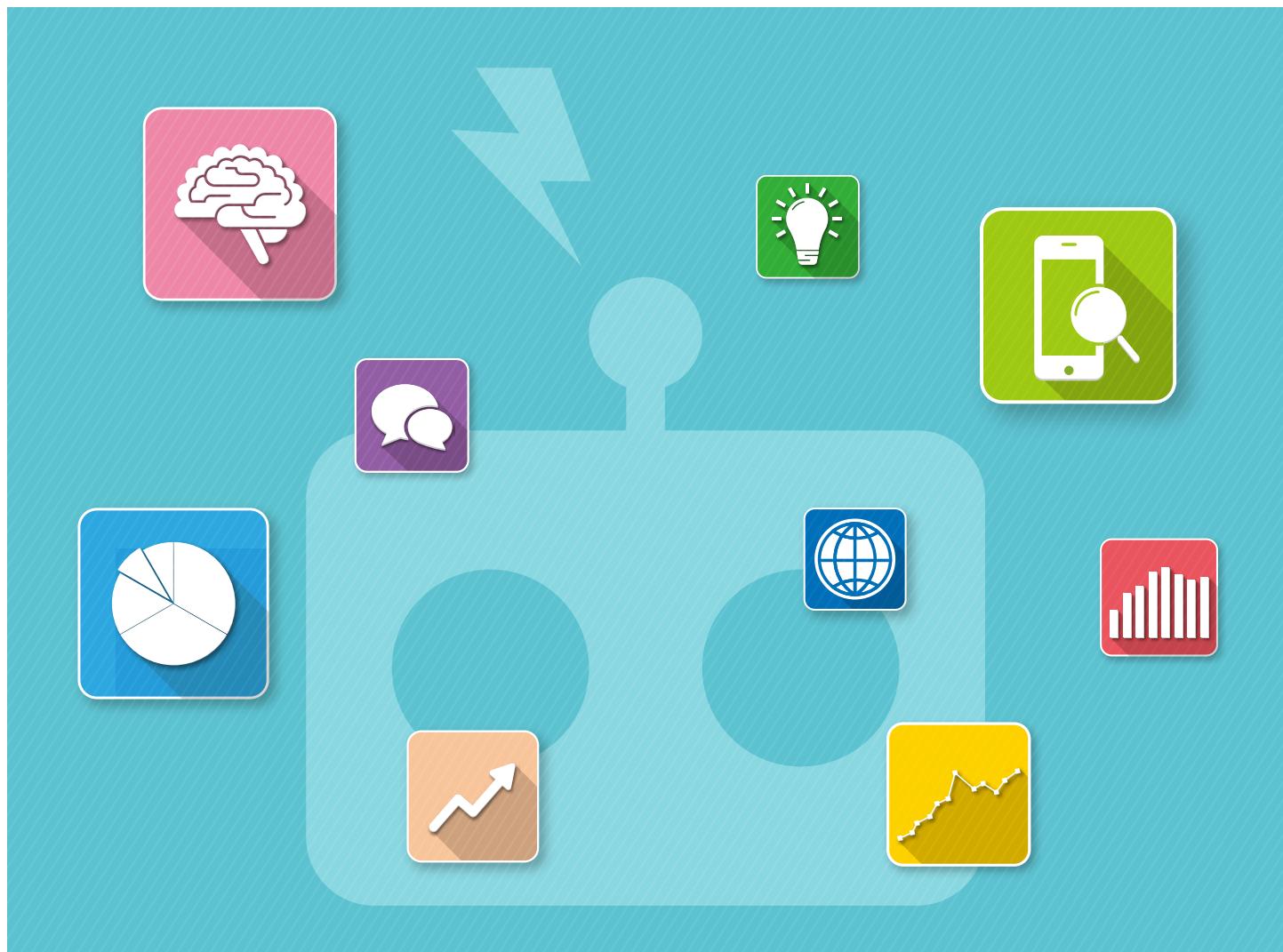


販売促進情報マガジン

太成二葉通信



特 集

今 の う ち に 知 つ て お き た い AI の 基 礎 知 識 -これからの販促・マーケティング担当のAIとの付き合い方-

連 載

お客様の事例紹介



特集

今のうちに知っておきたいAIの基礎知識

—これからの販促・マーケティング担当のAIとの付き合い方—

テキスト：市章博【大阪本社】

昨今、販促・マーケティングの世界でも「AI」を身近に感じるようになりました。販促・マーケティング担当者がAIについて正しい知識を身につけることは、これからもますます重要になります。この記事では、AIの基礎知識から、実際の活用例まで、これからの販促・マーケティングツールを正しく理解し活用していくために必要な情報をまとめました。

