

＼導入成功へと導く／

チャットボットを 賢く選ぶ秘訣



チャットボット導入運用サービス



エムキューブ

はじめに

新型コロナウイルス対策として進む「リモートワーク」。
リモートワークの実施により従業員の感染リスクを低減させられる一方で、顧客側も企業側もオフラインでのコミュニケーションが取りにくくなり、Webサイトをはじめとしたオンラインへの流入拡大が進んでいます。

その変化へ適応するにあたり、問合せを自動で対応できるチャットボットは、注目されているツールのひとつです。
しかし導入したいが一步を踏み出せないという声もよく聞きます。

本書ではチャットボット導入の最初の壁である、「どんなチャットボットを選べばいいのか」について解説しております。

- ✓ チャットボットの種類が多すぎて分からない
- ✓ 導入目的とマッチしたツールが見つからない
- ✓ 導入したいが、大きな労力をかけたくない

このようなお悩みをお持ちの方はぜひご覧ください。

目次

- 01** チャットボットどのように選びますか？
- 02** どんなチャットボットをお探しですか？
- 03** チャットボットサービス選定時のチェックポイント
- 04** チャットボット導入運用サービス「エムキューブ」のご紹介



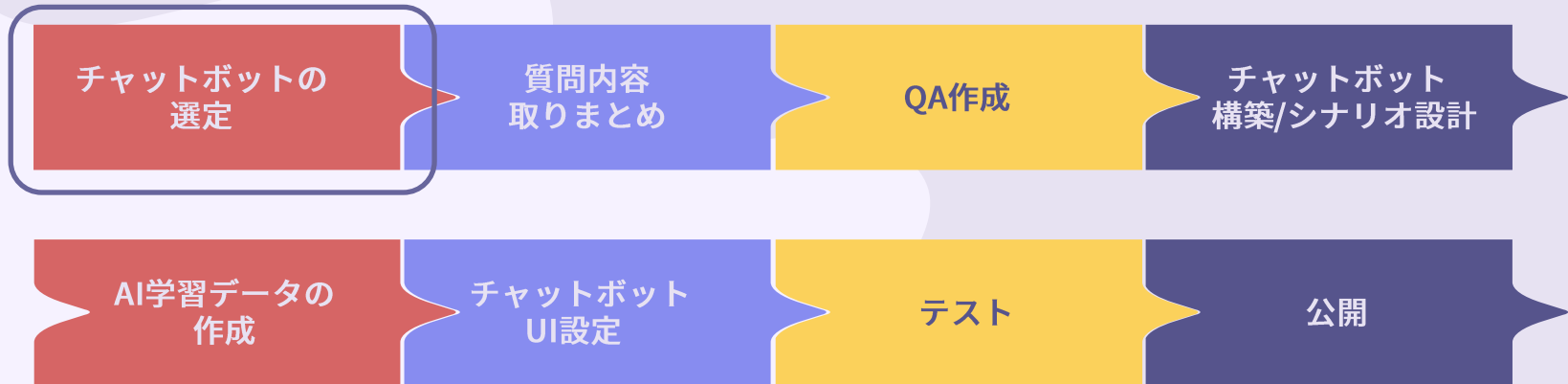
01

チャットボット どのように選びますか？

How to choose a chatbot?

チャットボット導入時の工程とは？

チャットボットを導入するとき、一般的にこのような工程があります。
導入目的やチャットボットの種類によって省略できる項目もありますが、
公開までに平均で3か月前後かかります。
工程の中で、最初の壁として立ちはだかるのは、「チャットボットの選定」です。



