

急激に変化するデジタル革命時代をリードする



デジタル破壊が加速化する、デザインを活用したビジネスの再定義

テクノロジーは、ほぼあらゆる産業に影響を及ぼしています。ビジネス・プロセス・アウトソーシング (BPO) とシェアード・サービス市場も例外ではありません。顧客の目標や期待も様変わりし、これまでの何十年かに見られたものとは大きく異なっています。たとえば、安価な労働力によるコストの削減や、スキル・効率性の確保は、BPO やシェアード・サービスを実装する唯一の動機ではなくなっています。コスト削減とデリバリー・エクセレンスは今でも重要視されていますが、BPO の顧客がサービス・プロバイダーに期待しているのは、バックオフィス業務をグローバルにデジタル化し、再構築して、新しい次元のサービスとユーザー体験を提供できるように、イノベーションを支援することです。また、短時間で実装できて使いやすいソリューションも優先されており、さらにはリスクが少なく目に見える結果が保証されていることを求めています。設備投資の削減も忘れてはいけません。

足並みを揃え、競合他社をしのごためにビジネス・モデルが変化するにつれ、バックオフィス機能に対して、新しい経営手法に対応できる俊敏性を求める要請が強くなっています。オートメーション、ロボティクス、コグニティブの最新機能を活用するために、組織は対象となる経営モデルをどう変えなければならないのかを次々と再評価しています。バックオフィスのプロセスを集約し、プロセス共通化とデータ標準化を推し進めている俊敏な組織は、そうしてこなかった組織より迅速にこうした新しいテクノロジーを活用できます。ロボットをどこでどのように利用するのか、どうすれば最適にクラウドを導入できるのか、高度な分析機能によっていかに質の良いインサイトを得られるのか、そしていかに素早く成果を得られるかなどが問われています。

これから先、どんな世界が待っているのでしょうか。IDC によると、2018 年までには全消費者の半分がコグニティブ・コンピューティングに基づくサービスを定期的に利用するようになると推測されています¹。また、IBM の Global C-suite Study 最新レポートによると、回答者の大多数が、爆発的に増え続ける量のデータから得られる新しいレベルのパーソナライゼーションとインサイトへの橋渡しとして、コグニティブ・テクノロジーがすぐそこまで来ていると考えています²。

IBM は、分析およびコグニティブ・テクノロジーを活用したデジタル変革からなるコグニティブ BPO を実現し、新たな可能性とエンドツーエンドでの成果を生み出す事が出来ると考えています。これには、次のような点を達成できるサービス・プロバイダーが必要です。

- 設計、導入、および運用の各分野における豊富な経験、能力、スキルを伴ったデザイン主導で協調的なアプローチ
- コアとなるソリューションや事業部門偏重を超えた革新的なビジネス・モデルと、業績に関する広い洞察
- 運用効率やコスト効率を損ねない、素晴らしいユーザー体験

「テクノロジーは、私たちのビジネス・モデルを変えるでしょう。製品からトータル・ソリューションへの移行に伴って、バリュー・チェーンに利益のシフトが見られるでしょう」

