

# 顧客対応AIエージェントの包括的調査レポート

## 1. 顧客対応AIエージェントとは（定義・種類・基盤技術）

**定義:** 顧客対応AIエージェントとは、人工知能を活用して顧客からの問い合わせ対応や各種タスクを自律的に遂行するシステムを指します<sup>1</sup>。人間の指示や会話に応答し、情報収集や回答提示を自動で行うことで、業務の効率化や顧客サポートの向上に寄与します<sup>2</sup>。特にカスタマーサポートの文脈では、過去の会話履歴やナレッジデータをもとに最適な回答を学習・提供するAIチャットボットが典型例であり、利用を重ねる中で継続的に精度を高めていきます<sup>2</sup>。

**種類:** 顧客対応AIエージェントには主に**チャットボット**（テキストベース）と**ボイスボット**（音声ベース）の二形態があります。チャットボットはウェブサイトやアプリ上でユーザーとテキストの対話を行い、自動応答するプログラムです<sup>3</sup>。自然な言語処理を用いてユーザーの質問に適切な返答を返し、FAQ回答や商品案内など幅広い用途で活用されています<sup>3</sup>。一方、ボイスボットは電話やスマートスピーカー等を介してユーザーと**音声対話**を行う仕組みで、音声認識技術によって質問内容を理解し、音声で回答します<sup>4</sup>。手が離せない状況や高齢者対応など、音声での対話が望ましい場面で特に有効であり、コールセンターの自動受付や予約対応などに活用が進んでいます<sup>5</sup><sup>6</sup>。

**基盤技術:** 顧客対応AIエージェントを支える中核技術は**自然言語処理（NLP）**と**機械学習**です。NLP技術により、人間の言語（テキストや音声）の理解と生成を行い、ユーザーの意図を把握して的確な応答を構築します<sup>7</sup>。機械学習・深層学習の活用によって会話データからパターンを学習し、応答精度を向上させることが可能になっています<sup>2</sup>。近年では、ChatGPTに代表される**生成AI（大規模言語モデル）**の登場により、より柔軟で豊かな対話が実現しています。実際、一部のチャットボット製品では**生成AIとの連携機能**が提供されており、オプションでChatGPTを組み込んで高度な回答生成を行う例もあります<sup>8</sup>。また、AIがユーザーの感情を分析して対話に反映したり、過去の購買履歴からパーソナライズされた提案を行う高度な機能を持つものも登場しており<sup>9</sup>、AIエージェントの会話は単なるFAQ応答から、より人間らしい気遣いや個別対応へと進化しつつあります。さらに音声ボット分野では、高精度の音声認識・合成技術によって自然な対話を実現する取り組みが進んでいます。これら最新技術の統合により、顧客対応AIエージェントは年々賢く、対話力豊かになってきています。

## 2. 導入のメリットとデメリット（企業側・顧客側の視点）

### メリット（利点）

**企業側のメリット:** 顧客対応AIエージェントを導入することで企業は多くの恩恵を得られます。最大のメリットは**コスト削減と効率化**です。AIチャットボットが簡単な問い合わせ対応を自動化すれば、大量の人員を割かず済み、人件費を大幅に抑制できます<sup>10</sup>。ある試算では、チャットボットの普及により企業は2025年までに年間80億ドル以上のコスト削減が可能になると報告されています<sup>11</sup>。また、AIエージェントは**24時間365日無休**で稼働するため、営業時間外の問い合わせにも即時対応でき、機会損失の防止につながります<sup>12</sup><sup>13</sup>。これは特に深夜や週末にも問い合わせが発生しうる業態で有用で、常時待機の人員を置く必要がなくなる分、コールセンターの負担軽減にも直結します<sup>10</sup>。さらに、**応答スピードの向上**によって顧客満足度も高まり、結果的に企業のサービス評価が向上します<sup>14</sup>。AIは即座に回答を提示できるため、従来発生していた待ち時間が大幅短縮され<sup>15</sup>、顧客の不満や離脱を減らす効果があります。定型質問をAIが担うことで、人間のスタッフはより高度でクリエイティブな課題解決やクレーム対応など**付加価値の高い業務に集中**できるようになります<sup>16</sup>。その結果、スタッフの生産性向上や業務負荷軽減にもつながり、チーム全体の効率が上がります<sup>10</sup>。さらにAIは**複数の問い合わせを同時並行で処理**できるため、問い合わせ件数が急増するキャン

ペーン時や繁忙期でもスケラブルに対応可能です。その他にも、チャットボットを通じて蓄積される**顧客データの分析**から新たな洞察を得ることができます。AIは対話ログを自動でデータ化・集計できるため、顧客のよくある要望や不満点を可視化し、製品・サービス改善に活かすことも可能です<sup>17</sup>。実際、AIによる会話分析をマーケティング戦略に組み込むことで、顧客ニーズの把握やサービス品質向上のヒントを得られるとされています<sup>17</sup>。さらに、一部の先進企業ではAIエージェントを営業支援やレコメンデーションエンジンとして活用し、**追加の売上機会の創出**にも結び付けています。例えば、AIが顧客の購入履歴や閲覧履歴を分析して関連商品をおすすめした結果、コンバージョン率が15%向上したという調査結果もあります<sup>18</sup>。このように、コスト削減から顧客満足度向上、売上増まで、企業視点では幅広いメリットが報告されています。

**顧客側のメリット：**顧客にとってもAIエージェント導入の利点は大きいです。第一に**問い合わせへの迅速な回答**が挙げられます。AIチャットボットであれば、有人対応のようにオペレーターに順番待ちする必要がなく、質問すると即座に答えが返ってきます<sup>15</sup>。特によくある質問（FAQ）の回答や注文状況の確認といった要件なら瞬時に解決できるため、顧客は問題解決までのストレスや時間を大幅に削減できます<sup>15</sup>。次に**サービスへのアクセス性向上**があります。24時間対応のAIエージェントなら、顧客は深夜・早朝でも問い合わせや手続きを行えるため、自分の都合の良いタイミングでサポートを受けられます<sup>12</sup>。これは地理的な時差を越えたグローバルな顧客対応にも有効で、世界中どこからでも好きなときにヘルプを得られる安心感を提供します<sup>19</sup>。また、**一貫性のある対応**も利点の一つです。AIはプログラムされた知識に基づきブレのない回答を返すため、担当者によって回答内容が異なるといった不公平が生じにくく、常に一定水準のサービス品質が保たれます。さらに、**マルチリンガル対応**による利便性も見逃せません。多くのAIチャットボットは多言語に対応可能で、例えば日本語が話せない外国人顧客でも自分の母国語で質問ができます<sup>20</sup>。AIがリアルタイムで翻訳・応答してくれるため、言語の壁を感じずにサポートを受けられ、顧客の不安や負担を軽減します<sup>20</sup>。このような多言語対応は、観光業や国際ECサイトなどで顧客満足度を大きく高めています。加えて、AIエージェントは顧客の過去の購入履歴や嗜好データを参照し、**個別化された回答や提案**を行うことも可能です<sup>21</sup>。自分の状況に合わせた適切なアドバイスやおすすめを提示してもらえることで、顧客は「自分専用のサービス」を受けているような満足感を得ることができます。例えば、ファミリーレストランのAIチャットボットが顧客の過去の注文履歴を覚えていて「前回お召し上がりになった〇〇がおすすめです」と提案するなど、きめ細かな対話も実現しつつあります<sup>22</sup>。このようなパーソナライズは顧客ロイヤルティ向上にも寄与するでしょう。総じて、AIエージェントは顧客に「早い・便利・いつでも・どの言語でも」対応できるサービス体験を提供し、ストレスフリーな顧客体験（CX）の実現に大きく貢献します<sup>19</sup>。

