

# hitTO × Bell-Park

hitTO CASE STUDY

株式会社ベルパーク様

## 総務人事ボット「ベル助」を hitTOで構築



聞きたくても聞きづらい  
社員の潜在ニーズにアプローチ



**hitTO**  
Brain System

# Bell-Park

株式会社ベルパーク様

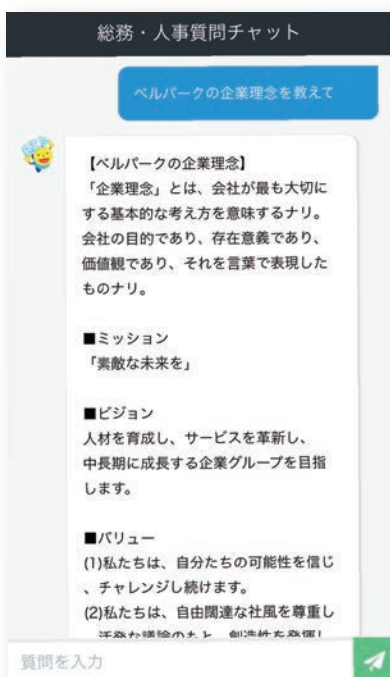
全国に278店舗(2017年12月時点)のキャリアショップを展開する株式会社ベルパーク(以下、ベルパーク)。ソフトバンクショップにおいては店舗数が業界No.1(運営店別)と業界内での地位を確実なものとしている。同社では昨年、「最新テクノロジー活用」という代表取締役 西川氏からのメッセージを受け、各部署でAIやRPAの導入検討を開始した。店舗型のビジネスを展開している同社では、全国のキャリアショップに在籍している社員からの問い合わせが後を絶たない。そこで、営業本部 営業推進部 営業企画グループ 課長 牛尾 圭佑氏(以下、牛尾氏)は、278店舗からの管理業務に関する問い合わせの多くを1つの管理部門で対応している現状を受け、AIチャットボットの導入が、「問い合わせる側」と「問い合わせに対応する側」の双方のニーズに応えられるツールではないかと考えた。

## 豊富な導入実績とIBM Watsonを採用している安心感で、hitTOを採用!

AIチャットボットの導入にあたり、「hitTO」を含めて4製品を比較検討したと同社 営業本部 営業推進部 営業企画グループ係長 井村 裕之氏(以下、井村氏)は話す。「月額数万円の安価なサービスも検討しましたが、導入実績がないなど少し信頼性に欠ける点が気になりました。

その中で、hitTOはAIエンジンにIBM Watsonを採用していた点、また2017年12月時点で既に多くの実績があった点も導入を決めた大きな理由です。また、ご提案いただく過程で、サービスのデモなども拝見して導入後の運用イメージも沸いたので、導入を決めました。」(井村氏)

## 管理部門と連携しQAデータを作成 その後にジェナの支援サービスを利用して学習データを構築



井村氏が主導となり、採用・総務・人事などの各グループの責任者と連携を取りながら、AIチャットボットの導入プロジェクトはスタート。AIに投入する元データ100件(質問と回答が1対1のQA)の作成に取り掛かった。勤怠、休暇申請、研修、福利厚生、名刺の発注方法など人事や総務関係の問い合わせを中心にQ&Aの整備を行った。AIに投入する元データが完成した後は、hitTOの「学習データ作成代行サービス」と「学習データ精度向上サービス」を利用し、内部検証と学習データのチューニングを繰り返し、ジェナの協力のもとAIチャットボットの立ち上げを行った。

