

「管理大手、AI活用に本腰 月 3000 件返信自動化 機会損失を解消」



繁忙期から独自開発のAIサービスの運用をスタート。生成AIを基幹業務に組み込む「埋め込み型」AIを導入した。

26年1月末から、物件情報に関するメール問い合わせに対してAIによる自動回答を開始。試験的に人がAI作成の回答文面をチェックし、品質を維持しながら自動化を拡大する。2月以降には、フリーテキストの問い合わせに対応するチャットボットを運用を始める。

併せて内見日程調整の自動化も進める。メールやチャットボット経由の内見希望日を「LINE WORKS (ラインワークス)」を通じて現地管理人に自動で伝達する。

管理人の回答により即座に日程を確定させる仕組みを構築。コールセンターを介する調整業務を大幅に簡素化する。

AI導入の主な目的は、夜間や週末など、問い合わせ対応チームが稼働していない時間帯の「機会損失」を減らすことだ。

AIの自動対応によ

り、問い合わせが集中する夜間にも回答を送信できるようになった。特に日本語でのメール問い合わせは月間3000件に上り、この業務をほぼ自動化できる目標だ。

AI活用にあたっての強みは、20年から利用してきた顧客管理システムの「Salesforce (セールスフォース)」上に蓄積したデータ基盤だ。物件情報、顧客情報、FAQ、過去ログ、メールテンプレートといった全ての業務情報を一元管理する。AIには、アマゾンのAWSの生成AI「Claude Sonnet (クロードソネット) 4.5」を採用し、SalesforceとAPI連携する。

AI導入に際しては、メール対応チームのメンバーをプロジェクトの主要メンバーとして巻き込んだ。岩元龍彦社長は「AIが仕事を奪うのではなく、新たなミッションへの挑戦であると伝え、従業員の不安解消と主体的な参画を実現した」と語る。(河内)