

ウェブインパクト、感情認識AI「Emoreader（エモリーダー）」を リリースした株式会社エモスタのSIパートナーとして業務提携

IBM Watsonのエコシステムパートナー※1でクラウドサービスプロバイダー（CSP）の株式会社ウェブインパクト（代表取締役：高柳寛樹／本社：東京都千代田区）は、ひとの表情から93%以上の精度で感情を認識し、複数人認識時には共感度を計測するAI、「Emoreader（特許出願中）以下：エモリーダー」を開発する株式会社エモスタ（代表取締役：小川修平／本社：東京都中央区）と、法人向けビジネスにおける非独占的なSIパートナーとして業務提携したことを報告いたします。

ひとの感情はひとの行動や考えに大きく影響を与えるものでありながら、これまで定量化が難しかった分野ですが、近年の機械学習や顔認識技術の進展により急速に研究が進んでおります。関連するテクノロジー市場は、2021年には5.4兆円市場※2になるとみられ、表情による測定技術はその重要な一角を占めます。「エモリーダー」は、β版の提供を2017年9月に開始して以降、商業施設、店舗、ヘルスケア、メーカーなど様々な業界からの問い合わせを頂いております。

ウェブインパクトは、法人向けサービスにおいての長い経験を活かし、上記業態をはじめとする感情認識技術の導入が進む業務シーンに合わせたカスタマイズやインテグレーション、システムの保守・管理業務をパートナーとして提供することになりました。また、ウェブインパクトが開発した10種類を超える法人向けクラウドサービスの導入先や潜在的なマーケットに対して「エモリーダー」及び、IBM Watson※3を組み合わせたソリューションを提案することで積極的に新たなAIテクノロジーを組み合わせたSIを提供することを目指します。

「エモリーダー」についての活用事例、ソリューション事例は、添付資料に掲載しておりますので、そちらをご覧ください。

※1 <https://www.softbank.jp/biz/watson/partner/list/> 参照

※2 <http://www.marketsandmarkets.com/PressReleases/affective-computing.asp> 参照

※3 <https://www.softbank.jp/biz/watson/outline/>参照

株式会社ウェブインパクト

1994年創業、20年以上の経験を持つ老舗インターネット企業。大手ポータルサイト等、極めて大規模でクリエイティブな開発を得意とする開発会社である一方、モバイルとウェブを用いた人材管理のクラウドサービス「EZ-Shift」や給与明細配信サービス「WEB給」をはじめ、主に法人向けのクラウドサービスを多数提供しているクラウドサービスプロバイダー（CSP）。働き方改革が求められる昨今、早い段階から「ノマド・ワーキング制度」を導入し新しいワークスタイルを積極的に取り入れ、各方面で話題となる。<https://www.webimpact.co.jp/>

株式会社エモスタ

2017年創業、臨床心理士でもあるアレクサンダー・クリーグ氏が自身のカウンセリングの質をあげることを目指して「エモリーダー」を開発。義兄で現CEOの小川修平がプロジェクトに加わりプロダクト化。複数人同時計測と共感度計測をすることでコミュニケーションにおける深いインサイトに迫ることを可能とした。同ソフトウェアの開発のほか、感情データの統計解析を用いたコンサルティング、感情データを活用したサービス、心理学コンテンツの開発を通じて人々が自分の価値観に沿った人生を歩む支援を行う。<http://www.emosta.com/>

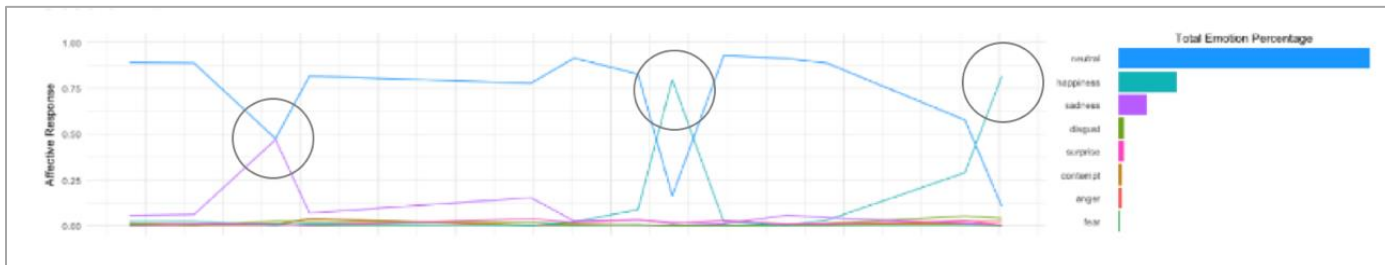
【本件に関する報道関係者からのお問い合わせ先】

株式会社ウェブインパクト	担当：ソリューション営業部 山崎 繁 info@webimact.co.jp
	ウェブからのお問い合わせ： https://www.webimpact.co.jp/pr_contact/
	電話：03-3526-6360（平日10時～19時）
株式会社エモスタ	担当：小川 修平 sogawa@emosta.jp

