



三井住友銀行

AI活用は“子育て”と同じ！ 使えるツールに進化を遂げた導入・運用プロセス

●受賞企業レポート

コンタクトセンター業界の話題をさらった人工知能（AI）の事例といえば、メガバンク各行による「Watson」（日本IBM）の活用だ。三井住友銀行は、2014年4月から運用を開始、技術検証、実用検証を経て、2016年4月から本格展開をスタートした。

導入目的と活用フローは図の通りで、音声認識システムと連携し、自然文による質問の受け付けから回答候補の表示までを超高速で処理、オペレータの照会対応ツールとして活用している。

「自動的に回答が出る」は幻想！ 教育係を設置してAIを育てる

準備作業は、①データ準備（行内用語を含む辞書の作成、取り込み／既存Q&A集の取り込み／既

存業務マニュアルの加工と取り込み）、②評価準備（Watsonに入力する質問文と回答の組み合わせの作成）が主なもので、Watson以外の領域においても、音声認識とテキスト化の試行を重ねた。それでも、導入当初は現場にとっては便利さよりも戸惑いの方が大きかったようだ。

コールセンター福岡の中山貴史企画グループ長は、「導入してみたものの、欲しい回答が出ない、画面が見づらい、出てくる回答が多すぎるなど、会話をしながら使えるレベルにはなかなか至らなかったのです。AIが自動的に適切な回答を出してくれることは幻想だったことがわかりました」と当時を振り返る。

そこで、同センターではオペレ



コールセンター福岡
企画グループ長
中山貴史氏

ータの操作を動画撮影し、「どこに、どんな情報をいくつ表示するかを再検証」（中山氏）。さらにロールプレイング研修でも活用し、「使える感覚」を経験させる取り組みに着手した。

さらに、Watsonを育てるための担当者を設置。回答に必要なデータやマニュアルの確認から検索結果をもとにした評価や適切な回答への紐付けなどを実施した。

その結果、徐々に「使えるツール」に進化。とくに新人オペレータの業務支援効果が大きく、自己回答率と保留時間が大幅に改善した。また、新人退職率は導入前後で半分以下にまで減少した。

中山氏が「AI活用は“子育て”と同じ。きちんと教えれば使えるツールに進化できます」と強調するように、AIに対する過度な期待を払しょくした報告が高い評価を受けた。

図 ツール(Watson)導入の目的と構築

