

# ACAP研究所 「リモートやアバターによるお客様対応の新たな展開」 研究報告を公表

公益社団法人消費者関連専門家会議（通称・ACAP＝ エイキャップ、所在地：東京都新宿区、理事長：村井正素）ACAP研究所「グローバル・メディア情報研究会」では、2023年度成果報告として、「リモートやアバターによるお客様対応の新たな展開」を公表しました。

今回は、新たなコミュニケーション手段としての特性を探求することに焦点を当て、先進的な取り組み事例を横断的に比較・分析し、リモートやアバターによるお客様対応を導入する際に考慮すべき点を、お客様視点から挙げ、リモートやアバターによるお客様対応の今後の展望についても考察しています。

今後のお客様対応業務の進化を考えるために、ご参考にしていただければ幸いです。

報告書はACAPホームページ下記URLよりご覧ください。

[https://www.acap.or.jp/research/ari\\_gm2023/](https://www.acap.or.jp/research/ari_gm2023/)

## 1. 研究の背景と目的

ACAP 研究所グローバル・メディア情報研究会は 2022 年度から、「リモートやアバターによるお客様対応」をテーマに取り上げている。2022 年度はその可能性を検討し、「対面とリモートによるお客様対応はどう違うのか」、「アバターによるお客様対応のメリットやデメリットは何か」といった点について考察した。2023 年度は、事例を収集して横断的に比較・分析することで、新たなコミュニケーション手段としての特性について考察を進めた。また、リモートやアバターによるお客様対応を導入するに際して考慮すべき点について、お客様と対応者、双方の観点から考察することにした。

## 2. 報告書の構成

- 2023 年度の研究の概要 (P.3)
  1. 2023 年度研究テーマ (P.4)
  2. リモートやアバターによるお客様対応の分類 (P.4)
  3. 活用事例 (P.5)
  4. 事例を横断した比較分析 (P.15)
  5. 先進企業へのヒアリング (P.17)
    - 1) 野村不動産へのヒアリングからの知見 (P.18)
    - 2) I 社へのヒアリングからの知見 (P.19)
  6. 導入に際して考慮すべき点 (P.21)
  7. 今後のリモートやアバターによるお客様対応 (P.21)



### 3. リモートやアバターによるコミュニケーションパターンを分類

#### ■ケーススタディとして、7社 8事例を収録

2022年度の研究で設定したリモートやアバターによるお客様対応の分類をもとに、事例収集の範囲を「ビデオ通話(顔出し)」、「ビデオ通話(片方 / 双方アバター)」、「メタバース(双方アバター)」の3つに、アバターの場合でも「裏に人がいる」ケースに限定した。計7社8事例をケーススタディとして収録している。

【表1】ビデオ通話における面談手段と画面背景のパターン分類

パターン		A	B	C	D	E	F	G	H
採用企業		リーガロイヤルホテル	近畿日本ツーリスト	東京海上日動あんしん生命	ローソン	東京海上日動あんしん生命	住友不動産	野村不動産	LIXIL
利用目的		ホテルウェディング相談	旅行プラン相談・予約	ライフプラン・保険相談	店舗接客	ライフプラン・保険相談	マンション購入相談	マンション購入相談	オンラインショールーム
面談手段	お客様	顔オフ	顔任意	顔出し	顔出し	顔出し	顔出し	顔出し	顔出し
	対応者	アバター	アバター	アバター	アバター	顔出し	顔出し	顔出し	顔出し
画面背景	お客様	背景オフ	背景任意	背景任意	実写背景	背景任意	背景任意	背景任意	実写背景
	対応者	バーチャル背景	バーチャル背景	無地背景	無地背景	無地背景	無地背景	ぼかし背景	実写背景
推定されるメリット		■お互いの姿を見せないで済むので対面相談での緊張感を避けて気軽に相談できる	■アバターへの相談なので気軽に相談できる	■対応者の見た目による先入観を回避し、アバターによって印象を操作できる。	■背景も含めお客様側の状況を把握できる ■対応者の姿を見せないで済む	■お互いの表情を見ることが出来る	■お互いの表情を見ることが出来る	■お互いの表情を見ることが出来る	■お互いの表情を見ることが出来る ■お客様の室内を見せいただくことも出来る

