

Recipe

「怒ったはるでえ」の判断をロボットに頼る?!
“ITに使われない”顧客対応のすすめ

ソフトバンクが、人の感情を察知できるロボット「Pepper」を発表した。人が笑顔になったり、驚いた顔をするとそれに合った反応をするらしい。これは、人の表情や言葉を幾度もロボットに認識させては分析、データ化し蓄積した結果だろう。

とはいえ、人間はそう単純ではなく、「顔で笑って心で泣いて」や「嫌い、嫌いも好きのうち」という言葉があるように、言葉や表情と感情の動きが別であることも多々ある。たとえば、接客業の「ハッピー・ラッキー・ウィスキー」の笑顔の後ろにある本音は見て取れない。「せっかく議員になったのに、うぎゃあ〜」の号泣県議さんに、ロボットはどうリアクションするのだろうか？ ロボットが本当に人の感情を察知できるようになるのは、まだ当分先の話だろう。人の感情のあり方は、人の数だけあるのだ。

経験則の単純な一般化は、信用に値しないことが多い。よく恋愛指南をしたがる人がいるが、そうした人の「男性は〜」「女性は〜」はあてにならないものだ。「女性は押しの一手で」の言葉を忠実に実行したためにストーカー扱いされた人や、「バシッと言ってみるとよい」というアドバイスに従った結果、大逆襲にあった人を何人も知っている。

さて、コールセンターの世界には最近、電話相手の感情（快・不快）を解析するシステムが登場している。発話した言葉の意味だけではなく、会話

のピッチやイントネーションなどをもとに解析するようだ。顧客の怒りを感知すると、画面上に「今、怒ったはるでえ」とばかりに表示しオペレータに知らせてくれる。

こうしたシステム自体は大歓迎である。未熟なオペレータにはひとつの手助けになるからだ。もっとも、裏を返せば、それだけ“感情察知力が低い”、下手をすれば“ロボット並み”というオペレータが多いということではないかとも思い至り、残念な気持ちにもなる。

同じマンガを読んでも、マンガしか読まない人とマンガまで読む読書家とでは、その受け取り方や得るものが異なる。同様に、SNSなどによる端的なやりとりでしか人とコミュニケーションできない人と、SNSも使いこなせて、その限られた字数の文面に自分の考えや気持ちを過不足なく伝えようと腐心する人とのコミュニケーション力には大きな差がある。要するに「テクノロジーに使われるか」「テクノロジーも使うか」の問題だ。

「お客さま、怒ったはるでえ」のシステムが手助けになるというのは、「スキルが低い人にもギリギリ及第点の対応をさせるのには有効なものになるだろう」という意味だ。それでよしとするか、ロボットとは異なる人間の対応品質を求めるか。これは、そのセンターのあるべき姿、指針にも直結するにちがいない。



著者：玉本美砂子

テレマーケティングアウトソーサー、JBM コンサルタントの代表取締役社長。日本電信電話ユーザー協会講師で、同協会主催の電話対応コンクール全国大会の審査員。著書に「クレーム対応の基本(ばる出版)」「クレーム対応 聞く技術、断る技術(ばる出版)」がある。