

AIの進化はブライダル業界に どんな影響をもたらすのか？

画像認識とディープラーニング

今回はAIについて書いてみたいと思います。AIとは、人工知能(artificial intelligence)を意味しており、機械が人間並みの知能をもって、タスクを処理していくことを指します。非常に注目されているテクノロジーです。

例えば、自動運転などはその最たるもの。自動車の運転を人ではなく機械が自動で行う技術が実用化されつつあります。囲碁のAI「AlphaGo」が、世界最強とされる囲碁棋士に勝利したというニュースを聞いたことがある方もいらっしゃるでしょう。チャットbotと言われるように、チャット形式で質問をすると、自動でコンピューターが返事してくれるというものもあります。

「なぜいまAIなのか」というとテクノロジーの進歩で、AIのレベルが極めて高くなったという背景があります。主に2つのポイントがあり、「画像認識」のレベルが極めて高くなっていること、「ディープラーニング(深層学習)」という機械学習の手法が研究され、その成果が出ていることがあげられます。

コンピューターに眼ができた

「画像認識」とは、機械が画像を見てそれが何かを判別する技術のこと

です。例えば、Facebookで集合写真をアップしようとしたら、その顔が誰なのか名前が出てくることがあると思いますが、まさにそれが画像認識の技術です。ブライダルで言えば、それがチャペルなのかバンケットなのか、料理なのか、フラワーなのか、コンピューターが勝手に判別できるようになる、ということです。

ある研究機関の実験では、その写真が何か、人間に聞いた場合と、コンピューターに聞いた場合で、コンピューターの方が正解率が高くなったそうです。これは、「コンピューターに眼ができた」とも表現され、今まで、眼が無いことで機械化できなかったことが、できるようになると言われています。

例えば、「料理ロボット」というものはありませんでした。理由は、「焦げ目がついたら」とか「トロトロになったら」のような状態を、機械が把握することができなかったからです。ただ、眼ができたことで、それが可能になり、ここに技術の進化の可能性が秘められています。例えば、ウェディングの料理の仕込みや盛り付けを、機械でできるようになったり、披露宴に参列されるゲストのご両家様の結婚式に参列予定なのか機械が教えてくれたり、様々な進化の可能性が考えられるでしょう。

いくら値引けば良いか、AIが教えてくれる

「ディープラーニング」とは、機械が自分自身で学習をしていく手法のことを指しています。自動運転の例では、過去の手法では「時速40kmで走っている場合は、前の車との距離が10m以上離れた状態で走行し、カーブの場合は…、行き止まりの場合は…」などの細かいルールを1つ1つ登録して、車が走れるようにしようというアプローチでしたが、無数にルールが必要になる点が難点でした。ディープラーニングという手法の場合、「他の車とぶつかったらダメ」「道路からはみ出したらダメ」のように、何がgoodで、何がbadかだけをインプットし、あとはコンピューターで制御したミニカーを実際に走らせてみて、ぶつかったり道路からはみ出したりしながら、機械が自分で考えて、「ぶつからないようにスピードを遅くしよう」「前の車との距離を保とう」「はみ出さないように曲がろう」など、正に人間のように学んでいくというやり方で、開発が進んでいます。

ウェディングの場合だと、インターネット媒体のパフォーマンスがどうすればあがるのか、そのお客様にはいくらの割引を提案するのが妥当なのか、どの種類のドレスをどれくらい仕入れ

