

講座

Web 広告

村山 哲治

おもてなしの機能 「チャットボット」は どこまで使える？

■浸透し始めた「チャットボット」

みなさんは「チャットボット」をご存知でしょうか。名称だけではピンと来ないかもしれません。「チャットボット」の使い方や表示形式はいろいろな種類がありますが、例えばWebサイトの同一ページをしばらく見ていると右下あたりに小さな四角い枠が表示され、「何かお困りでしたら、お気軽にお尋ねください」といったメッセージと質問できる小窓が用意されたものがそれです。

Webの運用にはコンテンツの企画・制作、プロモーション、効果検証などさまざまな業務がありますが、顧客サポートも重要な業務だと思います。これはBtoBであれBtoCであれ、問い合わせの対応や顧客の誘導は、効果に大きく影響します。Webは、リアル現場とは異なり非対面なので、ナビゲーション設計を綿密に行っても、そこまで来ているお客を取り逃していることが多々あるはずで、対面であれば、お客が迷っている表情やしぐさから「何かお探しですか？」とすかさ

ず声をかけることが出来たり、客の要望を聞き出したりしながら商品を勧めることができます。いま、そうしたリアル接客に近いおもてなしが、Webやスマホアプリなどの「チャットボット」で出来るようになり、効果を上げ始めているのです。

■チャットボットとは どのような仕組みなのか

「チャットボット」とは、先ほど説明したような人に代わり「チャット」のシステムによって自動で対応してくれるもので、名称は「チャット」と「ロボット」を掛け合わせたところからきています。現在「チャットボット」といわれているものにはAIを搭載しているタイプと搭載していないタイプの2種類があります。

AI搭載型は、ユーザーとコミュニケーションの経験を積むことで、言葉や文脈、解釈を学習していき、ユーザーの言い回しや言葉づかいから考えや思いといった意図を読み取る精度を、人の対応に近いレベルに上げていくことができるものです。

そのためには大量の学習データ（コミュニケーション）が必要となるほか、「チャットボット」導入前には主要キーワードの使われ方やそれが何を意味するのかという、運用するコンテンツの特性にあわせた学習が必要となります。

AI非搭載型は、「チャット」のプログラムに、運用するコンテンツに関わるいろいろなキーワードや関連情報をインプットし、ユーザーから質問や問い合わせを受けたときの受け答えのシナリオを設定しておきます。例えば、ユーザーが自分に最適なPCを選ぼうと「チャットボット」を通じて相談する際、文脈に「重くないノートPC」「外回り」といったキーワードを入れてもらえば、ビジネスの外出先で使える標準機能を搭載した軽量ノートPC関連の情報が提供されるといったイメージです。

■人的オペレーションの問題を 補う「チャットボット」

サイト運用のオペレーション業務は、事業

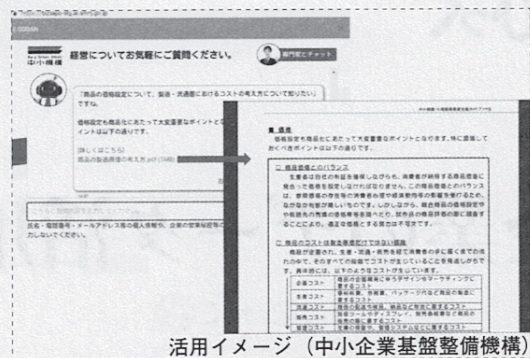
規模やアクセス量に応じて人的な負荷は大きくなり、そこには次のような問題があります。

- F A Q (よくある質問) に回答があっても、ユーザーは気づかずに問い合わせをしてくる。
- 営業時間外はもとより、問い合わせに対して人の対応は返答までに時間がかかってしまう。
- 問い合わせに対する返答がいくつかの部門にわたることがあり確認が複雑化する。
- 人の対応はマニュアルがあっても返答は属人化しやすく、一定の品質が保ちにくい。
- 対応のやり取りは感情を伴う場合も多く、精神的業務負荷が大きい。
- 対応メールのやり取りで何往復になることもあり、拘束時間が長くなる。
- 業務負荷などで担当者が辞めると、そのレベルに人材を育成するのに時間がかかる。そうした問題に対して、「チャットボット」を導入することで運用負荷は30%程軽減できるともいわれています。

■導入のメリットと課題から見て来るもの

では「チャットボット」にはどのようなメリットがあるのかといえば、先ほど挙げた運用における課題のほぼ裏返しがその特徴となります。

- **24時間365日休みなく接客できる**
Web やネットを介したチャネルは、ユーザーが時間に関係なくアクセスし、利用できます。それと同様に、いつ何時でもユーザーのリクエストに即座に対応できるという点は、「チャットボット」の大きなメリットです。
- **対応の品質が一定である**
どんなユーザーからの異なる言い回しや感情を伴う問いかけに対しても、ユーザーの目的が同じであれば均一の対応ができます。
- **マーケティングデータが収集できる**
ユーザーからの問い合わせ対応のやり取りをデータベース化するまで手間がかかり、習熟度も求められますが、「チャットボット」はそうしたことが機械的に行えるため、マーケティングデータの収集が容易です。
- **費用対効果が高い**



活用イメージ (中小企業基盤整備機構)

あくまでも「チャットボット」の AI 習熟度や返答のレベルが人並みになってのことですが、人と違って辞めてしまうリスクはないばかりか、オペレーションの負荷軽減と購買への誘導、商談見込み客の獲得などに効果を発揮することができます。

ただし、これは「チャットボット」にかかる費用と照らしてのことです。詳細な費用感は一割愛しますが、導入初期費用が数百万円～0円、月額費用は数十万円～数千円と利用目的や範囲に応じて幅の広い価格となっているようです。

■どこまで使えるかはアイデア次第

現在日本でも「チャットボット」は、いくつもの事業者が参入しており、これからますます導入が拡大していくものと思われます。導入事例として多く見かけるのは、ECサイトでのショッピングアシスト、金融機関では金融商品の案内、最近では自治体でも取り入れられているようで、住民サービスの案内などに活用されています。また導入チャネルも最近では Web よりも SNS やスマホアプリで多く見かけられるようになりました。このように業種や業界、ビジネスモデルを問わず適応範囲が広いのも「チャットボット」の特徴です。

ただし、いくら効率的とはいえ所詮プログラムですから、学習機能を高めるメンテナンスや運用管理はしっかり人が行わなければならないでしょう。

こうした運用も含め、アイデア次第で大きな効果を生むものとして期待されます。

(東京ドアーズ/人間力教育センター代表)