CONTENT GURU
Engagement Made Easy®

ホワイトペーパー

今すぐ導入できる3つのエージェント型AIワークフロー

エグゼクティブサマリー

このホワイトペーパーでは、エージェント型AIを今すぐ導入するための戦略について解説します。
選定されたワークフローを自動化することで、業務効率の向上を目指します。

2028年まで
33%
ソフトウェアアプリケーションの33%がエージェント型AIを搭載するようになります。[1]

15%
2028年までに、日常業務における意思決定の15%がエージェント型AIによって自動化されます。[1]

20%
デジタルストアフロントでの顧客対応の20%が「マシンカスタマー」によって行われるようになります。[2]

75%
エージェント型AIプロジェクトの75%は失敗に終わると予測されています。[3]

1
エージェント型AIワークフロー

2
エージェント型AIの課題

3
エージェント型AIによる人員管理

4
エージェント型AIによる通話後業務の自動化

5
エージェント型AIによる品質管理

6
今すぐできるエージェント型AIの活用方法

エージェント型AIワークフロー

AIがコンタクトセンターに浸透する中で、顧客体験(CX)における自動化の影響を表す新たな言葉として「エージェント型AI」が登場しました。

この言葉の定義はまだ曖昧で議論の余地がありますが、一般的には「人間の介入なしにCXワークフローを実行できるAI」を指します。最も進化した形では、顧客体験のすべてが完全に自動化されることを意味します。ただし、技術的・規制的な理由から、現実世界で完全な自動化は不可能です。それでも、エージェント型AIはコンタクトセンターにとって非常に重要な技術です。

Gartnerは、エージェント型AIを2025年の主要な戦略的トレンドとして取り上げています。2024年時点では、導入している企業はわずか1%でしたが、2028年にはソフトウェアアプリケーションの33%に組み込まれると予測されています。[1] また、日常業務における意思決定の少なくとも15%が、完全にエージェント型AIによって自動化されるようになります。

生成AIの本当に興味深い点は、企業側だけでなく顧客側でも活用されるということです。顧客はこの技術を使って、日常の事務作業やスケジュール管理などを自動化できます。購入や予約などの業務も、エージェント型AIアシスタントが代行するようになり、企業への問い合わせもその一部になります。Gartnerは、2028年までにデジタルストアフロントでのやり取りの20%が「マシンカスタマー」によって行われると予測しています。[2]エージェント型AIは最先端の技術であり、未来志向の企業は常に注目しておくべき分野です。

エージェント型AIの課題

エージェント型AIが「夢のような技術」に聞こえるとしたら、それはある意味で事実です。現在一般的に想像されているエージェント型AIは、非常に複雑なIT課題であり、複数の重層的なITアーキテクチャを連携させる必要があります。それぞれのアーキテクチャは高度に専門的で、複数のAIモデルを活用し、深い専門知識が求められます。こうした課題のため、業界アナリストのForresterは「エージェント型AIプロジェクトの75%は失敗に終わる」と予測しています。[3] 技術はまだ新しく、目標はあまりにも野心的なのです。

では、エージェント型AIの導入を検討することは無意味なのでしょうか？　答えは「まったくそんなことはない」です。なぜなら、「エージェント型AI」とは特定の技術を指すだけでなく、AIによる自動化へのアプローチそのものを意味するからです。これは製品というよりも「哲学」に近いものです。この哲学とは、AIを活用してワークフローをどのように自動化するかを批判的に考え、可能な限り効率化を図り、将来の発展に向けた基盤を築くという姿勢です。顧客対応を一夜にして変えるような単一のAI技術は存在しません。エージェント型AIの実現には時間がかかるのです。

導入の第一歩は、個別のワークフローの自動化から始まります。これは「人間がプロセスに組み込まれる」状態から、「人間が主導する」状態への移行を意味します。つまり、人間はワークフローの実行には関与せず、開始と結果の確認のみを行い、プロセス自体は完全に自動化されます。

