

## チャットボットの利用に関する調査 利用者の7割が便利さを実感する一方で、 不満を感じたことがある人はおよそ半数

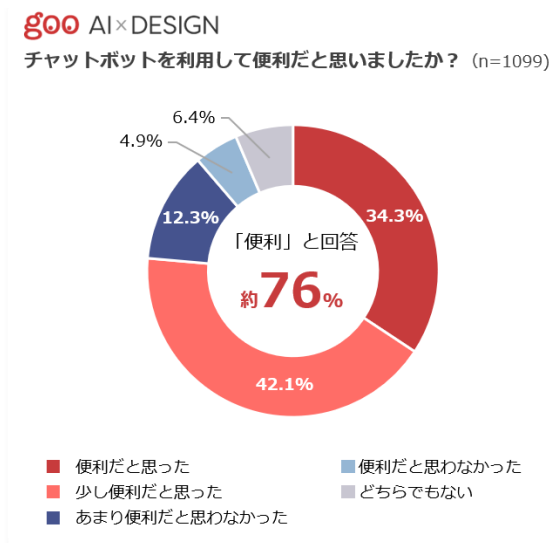
[https://aixdesign.goo.ne.jp/material/01\\_report.html](https://aixdesign.goo.ne.jp/material/01_report.html)

NTTレゾナント株式会社(本社：東京都港区、代表取締役社長：若井 昌宏、以下 NTTレゾナント)は、チャットボットの利用経験がある10～50代の男女1,099名に「チャットボット」に関する調査<sup>(\*)</sup>を実施しました。

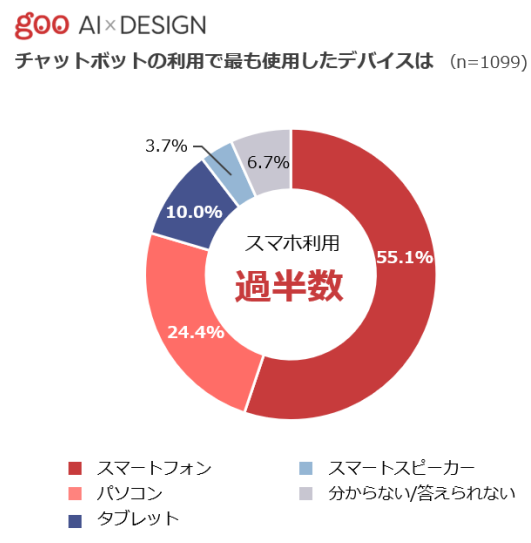
### 主な調査トピックス

- ・チャットボットの利用者のうち、「便利だと思った」と肯定的な回答をした人は76.4%。  
「チャットボットの利用で最も使用したデバイス」は「スマートフォン」が最多で55.1%。
- ・チャットボットの利用後、提供する会社・サービスのブランドに対するイメージの変化について、「興味を持った」が40.9%で最多。さらに、「イメージが良くなった」(28.1%)、「親近感を感じた」(26.4%)と好意的な回答が続いた。
- ・「利用時に不満を感じたことがある」と答えた人は、49.3%とおよそ半数。不満を感じた点については、「回答が的確ではない」(57.4%)を筆頭に、会話の精度に対する回答が上位を占めた。

### 1. 7割以上がチャットボットの利用に肯定的



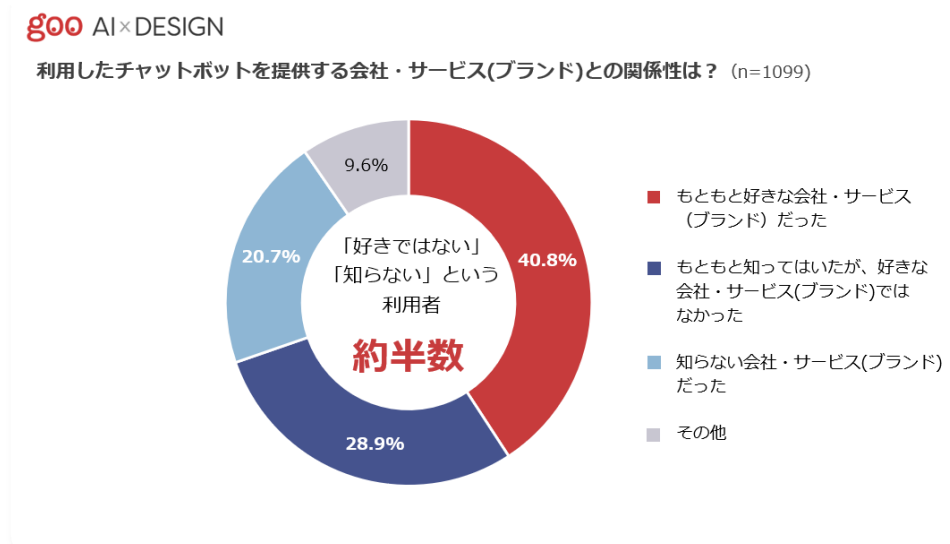
左：(グラフ1) チャットボット利用の感想



右：(グラフ2) チャットボット利用時の使用デバイス

「チャットボットを利用して便利だと思えましたか？」という質問に対して、「便利だと思った」と回答した人は76.4%に達しました。さらに、「チャットボットの利用で最も使用したデバイス」については、55.1%が「スマートフォン」と回答しています。

