4000万件以上のチャット対応実績で分かった

ECサイトにおける AIチャットボット活用の極意

Copyright 2020 Solairo Inc. All rights reserved.

AIチャットボット導入の必要性①

大手EC企業では、ECサイトにAIチャットボットを導入しようという動きが活発になっています。
その理由の一つが、**スマホによる消費者の購買行動の変化**です。

経済産業省の調査によると
ECサイトでのスマホ利用率は約4割に達しており、今後もスマホ利用が広く
普及していくと予想されています。

そのスマホの利用者は、ショッピングをする際、
問題解決の手段として、「探す」よりも「聞く」という手法をとる傾向が
強くなっています。

例えば、
サイト内にFAQで問題解決方法を詳細に記載してもほとんど読まれず、
ユーザーが**チャットで質問**をしてくるという現象が起きているのです。

スマホ利用者の問題解決の手段

Copyright 2020 Solairo Inc. All rights reserved.

AIチャットボット導入の必要性②

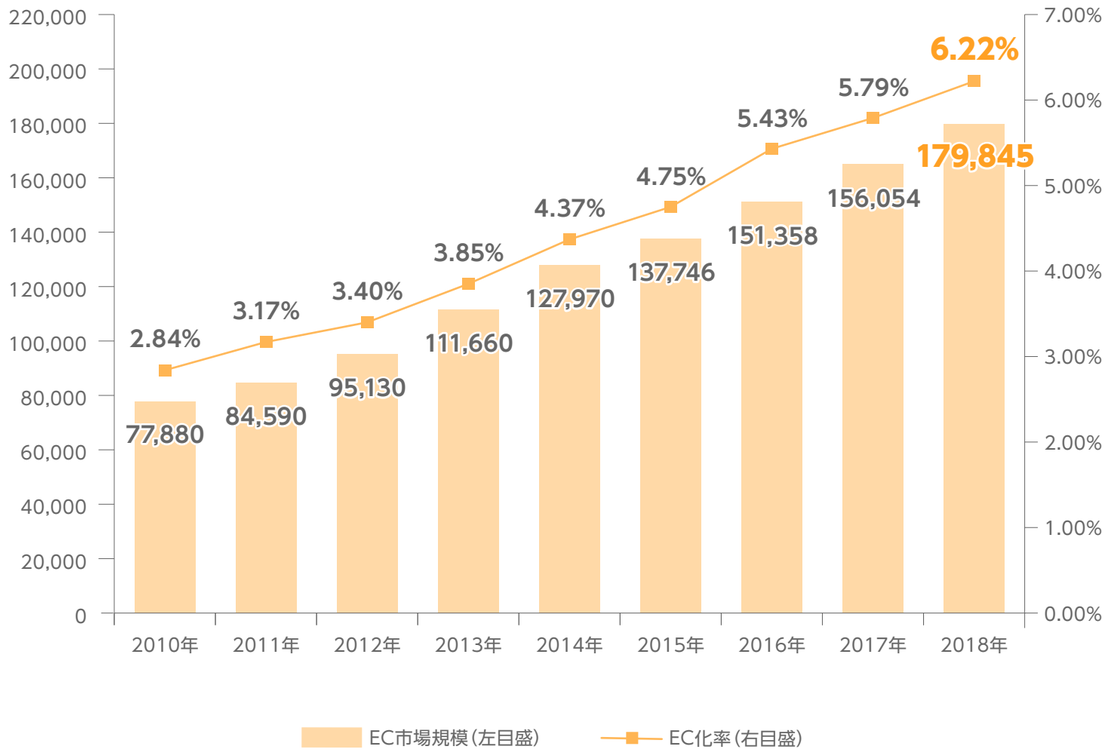
また、ECの市場規模は右肩上がりで増えていますが、
実店舗と比較すると、ECの購入比率は
まだそれほど高くないのが現状です。

ECサイトが店舗と比較して購入率が低いのは、
顧客の意思決定を支援する**「接客」**がないからだと
考えています。

その接客を
デジタルで担うことができるのが、チャットです。

つまり、
EC上でも付加価値の高い接客を提供していくことや、
いつでもどこでも顧客とのコミュニケーションの場を
つくることが重要なのです。

BtoCのEC市場規模とEC化率の推移



<出典>平成30年度　我が国におけるデータ駆動型社会に係る基盤整備（電子商取引に関する市場調査）

Copyright 2020 Solairo Inc. All rights reserved.

