



AIの可能性を 引き出すために

コンタクトセンターにおけるAIの未来

コンタクトセンターにおけるAIの未来



好き嫌いに関わらず、人工知能（AI）革命は始まっています。AIはさまざまな分野の幅広い用途に応用されており、2030年までに世界のGDPを15兆ドルも押し上げると予想されています¹。AIの可能性と危険性については、今までにも多くのことが語られてきました。期待のみが膨らみ、テクノロジーが追いつかないこともよくあります。将来の見通しと事実を見分けるのは難しいことです。AIも、過大な期待を抱かせ、期待はずれの結果に終わる運命にあるのでしょうか？

コンタクトセンターも例外ではありません。エージェントの離職率が高まる中、単純な問い合わせへの対応を自動化し、エージェントの業務を軽減させるテクノロジーは、非常に価値あるものとなるでしょう。自動化とコスト削減の実現は、カスタマーエクスペリエンス（CX）の究極の目標のように思えるかもしれません。しかし、Institute of Customer Serviceが最近実施した調査によると、AIチャットボットでよい体験をしたことがあると答えた顧客の割合はわずか3%でした。他方、顧客の17%は、ネガティブな体験を味わったと回答しています²。AIのメリットを実現できなかったのでしょうか？



AIは、2030年までに
世界のGDPを
15兆ドル
も押し上げると予想されています¹

ポテンシャルという点では、AIは確かに期待に応えてくれています。データセキュリティから顧客対応チャットボット、エージェントエクスペリエンスに至るまで、コンタクトセンターでAIと無縁な領域はありません。インテリジェントな自動化は、コスト削減と顧客維持を促進すると同時に、エージェントのサポートを通じ、印象的なエクスペリエンスを提供してリピーターを増やします。AIには、クラウド技術との組み合わせによって、CXに革命を起こせるポテンシャルが確かにあります。しかし、方向性がはっきりしない技術は、すぐにコスト要因になるでしょう。その方向性を示すのが、ビジネスリーダーの役割です。AIの成否は、その売り文句にかかわらず、現実的なビジネス成果を上げられるかどうかにかかっています。

本ホワイトペーパーでは、コンタクトセンターにAIを導入する上で、ビジネスにおけるAI戦略の指針となる3つの主な柱を紹介します。すなわち、エージェントエクスペリエンスを変革するAI、顧客維持のためのAI、そしてコスト削減のためのAIです。本書では、AI技術は今までに何を達成してきたか、また今後どのような成果を企業に提供できるかを検証します。さらに、AIとエージェントとの関係を真正面からとらえ、コンタクトセンターのこれらの両輪が、優れたCXを実現するために何を必要があるかを見ていきます。

¹ Forbes、² Institute of Customer Service



AIの世界では、さまざまな予測がなされています。2021年のAIのグローバル市場は3,283億4,000万ドル規模と評価されており、この数字は2029年には1兆4,000億ドルにまで拡大すると予測されています³。これらの数字は決して見逃すことができるものではありません。AI技術は明らかに企業に価値をもたらしています。各社がCXで差別化する取り組みを追求する中で、とりわけコンタクトセンターはAIの初期導入の重要な一翼を担っています。特に会話型AIのグローバル市場は、2020年には50億ドル規模でしたが、2025年には130億ドルに達すると予想されています⁴。

この驚異的な価値評価は、実際に得られた効果によって裏打ちされています。しかし、他の新興技術の場合と同様、企業はAI市場の成熟を冷静に待つ必要があります。

AIに慎重な顧客もいます。顧客もビジネスリーダーと同様にイノベーションを楽しみにしていますが、時として、楽しい気持ちが幻滅に変わり、問題をさっさと解決してほしいという願望が生まれることもあります。CX分野では、AIの主な使用例として、チャットボットの自動化が挙げられます。前述の統計によると、AIチャットボットでポジティブな経験をした顧客はわずか3%ということですが、これは絶対的に正確とは言えません。他の調査では、よりよい数字のものもあります。ある調査によると、顧客の80%は、チャットボットとの会話でほぼポジティブな体験をしており、ネガティブな体験をしたのはわずか16%、非常にネガティブな体験をしたのは4%のみだったという結果も出ています⁵。

