

人手不足を補うIT指南

AIを何のために活用するかが鍵

荒木篤実 パクサヴィア創業パートナー

AI(人工知能)は市場を科学的アプローチで俯瞰可能なITツールだ。自動運転型ドローン偵察機ともいえるだろう。ただし、使い方次第で頼れる情報参謀にもなれば、逆に鉄くず以下の代物にもなる。慣れない高級車にいきなり乗ってもその本来の良さや機能を正しく引き出せないように、せっかく資金を投入しても、「何のためのAIか」が明瞭かつロジカルでなければ、問題の本質をかえって見えにくくする。そうなってしまうと有害無益である。そこで、AIの活用原則、主たる機能、ユーザー関与形式を理解することが、活用のさじ加減を決める最初の一步として有効だと思う。

まず、AI活用には3つの原則がある。1つ目は、AIは万能ではなく、そのほとんどが問題特化型であることだ。つまり、情報(与件)が与えられてない事柄には力を発揮できない。AI自ら問題解決はできないからだ。2つ目は、日々のオペレーションにおいて組織内での智恵や経験を蓄積・検索・共有したい場合、非常に有効なツールということだ。この領域では、マシン(コンピューター)の方がマン(人間)よりはるかにスピードも効率も良いからだ。3つ目は、原因と結果の因果関係の解析が必要な際、AIの出番があること。ただし、クラスター分析、市場調査の基本設計ノウハウなど、マーケティングに関して十分な経験と深い洞察力が不可欠となる。

AIの主たる機能は3つある。まず類推機能。たとえば、類似する購買履歴を基に追加商品などをリコメンドする機能だ。もう1つは判別機能。ウェブ

サイトでユーザーの訪問から最終購買までの遷移や離脱率の分析を通じて、再ターゲティングなどに効果的だ。そして予測機能。航空券などのダイナミックプライシングで活用事例が多い。一定期間のアクセス増減等から近い将来の需要を予測し、柔軟な変動価格を提示できる。

肝心のUI(ユーザーインターフェース)、つまりユーザー関与形式は、その自動化レベルによってユーザー完結型と人間補完型に分けられる。必要書類の自動チェック、判定、受理通知などは、正しく設計すればユーザー完結型で十分に対応可能だ。一方、カスタマーセンター業務等はケース分析でそのすべてをパターン化するにはモデル分岐が膨大すぎる。ゆえに通常は人間補完型とすることが多い。

参考までに、AIプログラミングの構造にはいくつかの種類がある。教師(正解)あり機械学習型と教師なし機械学習型、それに強化学習型だ。教師ありのタイプは分類などが得意で、不正検知や需要予測でよく利用されている。教師なしは要因分析による顧客セグメント分類、強化学習型は成果をより高速化する機能によって為替やゲーム、デジタル広告効率化等でよく使われている。

形だけの導入は信頼失う

実際にAIの導入を検討する時には、業務フローが明瞭で、その作業の詳細も十分に分解できてい

るものを対象にまず導入してみるのもよいと思う。効率改善率を見ることで、AIの良さを実感できるからだ。

その一方で、所要時間がやたら長い、問題分析がうまくできず人による対応品質の差も大きいといった場合でも、仮説をしっかりと立てることが可能な時は、AIで隠れた問題をあぶりだすこともできるだろう。例として、ユーザーのクレーム対応や購買段階のサポート等、活用場面は数多く考えられる。対応レベルのばらつき防止効果も期待できる。無駄の削除等は当然のことだが、空いた時間やリソースで市場での差別化や事業そのものの変革というレベルまで目指すならば、AI活用としては上級クラスといえる。

AIの基本設計思想には2通りある。1つは、現状のビジネス構造をどう効率化するか、という効率重視型AI。その一方で、現状のビジネス構造からの脱却、つまり構造変革型AIがある。この2つは設計方法が真逆となる。まずは、より一般的な効率重視型AIについて考察してみよう。図のような例を挙げることができる。実際、効率重視型はかなりの企業で顧客対応や価格判断などでの導入が進んでいる。

ただ、形だけ、とりあえず導入したと感ずる事例が数多く散見されるのも事実だ。一例として顧客対応でのチャットボットがある。ウェブ上にポップアップで登場し、いかにもすぐに対応します的な期待を持たせてくれるが、実際に質問をインプットしても大抵は的外れな返答や対応で、結局は別途電話やメールを強いられることが多い。

別の例として、航空券予約サイトでよく見かける中途半端な変動価格AIがある。アクセスが多い時には価格アップ、少ない時は値下げをリアルタイムで提示。しかし、同じウェブサイトにはほんの15分いただけで値段が2倍になってしまうこともざらだ。1時間もすれば大抵その値段はまた元に戻っている。判断粒度(条件設定)が粗雑で、逆にユーザーの信頼を失墜しているケースといえる。

一方で構造変革型は、創造性を重視する企業にとっては問題要素や新たな顧客層の発見など、商

●AI活用の決定要素

| AI活用3原則 |
|---------------------------------------|
| ①問題特化型の仕組み ②蓄積・検索・共有に有効 ③因果関係解析に強い |
| 主たる3機能 |
| ①類推機能 ②判別機能 ③予測機能 |
| 基本設計思想 |
| 効率重視型AI 構造変革型AI |
| ユーザー関与形式(UI) |
| ユーザー完結型 人間補完型 |

●対象領域(効率重視型AIの事例)

| 購入時 | 購入前後 | 顧客サポート |
|------------------------|---|--------------------------|
| ・個別リコメンデーション ・変動価格制 | ・問い合わせ半自動化対応 ・キャンセル自動返金 ・書類自動受付・判断等 | ・クレーム半自動化対応 ・FAQ自動更新化 |

品・サービスの創造そのものをサポートするという本来的なAIの活用も今後多いに期待できるだろう。

構造変革を目指す価値も

ロボットやAIに取って替わられる業界は何かという議論がよくある。私見だが、弁護士などの専門業も含め、レベルの差はあれども、AIによる代替はほぼすべての業界で不可避だと考えている。

最初の打ち手として、人手不足を補うため、効率重視型AIの導入を検討するのは有効だろう。しかし、より付加価値の高いサービス提供へ人間の創造性を振り向けるには、もう1つの大きな視点である構造変革型もチャレンジする価値がある。

AI導入が性能の割には値段の高い小型無線飛行機で終わるのか、価格に見合った最新鋭レーダー付きステルスドローンとなるのかは、やはり根幹となる設計思想である「何のためのAIか」次第だといえる。



Profile

あらき・あつみ ●日産自動車勤務を経て、アラン(現ペルトラ)創業。18年1月から現職。マーケティングとITビジネスのスペシャリスト。ITを駆使し、日本含む世界の地場産業活性化を目指す一実業家。