【添付資料】

「エモリーダー」の活用事例

感情認識技術により、コミュニケーションにかかわるあらゆる領域での定量化の促進及びそれに伴うサービスの改善が進むとみられています。例えば、お客様と営業社員との間の信頼関係構築は売買の成約に関わる重要なファクターですが、こういった場面でお客様が喜ばれているのか不満を持たれているのか、お客様に対して社員は適切な感情表現ができているのか、お互いに共感度の高いコミュニケーションが取れているか、などを定量的に把握することでこれまで属人性の高かった営業ノウハウを展開し全社的な営業力の底上げを図ることができます。



感情解析結果例：感情変化のポイントを直感的に把握。併せて記録される音声データと比較することで、どのような文脈で感情が表出したのかを解析することが可能。

ソリューション事例：生命保険業界での活用例

接客業の中でも、特にお客様と高いコミュニケーションスキルが求められる業界（生命保険や不動産の営業担当者など）では、一つ一つの商談において、お客様の心を掴み、信頼関係を築けるかが成約（契約）件数に大きく関係してきます。その為、営業研修ではよくビデオ撮影しながら商談のロールプレイングを実施し、撮影した内容をもとに、上司や同じ営業のメンバーからアドバイスをもらい、改善を行いながらスキルアップに努めるケースが多いです。しかし、上司や営業メンバーからのアドバイスは、個々のスキルや、過去の経験など勘に頼る主観的なものでしかありませんでした。

「エモリーダー」を用いることにより、お客様と営業担当者との商談状況をデータ化する事で、どんな言葉や状況でお客様の興味・関心を高められたのか、またコミュニケーションの問題点を定量的に判断することができ、過去の経験や勘にとらわれない、指導や顧客心理に合わせたスキルアップを実現することが可能です。

<人材育成の課題>

属人的なノウハウにとどまっている接客の改善

（接客時の表情、お客様の反応（表情）を踏まえた適切な対応）



<これまでの解決手段>

接客の場면을ビデオで録画し、ベテラン営業担当社員などから定性的なフィードバックを受けている。

こうした指導は、以下の問題点が懸念される。

- 主観的であり、納得感が薄い。
- 指摘されたポイントが実際改善されているのか自分ではわからない。（定量的なデータがないため）

<エモリーダーを活用した人材育成の手段>

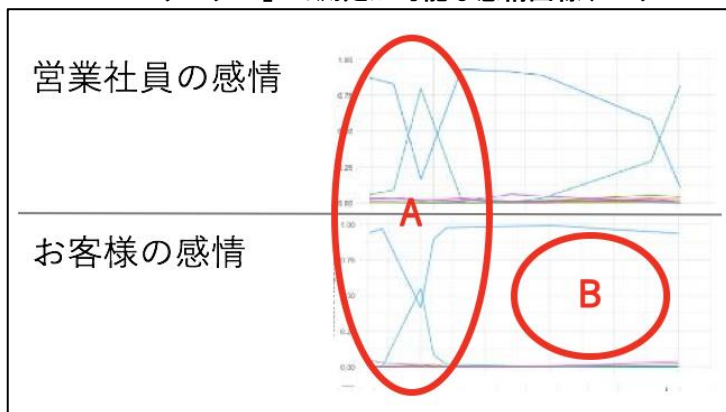
- 客観的なデータを用いて改善点を伝える。
- 指摘されたものが自らそれを改善できているか確認できる。(右図参照)



<改善点の提案>

- 「Aの場面、お客様の心情をうまく代弁できて共感状態になっていて、良い接客になっていますね。お客様のニーズをもっと引き出せる状態です。」
- 「Bの場面、お客様の表情が全く反応していませんね。おそらくこのトークは響いていないので、次回お会いするときこの時の話し方は別の言い方をしてみましょう」

「エモリーダー」で測定可能な感情曲線データ



「エモリーダー」の発展

エモリーダーの技術と、IBM Watson^{※3}の持つSpeech to Text(音声のテキスト情報への自動変換)技術を組み合わせることで、具体的に営業の現場でお客様に「刺さっている」言葉は何かといった深いインサイトが自動的に抽出することができるため、営業現場と本部との認識ギャップを埋め機動的な営業改善、プロダクト改善につなげる強力なソリューションを提供することが可能になります。

※3 <https://www.softbank.jp/biz/watson/outline/> 参照

「エモリーダー」開発者アレクサンダー・クリーグ氏のプロフィール

- 米/ミシガン州出身
- 米/ハワイ大学・臨床心理学博士課程(2018卒予定)
- フルブライト奨学金及び、皇太子明仁親王奨学金を活用した東京大学、一橋大学との共同リサーチプロジェクトに従事
- 国際学術誌に12論文掲載実績