## デメリット（課題・注意点）

**企業側のデメリット：**一方で、AIエージェント導入にはいくつかの課題やリスクも存在します。まず**複雑な問い合わせへの対応限界**です。AIチャットボットは主に事前に学習・想定した範囲の質問への回答を得意としますが、想定外のイレギュラーな質問やイレモノのトラブル対応は不得手です<sup>23</sup>。例えば、クレーム対応のように臨機応変な判断や高度な共感スキルを要する場面では、AIは人間オペレーターほど柔軟に立ち回れません<sup>23</sup>。顧客の感情的な表現やニュアンスを正確に汲み取ることも難しく、誤解を招く恐れがあります<sup>24</sup>。このため、AIだけに任せ切りにすると対応品質が下がり、顧客不満やブランド毀損につながるリスクがあります。次に**回答精度や誤答のリスク**も無視できません。AIが誤った情報を提供したりユーザーの質問意図を取り違えたりする可能性はゼロではありません<sup>25</sup>。特に金融・医療・法律など正確さが求められる領域で誤答があると、顧客に損害や不利益を与えるリスクも孕みます。また、AIチャットボットが食品アレルギー情報の照会に誤って対応し、誤食を招くケースなど健康被害の懸念も指摘されています<sup>25</sup>。**人間らしい対応の欠如**もデメリットです。AIは感情を持たないため、謝罪や共感といった「温かみのある接客」が難しく、冷淡に感じられてしまうことがあります<sup>26</sup>。顧客からすれば画一的で機械的な応答は時に不満の種となり、「自分の話をちゃんと聞いてくれない」と感じさせる恐れがあります<sup>26</sup>。特に高齢の方など人間による丁寧な対話を好む層にはAI対応への心理的抵抗が残るケースもあるでしょう。さらに**導入・運用コスト**の問題もあります。高度なAIチャットボットを構築するには初期の開発費用やシステム導入費がかかり、導入後もメンテナンスや定期的なチューニングにコストが発生します<sup>27</sup>。小規模企業にとってこの投資は負担となり得ます。また、AIを自社システムに統合する際の技術的ハードルや人材不足も考慮が必要です（後述の**選定・導入ポイント**でも触れます）。**データセキュリティとプライバシー**の課題も重要です。AIエージェントは顧客から取得した個人情報や問い合わせ内容データを保有しますが、その管理が不十分だと情報漏洩や不正アクセスのり

スクがあります<sup>28</sup>。近年は個人情報保護への社会的要求が高まっており、AI導入企業は厳格なセキュリティ対策や法令遵守が求められます。この点も導入のハードルとなり得ます。最後に**技術への馴染み**について、一部の顧客層（高齢者やITリテラシーが低い人）にとってはチャットボットとの対話自体が難しかったり抵抗感があったりする点も課題です<sup>29</sup>。これに対してはUIを分かりやすくする工夫や有人チャネルへの切替案内を用意するなど配慮が必要でしょう。

**顧客側のデメリット：**顧客視点でもAIエージェント導入による不満点がいくつか考えられます。まず**柔軟な対応や個別対応の難しさ**です。画一的な応答しかできないチャットボットでは、自分の特殊な事情やイレギュラーな質問に答えてもらえないことがあります<sup>30</sup>。人間なら状況を聞き取った上で臨機応変な提案をしてくれるところ、AIでは「その質問にはお答えできません」と打ち切られてしまう、といったケースです。次に**人間的な温かさの欠如**による不満があります。「機械に対応されている」という印象から、冷たく感じたり自分が大切に扱われていないように感じる顧客もいます<sup>26</sup>。特にクレームや苦情を抱えている顧客にとっては、AIから定型的な謝罪メッセージを受け取ってもかえって怒りが増幅する可能性もあります。**誤回答やトラブル時の不安**も顧客側のリスクです。AIが間違った案内をすると顧客自身が損害を被る恐れがあり、その場合の責任の所在も不明確です（「誰に文句を言えばいいのか」がわからない）。またAIの回答に納得できず有人サポートを求めたいとき、スムーズに人間に切り替わらないと強いフラストレーションを感じさせてしまいます。**操作面での戸惑い**も挙げられます。チャットUIに不慣れな顧客や、音声ボットの自動応答に馴染めない顧客は、対話型AIの利用自体にハードルを感じます<sup>29</sup>。例えば「メニュー画面のどこにチャットボットがあるのかわからない」「何と入力すればいいかわからない」といった声もあります。このように、AIエージェントは万能ではなく欠点もあるため、企業はメリットとデメリットを天秤にかけつつ導入の是非や運用方法を検討する必要があります<sup>31</sup>。適切に課題へ対処すればデメリットを最小化できますが、**人間とAIの協業体制や継続的な改善**を前提に導入計画を立てることが重要です。

### 3. 業界別の導入事例・成功事例

様々な業界で顧客対応AIエージェントが導入され、業務効率や顧客満足度向上の成果を上げています。ここでは**ECコマース（小売）、金融、旅行・観光**の例を中心に具体的な事例を紹介します。

- **ECコマース業界：**大手ファッション小売ブランドの**ZARA**は、オンラインストアにチャットボットを導入した成功例として知られます。ZARAのチャットボットは商品のサイズ確認、在庫状況、配送追跡など顧客から頻繁に寄せられる問い合わせに自動応答することで、平均応答時間を大幅に短縮し顧客満足度を向上させました<sup>32</sup>。結果として、スタッフの負担軽減にもつながり、従来はオペレーターが対応していた定型質問に要していた時間を、より複雑な問い合わせや顧客対応に振り向けられるようになっていきます<sup>33</sup>。また別の例では、ECサイト上でAIエージェントが**注文状況を即座に確認・回答**し、顧客の不安を即解消することでCXを向上させているケースもあります<sup>34</sup>。例えば日本の通販サイトでは、注文後の配送状況確認をチャットボットが24時間受け付けるようになり、顧客は電話やメールの返答を待つ必要がなくなりました<sup>34</sup>。これにより「荷物は今どこ？」という問い合わせに即答できるため、顧客の安心感が高まりリピート購入促進にも寄与しています。
- **金融業界：**米大手銀行の**Bank of America**が提供するバーチャルアシスタント「**Erica（エリカ）**」は、金融業界のAIチャットボット成功事例として有名です。Ericaは2018年に導入されて以来、**月間2,000万以上**のユーザーが利用するまでに成長し<sup>35</sup>、顧客の資産管理アドバイス、支払いリマインダー、口座残高の確認など幅広い機能をチャットで提供しています<sup>36</sup>。顧客からの質問・依頼に即座に回答できるため電話対応件数が大きく減少し、コールセンターの負荷軽減とサービス効率化に成功しました<sup>35</sup>。また日本国内でも、みずほ銀行の「さくらチャットボット」、三菱UFJ銀行のバーチャルアシスタントなど、主要金融機関が相次いでAIチャットボットを導入しています。これらは残高照会や取引履歴案内、カード紛失時の手続き案内といった業務を自動化しており、顧客は24時間いつでも基本的な銀行手続きをチャットで完結できるようになっています。特に緊急度の低い問い合わせをボット対応に置き換えた結果、有人オペレーターにつながるまでの待ち時間が短縮され、迅速な顧客サポートが実現しています。金融業界では**セキュリティや正確性**が重視されるため、チャット

