

日本郵政株式会社

グループを横断するプロジェクトチームでAI導入を実現
お客さまの声を活用しお客さま本位の業務運営を加速



日本郵政株式会社は、日本郵便・ゆうちょ銀行・かんぽ生命保険等からなる日本郵政グループの持株会社です。

同社のクライシスマネジメント統括部に設置されている「コエ活プロジェクト」では、企業の有益な財産である「お客さまの声」の解析にAIを活用し、潜在リスクやミスコンダクト事象の早期検知に取り組んでいます。

組織課題に対して、KIBITの導入はどんな効果をもたらしているのか、最前線で取り組む部門責任者とプロジェクトメンバーに話を伺いました。

KIBIT導入の効果

- 日本郵政グループに寄せられたお客さまの声の分析が可能に
- 潜在リスクやミスコンダクト事象を早期検知し、業務改善や商品・サービスの改善に活用



年間約590万件にのぼるお客さまの声は宝の山

—— AIを導入したきっかけを教えてください

山下部長: 日本郵政グループにおいては、真にお客さま本位の企業グループに生まれ変わるために、プロジェクトチームの運営や外部専門家の方々に各種アドバイスをいただく委員会の設置など、お客さまの信頼回復に向けた取り組みを推進してきました。グループに寄せられるお客さまの声は過去5年平均で約590万件。お客さまの声はCS部門（カスタマーサティスファクション部門）で取りまとめが行なわれています。これらのお客さまの声はいわば宝の山。この声をリスク検知という観点で、いかに活用するかを考えたときに、AIを使って分析ができないかと考えたのがきっかけです。

部門の壁を越えたプロジェクト運営

山下部長: 2020年の6月に日本郵政グループを横断するプロジェクトチーム（JP VOICE プロジェクト）を立ち上げ、AI導入の検討を開始しました。日本郵政は大きな組織であるがゆえに組織間、部門間の隔たりが少なからずあることから、グループ横断の仕組みを作るために、社長直下にプロジェクトチームを置き、部

門の壁を取り払って活動する態勢を作りました。また、日本郵政が自らリーダーシップをとり、各部門に踏み込んでいくことで少しずつ垣根を超えていきました。その中でもIT部門の人たちとAI導入に向けいろいろなノウハウを共有しあえたことが大きかったと思います。現在は、毎月经営に成果を報告していることも一つの活動のリズムになり、グループ間のコミュニケーションが徐々に円滑になっています。

KIBITの強みは少ない教師データからスタートできること

本山主任: 自然言語解析のAIを選定する際、KIBITはグループのかんぽ生命で既に導入されていて、一般的なお客さまの声を解析する実績があり、郵政サービスにあわせた教師データを作れること、コンダクトリスクに対してアプローチができること、といった点が導入の決め手になりました。

真瀬専門役: モデルは、一度作ったら終わりではありません。私たちが検知したいことは、社会の要望にあわせて変わるものですが、それを追いかけていかなければいけません。社会の期待という、目に見えないものを追求していく必要があります。KIBITは、少ない教師データから始めて、日々の変化に応じた教師データを足していくことでAIを育てていけるのが良いところだと思います。

導入事例

—— 成果を出すためのモデルのチューニングのコツは？

真瀬専門役：最終的には目検をするので、目検のなかで違和感のあるものを教師データに反映することを繰り返しています。そこには人の判断が必ず必要になります。

山本グループリーダー：過去の過ちを繰り返さないよう、過去の不祥事案を見つめなおし、教師データを作っていました。その際、ルールベースではなく原則的な部分、プリンシプルベースで判断するときに、自分たちの「Will (意思)」、こういうものを検知したいという明確なWillを持っていないと、軸がぶれます。AIを使えば答えが自動で出てくるものだと思っていたところがありましたが、いまはどこまでいっても、自分たちのWillが必要だと認識しています。

堀内マネジャー：取り扱う事案が幅広いため、どういった点にフォーカスを当てるのが難しいです。過去のどんな事案を教師データに用いてグループ会社の事業運営に重大な影響を与えるレピュテーションリスク等を発見するか、その選び方が重要です。過去の計測で正解・不正解の証跡を残しているの、教師データに含まれていない正解データを取り込むなど、時系列で追って中身を精査しようと考えています。

AI (KIBIT) 導入の効果

—— AI (KIBIT) を導入して、どのような効果を感じていますか

青井主任：日本郵便のコールセンターには1日あたり5～6千に上る声をいただき、その中にコンプライアンス違反の可能性がないか確認をする非常に大変な作業を行っていましたが、AI導入後はKIBITで優先順位付けをすることができ、とても効率的です。

脇園専門役：AIの力を借りながら、各部のメンバーと連携することで化学変化が起きると思っていますし、それだけに責任重大という自負もあります。山下部長がリードするコエ活プロジェクト*は各社に横断しているので、コンダクトリスクだけでなく各グループが検知したいことを拾うように、AI活用の広がりを持たせています。

山下部長：今まで人の目だけでやってきたことにAIの結果を合わせることで、客観性が加わりました。人間が判定する手前で、会社にどんな声が寄せられているかを把握する上で非常に有益です。個人の意見だけで判断するのではなく、AIが客観的に抽出したという事実があることで、従前よりも自信をもって報告ができるようになりました。

