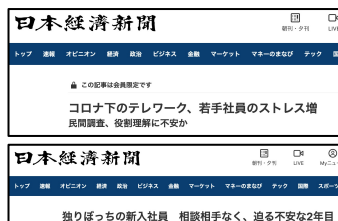


広告主名	青山商事（洋服の青山）	期間	2021年7月16日 ～ 2022年3月31日
施策名	コロナ禍の孤独を聞き、若手社員との絆を作る 日本初のスナックママAIチャットボット「よしこ」	地域	全国

1. 施策の狙い

- コロナ禍、リモートワークの導入、飲み会の禁止、自粛などを背景に、若手社員は孤独感を感じ、大きなストレスを溜めていた。



- そこで、ビジネスパーソン向けのスーツを販売する洋服の青山は、

ビジネスターゲットである若手社員の悩みを聞き、ブランドとの絆をつくろうと考えた

2. アプローチ手法

- ①自粛下、誰でもどこからでもアクセスできるよう、WEBサイトをベースに。

- ②相談したくなるように、『聞き上手』なサービスであること

- ①②から、

- AIを使ったチャットボットサービス（単語を検索して会話するサービス）をベースにして、

**スナックママの聞き上手技術を分析して導入した
日本初のスナックママAIチャットボットサービス『よしこ』**

をローンチ。



- 日本一のスナック街と言われる宮崎県ニシタチのスナックママたちに50時間インタビュー。聞き上手技術を分析した。

- サイトで公開。無料で24時間相談可能

3. イノベティブなポイント

- 通常だと誰も相談しない
単なるチャットボットに

『聞き上手技術』
『日本初のスナックママ型』

という2つの要素を入れることで
新しいものにした。

- 通常のチャットボット以上に
相談ができるようにしたことで
100以上の悩みに対するママたちの
回答を設定。

- 多くの番組や記事に露出。
それにより、多くの人に知ってもらい
11万件の相談を受けることができた。

①課題

- 2021年4月。コロナの感染爆発と自粛でリモートワークが加速。
若手社員に孤独と不安が蓄積していた。



②戦略アイデア（コア・アイデア）

目的:スーツのターゲットである若手ビジネスパーソンの悩みを聞いて解消することでターゲットと『洋服の青山』の距離を縮めていくこと。

戦略:全国の若者の悩みを聞くべく、WEBサイト上にAIチャットボットサービスを開設する。

※チャットボット:入力した単語に反応して答えを出していく応答型サービス

③具体的な実施内容（クリエイティブアイデア・エグゼキューション）

- より相談をしたくなるように聞き上手技術を分析し、チャットボットに導入。
- ▷ 50時間のインタビューからスナックママの聞き上手技術を分析・導入した日本初のスナックママAIチャットボット『よしこ』をローンチ(サイト)



- 日本一のスナック街と言われる宮崎県ニシタチのスナックママたちに協力してもらい50時間インタビュー。聞き上手技術や、悩みへの声のかけ方を分析。
- ①複数のジャンルの悩みを選択肢で選ぶ ②自由回答で単語を拾う の2種類で100以上の悩みに『よしこ』が答えてくれる。

④広告効果

- PR記事露出:年間50以上(TV番組も多数)
- SNS投稿も多く、トレンド入り。



- ローンチから8ヶ月で11万件もの相談が寄せられた。

“日本初”のお悩み相談AIチャットボット スナックママ「よしこ」累計11万件のお悩み相談突破！

- 相談内容を分析し、コロナ禍の若手社員の悩みとしてPRリリース。店舗にも展開し、接客にも活用。