そもそもAIとは？

AIとは「人工知能」(Artificial Intelligence)のことです。コンピュータを用いて人間と同様の知能を実現させる技術です。

「人工知能」と言い換えると、映画や漫画の中に出でてくる人間のようにふるまうロボット達、あるいはiPhoneの「Siri」などを思い浮かべるかもしれません。現在言及されているAIの多くは、そういった人間のような機械を作る技術ではなく、これまで人間が行っていた様々なことを機械ができるようにする技術を指します。

なぜAIなのか？

そんなAIをなぜ販促・マーケティングの世界で見かけるようになったのでしょうか。それは、CRM(顧客関係管理)システムなどで大量に収集され、顧客毎に適した販促を行う

際に必要な『顧客情報(ビッグデータ)』の分析のためにAIを用いることに注目が集まっているからです。

ビッグデータはこれまで、最終的に有用な情報へと変換するための抽出～加工～分析～レポートといった作業には、人(具体的には人の知識)の介在が必須でした。

しかし、膨大すぎるデータは処理・分析に時間や手間がかかり、結局手を付けきれずに放置されたままという例も少なくありませんでした。そこで目をつけられたのがAIです。

人の手間をAIが代わりに行うようすることで、有用な情報を導き出す速度をアップさせ、これまで解析にかけていた手間や時間を別の施策に費やせるようになったことが、販促・マーケティングの世界でAIが注目されている理由です。

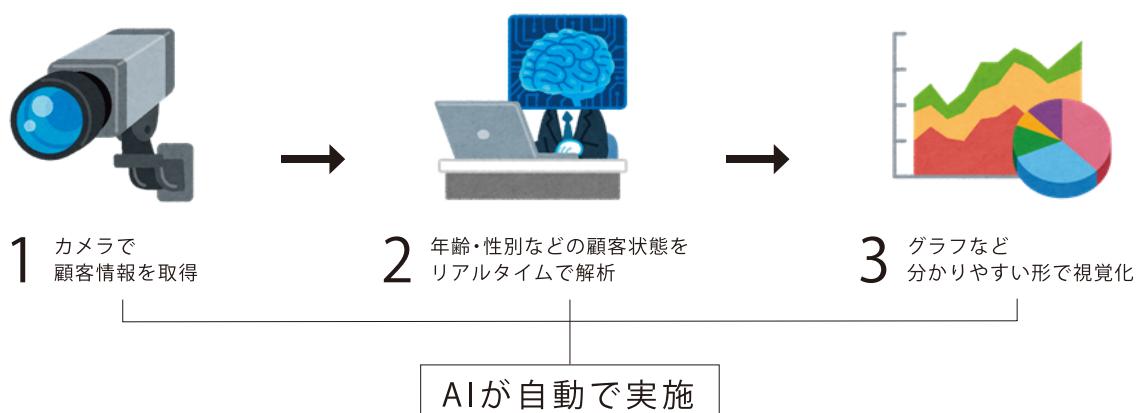
AI活用例

株式会社IDC Japanの調査によると、国内AI市場は2016年時点で約158億円、5年後の2021年には約2501億円、およそ6年間で15倍以上に成長すると見込まれており、いくつかの企業では既に導入し一定の成果を挙げているところがあります。

中古車販売のIDOM(旧・ガリバーインターナショナル)では、ショッピングセンター内店舗の売上が芳しくないということで、AIを含む店舗解析プラットフォームを導入しました。(図1)

- ①カメラで来店者の情報を取得
 - ②年齢や性別をリアルタイム解析
 - ③分かりやすく視覚化
- という一連の流れをAIを使って自動化し、店舗レイアウトのABテストを実施。解析結果を元に店内のレイアウト変更を行った

図1：中古車販売店が導入した店舗解析の流れ



知識を得ておくことは、
付き合い方を解説します。

ところ、他店では6割程度である展示車両の販売比率が、実施店舗では7割まで上昇しました。顧客分析にAIが活用された事例と言えます。

図2などの、AIを用いた販促・マーケティングツールで作業の自動化を実現し、それを活用して即時性の向上や省力化といった成果を上げる事例は様々な業界・分野に見られ、今後さらに拡がっていくでしょう。

■ これからのAIとの付き合い方

では、これまで企業の販促・マーケティング担当が行ってきた仕事は、今後AIにすべてを任せられるようになり、人間の仕事ではなくなっていってしまうのでしょうか。それはまだ考えられません。

なぜなら、テレビのニュースキャスターが読み上げる商品名の音声をAmazonのAIス

ピーカーが主人からの発注命令と誤判断し、その商品を大量注文してしまう事件がありました。これは人間が介在していれば起こり得なかつたことで、AIによる自動化にはこういったリスクが存在しているのです。