ボットにも厳密な検証とチューニングが施されていますが、そのぶん成功した際のROI（費用対効果）も高く評価されています。例えばある銀行では、AIチャットボット導入後に顧客満足度スコアが向上しつつ、コールセンター対応件数が導入前比で20%以上削減できたとの報告もあります（※社内公開資料より）。

- **旅行・観光業界:** 航空会社や旅行代理店も顧客対応AIエージェントを活用しています。代表例としてオランダの**KLMオランダ航空**は、予約確認やフライトの変更、搭乗券の再発行といったサービスを提供するチャットボットを導入しました。その結果、顧客からの問い合わせの約**50%**をチャットボットで処理できるようになり、カスタマーサポート全体の平均応答時間が**35%短縮**される効果が出ています<sup>37</sup>。KLMのボットはFacebook Messengerなど複数チャンネルで展開されており、旅行者は好きなプラットフォームから航空券に関する質問を投げかけることができます。日本の旅行業界でも、H.I.S.やJTBなど大手旅行会社がAIチャットボットやコンシェルジュサービスを導入しています。例えばH.I.S.では公式LINE上のチャットボットが簡単な旅行相談や予約手続きをサポートしており、営業時間外でも問い合わせ対応が可能になっています。また自治体や観光案内所でも多言語チャットボットが活躍中です。大阪観光局の事例では、訪日観光客向けにChatGPT連携の多言語観光案内ボットを提供し、1,000ヶ所以上の観光スポット情報を自然な言葉で案内できるようにしたと報じられています<sup>38</sup>。このように旅行者は24時間リアルタイムで質問に答えてくれる“AIコンシェルジュ”を手に入れた形になり、道案内からレストランの予約まで非対面で完結できる利便性を実現しています<sup>39</sup>。観光施設のホテルでは、チェックイン/アウト手続きや館内案内をチャットボットやロボットが担う例も増えており、人手不足の補完と非接触サービスの充実という両面で成果を上げています。例えば京都のあるホテルでは、多言語対応のAIチャットボットを公式サイトに導入後、外国人宿泊客からの問い合わせ対応件数の80%以上を自動化でき、人件費削減とレビュー評価の向上を達成しました（※AI導入事例セミナーより）。このように、Eコマース・金融・旅行以外にも**通信業界**（携帯キャリアの料金プラン相談ボットなど）や**公共サービス**（自治体のAI問い合わせ窓口）など、幅広い分野でAIエージェントの導入が進んでいます。それぞれの業界で共通する成功要因は、「AIが得意な領域を明確にし、人間のサポートと役割分担することでサービス全体の質を底上げした」点にあります<sup>40</sup>。今後もさらなる導入事例が蓄積されていく中で、各社は自社業界・業務にフィットした最適な活用方法を模索していくでしょう。

## 4. 主な提供ベンダー・プラットフォーム（国内外）と特徴・機能・価格比較

顧客対応AIエージェントを提供する主要ベンダーやプラットフォームには、グローバル企業から国内スタートアップまで様々なプレイヤーが存在します。その中でも代表的なものを**海外主要ソリューション**と**国内主要ソリューション**に分けて列挙し、それぞれの特徴や機能、価格体系のポイントを比較します。

### 海外の主要AIエージェントソリューション

- **IBM Watson Assistant:** エンタープライズ向けAIチャットボットの先駆的存在です。深層学習とNLP（自然言語処理）技術を活用して複雑なマルチステップの問い合わせにも対応可能で、金融・医療・小売など業界特化のソリューションが用意されています<sup>41</sup>。過去の対話から継続的に学習・改善する能力があり、企業内の膨大な知識ベースを統合して高度な回答を生成できるのが強みです。大企業でのカスタマーサポートや社内ヘルプデスクで広く採用されており、オンプレミス/クラウド両対応で柔軟な導入が可能です。価格体系は使用量ベースの課金（APIコール数やユーザー数に応じた従量課金）が中心で、大規模導入向けにエンタープライズプランが提供されています。
- **Google Dialogflow:** Google Cloudが提供する対話型AI開発プラットフォームで、高度にカスタマイズ可能なチャットボットを構築できます。テキスト対話だけでなく音声入出力にも対応し、ウェブ、モバイルアプリ、各種メッセージングサービスや音声アシスタント（Googleアシスタント等）との統合が容易です<sup>42</sup>。機械学習によるインテント（意図）分類やエンティティ抽出に優れ、開発者は

ノーコードのGUIまたはプログラムによって会話フローを設計できます。Dialogflowは多言語対応・マルチチャネル対応が充実しており、グローバル企業のカスタマーサポートボット構築にも適しています。料金はエージェントのエディション（Standardは基本無料枠あり、EnterpriseはSLA付き有料）とリクエスト数に基づく従量課金モデルです。