— オランダ、CEO³

お客様のビジネス変革をサポートする IBM の 3 段階アプローチ

顧客とともに有意義なコラボレーションを推し進め、新しい可能性と成果を生み出すソリューションを共同で定義・実装するために、IBM は次の点に焦点を当てています。

豊富で多様な人材とスキル・ベースを通じて、迅速なインサイトとソリューションの価値を実現:	デザイン思考の原則に基づき、ロボティクス、コグニティブ・システム、およびアジリティーを通じてワークフローを再検討	ほぼ即時に価値を実現する迅速かつ構成可能なソリューションを提供:
<p>IBM は、業種別かつ規模に応じたコンサルティングから運用までのサービスを提供できます。そのため、運用とイノベーションの強力な機能によって戦略立案からコンサルティング、デリバリーまでを一貫してサポートします。</p> <ul style="list-style-type: none"> 人材を再教育して技能を向上させ、顧客とチームを組んで貴重なリソースを適宜利用できるようにしています。 IBM Global Business Services® と、IBM の BPO 部門である IBM Business Process Services (旧称 IBM Global Process Services) のコンサルティング機能を組み合わせて、双方のスキルを併せ持ったサービスと高度なデジタル・テクノロジーを統合します。 	<p>お客様のビジネス・プロセスを再構築し、フロントオフィスからバックオフィス業務まで、最新の方法で全社的なソリューションと結果を提供するために、IBM は自社のテクノロジー・スタックをクラウド、分析、モバイル、ソーシャル、セキュリティ、予測分析、コグニティブ・コンピューティングの各分野に組み込んでいます。</p> <ul style="list-style-type: none"> IBM は、IBM Design for Business Process Outcomes を活用した、全社統一のデジタルオペレーティングモデルを採用しています (図 1 を参照)。それによって、個々に差別化された体験と成果、使用可能なプロセス、およびシェアード・サービスの迅速な導入を実現すべく設計されたインテリジェント・オートメーションが提供するテクノロジー活用之道が開かれます。 	<p>IBM は、ビジネス・プロセス・アズ・ア・サービス (BPaaS) 製品の成長を加速するために、クラウド・ビジネス・ソリューション・ユニットと統合して、シームレスな相互機能モデルをサポートしてきました。その結果、ユーザーにとって使いやすいモジュール型のソリューションが実現し、移行も短時間で済むようになりました。お客様はそのソリューションをほぼそのまま業務に組み込むことができるため、従来より迅速に成果を得ることができます。</p> <ul style="list-style-type: none"> IBM は、ロボティック・プロセス・オートメーション (RPA)、マネージド・マーケティング・サービス、「サービスとして」のデータおよび分析など、マルチテナントのプロセス基盤を実装しています。

● 立ち上げ ● 設計 ● プロトタイプ ● デリバリーと反復

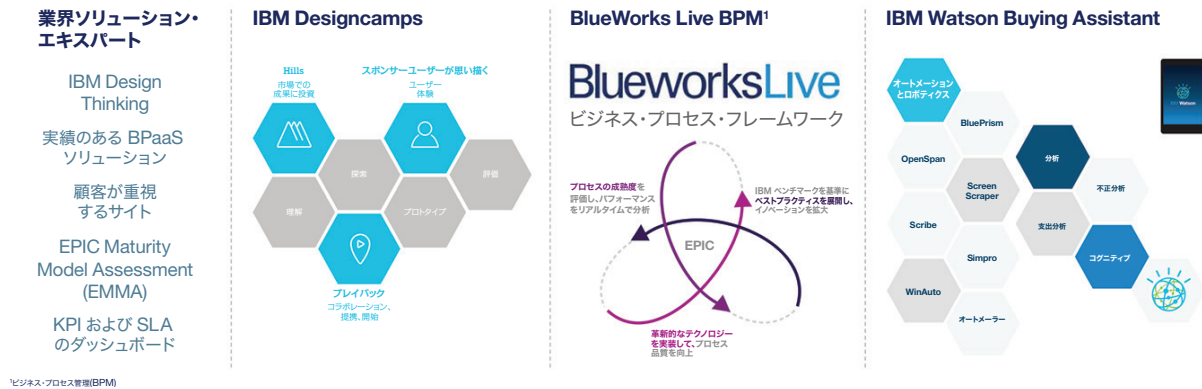


図 1. 全社共通のデジタルオペレーティングモデルが支えるビジネス・プロセスの成果のための協業的なデザイン

包括的なソリューションを得るためにデザイン思考を採用、改革、統合

デザイン思考とは、エンジニアリング、アーキテクチャー、ビジネスなどの業種に起源する、実践的かつ創造的なユーザー中心の問題解決手法ですが、目新しいものではありません。IBM が数年前にデザイン思考を採用した頃は、複雑で多面的なグローバル企業の俊敏性と連携を強化し、さらに創造性あふれるデザイン指向のビジネス・モデルの実現を目的としていました。デザイン過程の中心にユーザーを置くことで、会社全体の文化に変化がもたらされ、ビジネス・プロセスの成果に対する考え方も変わりました。