AIチャットボット導入の必要性③

ECの市場規模と同じく、チャットボットの市場規模も
右肩上がりで急拡大しています。
AIチャットボットをはじめとする対話型AIの市場は
2017年では11億円であったのに対して、
2022年には132億円まで成長するとの予測がでています。

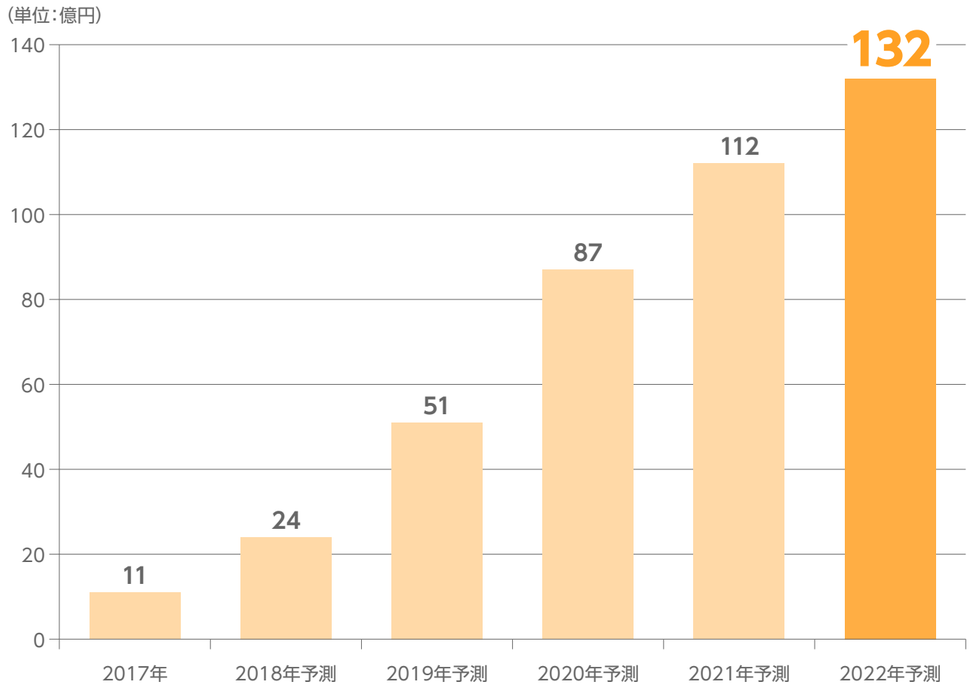
AIチャットボットのような対話型のAIシステムは

1:利用目的がわかりやすい
2:利用者が増加している
3:企業の課題解決に繋がる

という、企業とユーザーどちらにとっても有益な機能であり、
これから標準化されていくシステムだということが
この調査からも読み取ることができます。

対話型AIの市場

矢野経済研究所調べ



注1.事業者売上高ベース
注2.テキスト及び音声をインターフェイスとした対話型AIシステム(ソフトウェア)を対象とし、
対話機能を持つスマートスピーカーやスマートフォン、ロボット等のデバイス(ハードウェア)は含まない

Copyright 2020 Solairo Inc. All rights reserved.

AIチャットボット導入の課題

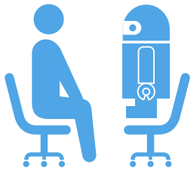
Copyright 2020 Solairo Inc. All rights reserved.

