

顧客満足度向上や人手不足解消

人工知能(AI)を活用する動きが、中部地方の企業で広がっている。顧客の利便性向上に加え、サービスを提供する側の人手不足解消に役立てる狙いもある。

タクシーの需要を予測

つばめ自動車とNTTドコモ東海支社は、AIを使いタクシーの需要を予測するシステムの実証実験を始める。

つばめ自動車がつばめ過去8年間のタクシー輸送実績やNTTドコモが名古屋市内に配置している、携帯電話の基地局で収集可能な人の密集度などの情報をNTTグループがつばめAI「コレボ」にインプットさせ、タクシーの需要を予測させる。タクシーの需要予測は車のカーナビの地図上に表示される。運転手は、需要予測を手掛かりに車を回すことができ、経験の浅い運転手でも比較的容易に顧客を獲得できるとみている。

1月から、名古屋市内を巡回するタクシー150台に専用のカーナビと端末を設置し、本格的に実証実験を開始する。実験が順調に推移すれば、秋をめどに同社の名古屋市内を担当している約1200台のタクシー全てにシステムを導入する。投資額は数億円。

つばめ自動車はシステムの導入効果で、売上高を現行より約1割増加させるのが目標だ。また、タクシー運転手の給与は基本的に乗客数などに応じて賃金が支払われる歩合制。需要を予測することで運転手が集客しやすくなる。乗客数の増加で運転手の待遇を改善し、それに伴う求人数の増加にも期待を寄せている。

つばめ自動車の担当者は「将来的には、AIの技術を使い運転手一人一人に異なる需要予測データを配信できるようになれば」と話している。

好みに合ったクーポン

サガミチェーンは2016年12月1日、サン電



つばめ自動車とNTTドコモ東海支社が提供するサービス



NTT西日本などが開催した展示会「NTTグループコレクション2016」

展示会 AI サービスブースも人気

子と「和食処サガミ」(132店舗)の公式アプリを共同開発し、スマートフォン向けサービス提供を開始した。アプリにはAIを搭載しており、顧客の好みに合った割引クーポンなどを配信する。

公式アプリでは、フェアや新メニューなどの情報を随時提供するほか、現在地情報を使った近隣の店舗検索、タップするだけでの店舗予約が行える。アンケートなどに紐づけて得られる情報をもとにAIで好みを分析し、顧客に合った割引クーポンを配信する。店内のAR(拡張現実)マーカーを使って、同社広報部長を務めるマスコットキャラクター「みそっち」と画面上で遊ぶこともできる。

東海東京フィナンシャル・ホールディングス傘下の東海東京証券は、AIが資産運用に

ついて助言するサービス「カライス」を開始した。インターネット上で簡単な七つの質問に回答し、その回答から利用者に適した投資内容を診断する。今後3カ月間で診断件数5万件、投資の申込件数5千件を目標に掲げる。投資初心者向けサービスで、新たな投資需要を掘り起こす狙いだ。

NTTグループコレクション

AI活用の広がりを受け、サービスを提供する側の企業の顧客獲得に力を入れている。NTT西日本などNTTグループ各社はこのほど、名古屋市千種区の名古屋市中小企業振興会館で展示会「NTTグループコレクショ

ン2016」を開催した。特に多くの人が集まっていたのが、AIを使ったサービスの展示ブースだ。

コールセンター向けサービス「音声認識ソリューション」は、顧客との電話でのやり取りをAIが分析し、瞬時に対応内容を画面に表示させる。さらに、音声認識結果からAIが不要な表現を削除・置換し、自動で要約文を作成する。サービスの導入により、オペレーターの負担が軽減され、人件費の削減などにつながるという。

また、自動車販売店向けの顧客の話相手をするロボットや、顧客が断片的な情報を入力すると求めている本を検索してくれる図書館向けのサービスなども展示した。いずれもAIの技術を活用している。