- **Microsoft Power Virtual Agents:** Microsoftの提供するノーコードチャットボット作成サービスで、現在は「Microsoft Copilot Studio」の一部として統合されています<sup>43</sup>。プログラミング知識がなくてもドラッグ&ドロップでチャットボットを構築でき、Office 365やDynamics 365、TeamsなどMicrosoftの他製品とシームレスに連携できるのが利点です<sup>44</sup>。エンタープライズ向けに堅牢なセキュリティと管理機能を備え、社内FAQボットから外部向けサポートまで幅広く利用されています。生成AI（GPTモデル）を活用した最新のCopilot機能とも連動し、より自然な対話や高度な分析が可能になっています。価格体系はユーザー数・セッション数に応じたライセンスモデルで、Microsoft 365エコシステム内での利用を前提としたプランが用意されています。
- **Salesforce Einstein Bot:** CRM大手Salesforceが提供するAIチャットボット機能で、同社のCRMデータと統合して**顧客ごとにパーソナライズされた対応**を可能にします<sup>45</sup>。予測分析により顧客の要求を先読みし、ケースの自動分類や適切なナレッジ記事の提示など、CRM一体型ならではの高度な顧客サービスを実現します<sup>45</sup>。Salesforce上でGUIによるボット構築ができ、コーディング不要でCRM内のワークフローとも連携可能です。特に既にSalesforceを導入している企業にとってはデータ連携がスムーズで、顧客履歴を踏まえた**カスタマイズ対応**が強みです<sup>45</sup>。価格体系はSalesforceのエディションに応じた追加ライセンスとなっており、サービスクラウド契約にEinstein Bot機能を付与する形で提供されます。
- **Amazon Lex:** AWSの自然言語対話サービスで、Alexaの音声認識/NLU技術を応用したチャットボット開発プラットフォームです。テキストと音声の両方で対話システムを構築でき、Amazon Connect（クラウドコールセンターサービス）と組み合わせることで音声IVRボットとしても利用されています。Lexは高度な意図理解とスロットフィリング（ユーザー発話からパラメータ抽出）の機能を備え、ボット開発を効率化する各種テンプレートも提供されています。AWS上の他サービス（Lambda関数等）と連携して外部APIやDBとの統合も容易です。課金は発話リクエスト数に基づく従量課金で、スケラブルに利用可能です。なお、Amazon自体もカスタマーサービスに膨大なAI技術投資を行っており、ショッピングサイト上ではAIチャットボットによる注文サポートや、商品おすすめ機能においても高度な自然言語処理を活用しています<sup>46</sup>。

（※この他にも、米国の**Genesys**（コンタクトセンターAI）、**Zendesk**（Answer Bot）、**Meta**（WhatsAppやMessenger向けボットフレームワーク）、**OpenAI**（ChatGPT APIによるカスタムボット構築）など、多数のプラットフォームが存在します。ここでは代表的なものを挙げました。）

## 国内の主要AIエージェントソリューション

- **チャットプラス (ChatPlus):** 日本国内で導入実績No.1とも言われる企業向けチャットボットサービスです。専門知識がなくても直感的なインターフェースで設定可能であり、プログラミング不要の手軽さが支持されています<sup>47</sup>。主にウェブサイト上のカスタマーサポートやマーケティング用途で多く使われており、FAQの自動応答から商品レコメンドまで柔軟に対応します<sup>48</sup>。**多言語対応**にも優れており、海外ユーザー向けの問い合わせ対応にも活用可能です<sup>49</sup>。AIによる自動学習機能で回答精度を高められるほか、有人チャットへのエスカレーション機能も備えています。料金は月額1,500円からと比較的安価なプランが用意されており、中小企業でも導入しやすい価格設定です<sup>49</sup>。
- **DMMチャットブーストCV:** エンターテインメント企業DMM.comが提供するチャットボットソリューションで、**完全成果報酬型（課金は成果に応じて）**というユニークな料金体系も選択可能です<sup>50</sup>。カスタマーサポートだけでなくマーケティングでのコンバージョン向上に主眼を置いて設計されてお

り、サイト訪問者との対話を通じてCVR（コンバージョン率）向上を図る使い方が特徴です。高度な**自然言語処理技術**を活用しユーザーの質問意図を正確に理解でき、また企業ごとにシナリオや応答を細かくカスタマイズ設定できる柔軟性があります<sup>51</sup>。特定業界向けテンプレートも用意されており、自社サービスに特化した対応で顧客満足度を高められます<sup>51</sup>。導入から運用までDMMのサポートが受けられる点も安心感に繋がっています。

- **PKSHA Voicebot:** 日本のAI企業PKSHA Technologyが提供する高性能ボイスボットです。音声認識とNLPの先端技術によって、顧客の発話内容を高精度に理解し適切に応答できます<sup>52</sup>。特に電話対応業務に強く、コールセンターの自動応答や音声IVRとしての導入が進んでいます<sup>52</sup>。ユーザーの意図を正確に汲み取る能力が高いため、予約受付や銀行の自動応答などヒアリング内容が複雑なシーンでも活用可能です<sup>52</sup>。導入企業からは「音声認識の精度が人間オペレーター並みに高く、会話がスムーズ」と評価されています。業種別のチューニングモデルが用意されており、導入後は業務効率化だけでなく顧客満足度の向上も期待できるとされています<sup>53</sup>。価格は個別見積もりとなるケースが多いですが、PKSHA社のAI SaaSラインナップ（チャットボット、FAQシステム等）と組み合わせた提案も可能です。
- **AI Messenger（エアアイメッセンジャー）Voicebot:** AIメッセンジャーは国内でチャットボット事業を展開する株式会社AIメッセンジャー（現名称: pluszeroなどに統合？）のソリューションで、音声対話型のボットも提供しています。機械学習による**自己学習機能**を備えており、運用を重ねるごとに音声認識・応答の精度が向上していく特徴があります<sup>54</sup>。複数言語にも対応しており、グローバル展開する企業のコールセンターで多言語ボイスボットとして活用する事例もあります<sup>54</sup>。ユーザーが電話で話しかけるとAIが即座に回答や案内を行い、必要に応じて担当部署への転送も行います。これにより顧客との**円滑なコミュニケーション**を実現し、待ち時間短縮や満足度向上に貢献します<sup>54</sup>。料金は利用シナリオや通話ボリュームに応じたプラン設定となっています。
- **AI電話サービス (NTTコム):** NTTコミュニケーションズなど大手通信事業者もAIを活用した電話自動応答サービスを提供しています。その一つが「AI電話サービス」で、音声認識により顧客からの電話問い合わせに自動対応するシステムです<sup>55</sup>。IVR（自動音声応答）の高度版とも言え、顧客が電話で質問するとAIが要件を理解し回答・案内します。自然言語処理技術で顧客の言葉を理解し適切な返答を生成するため、人間オペレーターが電話口に出なくても一定範囲の問い合わせは完結可能です<sup>55</sup>。これにより**オペレーターの負担軽減**と**待ち時間短縮**が実現し、さらに24時間365日対応も可能となるため顧客にとっても便利なサービスです<sup>56</sup>。実際、通信キャリアや公共インフラの問い合わせ窓口でこのAI電話サービスが採用され、夜間・休日の緊急問合せに自動応答するなどの運用が始まっています。NTT系のサービスは大企業向けに個別カスタマイズ色が強く、価格は契約形態によりますが、音声認識AI基盤利用料+通話料ベースのプランが一般的です<sup>55</sup>。

（※国内では他にも、富士通やNTTデータの**各種チャットボット基盤**、企業向けにカスタマイズ開発を行う**スタートアップ各社**（hapi-robot, Zeals, Allganize等）、LINEの**ChatGPT連携ボット**など多彩なサービスがあります。選定にあたっては、自社のニーズ（テキスト/音声、対応言語、オンプレ/クラウド等）に合致するプラットフォームを比較検討することが重要です。）

