

チャットボットで成長戦略

～問い合わせ対応をユーザーとの新たな接点に～



チャット形式でリアルタイムにカスタマーサポートを行い、ユーザーとの新たな接点としてチャットボットを活用するケースが増えました。今回は、企業の成長戦略としても期待できるチャットボットについて、注目される背景や実際の導入例をまじえて解説します。

チャットボットとは

チャットボットとは、会話を表す「チャット」と「ロボット」を組み合わせた造語です。チャット形式で、ユーザーが疑問や質問を文章で入力すると、自動的に回答するプログラムのことを示します。

有名なチャットボットとしては、米マイクロソフトが開発した女子高生AI「りんな」が人気を博しました。また、LINEやFacebook、SlackなどのSNSでもチャットボットを活用したサービスが提供されています。

ビジネスではカスタマーサポートでユーザーの疑問や質問にチャットボットが対応。話し相手やゲームの相手をするチャットボットまで登場しています。

さらに、企業や官公庁の内部でも、従業員や職員からの問い合わせへの対応にチャットボットが活用されるようになってきました。

チャットボットが注目されるようになった背景

このように幅広く活用されるようになったチャットボットですが、注目されるようになった背景には主に二つの要因があります。

一つめは、自然言語処理と機械学習技術の進歩です。

AIによる自然言語処理能力が高度になり、ディープラーニングと呼ばれる機械学習もAIの進歩にブレークスルーを起こしました。従来は決められた命令にしか対応できなかったコンピューターが、人の発する揺らぎのある言葉、さらには文章から意図を解釈し、適切な対応を行えるようになってきたことがチャットボットの機能を高めています。

二つめに、顧客体験(カスタマーエクスペリエンス)を重視する企業が増えてきたことが挙げられます。

多くの企業が顧客からの問い合わせに対して、24時間リアルタイムで自然な会話スタイルで対応できるサービスを提供するようになりました。また、公式キャラクターが顧客との会話やゲームの相手を行うことを、顧客との新たなコミュニケーションチャネルとして捉える企業が増えています。

チャットボットは大きく2タイプある

一口にチャットボットと言っても、その仕組みは大きく二つのタイプに分かれます。

●シナリオ型(ルールベース型)

予め用意されたシナリオに沿って会話を進めるタイプで、AIは使われません。

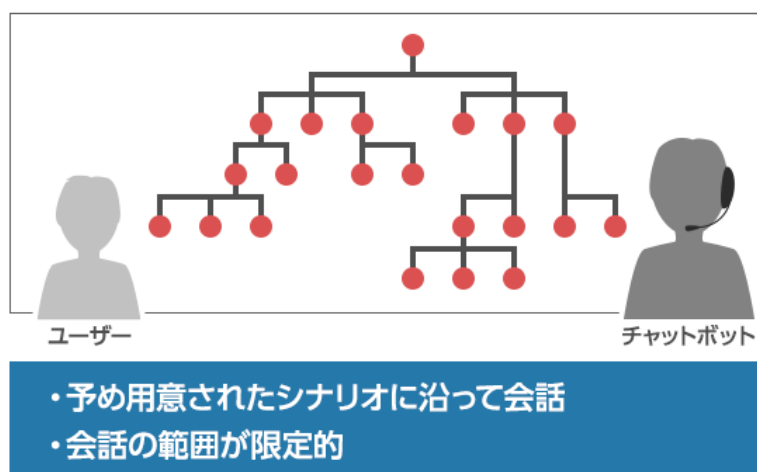
設定された回答を選択して会話するタイプのため、会話の範囲は限定的で、FAQの代用として利用されます。

このシナリオ型には、辞書に登録されたテンプレートを元に会話を行うハッシュタイプや、「Yes」「No」の返事をしたり相槌を打ったりしながら、相手の言葉を要約して聞き返すことで会話を進めるEliza(イライザ)タイプがあります。

これらのタイプのメリットは、設定が容易で導入しやすく、ルール以外の回答がされる心配もなく、導入コストも低く抑えられます。

ただし、自然言語処理ができないため、ユーザーが望む会話での満足感を与えにくく、また、自動学習もできないため、人力でパターンを網羅していく改善を繰り返す必要があります。

●シナリオ型(ルールベース型)



●機械学習型(AI型)

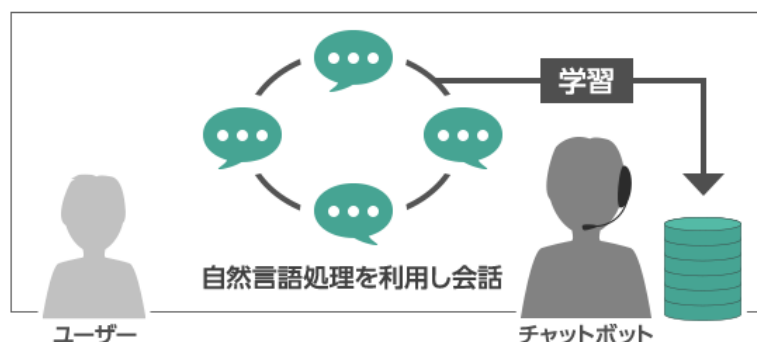
膨大なデータをAIが繰り返し学習し、回答の精度を高めるタイプです。自然言語処理を行うため、ユーザーの通常の会話を聞き分けて、回答も自然な会話調で返すことができます。