チャットボットを選ぶと言っても・・・

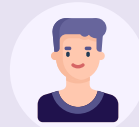
基準？

そもそも何を基準に比較し、検討すればいいのかわからない



事例？

他社の事例を見ても、自社の業務に役立つか分らない



何ができるの？

AIありと言っているが具体的に何ができるのかわからない



このような漠然とした不安があるのではないのでしょうか。
さらに追い打ちをかけるのが、現在提供されているチャットボットツールの種類の多さです。

年々増加しているチャットボットの種類



チャットボット市場は年々拡大しており、今や多岐に渡り、それぞれ独自の機能を持っています。

弊社で調べたところ、2020年5月時点でチャットボットツールはなんと、

80種類以上になっていました。

この膨大な種類の中から、自社のやりたい事を叶えられるツールを探すのは大変な労力です。

この種類の中から自社で探すと・・・



各社に問合せるのが
大変・・・



必要な機能を
伝えられるか不安・・・



要件に合う機能を持った
ツールが見つからない



探すだけで**工数**と**労力**
がかかってしまう・・・



話が進んだ段階で
実現不可な機能が
分かった



標準サービスで使えるの
か、開発が必要なのか
分からない

それでも大切なチャットボット選定

ここまでの内容だけでは、

「自社で探すのは大変」、「探す時間あるかな」と感じてしまうと思います。

しかし、チャットボット選定は導入成果を出すためのとても大切な工程です。目的に合うチャットボットを選ぶことで成果だけではなく、導入や運用時の工数削減も期待できます。

では、どのように選んだら良いのか、次のセクションでご紹介します。





02

どんなチャットボットを
お探しですか？

What kind of chatbot are you looking for?

チャットボットの分類方法

チャットボットを分類する際、いくつかの観点があります。
ここではこちらの3つの観点からチャットボットを分類していき、
どのような種類のチャットボットを探せばいいのかを確認してみましょう。

1. 解決できる課題別に分類
2. 会話方法別に分類
3. 活用シーン別に分類



1. 解決できる課題別に分類

チャットボットは様々なビジネスシーンで用いられていますが、その用途は大きく2種類に分類することができます。



問合せ対応型

社内、社外問わずユーザーからの問合せをチャットボットが対応するケースはこちらに分類されます。



マーケティング支援型

「売上げの向上」を目的としたチャットボットはこちらに分類されます。

1. 解決できる課題別に分類

問合せ対応型で出来ること



対応コストの削減

同じ質問に都度対応していた手間をチャットボットが代替えることで、対応コストの削減が可能。
また、担当者間での引継ぎや新人教育に利用することも可能。

短期的な顧客満足度の向上

これまで対応外だった時間帯でも関係なく問合せ対応が可能。
また、なかなか電話が繋がらない、メールの返信がないなどのケースでも対応できる。

中長期的な顧客満足度の向上

ユーザーとのやり取りをデータとして可視化することで、どういう内容で困っているのか、どういうことを求めているのかが認識でき、ユーザー対応の品質底上げが期待できる。

1. 解決できる課題別に分類

マーケティング支援型で出来ること



サイトからの CVR向上

既存の入力フォームの代替えまたは追加する形でチャットボットを設置することで、顧客との新たな接点ができる。
会話形式やイラストを用いることで、ストレスが軽減しCVR向上が期待できる。

潜在顧客の 育成

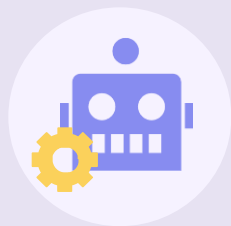
顧客の属性に合わせた情報やサービスを提供したり、双方向のコミュニケーションが可能のため、継続的に顧客との接点を持つことができ、顧客のサービス理解が深まり、熱量の高まりに繋がる。

既存顧客の ロイヤリティ向上

新商品や別プランの案内によるアップセルやクロスセルの実施など、既存顧客と定期的なコミュニケーションを図ることができ、ロイヤリティ向上に貢献できる。

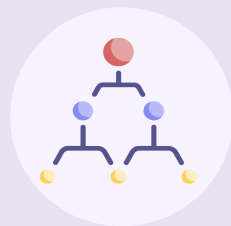
2. 会話方法別に分類

次に会話方法別にチャットボットを分類すると、大きく2種類に分かれます。



AI型

柔軟な会話ができたり実現できることの幅が広がる反面、工数や金額に見合った効果が出せるか、そもそもAIが必要なのか検討が必要です。



シナリオ型

ユーザーに選択肢を提示したりすることでコミュニケーションを取ります。コミュニケーションのパターンが一定の場合や、入力してもらいたい情報が決まっている場合などに適しています。