エージェント型AIについて語られる際、「AIとは具体的に何か」が不明瞭なことが多いですが、答えは「複合的な技術の組み合わせ」です。自然言語処理（NLP）、感情分析、LLM（大規模言語モデル）など、複数の技術が連携して自動化された成果を生み出します。これらの技術の活用には、「インテリジェント・オートメーション（知的自動化）」という哲学が必要です。つまり、適切な課題に適切なツールを適用するという考え方です。

これこそが、エージェント型AIの最大の課題です。すべてのユースケースに対して最適なAIツールを選定することが求められます。幸いにも、これは今すぐ取り組める課題です。

このホワイトペーパーでは、コンタクトセンターで今すぐ導入可能な、時間削減に効果的な3つのAI活用ワークフローを紹介します。エージェント型AIの理想形はまだ先の話ですが、AIによる業務効率化はすでに現実のものとなっており、貴社でもすぐに活用できます。

エージェント型AIによる人員管理

コンタクトセンターのスケジューリングは非常に難しい課題です。スーパーバイザーは、契約条件や勤務形態が異なる何百人ものオペレーターを管理し、厳格なSLA(サービス品質保証)を遵守する責任を負っています。オペレーターが休暇を取ったり、病気になったり、入社・退社したりすると、課題はさらに複雑になります。需要が通常よりも高まる時期には、スケジューリングの重要性は一層増します。こうした業務を自動化できるエージェント型AIがあれば、スーパーバイザーの作業時間を大幅に削減できます。

このワークフローの導入は、効果的なワークフォース最適化(Workforce Optimization)ソリューションから始まります。まず、契約内容、年次休暇、勤務時間など、オペレーターに関するデータを一元管理できるシステムに記録します。オペレーター自身が、ブラウザベースのインターフェースからこの情報を確認・更新できるようにする必要があります。この情報は、SLAデータ、過去の問い合わせ件数、需要が急増する可能性のあるイベント(新製品の発売やアップデートなど)と組み合わせて活用されます。これらは個別の雇用契約など機密性の高い情報を含むため、適切な人とシステムだけがアクセスできるようにすることが重要です。

次に、AIアルゴリズムが予測される需要レベルを算出します。この予測は既存の情報に基づいており、突発的な災害などには対応できませんが、通常はその日のスケジュールの基準を設定するのに役立ちます。

その後、この予測をSLAに照らし合わせて、一定時間内に対応すべき通話数に必要なオペレーター数を算出します。AIアルゴリズムが必要最小限の人数を導き出し、それをスーパーバイザーに提示します。

最後のステップは、オペレーターのスケジュールデータとの照合です。従来はスーパーバイザーがこの作業を行っていましたが、エージェント型AIの世界では、AIアルゴリズムがスケジューリングを担当します。オペレーターの希望、需要予測、SLAをすべて考慮した自動スケジュールが生成されます。人員が不足している場合は、スーパーバイザーに通知されます。オペレーターにはスケジュール変更が通知されます。このように、エージェント型AIによって、これまで数時間かかっていたスケジューリング業務が数クリックで完了するようになります。ワークフローは完全に自動化され、人間は「現場で作業する」のではなく「主導する」立場になります。