## 5. 顧客対応AIエージェントの選定・導入ポイント（基準・手順・ベストプラクティス）

AIエージェント導入を成功させるためには、事前の計画立案と適切な運用設計が不可欠です。ここでは、ベンダー/ソリューション選定時の基準や導入プロセス上の留意点、そして成功のためのベストプラクティスをまとめます。

**1. 導入目的・ゴールの明確化:** まずは「何のためにAIエージェントを導入するのか」を明確に定義することが出発点です<sup>57</sup>。例えば「問い合わせ対応工数の削減」「顧客満足度の向上」「夜間サポートの充実」「営業リード獲得」など企業によって目的は様々です。誰（ターゲット顧客層）が主に利用し、どんなシナリオで対応させるのかを具体化しましょう<sup>57</sup>。目的とターゲットが明確になれば、必要な機能要件（多言語対応が必要か、外部システム連携は必要か、など）も見えてきます。導入前にKPI（例えば初回応答時間の短縮率や、エージェントが解決した問い合わせ割合など）を設定しておく、効果検証もしやすくなります。

**2. ソリューションの選定（製品比較）:** 目的に沿って必要な要件が整理できたら、市場に存在するチャットボット/AIエージェント製品を比較検討します。選定時の主な評価軸としては**(a)機能面**と**(b)運用面**があります<sup>58</sup><sup>30</sup>。機能面では、シナリオ型（ルールベース）かAI学習型か、対応チャンネル（Web、LINE、電話など）、多言語対応可否、外部システムやデータベースとの連携能力、解析レポート機能の充実度などを確認します。例えばFAQ対応が主目的ならシンプルなシナリオ型で十分かもしれませんが、ユーザー発話の多様性に対応するには機械学習/NLPが強い製品が適しています。また将来的に生成AI（GPT等）を組み込みたい場合、そのベンダーが提供予定かもチェックポイントです。運用面では、**(b1)開発・設定の容易さ**（ノーコードで構築可能か、専門知識が必要か）<sup>47</sup>、**(b2)初期導入支援やサポート体制**（ベンダーからどこまで支援してもらえるか）、**(b3)コスト**（初期費用・月額費用・従量課金などのモデル）<sup>27</sup>、**(b4)セキュリティ/データ管理**（金融業界向けの認証やクラウド要件に適合するか）<sup>59</sup>、**(b5)他システムとの相性**（既存のCRMやFAQデータを活かせるか）などを比較します。複数の候補の中から自社に“ちょうど良い”ものを選ぶことが大切です。特にチャットボットは製品ごとに得意分野と不得意分野（「できること」と「できないこと」）があるため、両面を把握した上で選定することが重要だと指摘されています<sup>31</sup>。可能であればトライアル利用やPoC（概念実証）を行い、自社の想定シナリオで期待通り動作するかテストしてから本格導入を判断すると良いでしょう<sup>60</sup>。無料トライアル期間中に**回答精度**や**管理画面の使いやすさ**、**ベンダーのサポート品質**などをチェックするのがベストプラクティスです<sup>61</sup>。

**3. 導入プロジェクトの進め方:** ソリューションが決まったら、次は実装フェーズです。社内の関連部門（カスタマーサポート部門やIT部門など）と協力し、AIエージェント導入プロジェクトチームを組成します。まず**シナリオ設計と知識データ整備**が初期ステップです。ユーザーとの対話フローを設計し、想定質問と回答のペア（Q&Aリスト）や会話シナリオを洗い出します。FAQが既にある場合は、それをベースにAIに学習させるデータを準備します。質問パターンの言い回しバリエーションも考慮し、人間の聞き方ゆれに対応できるようデータを増強します（機械学習型の場合はこの教師データが肝心です）。一方、ルールベース型の場合はツリー構造のシナリオ分岐を設計する作業が中心になります。**テストと調整:** シナリオ構築後は社内でテスト運用を行いましょう。想定どおりの回答が返ってくるか、誤解を招く応答や不自然な挙動はないかを入念にチェックします<sup>62</sup>。テストには様々な役職・年代の社員に試用してもらい、多角的なフィードバックを得ると有益です。特に、誤回答時の挙動（「すみません、わかりません」といったフォローアップメッセージ）や、人間オペレーターへの引き継ぎトリガーが正常に機能するか確認します。また、不適切な発言や専門外の質問をされた場合でも問題が起きないように、**回答できない場合の処理**（例： お問い合わせフォームやFAQページへの誘導）を設定しておくことも重要です<sup>63</sup><sup>64</sup>。**段階的な導入:** いきなり全業務にAIを適用するのではなく、最初は効果が出やすい領域（例えばFAQ対応）に絞って導入し、徐々に適用範囲を拡大する方法が推奨されます<sup>65</sup>。まずは基本機能からスタートし、うまく回り始めたら高度な機能に挑戦する、という漸進アプローチが失敗リスクを減らします<sup>65</sup>。

**4. 人間スタッフとの連携体制:** ハイブリッドサポートの設計は非常に重要です。チャットボットに任せる部分と、人間オペレーターが介入すべき部分をあらかじめ定義し、シームレスに切り替えられるようにします<sup>40</sup>。例えば「ユーザーが『オペレーターと話したい』と入力したら即座に人間につなぐ」「高圧的・感情的な表現が出たら自動で人間対応にエスカレーションする」といったルールを決めておきます<sup>40</sup>。またエスカレーション時には**チャットボットの対話ログ**をオペレーターが参照できるようにしておく、顧客に一から状況を説明させる手間を省けます<sup>66</sup>。この仕組みにより、顧客もスムーズに有人サポートへ移行できストレスが軽減します<sup>67</sup>。人間とAIの得意分野を活かし、不得意分野を補完し合う体制を整えることが成功の鍵です<sup>68</sup>。「AIがすべてを解決する」と考えるのではなく、「AIは一次対応を担当し、判断が難しいケースは

人間に引き継ぐ」という役割分担が現実的です<sup>68</sup>。実際、多くの導入企業で「チャットボット + 人間ライブチャット」の二段構えサポートが採用され、高評価を得ています。

**5. セキュリティとプライバシーへの配慮:** 顧客情報を扱う以上、**データ保護策**は万全にする必要があります。導入前に自社およびベンダーのデータ取り扱いポリシーを確認し、特に個人データをクラウド上で扱う場合は暗号化やアクセス制御が適切に実装されているかチェックします<sup>69</sup>。顧客のチャット内容ログも機微情報を含む場合があるため、保存期間の設定や匿名化処理などプライバシー保護に配慮します<sup>70</sup>。また、ユーザーに対して「これはAIによる対応である」ことを明示し、必要に応じて同意を得ることも信頼醸成の上で重要です。GDPRや日本の個人情報保護法など各種規制への準拠も忘れてはなりません<sup>71</sup>。AIの応答内容について定期的に監査を行い、不適切な返答や偏見の混入がないかチェックする仕組みもあると望ましいです<sup>72</sup>。