2. 会話方法別に分類

AI型で出来ること



入力した内容を
読み取る

「自然言語処理」という機能を活用することにより、ユーザーが入力した内容を読み取ることができ、表記のゆれに対応することが可能。

意図や適性に応じて
シナリオ変更

ユーザーの入力した内容に応じて、そのユーザーに合った選択肢の提示や商品をお勧めすることも可能。
提示する内容の精度は、ユーザーとのやり取りを通じてデータが蓄積されることで精度が高まっていく。

「全部自動で良いように動いてくれる」というイメージが強いAI型ですが、
「工数や価格に見合うか」、「実はAIは必要じゃなかった」というケースもあるので、
ベンダーやコンサルティング企業へ相談することも検討しましょう。

2. 会話方法別に分類

シナリオ型で動く仕組み別に出来ること



選択肢型

いくつか選択肢を提示し、その答えに応じて次の質問や項目に進む仕組み。事前準備やメンテナンスの負担は少ないが、選択肢の中にあるものからしか選べないため、情報にたどり着かない場合がある。

辞書型

事前にキーワードに対する回答を設定し、キーワードに合致した質問を入力された場合、該当する回答を表示する仕組み。表記ゆれに対応していないため、登録していないキーワードが入力されると上手く対応できない。

選択肢& 辞書型

質問内容や項目に応じて「選択型」と「辞書型」を使い分ける仕組み。

3. 活用シーン別に分類

課題別、会話方法別に分類される要素を踏まえて、活用シーンごとに適したチャットボットの目安を見ていきましょう。

	AI型	シナリオ型
マーケティング型	①ユーザーに合わせた商品や情報の提示	③商品購入ページ 資料請求ページ 会員登録ページ
問合せ型	②カスタマーサポート/ 社内問合せ (QA数:300件以上)	④カスタマーサポート/ 社内問合せ (QA数:300件未満)

3. 活用シーン別に分類

1 ユーザーに合わせた商品や情報の提示



AI型



マーケティング型

「AI型×マーケティング支援型」のチャットボットは、自然言語処理によりユーザーが入力した内容を理解することで、その人に合った商品を提示できます。

また、ユーザーの行動などをAIによって分析して、最適なタイミングで情報を提示するなどの使い方もあります。

3. 活用シーン別に分類

2 カスタマーサポート/社内問合せ (QA数:300件以上)



AI型



問合せ型

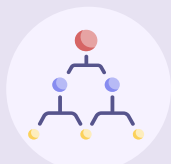
「AI型×問合せ型」のチャットボットは、主にユーザーが自由入力をした内容に対して最適な回答をします。

対応範囲やQA数が多くても、入力された質問を蓄積・分析し、学習データを増やすことで回答精度を上げることが出来ますが、現在のAI技術では100%の精度にはならないため、複雑な内容は有人対応に切替えるなどの対応をしている企業も多くあります。