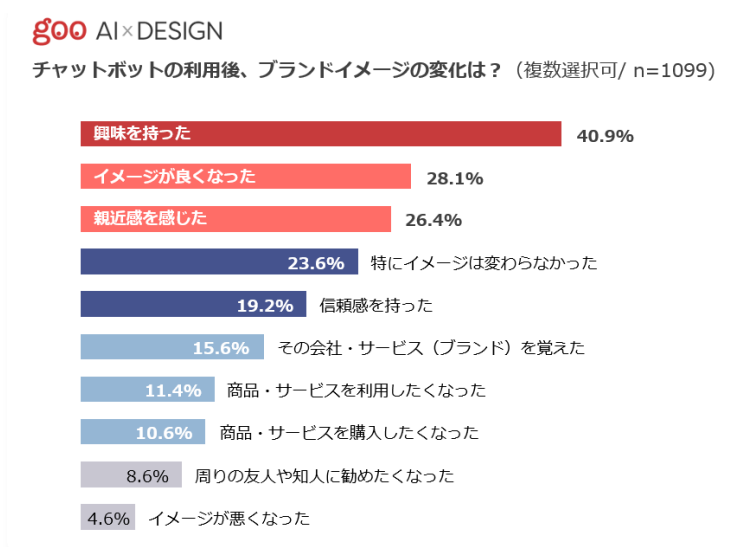
## 2. チャットボットの利用以前は、チャットボットの提供会社・ブランドを「好きではない」「知らない」利用者が約半数



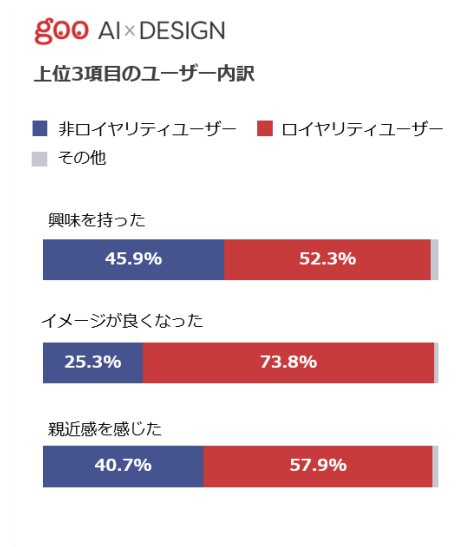
(グラフ3) チャットボット提供会社・サービス(ブランド)との関係性

ユーザーが利用したチャットボットを提供する会社・サービス(ブランド)について、チャットボット利用以前の関係性を聞いたところ、「もともとは知っていたが、好きな会社・サービス(ブランド)ではなかった」が28.9%、「知らない会社・サービス(ブランド)だった」が20.7%で、あわせると約半数がロイヤリティの低いユーザーであったことがわかりました。