これから販促・マーケティング担当には、AIの発展によって今後生まれていく様々な販促・マーケティングツールを正しく理解し「どこまでAIに任せ、どこまで人間が行うか」をすばやく見極める力も必要になっていくでしょう。

つまり、販促・マーケティングの中でのAIとは、販促・マーケティング担当の人間に成り代わるようなものではなく、あくまで分析をはじめとする「作業」をより効率化するためのツールに過ぎないのです。

販促・マーケティング担当者は戦略構築や施策立案といったクリエイティブな部分

を担い、AIと力を合わせることで全体のスピードやパフォーマンスをより向上させていく、そんな付き合い方が求められています。



■ 図2:AIを導入している主な企業

三越伊勢丹 (百貨店)	■ レコメンドでの活用事例 AIアプリ「SENSY」を活用し、表示されたアイテムに対してユーザーが“好き”“嫌い”を選択することで、ユーザーの好み(センス)を学習し、その人それぞれにあったファッショントをAIが提案してくれるようになる。
CANDY (Web広告配信)	■ Web広告での活用事例 ユーザーが今読んでいるコンテンツの日本語テキスト(記事)を理解した上で、関連性の高いコンテンツを表示。ミスマッチを防いで高度なコンテンツマッチを実現し、大手WEBポータルサイトにおける実証実験では、3倍ものクリックレートを達成。
アスクル (ネット通販)	■ 顧客対応での活用事例 全体の4割を占める「対応時間外の問い合わせ」に対し、AI型チャットボット“マナミさん”を採用。24時間365日リアルタイムに顧客対応することで、オペレーター6.5人分の省人化に成功。

連載

お客様の事例紹介

Project:スライダーポーチ | Client:株式会社 高幡まんじゅう松盛堂
Design:株式会社オズクリエイション | Product:太成二葉産業株式会社

和紙のような風合いで、上品な表現が可能な不織布のポーチ

株式会社高幡まんじゅう松盛堂様は、大正7年(1918年)に高幡不動尊の門前にのれんを構えて以来、その伝説と共に「高幡まんじゅう」として、皆様に親しまれております。今回、高幡まんじゅう様の100周年記念として、不織布ポーチを作成させていただきました。高幡不動尊は桜、あじさい、菊、紅葉と四季折々の植物が楽しめ、その植物と高幡不動尊五重塔をあしらったポーチとなっています。おかげさまで、現在好評発売中です!

こちらのお仕事に携わるきっかけとなったものが、展示会用に製作したポーチです。椿のイラストを描き上品さを表現できるようにデザインしました。グレーの背景がほんのりと透ける点や、色合いにこだわって仕上げています。嬉しいことにこのような点を気に入ってくれて頂きました。上品なものや、優しい雰囲気、和柄に仕上げたいものなどに不織布のポーチはよく合います。

ご興味ありましたら、ぜひ担当営業までお声掛け下さい。



高幡まんじゅう5個入り



歳三ようかん5個入り



サンプル(展示会用ポーチ)

・高幡まんじゅうホームページ → <http://www.syoseido.co.jp/>

Add value to every promotion tool - あらゆるプロモーションツールに付加価値を -



■セールスプロモーション

化粧品関連

贈答菓子関連

薬品関連

店舗関連

■プロモーションツール+各種サービス(印刷・表面加工)

POP	ノベルティ	広色域印刷	ラミネーティング
ダイレクトメール	ペーパーアイテム	ハイブリッド印刷	コーティング
ポスター・リーフレット	Webデザイン	フレキソ印刷	ホットスタンプ
パッケージ	CI・VIデザイン	バリアル印刷	エンボス

太成二葉産業がお客様にとって負担なこと、面倒なこと、余計な労力がかかっている業務をすべてお受け致します。

編後集記

2018
Mar.

先月は韓国で平昌オリンピックが行われ、熱狂のうちに幕を閉じました。仕事から帰宅して観ていると、次々と偉業を成し遂げる世界中の選手たちから、活力を頂いた気持ちになりました。

さて、今号の太成二葉通信では「AI(人工知能)」がテーマです。近未来の話に思えてしまいそうですが、スマホやパソコンで文字を入力する際の予測変換の技術にもAIが使われはじめています。過去の入力履歴から予測候補を表示する技術で、時には思いも寄らない言葉を予測して驚きと発見があつたりします。

弊社も皆様に驚きと発見を提供できますよう、これからも邁進してまいりますので、これからも変わらぬご愛顧を賜りますようお願い申し上げます。

販売促進情報マガジン

太成二葉通信

太成二葉産業株式会社

【大阪本社】大阪市東成区深江北3-17-15 Tel:06-6976-1131

【東京支店】中央区銀座6-14-20 香蘭社ビル6F Tel:03-6278-7286

www.tims-net.co.jp

大阪本社:桑田督大