3. 活用シーン別に分類

3

商品購入ページ/資料請求ページ/会員登録ページ



シナリオ型



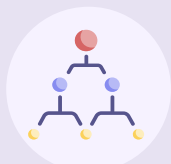
マーケティング型

「シナリオ型×マーケティング支援型」のチャットボットは、事前にユーザーに入力して欲しい項目を設計していきます。

ユーザーにとって使いやすく気軽にスムーズな入力体験を提供することによりEFO（入力フォーム最適化）を目的として導入されています。

3. 活用シーン別に分類

4 カスタマーサポート/社内問合せ（QA数:300件未満）



シナリオ型



問合せ型

「シナリオ型×問合せ型」のチャットボットは、事前にシナリオでユーザーからの問合せが多い質問を準備します。

選択肢としてユーザーの問合せたい内容を絞り込んだり、特定のキーワードを入力したら、該当する回答や選択肢を提示します。

QA数が多すぎると上手く対応できなくなるので、QA数は300件未満が適しています。

03

チャットボットサービス 選定時のチェックポイント

Checkpoints when selecting a chatbot



選ぶべきサービスの方向性は？

前セクションにて、「どのような種類のチャットボットを選定すれば良いか」が分かったのではないのでしょうか。

ここではチャットボットサービス選定時のポイントをご紹介します。
まずは選ぶべきサービスの方向性について確認しましょう。

- ☑ 導入する目的を明確にする
- ☑ ユーザーの利用シーンを明確にする
- ☑ チャットボットを活用する部署がどのような体制か確認する
- ☑ 自社でどれくらいの工数がかかけられるか確認する

選ぶべきサービスの方向性は？

自社でどれくらいの工数をかけられるか

導入時と運用時に発生する作業を把握し、自社で対応できる工数か確認します。難しい場合、作業を外部に委託するというのも一つの方法です

活用する部署の体制は？

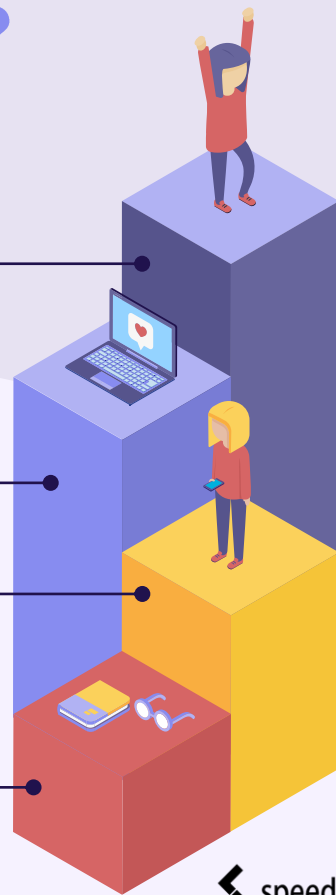
例えばカスタマーサポートチームで導入する場合、1~6人体制か10人前後やそれ以上の体制かによって重視すべき点が変わってきます

利用シーンを明確にする

ユーザーのどの場面において役立とうとするか？を事前に明確にし、リリース後は利用状況に合わせて起動修正していきます

導入する目的を明確にする

スタート時点で明確にすることにより、サービス選びの方向性やチャットボットのコミュニケーション設計がみえてきます



利用サービスを比較するための視点とは

選ぶべきサービスの方向性をもとに、つぎは利用サービスを選定する際に比較するポイントを見ていきましょう。

- ☑ 総コストを抑える or ツールの費用だけを抑える
- ☑ 運用後の変更の容易さ or 最初から細かくシナリオ設計
- ☑ 属人化の回避 or 複雑な設計
- ☑ 利用シーンへの特化 or 幅広い適用範囲

利用サービスを比較するための視点とは



総コストを抑える or ツールの費用だけを抑える

チャットボットは月額数千円～100万円近くかかるものまで、価格帯が幅広いサービスです。

ツールの安さだけで選択すると、自動応答について単純な設定しかできず、「手間の大きさに対する実現できること」が少なく、実業務での利用が難しい場合があります。

「ツール費用」 + 「チャットボット作成・運用工数」 = 『総コスト』
上記を認識して検討することが大切です。

利用サービスを比較するための視点とは

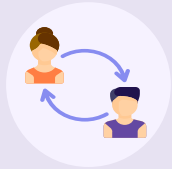


運用後の変更の容易さ or 最初から細かくシナリオ設計

チャットボットの応答内容や挙動について、最初から推測だけで複雑に作りこみ過ぎてしまうと、大きな手戻りが発生したり、修正が困難となるリスクがあります。

しかし、実現したい内容によっては複雑なシナリオが必要となる場合もあります。そのようなときは、**導入支援や運用支援などのサービスの利用**を検討するのもおすすめです。

