検索表現から適切な情報へ導くことができます。マルコメは、他社のAIチャットボットなども比較検討した結果、回答の正確性を保ちながら、顧客が必要な情報にたどり着きやすい検索体験を提供できる「Helpfeel」の採用を決定し、2025年6月から運用を開始しました。

■ 導入効果：顧客の自己解決促進と電話問い合わせの減少を両立

「Helpfeel」の導入と継続的な運用改善により、マルコメでは以下の成果が生まれています。

① 月間**1.2**万セッション、解決したと回答した割合は**60**%超に

2026年10月時点でヘルプサイトの月間セッション数は12,000を超え、Web検索からの自然流入も増加しました。また、記事末尾に設置した「解決しましたか？」という質問に「はい」と回答した割合は60%を超えており、多くの顧客がWeb上で疑問を解消できていることがうかがえます。



（キャプション）[マルコメのヘルプサイト]

② 電話問い合わせ件数が継続的に減少し、丁寧な顧客対応に注力

電話問い合わせ件数は導入前に比べて減少し、導入から1年以上が経過した現在も減少傾向が続いています。これにより、お客様相談室では限られた人数でも繁忙期の問い合わせ対応に取り組みやすくなりました。また、個別の相談や商品の詳しい使い方、レシピの案内など、顧客一人ひとりに寄り添った対応に時間を割けるようになっています。

③ **SNS**上で顧客同士が**Helpfeel**の記事を共有。企業の休業日にも疑問を解消

休業日にSNS上で「味噌の中に黒いものが入っている」と不安を訴える顧客の投稿がありました。それに対し、別の顧客が「Helpfeel」の記事を引用し、黒いものが原料の大豆であることを伝える出来事がありました。
このように、マルコメが直接対応できない時間帯でも、ヘルプサイトを通じて顧客が正確な情報を入手できるだけでなく、顧客同士で疑問を解消する動きも生まれています。

④ ヘルプサイトの記事を社内マニュアルとしても活用

「Helpfeel」で整備した記事は、顧客向けの情報提供にとどまらず、社内マニュアルとしても活用されています。お客様相談室以外の部署で問い合わせを受けた際にも、社員が必要な情報を確認して回答できるようになり、社内のナレッジ共有にも役立っています。

■ 今後の展望：疑問の解決から、商品の魅力を伝える顧客体験へ

マルコメでは、問い合わせを単に「削減すべき業務」とは捉えず、お客様の安心や信頼につながる「ファンを育む大切な接点」と考えています。今後は、疑問を解消するだけでなく、顧客の関心に合わせてレシピなどのコンテンツへ案内し、商品の新たな魅力を伝える顧客体験の実現を目指しています。

たとえば、味噌の色に関する疑問が解決した後に、その味噌を使ったレシピを紹介するなど、問い合わせをきっかけに商品への理解や関心を深めてもらう導線を強化するといった取り組みです。「Helpfeel」を活用した自己解決の促進と、有人対応による丁寧なコミュニケーションを両立し、顧客とのより良い関係づくりを進めていく方針です。

■ マルコメ株式会社 研究開発本部 開発部 お客様相談室 大日方氏のコメント



食品はお客様の口に入るものだからこそ、回答の正確性を何よりも大切にしています。「Helpfeel」は、正確な情報である既存のコンテンツをベースにしながら、意図予測検索によってお客様が必要な情報にたどり着ける環境を実現できます。

繁忙期においても、本来やるべき「丁寧な対応によるマルコメファンづくり」に向き合えるようになったことが何よりの成果です。限られた人数でも、お客様一人ひとりに寄り添った対応を大切にしていきたいと考えています。

事例インタビューの詳細は以下よりご覧いただけます。
https://www.helpfeel.com/works/marukome

■ 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の高度化を支援し、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・小売などの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