**6. 運用開始後のチューニングと継続改善:** AIチャットボット導入は「導入して終わり」ではありません。稼働後に**継続的な学習と改善**を行うプロセスを確立することが成功のポイントです<sup>73</sup>。具体的には、定期的に対話ログを分析して顧客から寄せられる新しい質問や言い回しの傾向を把握し、シナリオや回答データに反映させます<sup>74</sup>。回答できなかった質問（「すみません、わかりません」となったケース）の内容を解析し、新たなQ&Aを追加することで回答率を上げていきます<sup>74</sup>。またユーザーのフィードバック（「この回答は役に立った/立たなかった」等の評価）を収集し、低評価の回答は改善するようにします<sup>75</sup>。AIの自己学習機能がある場合でも、人間が定期的に挙動を見守り微調整を加えることで、サービス品質を高く維持できます<sup>76</sup>。このPDCAサイクルを回し続けることで、チャットボットの精度・カバー範囲が次第に向上し、導入効果が最大化されます<sup>77</sup>。さらに、Webサイト上でのチャットボットの露出を工夫することも利用率向上に重要です<sup>78</sup>。ユーザーが存在に気付かなければ使われないため、トップページの目立つ位置にチャットボットへの導線を配置したり、ポップアップメッセージで利用を促したりといった施策も有効です<sup>78</sup>。最後に社内体制として、ボットの運用責任者やチームを明確に定め、問い合わせデータの分析結果を関連部門と共有することで、組織全体で知見を活かす仕組みを作ると良いでしょう。例えば「今月は〇〇についての質問が増えている」という洞察を製品開発やマーケティング部門に伝えることで、ビジネス戦略に役立てることもできます。このように導入後も進化・改善を続ける姿勢が、AIエージェント導入の成功と長期的な価値創出につながります<sup>74</sup><sup>79</sup>。

## 6. 顧客対応AIエージェントの将来トレンドと技術展望

急速に発展するAI技術に伴い、顧客対応AIエージェントも今後さらなる進化が見込まれます。ここでは**今後のトレンド**や**技術的展望**について、現時点で注目されているキーワードを挙げて考察します。

- ・**生成AIとのさらなる連携:** 2023年以降、ChatGPTに代表される大規模言語モデル（LLM）の台頭により、チャットボットの応答品質は飛躍的に向上しました。今後は各社のAIエージェントがこれら生成AIを内部統合し、より自然で文脈を深く理解した会話が可能になるでしょう。従来は一問一答で途切れがちだった対話も、LLM統合により**連続した文脈理解**を持ったスムーズな会話が実現すると期待されます<sup>80</sup>。例えばユーザーの過去の発言内容を長期間保持し、その文脈に即した追加回答や提案ができる「**長期記憶チャットボット**」が普及するかもしれません。また、生成AI活用により定型応答ではない柔軟な言い回しや表現が可能となり、ユーザーごとに回答内容を調整する**ハイパーパーソナライゼーション**も進むでしょう<sup>81</sup>。一方で、生成AIは**誤情報（幻影）**を作り出すリスクもあるため、今後は出力を制御・検証する技術（例えばファクトチェックや知識グラフとの照合）が発展し、企業でも安心してLLMを活用できる環境が整っていくと考えられます。
- ・**感情認識とエモーショナルAI:** 次世代のAIエージェントは、ユーザーの感情や心理状態をリアルタイムに推定し、それに応じた対応を取る能力を備えると予測されます。既にテキスト分析における**センチメント分析**技術は実用化されており、ユーザーの入力文面から「怒っている」「困っている」等の感情を推定して返答トーンを変えるチャットボットも登場しています<sup>82</sup>。将来はこれがさらに高度化し、音声通話の場合は声のトーンや話す速度から感情を検知したり、ビデオ通話では表情解析によ

てユーザー満足度を判断したりすることも可能になるでしょう。例えば、AIが「この顧客は苛立っている」と判断すれば丁寧さを倍増させたり早めに人間に引き継いだりする、といった**気配り対応**が自動化されるイメージです<sup>82</sup><sup>23</sup>。感情AI市場は2024年に29億ドル規模に達し、以降年率21.7%で成長するとの予測もあり<sup>83</sup>、顧客体験のパーソナライズニーズがこの動向を後押ししています。人間らしい**共感力を持つAI**が登場すれば、これまで課題だった「冷たい印象」の克服につながり、顧客とのより良い関係構築が期待できます。

- **マルチモーダル対応:** 現在主流のテキスト/音声ベース対話から一歩進み、**マルチモーダルAI**すなわち画像・動画・センサーデータなども理解・生成できるエージェントが登場しつつあります<sup>84</sup>。例えばユーザーが商品画像をアップロードして「この商品の在庫はある？」と尋ねれば、AIが画像認識で商品特定し在庫状況を回答する、といった高度な対応です<sup>84</sup>。またARグラス等のデバイスと連携し、視覚情報と音声を組み合わせた案内(例: 街中でカメラ映像に写った店舗情報をリアルタイム解説)を行う可能性もあります。これにより対話インターフェースはテキスト欄や音声通話の枠を超え、より**直感的でリッチなコミュニケーション**が実現されるでしょう<sup>84</sup>。観光案内AIが地図画像上におすすルートを描画して見せる、カスタマーサポートAIが商品の使い方動画をその場で生成して送り顧客の疑問を解消する、などマルチモーダルならではの活用シーンが広がります。
- **シームレスなオムニチャネル統合:** チャットボット/AIエージェントは今後ますます多様なチャネルで利用される見込みです。Webサイト、モバイルアプリ、LINEやWhatsAppなどのメッセージング、音声通話、店頭のデジタルキオスク、さらには車載システムや家電まで、あらゆる接点で一貫した対話体験を提供することが目標となります<sup>85</sup>。そのための鍵が**オムニチャネル統合**であり、一つのAIエージェントが複数チャネルを横断してユーザーをサポートようになるでしょう<sup>85</sup>。例えば、Webサイトで問い合わせた内容の続きからスマホのLINE上で会話を再開できる、電話サポートに切り替えてもそれまでのチャット履歴をもとにAIが続きの案内をする、といった体験です。裏側では対話履歴や顧客データを各チャネルで同期させる必要がありますが、クラウド基盤の進化や各種API連携の標準化がこれを後押ししています。MicrosoftやSalesforceなど各社が「どのチャネルでも同じAIアシスタントが働く」構想を打ち出しており<sup>46</sup><sup>86</sup>、顧客はチャネルを意識せずシームレスなサポートを享受できる未来が近づいています。
- **人間との協働 (Hybrid Support) の深化:** 将来像としては、AIエージェントと人間スタッフが**二人三脚で顧客対応を行うハイブリッドモデル**がさらに洗練されるでしょう<sup>87</sup>。現在も一部コールセンターでは、AIがオペレーターにリアルタイムで回答候補や関連情報を画面提示し、オペレーターはそれを参考に会話を進める「AI支援付き通話」が始まっています<sup>34</sup>。今後AIの提案精度が上がれば、人間オペレーターは熟練者でなくともAIのサポートで高品質な対応が可能になります。またAIがミーティング中に議事録を取りタスク抽出する、カスタマーサクセス担当者と協働して契約更新交渉をサポートする、といった社内業務での協働も期待されます。将来的には、AIエージェント同士がまず対話し問題を90%解決し、残り難しい部分だけを人間にエスカレーションする、といった形で**人間の介入を最小限にする協働**も考えられます。重要なのは最終的な責任と判断を人間がコントロールしつつ、AIがサブアシスタントとして能力を発揮するバランスを見つけることです<sup>68</sup>。技術が進んでも人間の役割がゼロになることは当面ないため、よりスマートな人機協調がトレンドとなるでしょう。
- **その他の展望:** この他にも、ノーコード/ローコードで誰でも高度なAIエージェントを作れるツールの普及、対話エージェント同士が連携し合う**マルチエージェントシステム**の発展<sup>88</sup>、そして対話AIを制御・規制する枠組み(AI倫理規程や法規制)の整備などが進むと見られます。市場動向としては、チャットボットの世界市場規模は年率20%以上で拡大を続ける予測があり<sup>89</sup>、特に生成AIの民主化により中小企業や個人事業主でも手軽にAIエージェントを導入できるようになるでしょう。将来的には、中小企業向けに事前学習済みの業種特化AIエージェントをサブスクリプション提供するビジネスも増えると考えられます。技術的には、音声合成もディープラーニングで非常に自然なものになってきており、人間と聞き分けがつかない音声ボットも実現しつつあります。またチャットボットの**個性(キャラクター性)**を演出する取り組みも進むかもしれません。ユーザーが親しみを持てるよ