## 3. チャットボットの利用後、ブランドに「興味を持った」ユーザーは4割



左:(グラフ4) チャットボット利用後のブランドイメージの変化

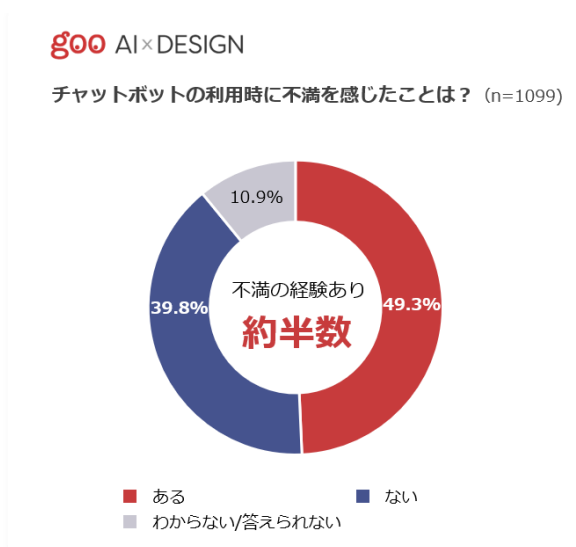


右:(グラフ5) 上位3項目のユーザー内訳

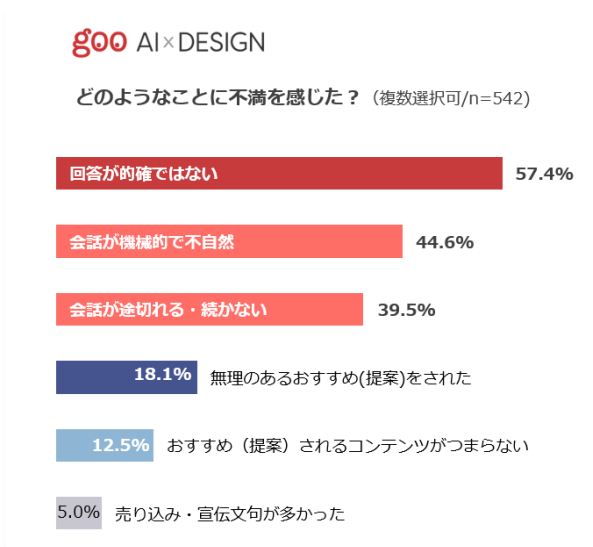
「チャットボットの利用後、その提供会社・サービス(ブランド)へのイメージがどのように変化したか」への問いには、「興味を持った」が40.9%と最多でした。さらに、「イメージが良くなった」(28.1%)、「親近感を感じた」(26.4%)と上位3項目に好意的な回答が続いており、チャットボットがブランドイメージ向上に一定の効果があることがうかがえます。

さらに、上位3項目の回答の「非ロイヤリティーユーザー<sup>(\*2)</sup>」「ロイヤリティーユーザー」の比率を見ると、「興味を持った」と回答したユーザーのうち、45.9%が非ロイヤリティーユーザーでした。このことから、チャットボットの利用がブランドへのロイヤリティーにかかわらず、ポジティブな印象に寄与することがわかりました。

#### 4. 約半数の利用者が、チャットボットの利用時に不満を感じた経験がある



左：(グラフ6) チャットボット利用時に不満を感じた経験



右：(グラフ7) 不満の内容

「チャットボットの利用時に不満を感じたことがあるか」という質問に対し、「ある」と答えた人は49.3%。不満を感じた点については、「回答が的確ではない」が57.4%と過半数に達しました。さらに、「会話が機械的で不自然」が44.6%、「会話が途切れる・続かない」が39.5%と続き、チャットボットによる会話の精度に関する課題が浮き彫りになりました。

#### <参考>

##### ■ 「goo AI x DESIGN(グーエーアイクロスデザイン)」

今回の調査では、チャットボットの利用者の7割が利便性を実感している一方で、利用時に不満を感じたことがある人は半数近くいることがわかりました。不満の内訳を見ると、チャットボットによる回答の精度や不自然さが課題として挙がっていました。

NTT レゾナントは、これらの課題を独自開発の「gooのAI<sup>(\*3)</sup>」で解決するチャットボットソリューション「goo AI x DESIGN(グーエーアイクロスデザイン)」を提供しています。ディープラーニングの活用で、想定外の質問にも柔軟に対応する高い会話精度を実現したことに加え、会話から文脈を理解してユーザーにとって最適な答えや情報提示をすることで、「自然な会話」「続く会話」を可能にします。さらに、企業が持つキャラクターやデータを組み合わせ、まるでキャラクターと話しているかのような世界観を形成し、ブランドイメージ向上に貢献します。

本調査結果の詳細なデータはこちら [https://aixdesign.goo.ne.jp/material/01\\_report.html](https://aixdesign.goo.ne.jp/material/01_report.html)  
「goo AI x DESIGN」の詳細はこちら <https://aixdesign.goo.ne.jp/>

【補足】

(\*1)調査概要

調査対象者 : チャットボットの利用経験がある 17 歳～59 歳までの男女  
有効回答者数 : 1,099 名  
調査期間 : 2019 年 3 月 8 日～2019 年 3 月 21 日  
調査方法 : インターネットによる選択式アンケート調査  
※本調査では小数点第 2 位で四捨五入しているため、足し上げても合計数値が 100%にならない場合があります。

(\*2) 非ロイヤリティユーザーとは、チャットボットを利用する前のブランドとの関係性(グラフ 3)について、「もともと知ってはいたが、好きな会社・サービス(ブランド)ではなかった」「知らない会社・サービス(ブランド)だった」と回答したロイヤリティの低いユーザーを指します。

(\*3) 「goo の AI」は、ポータルサイト「goo」を通じて蓄積したインターネットに関わる技術やノウハウと、NTT グループの AI 関連技術「corevo®※」(<http://www.ntt.co.jp/corevo/>)を活用し、NTT レゾナントが独自に開発した技術です。ディープラーニングを活用した会話の文脈理解や、長文での回答生成が可能のため、ユーザーとの自然で多様な対話を実現します。

※「corevo®」は、日本電信電話株式会社の登録商標です。



以上

**本件に関する問い合わせ先**

NTT レゾナント株式会社 広報担当 佐藤、前西 ☎ 03-6703-6250 [pr@nttr.co.jp](mailto:pr@nttr.co.jp)