このタイプのメリットの一つは、ユーザーごとに異なる言葉遣いの揺らぎに対応できるため、ユーザーに会話の満足感を与えやすいことです。もう一つのメリットは、AIによる自動学習で、利用されるほど回答の精度を上げていくことができることです。

一方、デメリットとして、学習を深めるための膨大なデータが必要で、実用に向け調整が必要になります。また、導入コストもシナリオ型よりは高くなります。

ただ、今後のチャットボットでは、より自然な会話とより多くの質問への対応が求められるため、この機械学習型が主流となっていくことが予想されます。

●機械学習型（AI型）



- ・データベースと自然言語処理で自然な会話
- ・利用されるほど精度が上がっていく

注目されたチャットボット導入例

チャットボットはこの数年の間に広く普及していますが、特に注目された例を紹介します。

ローソン「ローソクルー」あきこちゃん

LINE上でユーザーからの質問に答え、FacebookやTwitterでもクーポンやキャンペーンを告知します。「あきこちゃん」が配信するクーポンの利用率が高いことから、実際の売上に直接的に貢献しているチャットボットと言えます。

※出典：ローソンのチャットボットは日々10万人が利用 炎上を防ぐ舞台裏：日経クロストrend

横浜市「イーオのごみ分別案内」

横浜市資源循環局とNTTドコモが共同開発したチャットボットです。横浜市のキャラクターである「イーオ」が会話形式でゴミの分別方法を教えてくれます。「イーオ」が注目を集めた1つに、あるユーザーが捨てたいものに「旦那」と入力したときの回答が劇作家「アルマン・サラクルー」の名言(※)を用いるなど哲学的だったことがあります。

※「人間は判断力の欠如によって結婚し、忍耐力の欠如によって離婚し、記憶力の欠如によって再婚する」

LOHACO「マナミさん」

2016年、個人向け通販サイト「LOHACO」を運営するアスクルの発表によると、問い合わせの3分の1を「マナミさん」が対応したことで、人件費を6.5人分削減できたとのことです。また、「マナミさん」には、自動的に回答することが困難な質問が寄せられた場合には、有人チャットに引き継ぐシステムも導入されています。

※出典：アスクル、AI型チャットロボ導入で省人効果6.5人分に | 通販通信

サッポロビールホールディングス「TRAINA(トレイナ)」

サッポロビールホールディングスが導入した野村総合研究所のAI型チャットボットで、人事・総務・経理など間接部門への問い合わせに対応します。

※出典：サッポロがNRIのAI導入、社内の問い合わせ対応を45%削減 | 日経クロステック

企業の成長戦略にチャットボットを

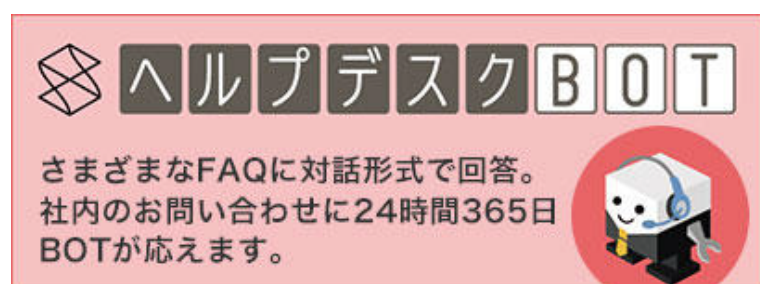
チャットボットを導入するには、自社で開発する方法と、既存のサービスを利用する方法があります。しかし、自社で開発する場合、運営を始めるまでに工数と時間がかかるため、多くの企業は、既存のチャットボットサービスを導入しています。

チャットボットを導入することで、ユーザーからの問い合わせに対する業務を効率化するだけでなく、ユーザーの利便性も向上します。また、ユーザーとの接点が増えることで企業ブランディングにも貢献します。ユーザーの質問を分析することで、マーケティングツールとしても活用できます。

社内においては業務効率化が、そして、外部に向けてはカスタマーエクスペリエンスがより重視される時代に向かっている中、チャットボットの活用は企業の成長に大きな影響を与えられます。自社の新しい成功事例を創り出すためにも、チャットボットの導入を検討されてはいかがでしょうか。

NTTコムウェアの「ヘルプデスクBOT」

NTTコムウェアの「ヘルプデスクBOT」は、みんなの「困った」に応える優しさ溢れる アシスタントです。24時間365日、「いつでも」「どこでも」「なんどでも」社内のお問い合わせに応えます。



ヘルプデスクBOT

さまざまなFAQに対話形式で回答。
社内のお問い合わせに24時間365日
BOTが応えます。



【制作／ブレイン】

※ 商品およびサービスの内容は、予告なく変更する場合がありますので、あらかじめご了承ください。

※ 記載されている社名、商品名などは、各社の商標または登録商標である場合があります。



NTTコムウェア株式会社

URL : <https://www.nttcom.co.jp/>

WEB 掲載 : 2019.8