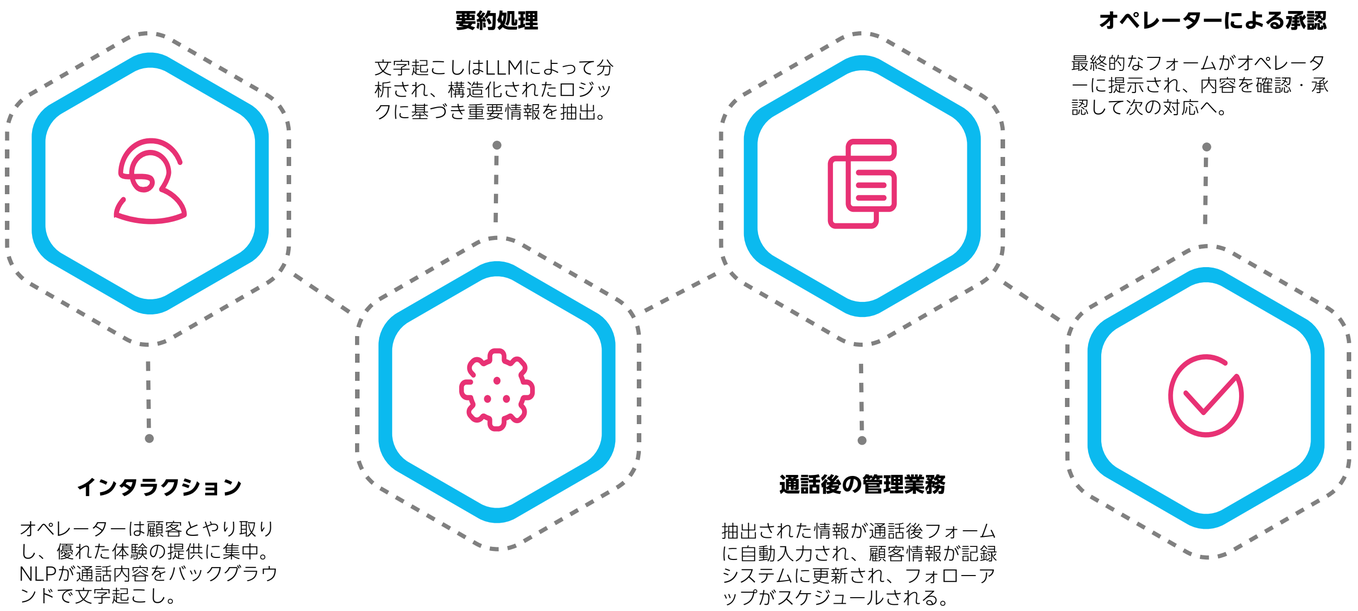
エージェント型AIによる通話後業務の自動化

「人間が主導する」システムは、スーパーバイザーだけのものではありません。個々のオペレーターも、エージェント型AIワークフローを活用して、自身の業務の大部分を自動化することが可能です。典型的な「人間が組み込まれる」業務の一つが、通話後の処理です。従来、オペレーターは通話中に重要な情報を忘れないよう、通話内容を手動で要約し、記録システムに入力していました。このデータ入力作業は、平均応答時間（AHT）の最大30%を占めることもあり、コストの大きな要因となっていました。[4]

このワークフローは、エージェント型AIによって容易に自動化できます。まず、自然言語処理（NLP）技術を用いて通話内容を正確に文字起こしします。この文字起こしは、コンプライアンス目的で記録システムに保存され、やり取りの内容を一語一句正確に残します。

次に、この文字起こしを生成AIによって分析します。LLM（大規模言語モデル）に文字起こしを入力すると、構造化されたロジックに基づいて通話の要約が生成されます。問題の内容、解決策、フォローアップの必要性などの重要な情報が抽出され、通話後の入力フォームに自動で反映されます。

通話が終了する頃には、オペレーターは内容を確認・承認するだけで済みます。まさに「人間が主導する」理想的な形です。業務の負担はAIに移り、人間は次の顧客に最高の体験を提供することに集中できます。



エージェント型AIによる品質管理

顧客体験(CX)の質は、データに基づいた洞察をどれだけ生成・活用できるかにかかっています。改善には振り返りが必要であり、そのためには包括的な分析とレポートが不可欠です。これはコンタクトセンター全体のレベルでも、個々のオペレーターのレベルでも同様です。エージェント型AIは、レポート作成のワークフローの一部を自動化し、コンタクトセンター全体に高品質な分析を提供します。

個々のやり取りのレベルでは、「感情分析(Sentiment Analysis)」が重要なツールとなります。このAI技術は、通話の文字起こしを分析し、各単語に感情値を割り当てることで、やり取り全体のトーンを評価します。より高度な感情分析ツールでは、感情だけでなく声のボリュームなども考慮し、より信頼性の高い評価が可能です。感情スコアはリアルタイムで生成され、オペレーターとスーパーバイザーの両方に提示されることで、コンタクトセンターの運営状況を可視化します。

感情スコアと正確な文字起こしをもとに、エージェント型AIはレポートの作成を自動化できます。主要な指標を一つの画面に集約し、さまざまな形式で組み合わせて表示され、関係するスパーバイザーに共有することが可能です。ここでも生成AIが活躍します。エージェント型AIは、レポートの要点をわかりやすくまとめ、データの重要な変化をハイライトすることで、人間の関係者に高レベルの変化を通知します。