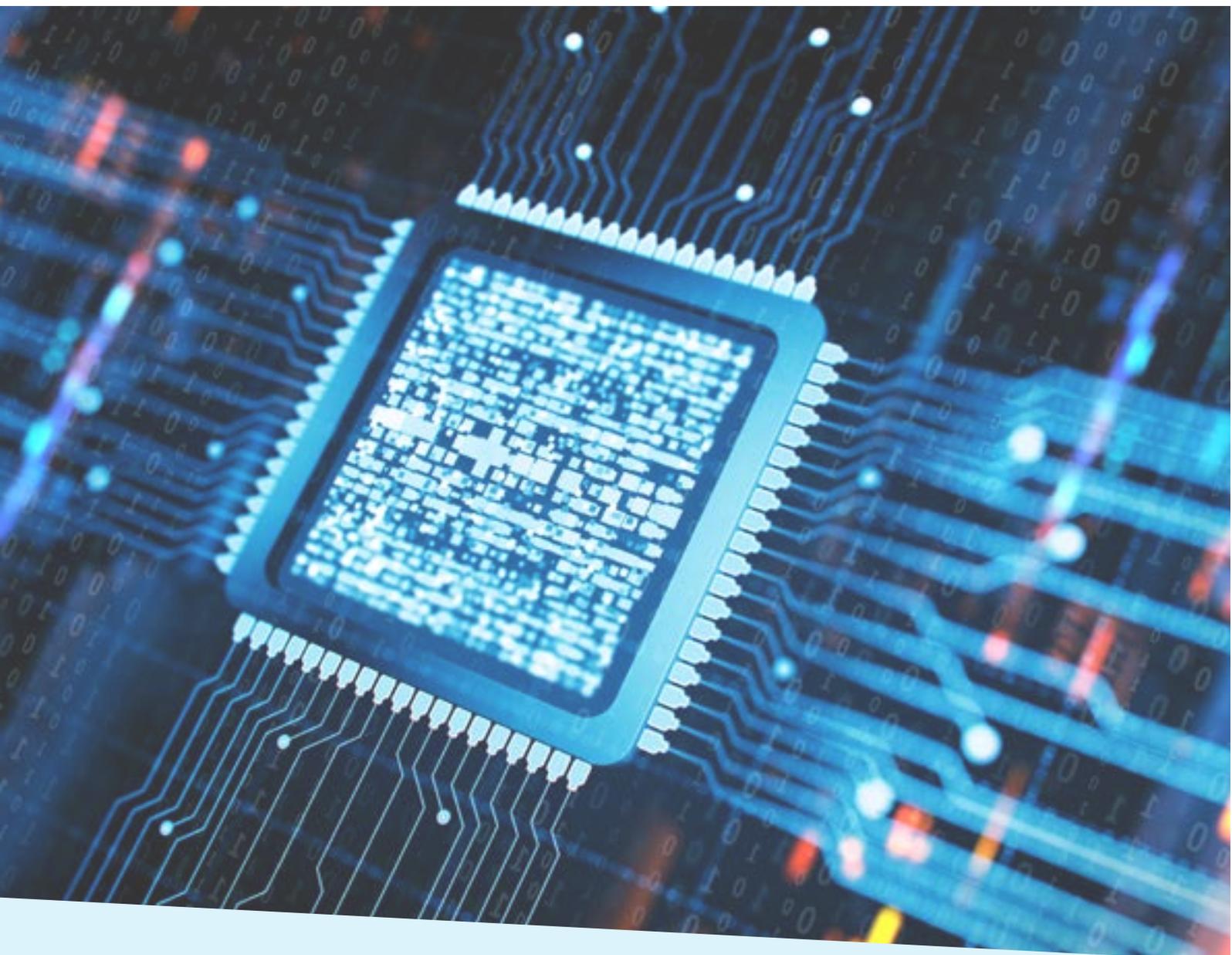
³ FortuneBusinessInsights.com、⁴ Accenture.com、⁵ Uberall.com



ビジネスリーダーは、顧客の悩みに耳を傾けるものです。AIをまだ導入していない企業は、その主な理由として、ユーザーの抵抗感を挙げています（64%）⁶。

CXでは妥協も大切です。チャットボットは確かに企業に利益をもたらします。チャットボットはエージェントの勤務時間をセーブするのが得意で、2023年末までに25億時間分の顧客サービス時間を削減できると試算されています⁷。これは、年間で230億ドル近くのコスト削減になります⁸。しかし、それ以前に、AIとエージェントとのバランスをどう取るかを考えることが重要です。

⁶ Accenture.com、⁷ JuniperResearch.com、⁸ BusinessInsider.com



AI対エージェント — CXのバランスを取る



エージェントはコンタクトセンターにとって最も価値のある資産ですが、同時に最大のコスト要因にもなり得ます。コンタクトセンターのエージェントの離職率は全体の平均よりもはるかに高く、離職による一般的な年間コストは20万ドル以上にもなりません⁹。したがって、エージェントのエクスペリエンスが重要なのは明らかです。エージェントの満足は、顧客の満足につながります。エージェントが働きすぎだったり、会社からサポートを受けられていなかったりすると、カスタマーエクスペリエンスが低下します。離職率が高いと、人材を育成するのめかなり難しくなります。コンタクトセンターにとって、エージェントを効果的にサポートすることは最優先すべき取り組みであり、AIはその役に立ちます。エージェントのワークフローのあらゆる段階で、AIは効率化を支援できます。