導入時の課題

消費者の購買行動の変化から、AIチャットボットを導入しようという企業が増えています。
一方で導入には、**3つの大きな課題**があります。

人材の確保が難しい

担当者を配置できない、AIチャットボットの教育担当者がいない、など。



AIチャットボットの成長戦略が描けない

AIの教育方法が分からない、会話のシナリオ設計ができない、など。

効果的な運用方法が分からない

KPI設計、インフラの整備方法が分からない、など。

Copyright 2020 Solairo Inc. All rights reserved.

担当者不在による課題

特に、**「AIチャットボットの担当者が社内にいない」**というケースはとても多くあります。
業界によっては、AIチャットボットの専門チームを設けているケースもわずかながらありますが
メーカーや小売・流通業界では、専門の人材やチームを配置できるリソースがないことがほとんどです。

費用を投資してビッグデータを蓄積しても、このデータを活用できる人材がいなくては、ビジネスチャンスを逃しかねせん。

本来であれば **AIチャットボットを導入する際に、専門チームを含めた支援体制全体を用意して
データ解析・活用まで含めた設計を考える必要があります。**

望ましいAIチャットボット運用方法

Copyright 2020 Solairo Inc. All rights reserved.

AIの学習データをどう得るべきか

他にも**「学習データがない」**という課題があります。
言うまでもなく、AIを学習させない限り、
お客様の求める対応をクリアできません。

考えられる解決策は2つあります。
①今からしっかりデータを貯める
②データがなければ他社のデータを活用する

①のデメリットは、
お客さまの問い合わせ内容やそれに対する返答データを
AIを導入してから蓄積するため、
効果が出るまで時間がかかる点です。

空色では、AIチャットボットをご利用いただく際に
様々なサービス利用企業を通じて蓄積された社内のログデータを
学習データとして活用していますので、
効果が出るまでの時間を大幅に短縮することが可能です。

継続的な学習は、効果を高めるために
AIチャットボットに必要不可欠!

Copyright 2020 Solairo Inc. All rights reserved.

AIチャットボットの今と未来

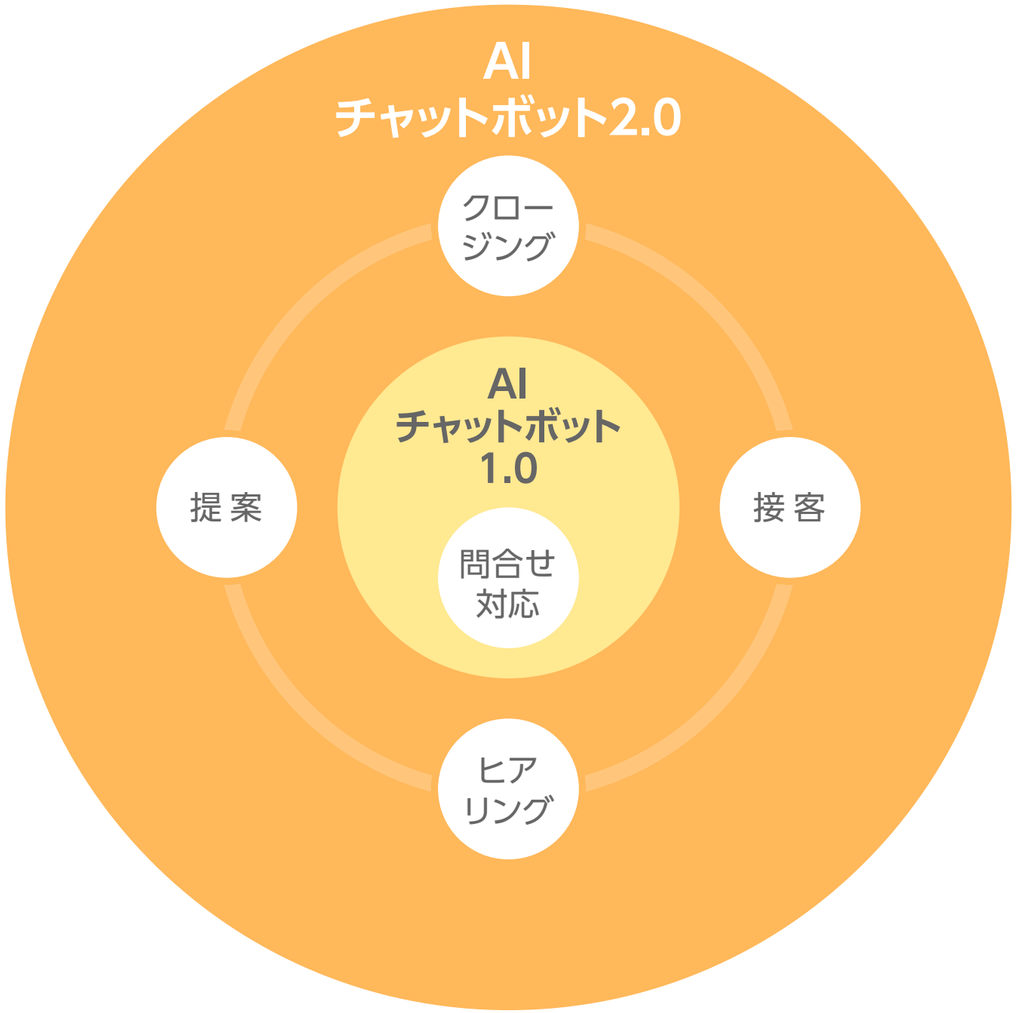
Copyright 2020 Solairo Inc. All rights reserved.

