

◎ラップ東京では、皆様のお役に立てるような様々な内容のコラムを発信しています。バックナンバーは [www.raptokyo.co.jp](http://www.raptokyo.co.jp) から

## 「我流のモデルデータ」

人工知能が囲碁や将棋界でプロ棋士と試合をして、勝った、負けたというニュースを目にします。膨大な手数の中からベストなものを選び出し勝負していく人工知能に、残念ながら人間は負けてしまうことがあるようです。人工知能はこのように膨大なデータから計算して一つを選び出すということが得意です。見方を変えると膨大なデータ（ビッグデータ）でないとその能力が発揮できないとも言えます。

ビッグデータは、何十万、何百万というデータから消費者の動向や好みを分析し新商品を開発したり、業務の改善プランなどを考案したりするのに役立ちます。そして自分も知らぬ間に行動や嗜好をデータとして蓄積されています。TポイントやSuicaなどがいい例です。

これに対し、モデルデータはその名の通りデータの規模が少なく、ビッグデータに比べると誤差が大きくなります。何万人と百人の好みを比較したら、やはり何万人の人が好む上位のものは世間でも好きな人が多いといえるでしょう。モデルデータの場合は、その少ないデータをより深く読み取ることができるのか？にかかっているといます。モデルデータしかない会社でもそれを生かす方法があるのでしょいか。より深く読み取るとはどういうことでしょうか？

米国のある飲料メーカーが、居酒屋やバーでの売り上げを向上するために、十万軒以上のデータを業者から購入して分析していたが、いまひとつその動向を見抜くことが出来ずにいました。そこで、実際に居酒屋やバーなど現場を回って、常連客や商品購入のパターンを観察し、定期的に分類するなど社内での分析を重ねることで、売上向上につながるヒントを見つけたという記事を

みました。モデルデータから、顧客の嗜好を発見した一例です。

このように小さな会社でも一人ひとりのお客様の好みや悩み、改善策などの情報を積み重ねていくことはできると思います。以前は、店舗とお客様とのふれあいが存在し、顔見知りの店主や店員は自分の好みを理解している、といった時代がありました。人（お客様）は基本的に他の人とは違う待遇や接客をしてもらえることを望んでいる人が多いようです。身近なモデルデータから、その人にあつた（カスタマイズした）サービスや特典などを考えたりするのもおもしろいかもかもしれません。自分のために先回りして情報等を提供されることを好む現在のお客様には、特に有効だと思います。

既に始めている会社も多いと思いますが、お客様アンケートなどはモデルデータ収集の第一歩です。お客様と直接話す面談や打ち合わせでは、表情や雰囲気から好みや悩み事などを読み取ることができればこれも重要なデータとなります。お客様の年齢や性別、会社であれば取引先などの様々な情報を属性分けをして、商品や営業活動に生かすことができるのではないのでしょうか。

半導体の性能向上でAI技術は更に磨きがかかるようです。どんどん、便利な世の中になっていきますが、仕事はますます難しくなっていくようです。

## ご案内



スマホ対応、ホームページ、販売促進活動でお困りならラップ東京へ。  
TEL:042-349-3535 (担当: 田島)



※ラップニュース バックナンバーもホームページからご覧いただけます。  
※アンケートがありますのでよろしかったら、ご意見をお聞かせください。