これは、個々のオペレーターにも適用されます。各やり取りの後、文字起こしと感情スコアをエージェント型AIが分析し、パーソナライズされたフィードバックを即座にオペレーターに提供します。結果として、すべてのオペレーターが「個人専属のAIコーチ」を持つことになり、スキル向上を支援します。

エージェント型AIが登場する以前は、これらの作業はすべて手作業で行われていました。レポートの作成、要約の執筆、フィードバックの作成などは人間が担っていたため、ヒューマンエラーが発生しやすく、優先度の低い業務(例:個別フィードバック)は見落とされがちでした。その結果、オペレーターの成長が妨げられることもありました。エージェント型AIによって人間が「主導する」立場になることで、コンタクトセンター全体の運営品質が向上します。

今すぐできるエージェント型AIの活用方法

多くの人が思い描くようなエージェント型AIの姿は、まだ数年先の話です。人間の介入なしに課題を予測・解決する完全自律型のワークフォースは、実現しないかもしれません。実際、そうした未来を望んでいる人は多くありません。顧客はAIの導入状況やチャットボットの性能、AIが「エージェント型」かどうかには関心がありません。彼らが求めているのは、問題が起きたときに人間が対応してくれることです。これこそが優れた顧客体験の本質であり、「人が人を支える」ことが重要なのです。コンタクトセンターには常に人間が必要です。問題は「どこに人間がいるべきか」です。

理想的なエージェント型AIの世界は、確かにまだ遠い存在です。しかし、それでも「エージェント型AI」という考え方は無意味ではありません。この哲学は、特定のワークフローに適用することで、人間をプロセスから外し、主導的な立場に置くことができます。需要が急増するタイミングでスーパーバイザーがオペレーターをスケジューリングする場面、オペレーターが通話後業務を処理する場面、コンタクトセンターのあらゆるレベルでのレポート作成など、すでにエージェント型AIによる自動化は始まっており、実際に価値を生み出しています。

エージェント型AIは、さまざまな技術を統合して一つのAIソリューションを構築する「統合型」のアプローチです。その反面、導入には高度な技術力が必要です。専門性の高い開発チームがいなければ、導入は困難です。AIによる業務改革を始めるには、まず信頼できるAIパートナーを見つけることが第一歩です。

Content Guruの**brain®**は、AI技術の複雑さをユーザーに代わって処理します。**brain**はAIを民主化し、最先端の技術をベンダーに縛られることなく利用できるようにします。企業規模や業種を問わず、Content GuruはAIによる顧客対応基盤の設計を簡単にします。

brainはAIのオーケストレーションレイヤーとして機能し、CX(顧客体験)基盤の通常業務にAI機能をシームレスに統合します。クラウドネイティブの**storm®**ソリューションと連携し、最新技術が利用可能になり次第、常にアップデートされます。**brain**を通じて、Google Dialogflow、Azure、IBM Watson、ChatGPTなどの生成AIを含む、最高水準のAI機能にアクセスできます。

エージェント型AIは、コンタクトセンターにとって非常に大きな価値をもたらします。「人間が主導する」エージェント型AIワークフローを構築するには、業界全体から最良のAI技術を集める必要があります。Content Guruは、貴社のAI改革をスムーズに進めるための準備が整っています。

次のステップへ進む準備はできていますか?

AIによる未来への第一歩を踏み出しましょう。必要事項をご記入いただければ、専門チームのメンバーが24時間以内にご連絡いたします。

お問い合わせはこちら

出典一覧

[1] Gartner「2025年の戦略的テクノロジートレンド」

[2] 同上

[3] Forrester「2025年予測」

[4] Content Guru「AIプレイブック」

CONTENT GURU
Engagement Made Easy®

Rakuten Communications

https://connect.rakuten.co.jp/storm/

※このレポートは、最先端のイノベーションで最高のカスタマーエンゲージメントとカスタマーエクスペリエンスを実現するContent Guru,Ltd.が作成したものです。

JSB1024