

2019年1月24日

報道関係各位

ガートナー ジャパン株式会社

ガートナー、「2025年までに、マルチチャネル顧客エンゲージメント・プラットフォームにAIを採用する企業は、業務効率を25%改善する」との予測を発表

「ガートナー カスタマー・エクスペリエンス&テクノロジー サミット 2019」
(2月19~20日、東京コンファレンスセンター・品川)において、
CXリーダー向けに10の予測を発表

ガートナー ジャパン株式会社 (本社:東京都港区、以下 ガートナー) は、今後3~5年間で企業の顧客戦略に大きな影響をもたらす、CRMとカスタマー・エクスペリエンス (CX) 関連テクノロジーの2019年の展望を発表しました。

ガートナーでは、2019年のCRMとCXについて「デジタル・トランスフォーメーションにおける顧客中心主義の追求」にフォーカスして予測しています。顧客中心主義とは、「顧客を中心に据え、顧客のニーズや課題を見つけ、顧客満足を維持するために企業の意思決定を下すこと」とガートナーでは定義しています。デジタル・トランスフォーメーションの実現に向けて、顧客中心主義の推進は、CXリーダーと共にCIOが検討すべき中核的な要素の1つです。

ガートナーのマネージング バイス プレジデントのジーン・アルバレス (Gene Alvarez) は、次のように述べています。「今後数年にわたり、アナリティクスと人工知能 (AI) を使って顧客サポートにおける対話の意義を高めることが、卓越した顧客サービスの鍵になります」

あらゆる形態のビジネスとあらゆる主要な地域において、AIの利用が活発化しています。ガートナーでは、2021年までに、全世界における顧客サービス対応の6分の1近くがAIで処理されるようになるかと予測しています。今後数年のうちに、AIの実践的な導入が進み、顧客サービスや顧客サポートにおけるAIの活用は当たり前になるでしょう。

チャネル間でAIを活用することで、顧客サービス/サポートは、より優れたインサイトを獲得し、セルフサービスを向上させ、予測モデルを改善するとともに、音声自動応答 (IVR)、インテリジェントなケース管理、フィールド・サービスの自動スケジューリングなどの既存の機能を強化することができます。ガートナーの最近のサーベイでは、顧客サービス組織を持つ企業の36%がAIテクノロジーを利用または試用していることが明らかになっています。2025年までに、マルチチャネル顧客エンゲージメント・プラットフォームにAIを採用する企業は、業務効率を25%改善すると、ガートナーは予測しています。会話型エージェント、インテリジェントなロボティック・プロセス・オートメーション (RPA) をはじめとするAIソリューションが成熟することで、顧客対応におけるセルフサービスの割合は、2018年の50%から2022年には64%に増加するとみられます。

顧客戦略の策定に当たり、CXリーダーは、AI、チャットボット/仮想アシスタント (VA)、ゾンビ・アプリ、拡張現実/仮想現実 (AR/VR)、リアルタイム・ケイパビリティ、データ・プライバシーなどについて、幅広い観点から見解を持つ必要があります。そのほかに知っておくべき予測として、以下が挙げられます。

2018年に提供が開始されるボット／VAアプリケーションの40%は、2020年までに廃止される

チャットボットは、「日本におけるCRMのハイプ・サイクル:2018年」でも関心の高まりを受け、「過度な期待」のピーク期に向けて急激にハイプの坂を上昇しています。ボットやVAの開発に使用されるテクノロジーや方法論は、今後数年間で急速に進化し、成熟します。こうしたテクノロジーに対するユーザーの期待も高まっています。しかし、こうした強力なユーザー・エクスペリエンス・テクノロジーの導入に伴う課題に備えていない企業は、ユーザーの反発を招く恐れがあります。多くの企業にとって、ベスト・プラクティスと現実的な期待を社内で築くことは継続的なプロセスとなり、そのプロセスを管理する方法の決定が極めて重要となります。

2022年より前に、CRMプロセスにおける不十分なプライバシー管理に起因するGDPR違反に対し、規制によって最大規模の制裁が課される

2018年5月25日に発効したEU一般データ保護規則 (GDPR) は、EU域内を拠点とする企業だけでなく、EU域外の多くの企業にも個人データの書類に関して厳しい要件を企業に課しています。プライバシー・リスクに影響を及ぼす主な要素としては、処理される個人データの量や、データの機密度、および個人データのライフサイクル期間の長さが挙げられます。一般に、CRMシステムには膨大な量の個人データが含まれ、長期にわたって保持されているため、GDPRに対する違反を引き起こす原因になる可能性があります。

2023年までに、相互接続されたデジタル・ビジネス・エコシステムに参加する企業では、自社の顧客サービス案件の40%が、エコシステム内のパートナー企業によって開始されるようになる

デジタル・ビジネスを進める企業の中には、現在のビジネスを改善する業務改革から、新しい製品／サービスやエクスペリエンスを創出するビジネス変革のイノベーションへと移行している企業が見られます。そのような企業は、従来のビジネスモデルからプラットフォーム・ビジネスなどの新しいビジネスモデルへと変革しています。先進的な企業は、顧客サービスのニーズとセンチメントを感知してモニタリングし、より先取的なエクスペリエンスをエコシステムのすべてのパートナーに提供します。今後は、ネットワークでつながった顧客サービス・エコシステムの重要度が高まり、2023年までに、顧客サービス案件の40%は、エコシステム内の兆候やセンチメントを検出することで開始されるようになる (現在は5%未満) と、ガートナーは予測しています。

ガートナーは来る2019年2月19日 (火)・20日 (水)、東京コンファレンスセンター・品川 (東京都港区) において「ガートナー カスタマー・エクスペリエンス&テクノロジー サミット 2019」を開催します。本サミットでは、「顧客戦略を極めよ ～顧客に選ばれる企業となるために～」をテーマに、CXに関する最新トレンドや最先端の知見、洞察を提供いたします。ガートナーのセッションでは、ガートナーの国内外のエキスパート10人による講演を予定しています。本プレスリリースの内容については、「ガートナーによる2019年のCRMとカスタマー・エクスペリエンス関連テクノロジー予測のトップ10」(2月19日 12:30～13:15、11C) の中で、前出のアルバレスが詳しく解説します。

本サミットの詳細については下記Webサイトをご覧ください。

<https://gartner.co.jp/event/cx/>

本サミットのニュースと最新情報は、ガートナーのTwitter (https://twitter.com/Gartner_jp) でもご覧いただけます (#GartnerCX)。

ガートナーについて

ガートナー (NYSE: IT, S&P 500) は、世界有数のリサーチ & アドバイザリ企業です。ビジネス・リーダーが今日のミッション・クリティカルな優先事項を遂行し、将来にわたって成功する組織を築くために欠かせない知見、アドバイス、ツールを提供しています。

ガートナーのリサーチは、エキスパート主導かつ、実務担当者からの情報に基づき、データを重視したもので、この比類なきサービスにより、お客様が重要な課題に対して正しい判断を下せるよう導きます。業界や企業規模を問わず、ほとんどすべての職務領域にわたり、ガートナーは信頼されるアドバイザーならびに客観性を備えたリソースとして、世界100カ国以上、1万5,000社を超える企業に支持されています。

ガートナーは、意思決定者が未来に向けてビジネスを推進できるよう支援します。

詳細については下記Webサイトをご覧ください。

<https://www.gartner.co.jp> / <https://www.gartner.com>

<本件に関する報道関係各位からのお問い合わせ先>

ガートナー ジャパン株式会社 広報室 白谷 祐加

TEL: 03-6430-1888 / Email: gartnerjp.press@gartner.com