青井主任：例えば、CS部門から改善案を経営に提言するような際には、個人的な意見よりもAIが解析したデータに基づいた報告の方が客観性を担保することができます。

真瀬専門役：繰り返し見ていた検知結果でも、「AIが検知した」という報告が入ると、「やっぱり」という証拠の補強に役立つんです。

山下部長：KIBITを導入したことで改革できた大きな成果ですね。

お話を伺った方



日本郵政
クライシスマネジメント統括部
部長

山下 弘之氏



日本郵政
クライシスマネジメント統括部
専門役

真瀬 弘敬氏



日本郵政
クライシスマネジメント統括部
グループリーダー

山本 真弘氏

日本郵政 クライシスマネジメント統括部 コエ活プロジェクトメンバー



脇園 隼人専門役



堀内 光博マネジャー



山本 貴仁主任



青井 裕太郎主任

—— サポート体制についてはどうでしたか

山本主任：KIBITの使い方、統計学的な考え方、データ分析の考え方を助言いただきながら、こういったものが検知できるか、不明確な中でもデータの使い方など具体的なアドバイスをいただきながら進行できて助かりました。

山下部長：モデルを作成するにあたり重要な「観点」を教えてくださいただけだったので、コンプライアンス調査やリスク検知など、モデル作成の応用につながっています。

真瀬専門役：これまで1年とちょっと一緒にお仕事をする中で、FRONTEOのサポート体制に感謝しています。引き続き一緒に寄り添って、私たちの目的達成に向けて歩んでいただきたいです。

* コエ活プロジェクト
2022年4月より、JP VOICEプロジェクトの後継プロジェクトとして運営

今後について

—— 今後の取り組みについて教えてください

山下部長: 2023年度の取り組みを3つ掲げています。

1つ目は、モデルの精度を向上させていきたいということです。把握したい事象をモデルに加えることで高度化し既存モデルの精度を上げていきます。

2つ目は、AIへのインプットデータに広がりを持たせるため、コエ活プロジェクトに参画していない他部門の保有データもAI解析の対象として展開することです。例えば、内部統制の領域等にも使えるのではないかと考えており、他部門への広がりを持たせていきたいと考えています。

3つ目は、現在約590万件のお客さまの声のうち、「苦情」を先行して分析に取り組んでいますが、お客さまの声全体の6割強を占める「お問合せ」にも分析領域を拡大することで、お客さまの商品・サービスに対する要望を把握することに取り組んでいくことです。また、「賞賛」も分析することで社員のモチベーションを上げていくために活用できると考えています。

大きくこの3つ、マンパワーも必要ですが品質を高めることと領域を広げることに挑戦していければと考えています。

—— AI活用に対する課題や期待はありますか

山下部長: AIは、大量のデータを解析することに優れているので、どのような事業でも導入することが望ましいツールです。ただAIを活用して実感したのは、最後は「人間の目」による検知が必要となること。AIのメリットを最大限に引き出していくためには、個々の力を上げていくことが必要です。

4月にクライシスマネジメント統括部が発足しました。クライシスマネジメントの鉄則は、正常性バイアスを取り除いて常にワーストケースを想定すること。ひとつの事案が、どれだけ面として広が

りを持っているのか、それは故意なのか過失なのか、常に想定する力を鍛えていかなければいけません。AIの機能の充実に合わせて人間の感覚も上げていかないと、仕事のバランスが崩れ、せっかくのメリットが得られなくなってしまう。AIの素晴らしい進化とともに利用者の能力を上げていかないと技術を使いこなせないと考えています。

真瀬専門役: そのためにもお客さま目線を持つことが大事だと考えます。どうしても人の手で分析をすると、会社に忖度が働いてしまいがちになります。そうではなく、これがお客さまのためになると信じて、お客さまの目線をもって活用することが重要です。

山本グループリーダー: 私たちにはAIという武器を使いこなす責任があるので、日々感性を鋭くするなど鍛錬を継続して自身も成長していきたいと考えています。最初はAIを使うには難しい知識が必要だと思っていましたが、いざ使ってみると、FRONTEO社の製品はユーザー目線にたった非常に使いやすいシステムでした。今後も使う側に立った製品開発に期待しています。

日本郵政株式会社

<https://www.japanpost.jp/>



設立 2006年1月23日
従業員数 1,485人 (※ 2023年3月31日現在)
事業内容 グループの経営戦略策定

※KIBIT、KNOWLEDGE PROBEは株式会社FRONTEOの登録商標です。

※本記載内容は2023年6月現在のものです。

登録商標	商標登録番号
KIBIT	第5829723号
KNOWLEDGE PROBE	第5986074号

数学的アプローチで自社開発したAIエンジン

Kibi+

「KIBIT(読み:キビット)」は、数学的アプローチで人間の微妙な心の動きを意味する日本語の「機微」と、情報の最小単位を意味する「bit」と組み合わせ、人間の機微を理解するAIエンジンとしてFRONTEOが自社開発しました。高度な自然言語処理またはネットワーク解析を可能にするアルゴリズムにより、国際訴訟や不正調査、知財戦略、危険予知、CX向上、創薬、医療DX、医療機器、サプライチェーン解析などの多様な領域で業務の効率化・高度化に貢献し、エキスパートの判断を支援します。

■ KIBITを活用したソリューション
<https://kibit.fronteo.com/solution/>

■ KIBIT 導入事例・実績
<https://kibit.fronteo.com/customers/>