

先端技術キーワード解説

知っておきたい最新の動き

[マシン・カスタマー (Machine Customer)]

最近、衝撃的な用語を目にしました。「マシン・カスタマー」です。顧客が人間とは限らなくなるということです。一体、どのようなことなのでしょう。

1. マシン・カスタマー (Machine Customers) とは

マシン・カスタマーは、提唱者によると、「支払いと引き換えに商品やサービスを得る人間以外の経済主体」と定義されています。

このマシン・カスタマーを提唱したのは、米国 Gartner 社のドン・シャイベンライフ氏です。同氏は、2023年1月、マーク・ラスキーノ氏と共に『When Machines Become Customers』を出版しました。この中で、「顧客とは人間、あるいは人間の集まる組織である」という前提が変化したとしています。

2. マシン・カスタマー進化の3段階

(1) 第一段階:「束縛された顧客」

顧客に代わって限定された機能を自動的に実行できるロジックのことで、人間がルールを設定し、機械が特定の決められたエコシステム内でそれを実行するというものです。

(2) 第二段階:「適応可能な顧客」

特定のタスクについて、最小限の介入で人間に代わって選択し、行動することができる機械のことです。ルールを決めるのは依然として人間ですが、AI がデータとロジックに基づいて意思決定を行う点で第一段階よりも進化しています。

(3) 最終段階:「自律型顧客」

人間に代わって高度な裁量で独自に行動し、取引に関連するプロセスのほとんどを行う知能を持つようになります。このような機械はまだ広く普及していませんが、近い将来登場すると予想されます。

3. 今後の予測

マシン・カスタマーは、顧客の行動をデジタル化し、自動化し、最適化することで行動を大きく変えていくと予想されます。この変化に対応するためには、感情を持たずロジックに忠実に動くマシン・カスタマー向けの新しい戦略や技術を開発する必要があります。



ガートナー社は、2026年までにインバウンド・カスタマー・サービスの接触件数の20%がマシン・カスタマーからになると予測しています。

[参考文献]

1) EnterpriseZine Press : 生成 AI 時代の顧客理解「マシン・カスタマー」とは何か? : 機械が顧客のよう
に行動し収益をもたらす Gartner IT Symposium レポート

<https://enterprisezine.jp/article/detail/18877>

(注)

本解説は、執筆当時の状況に基づいて解説をしております。ご覧になる時には、状況が変わっている可能性がありますので、ご注意ください。

無断転載、転用は固くお断りいたします。

Copyright (C) Satoru Haga 2024, All right reserved.

| | |
|--|--|
| <p>技術・経営の戦略研究・トータルサポーター</p> <p>ティー・エム研究所</p> | <p>工学博士 中小企業診断士 社会保険労務士(登録予定) 代表 芳賀 知</p> |
| <p>E-Mail : info_tm-lab@mbn.nifty.com URL : http://tm-lab@a.la9.jp/</p> | |