



2022 年 4 月 26 日

ソニーネットワークコミュニケーションズ株式会社

ソニーの予測分析ツール「Prediction One」、
AI 活用のユースケースが検索できる「Prediction One AI 事例ナビ」を公開
～予測分析に必要なデータ項目を掲載、AI 活用アイデアの発見と開発をサポート～

<https://predictionone.sony.biz/ainavi/>

ソニーネットワークコミュニケーションズ株式会社は、予測分析ツール「Prediction One(プレディクション ワン)」を用いた AI の活用方法の検索サイト「Prediction One AI 事例ナビ」を、本日 4 月 26 日に公開します。

本サイトでは、店舗の在庫管理やサービスの会員維持など、企業が抱えるビジネス課題に対し、AI を活用した解決へのアプローチとなる具体的な事例を紹介しています。「Prediction One」の導入を検討している企業や、すでに導入済の企業は、業界・職種別の 20 以上のユースケースから、予測分析を実行するために必要なデータ項目や、予測分析による成果などを参照できます。

この取り組みにより、課題解決に加えて AI 活用のアイデアを見つけることが可能になり、また、事例ナビに沿ってデータを揃えることで、より簡単に予測分析が実行できるようになります。

Prediction One AI事例ナビ

AIの導入事例を多数ご紹介しています。自社の課題に合う事例が見つかるはずですよ。ぜひご覧ください。

事例を検索する

代表的な事例



店舗の商品販売数予測

商品の販売数を予測して在庫をコントロールすることで、在庫切れや売り逃しを減らします



マーケティング

成約予測による有望顧客の絞り込み

算出された成約確率の高い顧客に対して営業を実施することで営業の効率化を図ります



製造・生産 運用・管理

機器の故障予測による故障の未然防止

機器の故障を予測することで、点検修理を事前に行って故障を防止します

「Prediction One」は、機械学習やプログラミングなどの専門知識がなくても数クリックの簡単な操作で予測分析ができるツールです。これまで一部の専門職に限られていた AI による予測分析を、一般ユーザーのパソコンからシンプルで直感的なインターフェースを通じて簡単に利用することができ、サービス開始以来、AI 活用の裾野を広げてきました。

一方で、ツールの導入にあたり、お客さまから以下のような声もいただいています。

- ・ AIをどういった領域に活用すればよいのかわからない
- ・ 自社が取り組みたい領域に対して、どのようなデータを揃えればよいのかわからない
- ・ 自社の業種・業界・職種に当てはまるAIのユースケースを知りたい
- ・ 他社がどのようにAIを活用しているのか知りたい

これらの課題やニーズに対し、ソニーグループ内で蓄積したユースケースや、「Prediction One」の導入支援において得られたナレッジを集約し、このたびのサイト公開に至りました。本サイトを通じて、ビジネスの現場に直結するテーマに沿ったノウハウを提供していきます。

「Prediction One AI 事例ナビ」概要

■主な特長:

・20を超えるユースケースを掲載（※随時拡充予定）

業種、業界問わず様々な事例を用意しています。

<例>

- ・ 店舗の商品売上予測による在庫管理
- ・ サブスクリプションサービスの解約率予測による退会抑止
- ・ コールセンターの入電数予測によるオペレーター人員配置
- ・ 成約予測による有望顧客の絞り込み
- ・ カレンダー情報を用いた来店数予測による在庫・発注管理

・予測分析の実現に必要なデータ項目、結果の活用方法を掲載

各ユースケースにおいて、「ビジネス課題」、「予測分析による解決」、「必要なデータ」、「予測の活用と想定される導入効果」の情報を揃えています。これにより、AI導入を検討されている方は、AI活用をスムーズに始めるための情報をまとめて分かりやすく得ることができます。

サービスの退会予測



顧客データから精度よく各顧客の退会確率を予測し
退会数を削減します

ビジネス課題

リブスク립ション（電簿割）サービスのビジネスでは、顧客のリブスクリプト率をいかに高めるかが重要で、退会が事前にわかれば、不満や心配ごとをフォローするなどの施策を行うことで、退会数の削減を図るとともにカスタマーエクスペリエンスの向上を期待できます。

しかし、顧客が数千人以上だと一人ひとりの退会しやすさを見極めるなど、人脈ではとてもできません。データを活用しても、50代男性が退会しやすいなど、分析担当者が判断できる大きな範囲にとどまっていた。その結果、退会予測が当たらなったり、継続的に実施できないなどの課題がありました。

予測分析による解決

予測分析を利用すると、顧客データや過去の退会実績から、自動的に各顧客が退会する確率を精度よく予測できます。たとえば、退会する可能性が高い顧客のリストを作成して、確率の高い順に退会を減らす施策を実施できます。

必要なデータ

各顧客の過去の退会実績や顧客に関する情報（属性や行動情報）のデータが必要です。たとえば、以下のようなデータが考えられます。

顧客ID	退会有無	顧客ランク	過去購入額	利用日数	前月のサイトアクセス
1234	あり	ゴールド	300円	345	あり
1235	なし	プラチナ	3,000円	414	あり
1236	なし	プラチナ	2,100円	90	なし
1237	あり	ブロンズ	0円	454	なし

顧客データと対応する過去の退会有無の実績データから、サービスの退会傾向を学習し、将来の退会を予測できます。

予測の活用と想定される導入効果

顧客それぞれに対して退会確率を予測します。予測確率の高い顧客に対して、不満や心配ごとをフォローするなどの施策を行い、退会数を削減できます。

「サービスの退会予測」についての画面

■対象・利用イメージ:

AI 導入を検討している導入推進者、AIによる事業変革を検討している DX 推進担当者

■提供開始 : 2022 年 4 月 26 日

※記載されている会社名および商品名、サービス名は各社の商標または登録商標です。

※記載の料金は全て税込み価格です。

※こちらに記載されている情報は、発表日現在のものです。検索日と情報が異なる可能性がございますので、あらかじめご了承ください。

以上