自然言語処理（NLP）とは、AIを活用し、人間の自然な音声进行分析して処理する技術です。NLPに対応したAIは、顧客からの電話を聞いたり、顧客からのメッセージを読んだりして、その内容や意味を正確に判別することができます。センチメント分析（各単語にポジティブまたはネガティブのスコアを割り当て、それに基づき全体的な感情を評価する分析手法）を実施すれば、さらに詳細な情報を引き出せます。

このようにコンテンツと感情の両方を自動的に分析して、各顧客からのコンタクトを最適なエージェントにつなぐよう支援することが可能です。顧客がエージェント間でたらい回しにされたり、適切なエージェントにたどり着くまでに詳しい説明を何度も求められたりすることもなくなるでしょう。AIが顧客のニーズを把握し、的確かつ瞬時に割り振りの判断を行うことで、双方にとって満足のいく解決策を導き出します。

問い合わせの内容が、更新された新料金について、資料請求について、予約について等、単純で繰り返しの多いものである場合、AIはエージェントの負担を大幅に軽減することができます。AIチャットボットは、セルフサービスで顧客を誘導したり、必要に応じて人間のエージェントにつないだりすることができます。こうして、エージェントはより複雑なリクエストに集中し、特に緊急度の高い顧客の要望に効果的なソリューションを届けることができます。

AIは、エージェントによる通話対応も支援できます。NLPとセンチメント分析に対応したAIは、難しい会話を行っているエージェントに積極的にスクリプトを提案することで、関係者全員にとって建設的な解決策を確保できます。AIは、エージェントの声を監視し、コンプライアンスに関する原稿が適切に読み上げられているか、また会話の質が基準を満たしているかを確認することもできます。基準に達しない会話にはAIがフラグを立て、上司がそれをレビューし、状況に応じてエージェントにトレーニングを提案することもできます。

⁹ Evaluagent

チャットボットは、2023年までに年間25億時間分のエージェントの勤務時間を削減すると予想されています⁷。

これは、年間230億ドルのコスト削減に相当します⁸。

コンタクトセンターでの離職による一般的な年間コストは20万ドルです⁹。

AI対エージェント — CXのバランスを取る



コンタクトセンターでは、AIは、多くのAI予言者が予想してきたように人間を排除するのではなく、それをサポートする形で機能します。人間が不可欠であることに変わりはありませんが、AIの導入によって、その様相は永遠に変化するはずです。AIは単なるツールではなく、コンタクトセンターのさまざまなプロセスを根本から変える存在です。それに伴い、エージェントの役割にも変化が求められます。

AIを活用した新しいエージェントは、CXのエキスパートです。こうした人材は数は多くないものの、高いスキルを持ち、卓越した顧客対応を提供することで、他の誰にもできないおもてなしを顧客に提供できます。このようなエージェントは、「カスタマーチャンピオン」とも呼ばれます。彼らは、日常的かつ反復的なタスクは行わず、人間にしかできない会話を提供します。このように、コンタクトセンターでは、人間の要素と機械の要素のバランスを取ることを目指します。





オンラインで企業に問い合わせる顧客の74%は、自動化されたチャットボットを使用することを期待しています¹⁰。チャットボットは、顧客が頻繁に接触するAI技術です。企業への問い合わせや、バーチャルアシスタントによるサポートなどのシーンで、チャットボットは日常生活に欠かせない存在となっています。

デジタル時代の顧客は、会話の相手が機械なのか人間なのかを見分けられます。機械は往々にして完璧すぎます。人間がくれた文法や言葉遣いをするような局面でも、機械は常に完璧な表現を使用します。顧客は機械のエージェントと接する際、機械だと認識して対応します。リピーターを生むエクスペリエンスを構築するための鍵は、機械と会話している場合でも、人間らしさが感じられる会話を作り出すことです。

近年では、NLPやコミュニケーションAIの進歩により、チャットボットはかつてないほど会話のニーズに対応できるようになりました。チャットボットは、顧客が使用する言葉を分析して、顧客の年齢、コミュニケーションスタイル、推測される嗜好などを反映させた「ペルソナ」を採り入れることができます。

記憶に残るエクスペリエンスを創造するには、顧客に合った世代別のペルソナが不可欠です。こうしたペルソナは、機械が原稿を読み上げるのではなく、仲間と話しているような気分を演出し、顧客を安心させることができます。機械と会話することへの最初のためらいを克服することが、顧客維持を強化できるAIを構築する上での鍵となります。