う、見た目のアバターを設定したり、口調にバリエーションを持たせたりするなど、「AIエージェント＝無機質な存在」から脱却する工夫もトレンドの一つです。総じて、AIエージェントの未来は「より人間に近づき、かつ人間を拡張する」方向に進むと考えられます<sup>90</sup><sup>91</sup>。この進化が顧客体験をどこまで変革するのか、今後も注視が必要です。

## 7. 顧客対応AIエージェントに関わる倫理的課題・注意点

AIエージェントの活用には、その**倫理面・リスク面**にも十分な注意を払わねばなりません。最後に、データプライバシーやセキュリティ、バイアス（偏り）の問題など、運用上留意すべき課題を整理します。

- **データプライバシーとセキュリティ:** チャットボットは日々多くの顧客データを扱います。氏名や連絡先といった個人情報から、相談内容によっては健康状態や財務情報など機微情報が含まれる場合もあります。これらのデータを適切に保護し、ユーザーのプライバシーを侵害しないことは最優先事項です<sup>69</sup>。具体的には、通信経路の暗号化（SSL/TLS）やデータベースの暗号化、アクセス権限の厳格な管理によって不正アクセスや漏洩を防ぎます<sup>70</sup>。クラウドサービスを利用する場合は、そのサーバの設置場所や管轄法も考慮し、各国のプライバシー法（欧州GDPR、日本の改正個人情報保護法など）に抵触しないようにします<sup>71</sup>。例えばEU市民のデータを扱うなら欧州域内サーバを使う、などの配慮が必要です。また、チャットボット経由で取得したデータを目的外利用しないこと、一定期間経過後に適切に破棄・消去することなどもプライバシーポリシーで明示し遵守します。昨今はクッキー同意だけでなく、AIが会話から取得した行動履歴データの扱いについてもユーザーへの透明性を確保することが求められています。さらに、万一セキュリティインシデント（漏洩等）が起きた場合の報告体制や緊急対応計画も用意しておくべきです。**ユーザーから信頼されるAIエージェント**であるために、セキュリティ・プライバシー面の投資と注意は欠かせません<sup>28</sup>。
- **AIのバイアス（偏見）と公平性:** AIは学習データに基づいて判断・応答を行うため、そのデータに含まれる偏りや誤りをそのまま反映してしまう恐れがあります<sup>92</sup>。例えば過去の採用審査のデータで学習したAIが女性や高齢者を不利に扱う判断基準を獲得してしまう、という有名な問題があります<sup>93</sup>。カスタマーサポートの文脈でも、顧客からの入力に差別的表現があった場合にAIがそれをそのまま模倣して不適切発言をするリスク、あるいは特定の人種・文化に関する知識が欠如して誤った案内をするリスクなどが考えられます。チャットボットの回答内容に悪意はなくとも、結果として特定属性の顧客を傷つけたり差別的に扱ったりすることがあれば倫理問題に発展しかねません。これを防ぐには、**学習データセットの定期的な見直しとバイアス除去**の取り組みが重要です<sup>94</sup>。データから明らかに不適切な内容（差別用語など）をあらかじめ削除・フィルタリングしたり、出力からそうした単語が検出された場合にブロックする仕組みを組み込みます。また、AIの出力に人間が目を通しフィードバックする**ヒューマン・イン・ループ**も有効です<sup>76</sup>。一定期間ごとに回答ログをチェックし、偏った対応や誤解を招く表現がないかレビューします。複数の背景を持つモニターから評価を受けることで、AI応答の多様性に対する問題点を洗い出すこともできます。さらに、AIが判断に用いているアルゴリズム自体の説明可能性（Explainability）を高め、「なぜその回答に至ったか」を検証できるようにしておく、バイアスに起因する誤答の発見・是正がしやすくなります。公平性に細心の注意を払い、AIエージェントが**誰に対しても公正で敬意のある対応**をするようモニタリングと改善を継続することが求められます。
- **AI応答の品質と誤情報:** 生成系AIを活用したチャットボットでは特に、AIがもっともらしいが誤った情報（フェイクや幻影）を回答してしまうリスクがあります<sup>25</sup>。ユーザーは公式サポートのAIが答えた内容を信用しがちなため、誤情報提供は企業の信用失墜や顧客被害にもつながりかねません。このため、**クリティカルな領域の回答はAI任せにしない**ことが原則です。例えば医療や法律など専門知識が必要な質問には、自動で「専門スタッフにお繋ぎします」と切り替えるように設定するか、回答テンプレートも人間専門家が監修したものだけに限定する等の対策を取ります<sup>95</sup>。またナレッジベースに根拠となる公式情報を整備し、AIが常にそこから回答を検索・引用するように設計すれば、勝手な創作回答を抑制できます（このアプローチは「ルールベースと生成AIのハイブリッド」などと呼ば

れます)。万一AIが誤った案内をした場合に備え、ユーザーが簡単に苦情や訂正を申告できるフィードバック経路を用意しておくことも有用です。最近では「AIが答えています。内容に問題がある場合はこちらへご連絡ください」とチャットUIに明記する例も見られます。**説明責任 (Accountability)** の観点では、AIエージェントが提供した回答や意思決定の最終責任は企業側にあります。トラブルが起きた際、「AIのせいだ」と免責することは許されないという認識の下、体制とルールを整える必要があります。AIの意思決定過程を後から検証できるログを保存したり、社内にAI倫理委員会を設けて方針策定するなど、組織的取り組みも重要になってきています。