そうした過程で生まれたのが、IBM Design Thinking。IBM が 5 年間取り組んできた全社的な文化と競争力の源泉となっています。IBM Design Thinking は、共同作業のあり方を一変し、顧客を引き込んで、差別化されたソリューションを市場に送り出しました。最初の 2 年間、IBM はデザイン思考を再構想するために独自のテクノロジー、製品、人材、およびプロセスに集中しました。事業部門や職種ごとに分かれていた複雑なグローバル環境全体を最適化するためです。

現在、IBM Design Thinking は IBM のグローバルな取り組みとなっています。しかも、IBM Design Studios での顧客とのやり取りによって加速しており、ブレインストーミング、集中個別セッション、迅速な概念化、コラボレーションが活発になる環境が実現しています。テキサス州オースチンにあるメインのスタジオに加え、今では全世界で 20 カ所以上で IBM Design Studios が展開されています。IBM は今後も、お客様が望む成果の達成を支える貴重な可能性を発展させ、繰り返し適用していきます。

BPO ビジネスの DNA に IBM Design Thinking を注ぎ込みながら、IBM はデザイン思考のワークショップを通じてハンズオン・トレーニングを実施してきました。その対象は、IBM のコア・ソリューション・アーキテクト、セールスおよびアカウント・マネージメント・リーダー、デリバリー担当者など、全世界で約 5,700 人にも及びます。2015 年の終わりまでには、IBM Business Process Services チームのほぼ 100% が、IBM Design Thinking の基本的な知識を身につけています。

IBM は、デザイン思考のワークショップを顧客に提供するときも、共同的人間中心のアプローチを崩しませんでした。また、問題を定義して革新的なソリューションを見つけ出せる、反復可能で成果ベース、ユーザー中心の手法も維持しています。ビジュアル・デザインやユーザー・インターフェースのようにタスク指向の限られた発想を超えて、IBM はプロセスが実際にどう機能するのか、それに接したときユーザーがどう感じるかに注目しています。そこから、より優れた、より際立つユーザー体験が実現するのです。そして、IBM Design Thinking 以外にも、IBM には以下のようなテクノロジーの蓄積があります。

- 業界別、開発済みのビジネス・プロセス・アズ・ア・サービス (BPaaS) および分析ソリューション
- 再利用可能なロボットを備えたオートメーション・ファクトリー
- 自業界と IBM ビジネス・パートナーの提携を通じて IBM が利用できる各機能
- IBM Research の知的財産
- 新しく登場したコグニティブ・ソリューション
- IBM Enterprise Process Innovation Continuum (EPIC) の Maturity Model Assessment (EMMA) など、顧客がクラス最高レベルの標準に照らして測定できる独自の評価と、主要パフォーマンス指標 (KPI) およびサービス品質保証制度 (SLA) のダッシュボード

次に示すのは、産業部門のある企業が IBM Design Thinking をオートメーションに応用した例です。この企業は、調達プロセスに問題を抱えており、コストとリスクを削減しながらコンプライアンスを強化する必要に迫られていました。当初は、ベンダー・リストの自動化が提案されましたが、デザイン思考のワークショップ中に主な担当者と話し合った結果、それでは戦術上のポイント・ソリューションにすぎないことが明らかになります。コストも手間も増やさずにコンプライアンスに対応するという大目標を考えると、ベンダー・リストをシステムに用意し、モバイル・デバイスを介してそれにアクセスできるようにタスクを自動化する事で、より高付加価値かつコンプライアンスの要求を満たすソリューションを実現可能となります。リス

トの自動化だけではなく、IBM のソリューション (IBM Watson™ Buying Assistant も導入) では一貫したプロセスと目指すべき成果までを考慮しました。それによって、この企業はフロントエンドでもバックエンドでもメリットが増え、エラーも作業時間も減少し、後続工程でのコストと課題も回避されました。このように、IBM が成果を重視した結果、プロセスが自動化されただけでなく、分析機能、学習機能、迅速に拡張できるクラウドの機能まで取り込んだインテリジェントなプロセスが完成したのです。