【AI×接客ログデータ】チャットボットの未来

近い将来、AIチャットボットがエンドユーザーの趣味や嗜好を把握し、
オススメの商品を提案、クロージングまで完結する
サービスが登場すると思われます。
それを仮に「AIチャットボット2.0」と呼びます。

そこでも、接客ログデータが課題になります。
現状、AIチャットボットの学習に適したデータを
蓄積している会社は多くありません。
カスタマーサポート対応に関する問い合わせデータを
蓄積している企業はあっても、
**「商品提案型のチャットログデータ」を蓄積しているケースは
ほとんどありません。**

空色が、アパレル・インテリア業界のECサイトを中心に、
チャットボットを「セールス」に活用できているのは、
この2つの業界で十分にチャットログを蓄積できたためです。



Copyright 2020 Solairo Inc. All rights reserved.

問い合わせ対応・自動化の現状

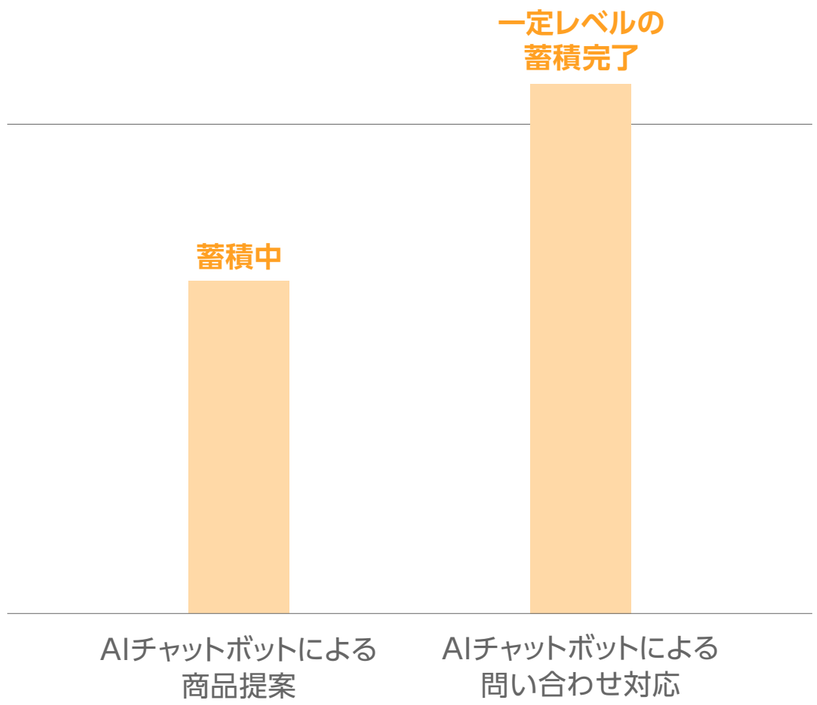
ECの購買率向上と同じく、導入理由として多いものは
「問い合わせ対応の自動化」です。
空色では、前ページの接客ログとは異なり
すでにある程度データの蓄積ができており、
一定レベルに到達したAIチャットボットの提供が可能です。

