



Case Study



アバナードが、Microsoft Power Platformと生成AIを用いた日清食品グループの対話型チャットアプリで、業務効率向上を支援

日清食品ホールディングス株式会社

「NISSIN AI-chatをはじめとする生成AIの活用により、営業担当者の年間の労働時間の約20%に相当する、年間400時間を削減できると見込んでいます」

日清食品ホールディングス株式会社
執行役員・CIO 成田 敏博氏

「Microsoft Power Platformを活用したスピーディな開発、短期間でのリリースが可能になったのは、的確でスピーディなアバナードのサポートのおかげです」

日清食品ホールディングス株式会社
デジタル化推進室 武田 弘晃氏

「情報漏えいやコンプライアンスのリスクといった懸念点について、Azure OpenAIの仕様をマイクロソフトにご説明いただき、安心・安全に利用できるよう支援していただきました」

日清食品ホールディングス株式会社
情報企画部 松下 貴範氏

マイクロソフトと協業し「Microsoft Power Platform」を活用することで、構想からリリースまで約3週間の高速開発を支援

【背景】

日清食品グループは、中長期成長戦略において「NBX（NISSIN Business Transformation）」を全社活動テーマとして掲げ、純粋なデジタル化に留まらないビジネスモデル自体の変革を目指した取り組みを進めています。同社執行役員・CIO成田敏博氏は「グループ全体で革新的なデジタル技術をいち早く取り込み、業務改革に取り組んでいる」と説明します。「経営トップ自らが新しい技術を取り入れ、これまでの働き方を変えてグローバルカンパニーへと飛躍することを方向性として示しており、IT部門は社員に対して生産性を高める環境を整備することが重要なテーマ」ということです。

こうした中で、生成AIの「GPT-4」がリリースされ「これまでも生成AIについては社員の生産性向上に寄与する可能性を感じていたものの、実際にGPT-4を触ってみて、これまでにない非連続的な技術の進展を感じた」と成田氏は述べます。

早速、CEOにその旨を進言すると、CEOはわずか2日後の入社式の挨拶で、GPT-4で生成したメッセージを紹介しながら、「新しい技術を積極的に取り入れ、多くの学びを得てほしい」と新入社員に語りかけたということです。

成田氏は「社内で1日も早くChatGPTなどの生成AIを使える環境を提供し、社員自身がその有用性を検討できる環境を提供すべきと考え、その日のうちに関係者に相談し、生成AIを活用した社員の働き方変革、生産性向上の取り組みについて検討を開始した」と話しました。

検討の結果、まず社内展開については「マイクロソフトのAzure OpenAIを用いた自社独自のチャットシステムを開発する」（成田氏）こととなりました。そして、フロントのユーザーインターフェース（以下、UI）開発について成田氏は「Power Platformを用いたローコードによるアプリケーション開発とし、その実装についてアバナードに意見を求めることにした。日清食品グループではPower Platformを用いて業務アプリケーションを構築していたため、自社開発のチャットアプリをローコードで構築するにはどうしたらよいか、実装方法等についてアバナードからアドバイスして頂いた」と説明しました。

【ソリューション】

アバナードの支援内容は、生成AI（初期リリース時はGPT-3.5、のちにGPT-4に変更）を用いた、Power Appsによるチャットアプリの開発の支援でした。アバナード Power Platformソリューションアーキテクト/Microsoft MVP篠原 敬志は「Azure Cognitive Searchを使って、社内情報をインデックス化する仕組みだ」とした上で「日清食品グループが重要視していたのがUIの部分。ユーザー社員が使いやすいUIを実装するにはどうしたらよいかについて質問をいただき、サポートした」と説明しました。

日清食品ホールディングス デジタル化推進室 武田 弘晃氏は「4月3日の入社式後、1週間半かけてシステム構成を検討し、ローコードで高速開発が可能なPower Appsを用いることに決めた」と話し「サービスに対してどうアクセスをし、どういう結果を得るか、ローコードでの開発についてアバナードの支援を受けながら、数日でプロトタイプを完成させ、4月14日にCEOへ報告した」と、スピーディな開発だったことを明かしました。

一方、マイクロソフトの支援について同社 情報企画部 松下 貴範氏は「入力した情報がAzure Open AIの学習データに利用されてしまうことを懸念していたが、Azure Open AIの仕様を詳しく説明していただくことで、そのような心配は必要ないと理解できた。」と話しました。

この点について、日本マイクロソフト株式会社クラウド & AIソリューション事業本部 データ & AIスペシャリスト 宮川 優一氏は「日清食品グループ側で論点を細かくまとめいただき、システムで制御すべき領域と運用や教育でカバーする領域についてどういうやり方があるか、対策を提案した」と説明しました。