IBM Watson Buying Assistant は、IBM が開発しているプロトタイプの一例です。エンド・ユーザーの調達に関するニーズを調べ、以前の購買活動を学習したうえで、コンプライアンス管理に対応し、適切なコスト・オプションを提示してリスク緩和を支えるプラットフォームを目指しています。IBM は、顧客にとっての価値を促す新しい創造的な手法を、ほかにも数多く有しています。IBM は再利用可能なモデルと考えるものを採用して各業界の顧客に提供し、顧客の持つ能力が差別化されるように役立てています。

エンド・ユーザーを優先し、エンパシー・マッピングを利用することによって顧客が達成したい成果を特定するほか、適切に問題を特定することも IBM Design Thinking の成功には欠かせません。IBM は、焦点の絞り込みと、特定した課題の再定義を行うために、簡単な演習を使っています。目標とする成果を共同で特定できれば、それを達成するうえでの課題が明白になり、その問題を取り囲む状況も見えてきます。

成果を特定したら、デジタルとコグニティブのテクノロジーを実装し、明快なビジョンをもってその方法を実現できます。まずは顧客の現状確認から始め、リーダーらと協力して目指す到達点を把握したうえで、顧客が目指す最終段階に到達できるように、IBM の持つ幅広いテクノロジー・実現手段から有効な機能を提供します。顧客の利害関係者を巻き込み、デザイン思考のワークショップに協力してもらえば、新しいソリューションの採用を支持する社内の連携を確保できるので、期待する業績の達成はさらに加速します。

すでに述べたように、IBM が語るオートメーションとは、単に人間のタスクをソフトウェアに置き換えることにとどまりません。ソフトウェアの周囲にクラウド、分析機能、モバイル、ソーシャル、セキュリティ、およびコグニティブの各機能を戦略的に配置することまでが含まれています。まず顧客を理解し、想定できる成果を顧客とともに模索し、理想的なソリューションのプロトタイプを迅速に構築する。こうした手順を踏むことによって、IBM は顧客が少しでも早く成功に至るように、そして評価と反復、イノベーションを続けられるようお手伝いします。

「サービスとして」、迅速かつシンプルにビジネス・プロセス・ソリューションを提供

現在までに、IBM は 22 のクラウド・ビジネス・ソリューションを提供しており、そのうち優先的な 7 つのクラウド・ビジネス・ソリューションは BPaaS ポートフォリオの一環として展開しています。オーダーツーキャッチュ、不正対策、パーソナル・ラーニング、予測保守、顧客データ、デジタル・コマース、ソーシャル分析の 7 つです。

以前は、クラウド・ソリューションの実装といえば、煩雑で時間もコストもかかるテーマでした。膨大な先行投資と複数の契約が必要であり、価値実現までのサイクル時間も長かかっていました。しかし今や、クラウドは以前より高速に、かつ柔軟に自社環境に適用できるものになっています。

クラウドの価値実現までの時間を短縮するために、IBM は顧客それぞれの業界やニーズに応じてソリューションをパーソナライズする過程をシンプルにしました。一連のコンポーネントおよび資産を土台にしなが、それを「サービスとして」提供するモジュールの形でまとめます。次に、1 つの包括契約を交わすことによって複雑さを廃し、サブスクリプションベースの柔軟な使用モデルとして展開します。顧客にとっては、一貫して成果ベースで個別化されたソリューションを通じて、新しいビジネスと経営モデルを少しでも早く、速やかに利用できることとなります。モノのインターネット (IoT) を活用し、容易に使えるうえに拡張性も高いソリューションです。こうしたソリューションは、投資支出とビジネス・リスクを大幅に軽減できるという特長も備えています。エンタープライズ・リソース・プランニング (ERP) のプラットフォームに多大な投資を続けてきた顧客の場合は、ビジネス・プロセスのコンポーネント (トラベル・エンターテイメント、パーソナル・ラーニングなど) を「サービスとして」のソリューションに移行することで、価値実現までの時間を短縮することができます。