これが実現できている理由には
ECの問い合わせ内容に共通点が多いことが挙げられます。
空色のAIチャットボットの学習レベルであれば、仮に、
ある問い合わせに対して、その内容に関するデータがない場合でも
ある程度の回答ができています。

もちろん、運用しながら、さらにログデータを蓄積し
段階的に回答範囲や精度を上げていくことも可能です。

空色による接客ログ蓄積イメージ

導入時から一定レベルの問い合わせ対応が可能で、蓄積したログで精度を上げていく



Copyright 2020 Solairo Inc. All rights reserved.

AIチャットボットによるコストカット

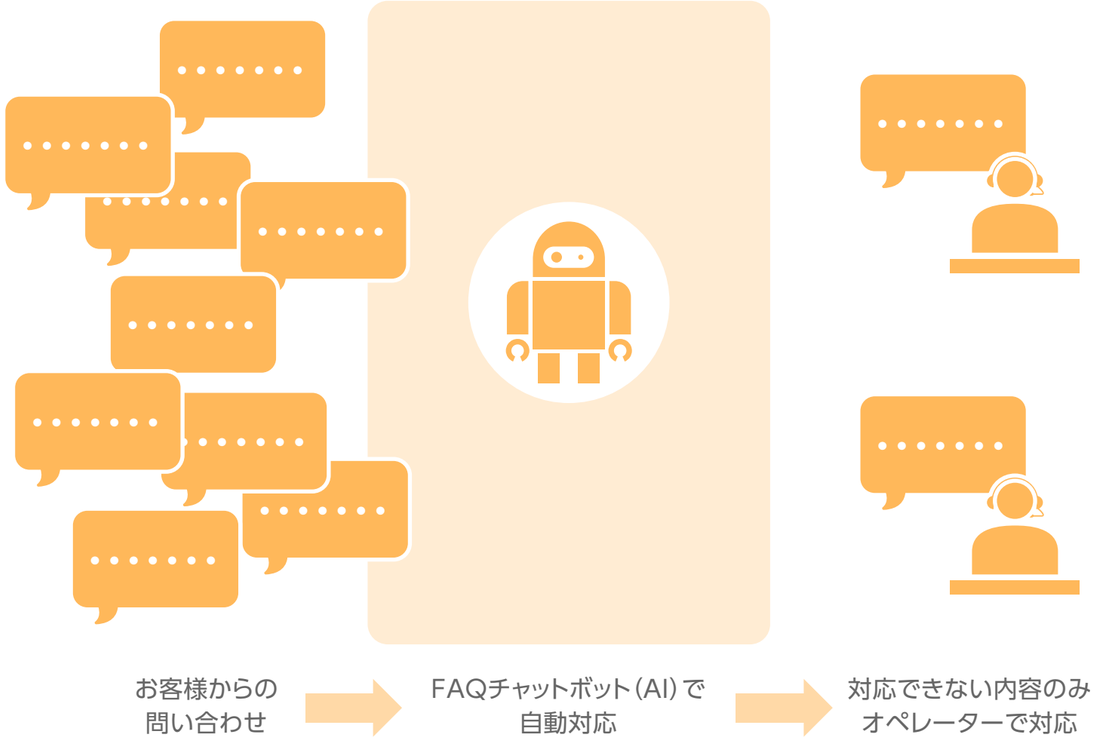
お客さまから寄せられる問い合わせの多くは
返品・交換やキャンセル、在庫に関する問い合わせなどで
概ねAIチャットボットで対応することが可能です。

一方で、AIに対応できない問い合わせは
商品ごとの差異やサービスに関するクレーム対応など
人の感性や柔軟な対応を必要とするコミュニケーションです。

前者をAIにより自動対応化できれば、
人件費をはじめとするコストの見直しが
できるようになります。

費用対効果を検討された上で、
AIチャットボットの導入は
検討の価値が十分にあると思われます。

AIチャットボットによる問い合わせ対応



Copyright 2020 Solairo Inc. All rights reserved.