また、Power Platformを活用したアプリケーション開発を決断したポイントについて、武田氏は「ローコードでの開発は社内にナレッジが蓄積されていることとAzure Open AIとの連携性」の2点を挙げました。

「同じマイクロソフトの製品同士でスムーズな連携が可

能で、フロント側の画面は数ステップ書くだけで各サービスと連携させることができる点は、大きな魅力だった」と武田氏は述べ「Power Appsはグラフィカルユーザー インターフェイス（GUI）ベースで操作性がよく、洗練されたUIの画面ができる。この点は一番の決め手だった」と話しました。

【成果】

4月25日に公開された「NISSIN AI-chat」は、日清食品ホールディングスが独自開発した対話型AIチャットアプリです。日清食品グループの約4,000ユーザーが利用可能な状態にあり、主なユースケースとして、松下氏は「文章要約や英文翻訳の他に、セールス部門における商談のロールプレイや提案活動のアイデア出しなど、社歴の浅い社員からベテラン社員まで、スキル、ノウハウの標準化、平準化に寄与しはじめています」と話しました。

また、社員のリテラシー面については「対話型AIから得られた情報の二次利用に関するリスクを、チキンラーメンのキャラクター『ひよこちゃん』を活用して啓発している」ということです。

リリース後の効果について、松下氏は「情報収集の仕方が変わりつつある」点を挙げます。「現場の声で象徴的だったのが、これまでの情報収集はWeb検索が一般的でしたが、AI-chatにまず質問し、その内容を裏付けるためにWeb検索するといった使われ方が広がっている」と松下氏は述べました。今後も新たなユースケースを模索していきたいということです。

また、定量面で想定される効果について、成田氏は「まずは営業担当者、営業領域での活用を重点的に取り組んでいるところ」とした上で「営業で想定される約30の業務にAI-chatなどの生成AIをフル活用した場合、営業担当者一人あたり、年間400時間の労働時間を削減できると見込んでいる」と話しました。これは、営業担当者の年間労働時間の約20%に相当するとのこと。

アバナードの支援のメリットについて、武田氏は「Power Platformを活用した開発が決まり、スピーディなリリースが可能になったのはアバナードの支援のおかげ」とし「特に、技術的な質問に対して当日中に的確な返答をいただけたことで、高速な開発のサイクルを実現できた」と話しました。

また、リリース直前には「Power PlatformとAzure OpenAIの接続」に関する不明な挙動が明らかになることがあったものの、日本マイクロソフト株式会社 ビジネスアプリケーション統括本部 Technical Specialist 望月 由登 氏の手厚いサポートにより、問題を解消し予定通りリリースを行うことができた」ということです。

今後の展開について、武田氏は「いくつかの機能リリースを考えている」とし「大きなものでは、インターネット情報を参照できるようにする機能がリリース予定だ*」と話しました。その他にも「AIから望ましい出力を得るための質問（プロンプト）の入力をより簡単にできるようにする機能や、社内情報を参照する機能、Microsoft TeamsでのWeb会議の議事録の自動要約機能などをリリースしていきたい」と武田氏は話しました。

松下氏は、社内DXに課題を感じている企業に向け「テクノロジーに関する情報をキャッチしたら、スモールス

タートでよいので、まずはプロトタイプを作り、業務への適用可能性を並行して検証することが有効ではないか」とし「システムと業務が両輪で取り組みを進めることがDXにつながっていくと考える」と述べました。

そして成田氏は、これからの取り組みでアバナードやマイクロソフトに期待することとして「NISSIN AI-chatはリリースして終わりではなく、継続的に取り組む必要がある」とした上で「テクノロジーが日々進化する中で、弊社だけで変革の取り組みを進めることは難しく、今回の取り組みを一段、二段と進化させていくためにも、両社には継続的な支援をお願いしたい」と話しました。

最後に、今回のプロジェクトが稀に見る短期間で実現できた要因を武田氏は「経営トップが生成AIという新しい技術の有用性に高い関心を寄せ、この技術によって自分たちの業務のあり方が大きく変わる可能性を感じていたこと。そして積極的に活用していくべきという強い意思を社内に投げかけていたこと」を挙げました。導入にあたって「考えられるリスクについては関係部門と協議し、対策を講じたが、あらゆる状況・条件を検討してからというのではなく、とにかくできるだけ早い段階で、できることを進めていく決断をしたこと」と日清食品グループの挑戦を奨励する企業風土によるものだったことを述べました。

(2023年7月7日インタビュー)