#### ■ビデオ通話でのお客様対応を電話に近いケースから対面に近いケースまで分類

ビデオ通話を実施している7社8事例について、お客様と対応者、それぞれの面談手段と画面背景でパターンを分類したところ、双方顔出し・実写背景で対面に近いものから、お客様は顔・背景ともオフ、対応者はアバターでバーチャル背景という、むしろ電話に近いケースまで、ほぼすべてが異なるパターンになった。そして、各企業がそれぞれのコミュニケーション手段を選ぶメリットを推測した。

#### ■メタバースでのお客様対応のパターンの違いを対比

メタバースでお客様対応をしているケースは2社にとどまった。こちらもメタバースにおけるコミュニケーション手段のパターンの違いがわかるようにまとめている。

## ■メタバース上でのアバター接客の先進企業2社にヒアリング

先進企業2社にヒアリングさせていただき、そこから得られた知見をまとめた。1社は、メタバース上でアバターを活用した接客を行っている企業。もう1社は、メタバース上に構築したショッピングモールを利用するアプリを開発している企業である。システムの構成も最初はできる範囲から始めて、段階的にグレードアップしていることがわかった。その過程では、実際にお客様対応をしているスタッフからのフィードバックを反映して、改善していた。

## ■リモートやアバターによるお客様対応を導入する際に考慮すべき点

ケーススタディとヒアリングから、リモートやアバターによるお客様対応を導入する際に考慮すべき点を、お客様視点から表にまとめている。各項目から、ビデオ通話、あるいは、メタバースでのお客様対応における各種の設定を、各社それぞれ熟慮した上で決めていることがうかがえる。

## 4. 今後のリモートやアバターによるお客様対応

### ■メタバース以外にもビデオ通話や従来のコミュニケーション・チャネルの併用が必要

今回の考察を踏まえて、今後のリモートやアバターによるお客様対応がどうなるか予想を試みた。現時点では、お客様対応への活用に限定すると、メタバースでなければできないこと、メタバースならではのメリットが明確には見えない状況といえる。そのため、リモートによるお客様対応を完結するためには、メタバース以外にもビデオ通話や、従来のコミュニケーション・チャネルを併用することが、引き続き必要になると考えられる。

### ■ビデオ通話では「裏に人がいるアバター」が、メタバースでは AI アバターが広がる可能性も

今後、ビデオ通話では、匿名性の点から「裏に人がいるアバター」の活用が広がる可能性も考えられる。一方、メタバースでは、むしろ「裏に人がいないアバター」、つまり、AI による自動アバターが広がる可能性も想定される。メタバース空間でアバターのお客様からの質問に AI アバターのスタッフが自動で答えたり、商品をお勧めしたりする対応が普及する可能性もある。

### ■研究会の今後のテーマ

研究会での同一テーマ3年目となる2024年度は、人によるビデオ通話や、「裏に人のいるアバター」に加え、「裏に人のいないアバター」対応まで研究対象に含めることを考えている。また、急速な進化を見せている生成 AI を活用したチャットボットやボイスボットによる、会話形式でのお客様対応まで研究範囲を広げ、具体的な考察を試みたい。

以上

## 公益社団法人 消費者関連専門家会議(ACAP)

企業や団体の消費者関連部門の責任者・担当で構成する組織として、1980年の設立以来、企業の消費者志向経営の推進、消費者対応力の向上、消費者、行政、企業相互の信頼の構築に向けて、各種研修、調査、消費者啓発活動、交流活動等を行っています。英文表記の the Association of Consumer Affairs Professionals の頭文字を取り、ACAP(エイキャップ)の名前で親しまれています。

会員数	正会員数 620名(481社)。全会員数739名 (2024年4月17日現在)
理事長	村井 正素 (むらい まさし) 住友生命保険相互会社
特別顧問	川口 康裕 (かわぐち やすひろ) 中央大学総合政策学部 特任教授
所在地等	<b>【事務局】</b> 〒160-0022 東京都新宿区新宿 1-14-12 玉屋ビル 5F TEL 03-3353-4999 FAX 03-3353-5049 <a href="https://www.acap.or.jp">https://www.acap.or.jp</a> <b>【大阪事務所】</b> 〒540-0028 大阪市中央区常盤町 2-1-8 FGビル大阪 7F TEL 06-6943-4999 FAX 06-6943-4900