AIの劇的な進化で、例えばこんな未来もすぐそこに…

ネット媒体のパフォーマンスがどうすればあがるのか、AIが教えてくれる

どのような紙面を出すのが効果的なのか、AIが教えてくれる

このお客様にいくらの割引を提案するのが妥当なのか、AIが教えてくれる

このお客様にどのようなプランニングを提案すれば良いのか、AIが教えてくれる

どの種類のドレスをどれくらい仕入れておくのが良いのか、AIが教えてくれる

どのテーブルのお客様にパンをお持ちし、ドリンクのお代わりを聞くべきか、AIが教えてくれる

どのようなふるまいがクレームにつながりやすいのか、AIが教えてくれる

しておくのが良いのか、などの情報がわかるなどのメリットがありそうです。

AIが仕事を奪ってしまうなどと 言われているが

「AIが人間の仕事を奪う」のような切り口で、話題になることがあると思います。「プランナーがいなくなるんじゃないか」「自分たちの仕事はどうなるのか」のような話になりがちなのですが、結論、ブライダルの現場に対しては、あまり影響がないだろうと思います。「プランナーの仕事はなくなってしまいうんでしょうか」と質問をいただくこともありますが、「人との共感が必要な仕事」「人にやらしてもらわないと成立しない仕事」がAIに置き換わることは無い、というのが私の意見です。ブライダルで提供されるサービスを、機械でやってほしいと思っているカップルはいらっしゃらないでしょうし、結婚式は共感を元につくられていく要素が非常に大きいと言えます、そこでジタバタするのは若干滑稽に映るでしょう。

実際に活用されるのは、裏側。このお客様にどのようなプランニングを差上げれば良いのか、どのようなふるまいはクレームにつながりやすいの

か、今まで担当者が察知していたような情報や経験者の勘といったものは、AIがお客様の表情や過去の言動から類推して、より高い精度でアドバイスをくれる時代になると予想されます。バンケットの天井にセンサーが付けられ、インカムでサービススタッフに、どのテーブルのお客様にパンをお持ちし、ドリンクのお代わりを聞くべきか、デジタルで指示が飛ぶという世界も近い将来現実になるでしょう。仕入れの無駄が無くなる、といった効果も期待できるでしょうし、どのような紙面を出すのが効果的のかなど、データに基づく仕事もAIがサポートすることが予想されます。

我々に必要なことは何か

テクノロジーは加速度的に進化していますが、ブライダル業界は非常にアナログな会社が多く、どうしてもこれらの活用に遅れがちです。思い返すと、インターネットの普及においても、最近ではインスタグラムへの対応も遅かったと言えるでしょう。「困っていないから問題ない」という考え方もありますが、お客様の方が進んでいて「遅れている業界だな」と思われたり、働く環境としてあり得ないと思われたり

するのは、そろそろ終わりにした方がよいのではないかと、という気がします。プランナー業務のシステム化はますます進んでいく方がよいでしょうし、いまだにパソコンが1人1台そろっていない会社もあると聞きますが、個々の社員が本当にそのような環境でベストパフォーマンスを発揮できるかと考えると、すぐにでも対応が必要なのではないかと思えてなりません。

反面、テクノロジーを導入し、ブライダルが進化していく様を示していくことができれば、産業の見え方も明確に変わってくるでしょう。そして、この分野のフロンティアは、まだまだ広がっています。新たなサービス、新たな活用を見出すことができれば、企業ブランディング、集客や採用にも寄与して、くることが期待できるチャンスともいえます。

リアルな体験を提供できている強みを活かして、ぜひチャレンジされる会社が1社でも多く現れることを願っていますし、新たなテクノロジーをいち早く取り入れていける産業になれば良いなと思っています。



Masaki Ando

2003年京都大学法学部卒業。2001年より創業メンバーとして参画している株式会社ドリコムで、営業担当取締役として、新規事業の立上げ、事業拡大、営業部門のマネジメント全般を担当し、東証マザーズ上場へ貢献する。2009年4月、株式会社エスクリに入社し、東証マザーズ上場を経験後、結婚式の責任者、マーケティング部門の責任者を経て、取締役事業本部長に就任し、東証一部指定替に貢献する。その後、常務取締役として事業部門を管掌し、結婚式場30施設、内製部門、新規事業、HRを統括し、売上262億円/社員数1,023名の規模(連結)へと成長させた。2016年5月、株式会社リクシを創業。