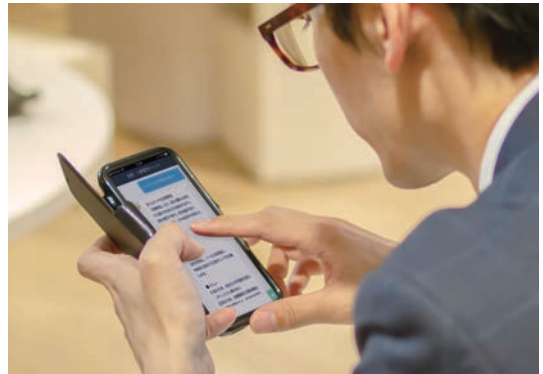


## 総務人事ボット「ベル助」のプロモーション効果で、社内の認知度を向上させ活用を促進

約3ヶ月間にわたる内部検証を経てAIチャットボットを1800人に全体公開した。公開直後の1週間で質問件数300件を記録。公開から2ヶ月半の時点で回答表示率77%、正答率87%と公開当初よりも数値は伸び、週平均の質問件数も100~200件と、着実にAIチャットボットは同社の中に浸透している。これほどまでに順調に社内に浸透した理由について、同社 営業本部 営業推進部 営業企画グループ係長 阿久津 孝尚氏（以下、阿久津氏）はこう振り返る。

「事前にジェナさんから、全社公開後は利用数が高くなるが、それを維持することが難しいと聞き、何か対策を打てないかと考え、アイコンキャラクターを作ることになりました。そして誕生したのが、ベルパークのオリジナルキャラクター「ベル助」です。キャラクターを作ること、問い合わせ対応に、親しみやユーモア要素をプラスできないかと考え、アイコンを「ベル助」に変更するだけでなく、回答内容の語尾に『口ぐせ』を統一して追加したり、一人称を工夫するなど、キャラクターの世界観を創りました。」（阿久津氏）

キャラクターを製作するだけに留まらず、「ベル助」を紹介するプロモーション動画やポスターの製作、さらには特別入社という設定で、新入社員として「ベル助」を営業推進部に配属して組織図にも明記するなど細部にまで拘り、AIチャットボット=「ベル助」として、社員に認知してもらえるように呼びかけた。



## 電話件数の削減よりも聞きたくても聞けなかったことが気軽に聞けるようになったことが最大の効果

AIチャットボット「ベル助」を全社に公開後、電話、メール、チャットなど既存の問い合わせツールからの人事部門への問い合わせは、日平均で数件~20件ほど減少している。その中で、牛尾氏は問い合わせ数の削減以外にもある効果に着目している。

「今回、hitTOを導入したことによる効果は、電話問い合わせの削減だけではなく、社員が今まで質問できなかったことが気軽に聞けるようになったことの方が、実は効果が大きいと感じています。月400~500件程度、人事に関する質問が「ベル助」に届きますが、こんなに聞きたいことがあるんだと、実態を把握できたことも大きな収穫でした。最初は電話の削減数だけに目が行きがちですが、社員が聞きたいことを気軽に質問できて、業務への理解が深まることは、会社全体の生産性を向上させる際にも非常に重要なポイントだと思います。」（牛尾氏）

hitTOの導入稟議を社内申請する際には、既存ツールへの問い合わせ件数の削減と、それに伴う人件費の削減を効果として想定していたという

牛尾氏。しかし実際に導入してみると、AIチャットボット導入のメリットはそれだけではなく、社員が「聞きたくても聞きづらい」ことに回答できる、潜在ニーズに応えられることが最大の効果だと実感しているという。

hitTO導入前は、評価制度や昇格、賞与の基準などに関して社員から人事部に問い合わせが入るケースはほとんど無かったという。ところが全社公開後、評価に関する質問が想像以上に多く寄せられた。評価について質問したいけれど、直接、人事部に質問するのは心理的ハードルが高く、確認しないままの状態になっていたのだろう。しかし、「ベル助」の登場により、評価基準や賞与のことも気兼ねなく質問することができ、社員の潜在ニーズに応えることができたというわけだ。