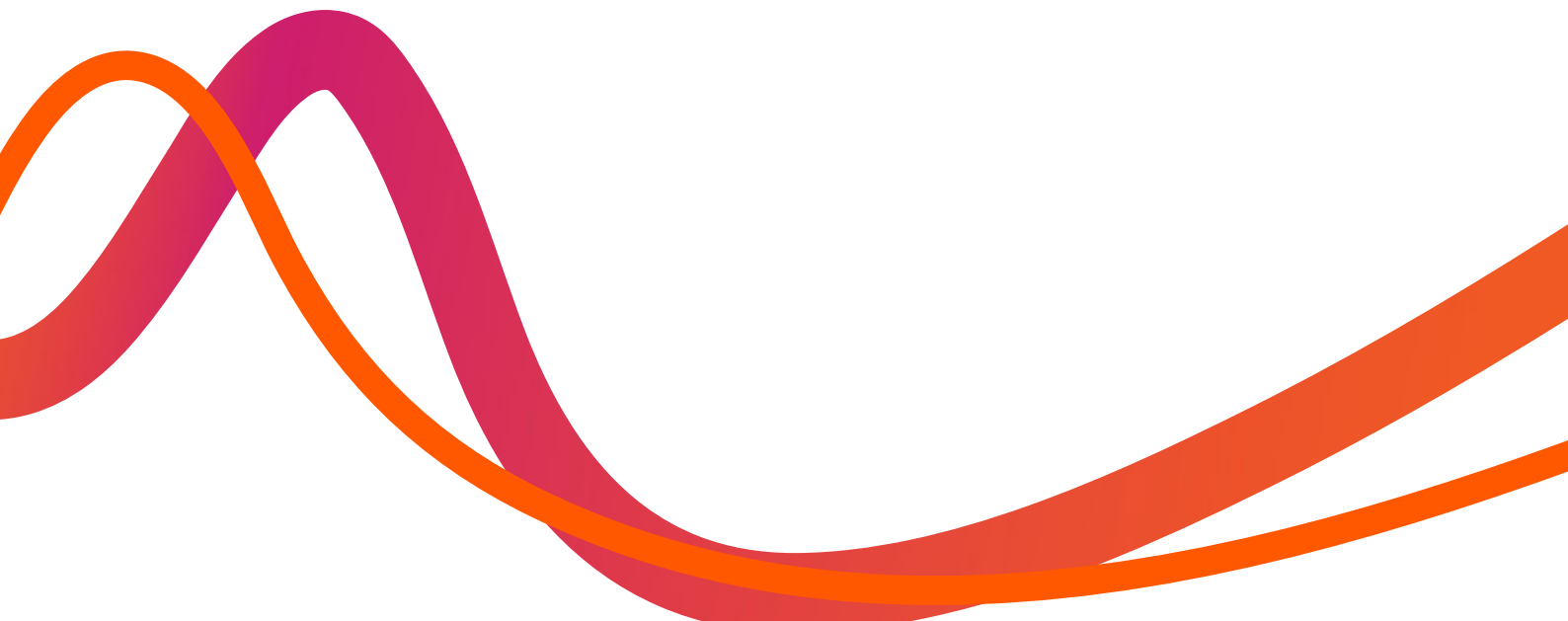
*取材当時。2023年7月10日リリース済み

日清食品ホールディングス株式会社

日清食品グループは、1958年に発明した世界初の即席麺「チキンラーメン」を幕開けに、食の可能性を追求することで成長を続けてきた総合食品グループです。ビジョンとして掲げた「EARTH FOOD CREATOR」には、単に「地球食を創造する人」という意味だけではなく、「生物の根本である食を造り、世のためにつくす」といった大きな願いを込めています。

ウェブサイト：<http://nissin.com>

*記載されている会社名および製品名は、一般に各社の商標または登録商標です。



アバナード株式会社

〒106-6009 東京都港区六本木1-6-1 泉ガーデンタワー

電話番号：03-6234-0150

ウェブサイト：<https://www.avanade.com/ja-jp>

【アバナードについて】

アバナードは、マイクロソフトのエコシステムにおいて、革新的なデジタル、クラウド、アドバイザリーサービス、各業界向けソリューション、デザイン主導のエクスペリエンスを提供するリーディングプロバイダーです。26カ国、60,000人のプロフェッショナルなスタッフが、顧客、その従業員、またそのお客様に、素晴らしい体験・影響という“真のヒューマンインパクト”を日々もたらしています。

アバナードは、親会社のアクセンチュアと共に、マイクロソフトのGlobal SI Partner of the Yearを他社よりも多く受賞しています。また、最も多くのマイクロソフト認定資格（60,000以上）と18のゴールドレベルのマイクロソフト技能を持ち、企業の成長と困難な課題の解決を支援する稀有な企業です。私たちは従業員を第一に考え、誰もが自分らしさを発揮できるインクルーシブな職場環境の提供に尽力しています。また、責任ある企業として持続可能な世界を構築し、恵まれない環境にある可能性を持った若者の支援もしています。

アクセンチュアが筆頭株主であり、2000年にアクセンチュアとマイクロソフトによって設立されました。



Do what matters