AIチャットのシナリオ

Copyright 2020 Solairo Inc. All rights reserved.

AIによる会話のシナリオ

最後に、すでに会話ログやデジタル接客のデータがあり、AIチャットボット活用の目的が定まってから考えるべき**シナリオ設計**についても簡単にお伝えします。

ECサイトで理想とするAIの会話のシナリオは
基本的に、実店舗の接客と変わりません。
目的に合わせて
会話のシナリオを構築していくことをお薦めします。

例えば、
商品の在庫に関する問い合わせである場合、
文字だけで案内するのではなく
画像を送り、在庫が無い場合は
類似商品を提案するのも一つのシナリオです。

AIチャットボットによる 画像を使ったご案内イメージ

Copyright 2020 Solairo Inc. All rights reserved.

シナリオが「顧客満足度」を生み出す

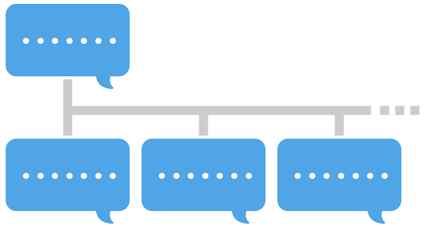
この場合でいう**「シナリオ」**は、
会話の「引き出し」のようなもの と
イメージしてください。

引き出しが多ければ多いほど
会話がスムーズに
かつ、ユーザーの求める返答ができるようになります。

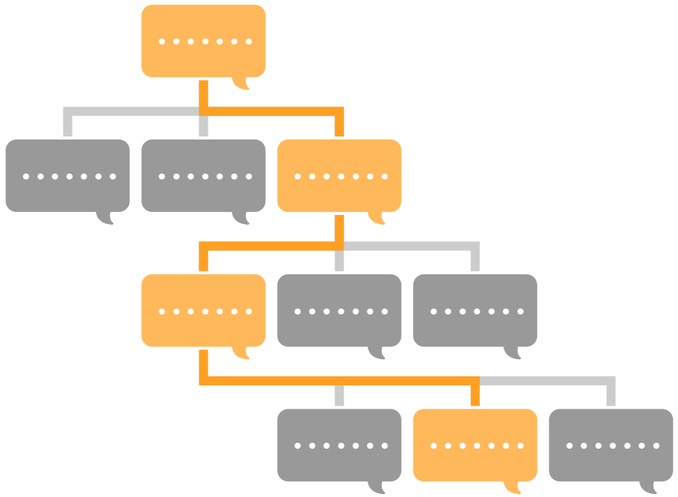
また、必要に応じて
有人対応のチャット、電話オペレーター、メール回答など
より適切な対応に切り替える設計も可能です。