¹⁰ Forbes



74%

の顧客は、ウェブサイト上に
チャットボットが用意されて
いると考えています¹⁰



先行き不透明な経済状況が続く中、コンタクトセンターのコストを適切に管理できるかは重要な課題です。エージェントの離職は、年間直接経費が膨らむ大きな要因で、これを最小限に抑えるためにもAIは役立ちます。しかし、AIがコンタクトセンターのコストを大きく削減する方法は、他にもいろいろあります。

セルフサービスを利用しやすくすることで、初回コンタクト時にAIで問題を解決できるようにすれば、繰り返しかかってくる電話を減らせます。繰り返し電話してくる人が減れば、通話料を削減できると同時に、エージェントの労働時間も短縮できます。

需要が変動し続けている中で、需要の浮き沈みに合わせた柔軟な対応をするのは困難です。人間のエージェントとは異なり、機械のエージェントは、ボタンをクリックするだけで稼働させることができます。これにより、コンタクトセンターは、同時多発的に発生するあらゆる需要に対応するため、瞬時に拡張・縮小を行うことができます。顧客のニーズに合わせて無理なく拡張・縮小を行うことで、コストの膨張を防ぐ柔軟な対応が可能になります。

こうした拡張性は、顧客に大きな負担をかけることなく実現できます。機械のエージェントは、顧客情報システムから顧客データをプッシュ/プルすることができるため、顧客が何度も詳細情報を入力する必要がなくなり、CES（カスタマーエフォートスコア）を下げることができます。CESの低さは、優れたCXを提供できていることを示す最も信頼性が高い指標の1つです。

AIによるコスト削減効果（米国だけで年間最大230億ドル）は、小さくありません¹¹。チャットボットは、コンタクトセンターの各プロセスの合理化、エージェントへの効果的なサポート、初回コンタクト時の問題解決率の向上、そしてあらゆるレベルの需要に対応できる拡張性などを実現することで、コスト削減を容易にします。

¹¹ [BusinessInsider.com](https://www.businessinsider.com)



当初は不安もあったものの、AIは急速にコンタクトセンターの運営に欠かせない存在になりつつあります。AIを導入するには、強力かつ柔軟なAIツールキットが必要です。**brain[®]**は、Content GuruのAI製品で、コンタクトセンターのエコシステムにAIを適切に採り入れるために必要なあらゆるツールを備えています。**brain**は、自然言語処理、センチメント分析、適応型ペルソナを用いた自動チャットボットなどのさまざまな機能を提供します。特に重要な点は、**brain**によってAIが利用しやすくなることです。技術的な専門知識は不要で、AIの力をCXエキスパートの手に直接委ねることができます。**storm[®] Machine Agent[™]**では、音声またはテキストで動作するチャットボットを作成し、顧客からの問い合わせに24時間365日答えることが可能になります。

AIは、コンタクトセンターの両輪のうちの片方ではありません。AIのほかに、人間のエージェントをサポートするツールも必要です。**storm**は、Content Guruのクラウド型のコンタクトセンターソリューションで、比類のない信頼性、拡張性、柔軟性を実現します。**storm**は、コンタクトセンターに必要な一切のツールを、単一のブラウザベースのポータルで提供します。DTA[®]インターフェースで、エージェントはあらゆるチャネルからの顧客コンタクトを即座に確認し、対応することができます。すべての会話とともに、顧客データとAIで生成されたスクリプトを参照し、初回コンタクト時の問題解決率を高めることができます。

AIは、コンタクトセンターのあり方を再構築しています。顧客とエージェントの双方に最高のエクスペリエンスを提供するため、企業は新しいテクノロジーを自社のCXエコシステムに統合し、自動化を通じたセルフサービスの強化、エージェントの稼働率の向上、そしてコスト削減を実現していく必要があります。Content Guruは、企業のAIトランスフォーメーションをサポートします。



オムニチャネルコミュニケーション

stormは、単一のプラットフォームとアーキテクチャを通じて、音声、電子メール、ビデオ、ウェブチャット、ソーシャルメディアなどのあらゆるチャネルでシームレスな顧客エンゲージメントを実現する能力を、あらゆる規模の企業に提供します。



インテリジェントな自動化

brainは、Content Guruの人工知能ツールキットで、AIが利用しやすくなるように設計されています。会話型のマシンエージェントからNLPに至るまで、**brain**は、CXエキスパートによる管理を支援し、AIの利用を容易化します。



密接なインテグレーション

stormは、数百にも上るサードパーティの情報システムにリンクし、レガシーアーキテクチャを統合し、顧客サービスのエージェントを支援することで、的確な情報を提供し、パーソナライズされた会話を幅広く行えるようにサポートします。

www.contentguru.com



※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。