利用サービスを比較するための視点とは



属人化の回避 or 複雑な設計

チャットボットは作りこめば作りこむほど、作った本人以外の理解が困難となりやすく、属人化の傾向を生みやすくなります。

そのようなリスクを回避するため、**属人化が発生しにくいツールを選択すると良い**でしょう。

また、チャットボットに関する作業を外部委託することでもリスク回避が可能です。

利用サービスを比較するための視点とは



利用シーンへの特化 or 幅広い適用範囲

対象としている利用シーンに当てはめた場合に、自由に設計できる範囲が広いツールほど、それぞれの用途に対して広く浅くなりやすいので、注意が必要です。

場合によっては**特定の範囲に限定**することで、回答精度を高く保持できたり、より深い質問に対応できるようになります。

選定のポイントは分かった。
でもやっぱり自社で
最適なチャットボットを
探せるか不安・・・

そんな企業様、
ご安心ください！



04

チャットボット導入運用サービス 「エムキューブ」のご紹介

Service information



簡単に探せる！エムキューブの3つの特長



カンタン

手間をかけずに自社サービス（課題）に最適なツールを探することができます



お任せ

弊社が窓口となるので、問合せのやり取りなどの煩わしさから解放されます



削減

知見を持った担当者が代行して行うので工数を大幅に削減できます

導入までの簡単STEP

設置/リリース

作成したチャットボットのタグをお渡しします。
実装されるページのHTMLファイルに張り付けていただければリリース完了です。

ボット構築/テスト

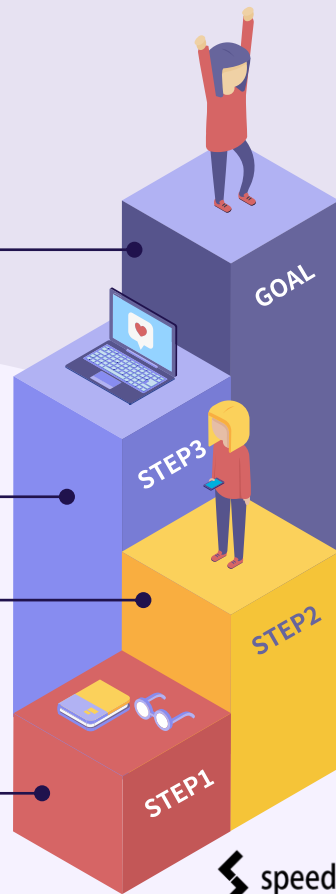
設計したシナリオを基にチャットボットを構築、AIありの場合は学習を行います。
さらに、弊社とお客様それぞれでテストを実施します。

シナリオ設計

ご提供いただいたQAを精査し、CVや回答へと導きやすいシナリオ（会話）設計をいたします。

ヒアリング/ ツールのご提案

現在のお客様の課題ややりたい事などをヒアリングさせていただき、適したチャットボットをご提案いたします。



導入だけじゃない！

エムキューブご利用のメリット

エムキューブは導入だけではなく、運用までサポートいたします。
ただチャットボットをメンテナンスするだけではなく、利用状況や会話ログから数値を集計しレポートニング、改善案などをご提案いたします。



- ✔ 利用状況や会話ログの集計
- ✔ レポートニング
- ✔ 定期ミーティングの実施
- ✔ シナリオの修正・QAの追加
- ✔ その他チャットボットメンテナンス

チャットボットの導入・運用なら



「エムキューブ」

ご質問やお問い合わせはこちらから



03-6427-1415 平日9:00~17:00 (祝日を除く)



m-cube.chatbot@slj.jp 担当：佐藤



エムキューブのサイトを見る



お問合せフォーム





Thank you!



speedlink japan

株式会社スピードリンクジャパン

〒150-0011

東京都渋谷区東3-9-19 VORT恵比寿 maxim5F

03-6427-1415 平日9:00~17:00 (祝日を除く)