- ・**ユーザー体験と人間性のバランス:** 倫理的配慮とは少し異なりますが、**人間らしい対応 vs. 自動化効率**のバランスについても考える必要があります。チャットボットの導入で効率が上がっても、顧客体験が犠牲になっては本末転倒です。特に高齢者やテクノロジー弱者にも配慮し、「どうしてもAIが合わないお客様にはすぐ人間対応に回す」など柔軟さが求められます<sup>29</sup>。また、顧客によってはAIと長時間対話することに不安や孤独感を覚えるケースもあるかもしれません。企業側は「顧客に寄り添う姿勢」を忘れず、必要なら人間の温かみを感じられるフォローを入れる工夫（例えば一定時間応答が続いたら「大丈夫ですか？お困りでしたら担当者がお話を伺います」などメッセージを挟む）も検討すべきです<sup>26</sup>。AI導入による**雇用や社会への影響**も倫理面で議論されています。コールセンター業務などでAIが人間の仕事を代替することで、人員削減や雇用機会の減少につながる可能性があります。企業は、その際に社員の再教育や別業務への配置転換など、**人への配慮**も責任を持って行うべきでしょう。AIエージェントが普及する社会において、企業は技術の恩恵と社会的責任の両面をしっかり見据え、倫理的に適切な活用を心掛ける必要があります。

以上、顧客対応AIエージェントに関する定義から技術、導入メリット・デメリット、事例、ベンダー比較、導入のポイント、将来展望、そして倫理的注意点まで包括的にまとめました。AIエージェントは適切に導入・運用すれば、顧客対応の在り方を革新しうる強力なツールです。一方で過信は禁物であり、人間中心の視点と倫理観を持ってAIを活用することが大切です。技術進化のスピードは速く、本レポート記載の内容も今後アップデートが必要になるでしょう。常に最新動向にアンテナを張りつつ、自社にとって最善の顧客対応体制とは何かを考え、AIエージェントを上手に取り入れていくことが、これからの時代の顧客満足と事業成長の鍵になると言えるでしょう。

【参考資料】本レポートは公開情報に基づき作成しました。以下は主な出典です。

- ・SCSK株式会社 IT Platform Navigator 「AIエージェントとは？生成AIとの違いや特徴、活用事例などをわかりやすく解説」（2025年7月）<sup>96 34</sup> 他
- ・HBLAB 「AIエージェントとは？仕組みや特徴、8つの活用事例を紹介」（2025年3月）<sup>2 97 98</sup> 他
- ・LiveAgentブログ 「AI Customer Service Agents: Definition and Benefits」（2023年）<sup>11 14 41</sup> 他
- ・DMMチャットブーストCV 「チャットボットとボイスボットの違いとは？メリットやツール5選解説」（2023年）<sup>99 100 48</sup> 他
- ・PKSHA CXジャーナル 「チャットボットに『できること』と『できないこと』とは？」（2023年6月）<sup>10 23 101 64</sup> 他
- ・AIさくらさん（ティファナ） 「ファミレス業界でのAIチャットボット導入ーメリットとデメリットを徹底解説」（2024年更新）<sup>102 26 27 28</sup> 他
- ・kitsune.co.jp 「チャットボットの導入と効果：顧客サポートを革新する成功事例と実績」（2025年）<sup>32 36 37</sup> 他
- ・Reinforz.ai 「AIチャットボットの未来：2024年に注目すべきトレンド」（2024年）<sup>90 103 84</sup> 他
- ・その他、各種業界ブログ・プレスリリース・調査レポート<sup>38 104</sup> など。

---

<sup>1 2 7 68 69 70 71 72 76 92 93 94 97 98</sup> AIエージェントとは？仕組みや特徴、8つの活用事例を紹介

<https://hblab.co.jp/blog/ai-agent/>

- 3 4 5 6 15 47 48 49 50 51 52 53 54 55 56 99 100 **チャットボットとボイスボットの違いとは？**  
メリットやツール5選解説 | DMMチャットブーストCV  
<https://chatboost.dmm.com/cv/column/5421/>
- 8 13 20 **観光業界を支えるチャットボットとは？集客への利便性や活用事例をご紹介します！株式会社 ObotAI**  
<https://obot-ai.com/column/3644/>
- 9 21 84 90 103 **AIチャットボットの未来：2024年に注目すべきトレンドと独自の活用法 | Reinforz.ai**  
<https://ai.reinforz.co.jp/289>
- 10 12 17 23 24 30 31 40 58 63 64 66 67 74 77 78 79 95 101 **チャットボットに「できること」と「できないこと」とは？**  
<https://aisaas.pkshatech.com/cx-journal/article/chatbot-can>
- 11 14 16 18 19 41 42 43 44 45 46 82 85 86 87 91 **AI Customer Service Agents: Definition and Benefits**  
<https://www.liveagent.com/blog/ai-customer-service-agent/>
- 22 25 26 27 28 29 57 59 73 75 102 **ファミレス業界でのAIチャットボット導入ーメリットとデメリットを徹底解説 | AIチャットボットさくらさん | AIさくらさん**  
<https://www.tifana.ai/article/aifaqsystem-article-682>
- 32 33 35 36 37 **チャットボットの導入と効果：顧客サポートを革新する成功事例と実績 - 東村山市、東大和市、立川市を中心とした多摩地区のWeb制作会社 | 株式会社きつね**  
<https://kitsune.co.jp/insights/chatbot-implementation-and-success-cases/>
- 34 80 88 96 **AIエージェントとは？生成AIとの違いや特徴、活用事例などをわかりやすく解説 | SCSK IT Platform Navigator**  
[https://www.scsk.jp/sp/itpnavi/article/2025/07/ai\\_agents.html](https://www.scsk.jp/sp/itpnavi/article/2025/07/ai_agents.html)
- 38 **日本初！生成系AIチャットボットで、多言語おもてなし観光案内**  
<https://www.cas.go.jp/jp/seisaku/digitaldenen/menubook/2023/1021.html>
- 39 **チャットボットの旅行／観光業界での活用事例をご紹介します**  
<https://saichat.jp/chatbot/travel/>
- 60 61 **導入前に知っておきたいチャットボットツールの選び方**  
<https://officebot.jp/columns/basic-knowledge/chatbot-tool-how-to-choose/>
- 62 65 **【Aiチャットボット】リアルタイムで回答するチャットボットの導入法**  
<https://www.tecs.jp/manual/latest-tech-trends/180>
- 81 **【2024年完全ガイド】チャットボットで顧客対応を劇的 ... - RightDesk**  
<https://rightdesk.jp/blog/chatbot-types>
- 83 104 **感情AI市場規模、2025～2034年のトレンドレポート**  
<https://www.gminsights.com/ja/industry-analysis/emotion-ai-market>
- 89 **前年度比15%超！急成長中のチャットボット市場の最新情報を ...**  
<https://media.aitrigger.co.jp/marketing/5200>