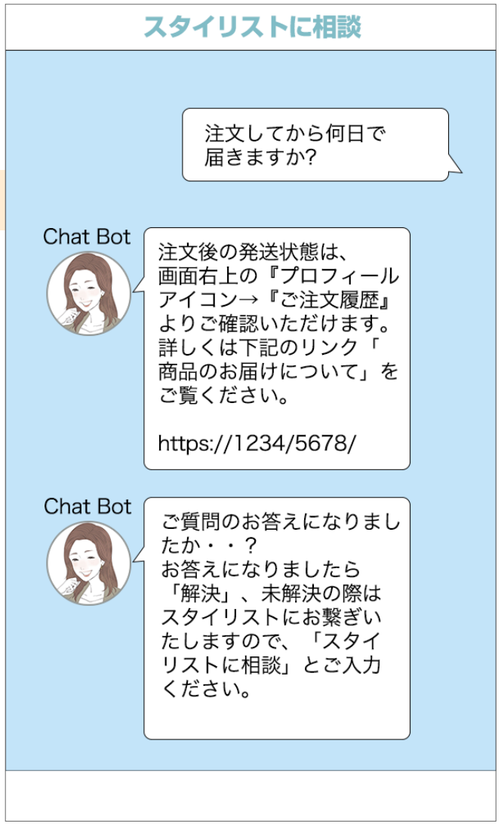
基本的なAIチャットボットの回答形式

1問1答形式



シナリオ形式





Copyright 2020 Solairo Inc. All rights reserved.

「経営課題の解決策」としてのチャット導入

今後の顧客体験を考えると
計画的に自社独自のAI教育を開始することは
一つの経営課題と言えるかもしれません。

チャットを使うことで、
労働人口減少を見据えた業務効率化
顧客体験のリッチ化
この2つを共存させていける可能性は十分にあります。

空色の会話ログのデータを活用すれば、
学習データがなくても
高精度なチャットボットの構築が可能になります。
また、AIチャットボットの学習に活用できるデータがない場合でも
簡易的に有人対応のチャットから始めることで
今から接客のログを蓄積していくことも可能なのです。

労働人口減少を見据えた業務効率化

顧客体験のリッチ化

Copyright 2020 Solairo Inc. All rights reserved.

4000万件以上のチャット対応実績！

空色のチャット導入事例

Copyright 2020 Solairo Inc. All rights reserved.

空色のチャット導入実績

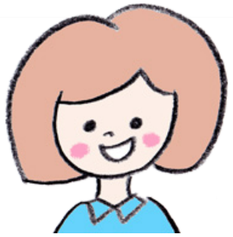
ナノユニバース様：
ECサイト

サイト全体における
CVRが1%に対して、
チャットを利用した顧客のCVRは
直近の2年の運用において
平均して25%まで上がっていて、
売り上げに大きく貢献しています。

新生フィナンシャル様：
レイクALSA

「チャットボット」と「有人チャット」の
どちらも対応が可能で
AIエンジンが非常に高精度です。
今後は当社の他のサービスや
様々な機能との連携も
していきたいです。

花王様：
リリーフ　お悩みサポート



リリーフアドバイザー
よしこさん

当初は利用者本人からの相談が
多いのではと想定していましたが、
介護者や、おむつを取り扱う
販売店からも
チャットでご相談を
多数いただいております。

ご導入企業様

kao
nano UNIVERSE
UR URBAN RESEARCH Co.,Ltd.
レイクALSA
SHIPS
JFR GROUP 大丸松坂屋百貨店
BELLE MAISON
Takashimaya
senshukai

Copyright 2020 Solairo Inc. All rights reserved.

この記事を書いた人

株式会社空色
代表取締役　中嶋　洋巳（Hiromi Nakajima）

2005年4月　西日本電信電話（株）入社。新規事業開発部に所属し、複数の新規事業開発に従事。
2013年10月　㈱空色を創業。チャットを軸としたウェブ接客ソリューション「OK SKY」の開発・提供、チャットセンター運用受託事業を展開。
2019年　AIチャットbot「WhatYa」の提供開始、AIと人を組み合わせた新たな購買体験の創出に取り組む。

Thank you!

チャット活用やデジタル接客について、お気軽にお問い合わせください。

メールでのお問い合わせ

info@solairo.co.jp

フォームからのお問い合わせ

https://www.solairo.co.jp/contact

株式会社空色　そらいろ

所在地　東京都品川区西五反田8-11-21 五反田TRビル2F
代表者　中嶋 洋巳
設立　2013年10月01日
資本金　5,589万円（2019年11月）
事業内容　Web接客ソリューション「OK SKY」、「WhatYa」の開発・運営
Web接客センターの設計・運営

Copyright 2020 Solairo Inc. All rights reserved.