トレジャーデータ

事例：ヤンマーホールディングス



現場の暗黙知を企業のデータ資産へ

営業現場や工場での音声データをAIと組み合わせて企業価値創出を図る



ヤンマーホールディングス
常務取締役 経営戦略・技術・DX担当
奥山博史氏

トレジャーデータ
社長執行役員
三浦 喬氏

ヤンマーホールディングス（以下、ヤンマーHD）は2026年、トレジャーデータの「Treasure AI Voice」と「CDP（カスタマーデータプラットフォーム）」を導入し現場での活用を始めた。営業現場や工場で収集した音声データをAIで分析し、新たな価値創造につなげようとしている。ヤンマーHDのデジタル戦略を統括する常務取締役の奥山博史氏と、同社の取り組みを支援するトレジャーデータ社長執行役員の三浦喬氏にAI時代の競争力強化の形を聞いた。

改善サイクルを高速で回してビジネス価値を創出する

――まず、ヤンマーHDとトレジャーデータ、それぞれのパーパスやミッションについて伺います。

奥山　当社は2025年、15年ぶりに理念体系を改めました。パーパスは「A SUSTAINABLE FUTURE――テクノロジーで、新しい豊かさへ。――」。人と自然のサステナビリティをトレードオフにするのではなく、技術によって両立させることを目指します。

三浦　トレジャーデータは世界中の企業にデータプラットフォームを提供しており、約30億人のデータを管理しています。ミッションは「人びとの生活を豊かにするために、インテリジェントなデータ基盤をつくること」。データを守るのは当然ですが、データを攻めの戦略に活用しやすい状態をつくる。その代表的な存在がヤンマーHDです。

――ヤンマーHDのDX戦略の考え方を教えてください。

奥山　「データ収集→意思決定→アクション→課題設定（改善策の策定）」、そしてデータ収集に戻る、AI活用サイクルを私たちは「ぐるぐるモデル」と呼んでいます。デジタルによって、その回転を高速化できます。デジタルは単なるペーパーレスではなく、モデル高速化の必須要素なのです。

――ヤンマーHDがトレジャーデータの「Treasure AI Voice」とCDPを導入した背景をお聞かせください。

奥山　営業担当者が聞くお客様の声には、ビジネスのヒントが多く含まれていますが、データとして収集されるのは一部です。お客様をより深く知るために、録音の承諾を得たうえで、会話をできるだけ自然な形で音声データとして収集し、AIで活用できる状態にしたいと考えました。些細な話も漏らさず拾ってぐるぐるモデルに投入するため、トレジャーデータのソリューションを採用しました。音声を文字に起こすだけではなく、誰が話したのかを分け、顧客や製品に関する既存データと結びつけて分析できれば、営業担当者の主観や記憶だけに依存しない顧客理解につながります。

三浦　生成AIは公開データを幅広く学習しているため、汎用的なAIを使うだけでは差別化は困難です。ネット上に公開されていない音声などの情報をデータ化し、AIのプロセスを経て活用する。それは競争力を強化するうえで重要なアプローチです。

――スマホベースのアプリもある中で、専用デバイスのソリューションを選んだポイントは何だったのでしょうか。

奥山　農家などのお客様との会話の邪魔にならない小さなデバイス、誰が話したのかを正しく聞き分けて文字化する話者分離の精度、工場など周囲の音が大きい環境にも対応できること、自動でデータ基盤に格納できることの大きく4点です。他の候補も試したうえで、トレジャーデータがベストと判断しました。2026年春から試し始め、現在は一部事業部門で先行的に活用しています。

現場の暗黙知を形式知化しAIを活用して競争力強化

――音声データを企業が活用する際の注意点についてお聞きします。

三浦　一般的なコンシューマー向け製品をビジネス利用しているケースが散見されますが、コンプライアンス上の課題があります。また、AIその他のシステムで分析するためには、データ品質の高さは前提条件となります。これらの観点で、Treasure AI Voiceはエンタープライズ要件を高いレベルで満たすソリューションです。業界トップクラスの文字起こしの精度を誇り、それが高品質なAIアウトプットにつながります。

――音声データの活用により、ヤンマーHDはどのような価値創造を目指していますか。

奥山　当社の海外売上比率は約6割です。世界中、そして各地域のお客様像を包括的に把握することで、既存製品の改善、新製品開発などに活用することができます。新たな事業創出にもつながるでしょう。また、工場などでの技能継承、技能向上も大きなテーマです。熟練者の会話をデータ化し、暗黙知を形式知化することで、若手の習熟期間短縮などが期待できます。

三浦　たとえば、営業担当者が自分のプレゼンとトップパフォーマーのそれを比べて、具体的な違いがわかれば次回のプレゼンを改善できます。AIは「あなたはこのポイントを省きがちです」などとアドバイスをしてくれるでしょう。

――今後、AIを活用して企業をどのように変革しようとお考えですか。

奥山　それぞれの部門に、デジタルの得意な社員がいます。企業としてのガバナンス指針を明確に示し、必要なツールを提供することで、彼ら彼女らの動きが活性化するでしょう。同僚も喜ぶような便利ツールをつくれば職場のヒーローになれますし、周囲にも好影響を与えます。AIで、現場の生産性だけでなく自律性が向上する。それは新たな製品や事業の創出、企業価値向上の土壌になるはずです。

三浦　日本企業の現場は、長年にわたって膨大な暗黙知を積み上げてきました。これをデータ化しAIとうまく組み合わせれば、競争優位を構築できます。その意味で、現在は日本企業にとってのチャンスなのです。当社は現在、音声だけでなく動画なども学習できるマルチモーダルなAIソリューションも開発中です。こうした取り組みを加速させつつ、日本企業の競争力強化に貢献したい。Treasure AI Voiceは、その最初の接点として、現場の声を企業の価値創出につなぐ役割を担います。フィードバックする。一連のプロセスは自動で行われます。

問い合わせ先　トレジャーデータ株式会社
〒106-0041 東京都港区麻布台1-3-1 麻布台ヒルズ森JPタワー27F
https://www.treasure.ai/ja/