

2017年3月28日
株式会社みずほフィナンシャルグループ
株式会社みずほ銀行
株式会社日立製作所



人工知能の活用による営業部門のセールス力向上と 企画部門の業務効率化に向けた実証実験を開始

～<みずほ>の「オペレーショナルエクセレンス」実現に向けた取り組みを加速～

株式会社みずほフィナンシャルグループ（執行役社長：佐藤 康博）、株式会社みずほ銀行（頭取：林 信秀、以下「みずほ銀行」）、株式会社日立製作所（執行役社長兼 CEO：東原敏昭、以下「日立」）の3社は、日立の人工知能Hitachi AI Technology/H（※1）を活用したみずほ銀行の営業部門のセールス力向上と企画部門の業務効率化に向けた実証実験を、2017年4月3日から開始します。本実証実験は、<みずほ>が中期経営計画で掲げる「オペレーショナルエクセレンス（卓越した業務遂行力）」の追求・実現に向けた施策の一環として実施するものです。

本実証実験は、営業部門と企画部門の2部門を対象として実施します。

まず、営業部門では、対象の営業店4店舗および営業部（155名）を対象に、PC操作時間、メール送受信回数、入社・退社時間、お客さまへの訪問回数など行員の行動を表す履歴データと、若手とベテラン行員の比率、社内資格の取得数など組織の属性データ、日立の名札型ウェアラブルセンサー（※2）を着用して取得した行動データ（身体運動の特徴パターン）をHitachi AI Technology/Hで分析し、売上額や新規契約獲得数といった営業部門における主要業績指標（KPI：Key Performance Indicator）と相関性の強い要素を抽出します。この分析結果を活用し、営業部門のセールス力向上に向けた取り組みを検討します。

一方、企画部門では、業務効率を阻害する要因の発見や、業務改善策の有効性の検証などを行い、さらなる業務の効率化に向けた取り組みを検討します。具体的には、1部署30名の行員を対象として、履歴データおよび行動データをHitachi AI Technology/Hで分析します。これにより、組織の生産性と相関の強い要素を抽出します。また、あらかじめ検討した業務改善策を実践する場合としない場合のデータを比較することで、効果を検証します。

なお、3社は、今回の実証実験に先駆け、2016年5月から9月にかけて、企画部門の約30名の行員を対象に、ウェアラブルセンサーを活用した予備実験を行いました。その際、

業務改善策として、コミュニケーション方法の見直しなどを導き出しました。今回の実証実験は、対象部門を拡大するとともに、さらに改善策の具体化を図るものです。

〈みずほ〉は今後も、Hitachi AI Technology/Hをはじめとする先端技術を活用し、既存の業務プロセスを徹底的に見直すことで、オペレーションの効率化と高度化による顧客価値創出を実現し、持続的な競争優位の確立を目指します。

また、日立は人工知能をはじめとする先端的な IT を活用した新たな金融サービスを提供する金融 IT イノベーション事業に注力しており、今後も金融機関との協創を通じて、革新的な IT サービスの開発・提供を推進していきます。

(※1) Hitachi AI Technology/H :

ビジネスに関連する大量かつ複雑なデータの中から、売上やコストなど組織の KPI との相関性が強い要素と、その改善施策の仮説を効率的に導き出す人工知能。

(※2) ウェアラブルセンサー :

加速度センサーや赤外線センサーなどを搭載したウェアラブルセンサー。身体の動きに関するデータを計測し、統計的分布特性に着目することで組織活性度を算出する。

以 上