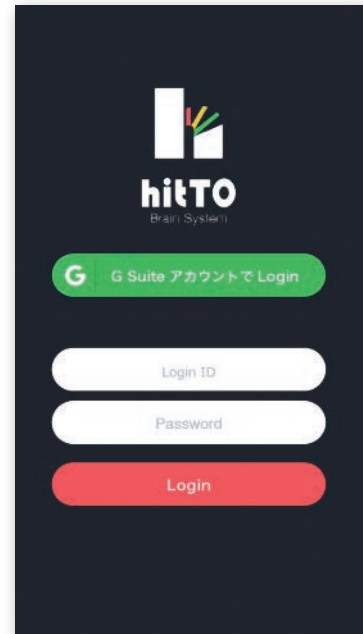
日々の学習データのメンテナンスは、井村氏が1日1回は管理画面を確認し、誤回答の質問履歴を正しい回答に紐づける作業を行なっている。さらに、最近は情報システム部とも連携し、PCやiPhoneについての基本的な問い合わせにも回答できるようにQAデータの拡充を実施した。

## hitTOとG Suiteを連携させ、 利用ログを業務分析や社員教育に活用していきたい

hitTOに新たに実装された「G Suite連携機能」を活用し、G Suiteのアカウント情報をhitTOの認証情報として利用することで、退職者を除き在籍している社員であれば自宅からでも利用可能なため、産休や育休で自宅にいる社員の疑問にも「ベル助」で対応することが可能だ。

「hitTOとG Suiteを連携して使うことで、質問内容だけでなくユーザー情報を自動で取得し、どの部署の誰がどんな質問をしたのかを特定できるので、採用・教育・戦略にも活用していけるのではないかと考えています。例えば、入社1年以内の社員からの質問内容を確認して、質問が多い内容については入社研修に追加する、または、部署や店舗毎に利用状況を比較して業務改善に繋げていくこともできると思います。」(牛尾氏)

AIチャットボットは一見、業務効率化に特化したサービスに見えるが、実際は利用者側の利便性向上や、生産性向上に向けたコミュニケーションを創造する効果もある。hitTOの導入により、新たな社内コミュニケーションの醸成に成功したベルパーク。今後も営業推進部が中心となり、総務・人事の管理部門や情報システム部のみならず営業部門も巻き込みながら、AIチャットボットの活用を加速し、会社全体の生産性向上を推進していく。



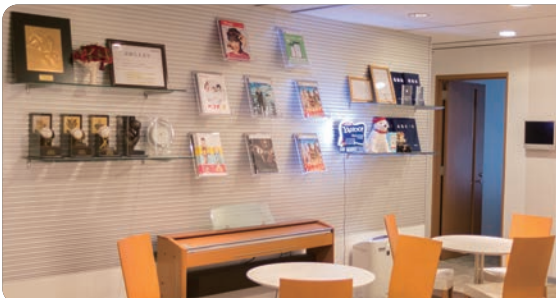
G Suite連携機能を利用した  
hitTOログイン画面

## ベルパーク様からジェナへのコメント

ジェナさんにはいつもタイムリーに対応してもらい助かっています。  
また、2018年7月に開催されたhitTOユーザー会にも参加させていただき、他のユーザー企業様とお互いの取り組み内容について会話させていただいたことが貴重な機会でした。  
また、ユーザー会でキャラクターを活用して社内活用を進めている事例をお聞きしたことがきっかけで、「ベル助」が誕生しました。次回のユーザー会にもぜひ参加したいと思っています。



写真左からベルパーク牛尾氏、井村氏、阿久津氏と  
hitTOカスタマーサクセス リーダー 東田



ご協力企業プロフィール

## 株式会社ベルパーク様

設立 1993年 2月 2日  
従業員数 1,854名(ベルパークグループ)  
事業内容 情報通信機器販売サービス事業

hitTOに関するお問い合わせ

 [info@jena.ne.jp](mailto:info@jena.ne.jp)

サービス開発・提供

 jena

株式会社ジェナ [www.jena.ne.jp](http://www.jena.ne.jp)

〒101-0031 東京都千代田区東神田3-1-2 3F TEL: 03-6858-3777