

ACAP研究所 「リモートやアバターによるお客様対応の可能性」 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、2022年度の研究報告として、「リモートやアバターによるお客様対応の可能性」を公表しました。

ビデオ通話を利用したリモートによるお客様対応やその発展形として、顔出しをせずにアバターを介して行うお客様対応などを取り上げ、その可能性を検討しました。「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」といった点を明らかにすることを目指しています。

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_gm2022/

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では、2022 年度の研究テーマとして、「リモートやアバターによるお客様対応の可能性」を取り上げた。リモートによるお客様対応は、コロナ禍以降、その活用が進みつつある領域である。アバターについても、お客様対応への導入事例が近年増えつつあり、アバターを介することによって、お客様対応の可能性が広がるのではないかと考えている。

2. 報告書の構成

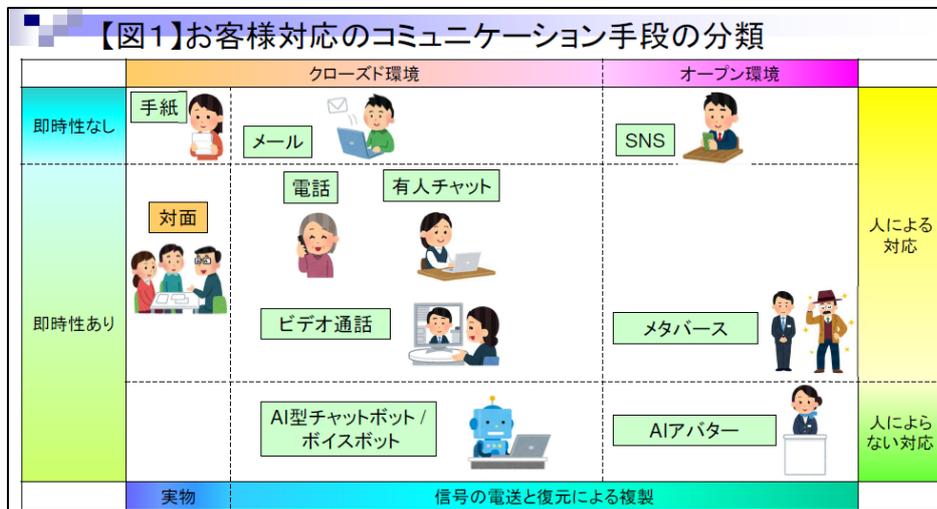
1. 概要 (P.3)
2. 2022 年度研究テーマ (P. 7)
3. お客様対応のコミュニケーション手段 (P. 10)
4. リモートによるお客様対応 (P. 16)
5. 対面とリモートによるお客様対応の差異 (P. 20)
6. アバターによるお客様対応 (P. 28)
7. 対面とアバターによるお客様対応の差異 (P. 34)
8. リモートやアバターによるお客様対応の可能性(P. 42)
9. グローバル・メディア情報研究会について (P. 47)



3. リモートによるお客様対応と、対面との差異

■お客様対応のコミュニケーション手段を、10種類に分け、4つの軸で区分

4つの軸とは、「クローズド環境 / オープン環境」、「即時性なし / 即時性あり」、「実物 / 信号の伝送と復元による複製」、「人による対応 / 人によらない対応」である。10種類のコミュニケーション手段のうち、「対面」を基準と位置づけ、その定義をした上で、リモートによるお客様対応を考察した。



■リモートによるお客様対応に含まれるコミュニケーション手段について、観点を改めて、6通りの区分を提示

6通りの区分の中で、お客様対応の実務者の観点から、「遠隔地点間のクローズド環境での人による対応」をリモートによるお客様対応とした。そこに含まれる5つのコミュニケーション手段について、「得られる情報」や「察知される感情」、「親近感」や「心理的安全性」といった項目を立て、「対面」と比較した差異を考察した。その結果、「対面」に近い順から、「ビデオ通話」、「電話」、「有人チャット」、「手紙」、「メール」という順序を図示した。

4. アバターによるお客様対応と対面との差異

■裏に人の存在があるものをアバター、ないものをキャラクターと定義

特殊な例も含め、具体的な事例に沿ってキャラクターとアバターを分類して、アバターによるお客様対応がどのようなものになるか現状を鑑みて検討した。さらに、お客様とのコミュニケーション手段を、「ビデオ通話(双方顔出し)」、「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つに分け、それぞれを「対面」と比較した。他の手段と比べた「比較優位性」、および、「得られる情報」等の項目について「対面」を基準にした差異を図示した。「比較優位性」については、アバターを活用した場合、匿名性の確保や別人格での登場、服装やバーチャル背景も自由自在である点で、現実を超越する効果も期待できる点が挙げられる。

■アバターによるお客様対応のメリットの裏にはデメリット

アバターによるお客様対応では、お客様、対応者側ともにアバターに対しては自己開示がしやすくなる、あるいは、気分によって異なったアバターを使い分けたり、対応者側は、一つの代表アバターを複数人で共有したりすることもメリットとして挙げられる。しかし、メリットの裏にはデメリットがあり、例えば、自己開示しやすくなると、双方とも人になら言わなかったようなことまでカミングアウトしてしまうリスクもあると考えられる。

5. リモートやアバターによるお客様対応の可能性

■「ビデオ通話」は「対面」の代替、より自然なアバター活用は「メタバース」で

「ビデオ通話」によるお客様対応は「対面」に代替できるレベルまで達している事例も増えてきている。「ビデオ通話」へのアバター活用も可能だが、アバターのより自然な使い方として、全身も見せられる「メタバース」での利用が勝るのではないかと。その結果、「ビデオ通話」は「対面」の代替手段としての活用が主流になることも考えられる。

■「メタバース」でのアバター活用が個別相談に広まる可能性も

「メタバース」におけるアバターの活用については、当初はオープン環境から入っても、個別の話になればクローズド環境へ移行する流れを作っておくことが必要となろう。素顔を出さずに匿名性を確保した状態で相談したいケースには、アバターによるお客様対応が今後広まる可能性がある。

■「メタバース」でのアバター活用による時間・場所や身体の制約からの解放

時間・場所の制約がないネットショッピングでは、アバターになった自分の姿を見ながら、それにフィットする商品を選ぶメリットがある。身体的なハンディキャップがあっても、自分の身体を思うように動かさなくても、アバターで表現できる技術も開発されてきている。これによって、障がい者や高齢者がバーチャル空間で行動できる可能性が広がる。

■「メタバース」でのアバター活用にはリスクも

一方、メタバース空間でのアバターによるお客様対応にはリスクも予想される。例えば、他人になりすます、同一人物がアバターを替えて同じ申し立てを繰り返すなどが考えられる。対策として、本人確認や個人を特定できる仕組みが必要になるだろう。

以上

◆本件に関するお問い合わせ先

公益社団法人消費者関連専門家会議(ACAP)

ACAP 研究所 所長 佐藤喜次 TEL : 03-3353-4999 メールアドレス: acap@acap.or.jp

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・担当者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 644名(502社)。全会員数768名 (2023年5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	【事務局】 〒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 https://www.acap.or.jp 【大阪事務所】 〒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