未来を切り開く: コグニティブ・ビジネスへの進化

数年前から IT 業界は、クラウド、分析、モバイル、ソーシャル、セキュリティ、データ、そして IoT を中心に回ってきました。こうした機能を統合し、顧客のデジタル対応を支援することで、最も大きな価値が生まれる — 私たちはそう学んできました。しかし今、デジタルは最終目標ではなく、IBM が「コグニティブ」と呼ぶ新しい形のビジネスの基盤なのだと考えています。

コグニティブ・コンピューティングは、プログラムやルールベースによる分析とは一線を画しています。むしろ、次のような特長を備えたシステムです。

- 構造化データと非構造化データをどちらも扱える
- 自然言語を介して学習できるアルゴリズムに基づいている。これは「マシン・ラーニング」と呼ばれることも多く、状況を理解し、そこから合理的に判断したうえ、経験から学ぶので、使うほどに賢くなっていく

コグニティブ・ビジネスを目指す企業には、コグニティブな戦略が必要になります。その基盤として必要なのが、データの秩序と一貫性、そして高度な分析機能です。次に、それを実装して運用するには、コグニティブなワークロード、セキュリティ、高価値サービス、適切なガバナンスに見合う IT インフラストラクチャーが必要になります。新しい資産も活用できなければなりません。膨大な量のデータが収集され、保存されていくからです。利用できるデータの量は、データを効率的に使っていた従来の計算処理能力をはるかに上回っています。しかし、コグニティブ・コンピューティングを利用すれば、企業はデータを理解して判断し、学習してパターンを見いだすことのできるシステムを実装できるようになるため、意思決定、顧客との対話、業務プロセスの向上につながります。変化が速く不確定で、変革に富む競争環境のなかでは、少しでも効率的にデータを利用できるようになった企業が、最も勝利に近い位置に立つことができるのです。

これまで、企業は Lean Six Sigma 手法などを使ってプロセスを標準化し、回復力を確保してきましたが、今日そうしたツールだけでは足りません。使いやすい手法であることには違いありませんが、セキュリティの高さ、業界での評価、標準化が必要だという事実も無視できません。イノベーションとユーザー体験ベースのデザインも、大切な役割を果たします。優れたユーザー体験という期待に応えながら、コスト削減を達成し、効率的で適応性の高いプロセスを実現するために、企業はクラウド、分析機能、モバイル、ソーシャル、セキュリティ、コグニティブ・コンピューティング、IoT、ビジネス・プロセス管理、データ・マイニング技術を統合しなければなりません。

コグニティブ・ビジネスを目指す道を顧客が確実にたどれるように、IBM が打ち出している計画は次のとおりです。

- 引き続き、IBM Watson の分析機能とコグニティブ機能を利用して、情報に基づくインテリジェントなアクションを引き出す
- 全ライフサイクルを通じて業界をリードするデジタルなインタラクションを利用して、顧客とさらに密接に協力し、デザイン思考のワークショップにおいてソリューションを共同開発する
- 分析機能、コグニティブ、および IBM Design Thinking を応用してプロセスを実施し、顧客とのやり取りを通じて適切なソリューションを提供する新しい形を作り出し、顧客の成功を促す
- 人工知能の力を利用して、大量のデータからさらに深い洞察を引き出す
- イノベーションとオペレーションの融合を続け、顧客のニーズに関する深い理解を反映した最適なユーザー・インターフェースをデザインする
- 業界プラットフォームで「サービスとして」のビジネスを拡張し続けながら、堅牢なアプリケーション、グローバルな配信、標準化を複合して、顧客がコグニティブ・ビジネスを目指す過程をサポートする新しい BPO 製品を市場に投入する

IBM Design Thinking と、ロボティクス、オートメーション、コグニティブ、IoT、そして提携各社と IBM ビジネス・パートナーからなる広大なエコシステムとを組み合わせ、いち早く成果を実現できます。企業と IT の全体を通じ、顧客にもエンド・ユーザーにも、真に楽しい体験が届けられます。

IBM が選ばれる理由

IBM が提供する市場最先端の分析プラットフォーム機能は、データおよび革新的な提携関係による堅実なエコシステムに支えられています。IBM は堅牢で幅広いサービスとソリューションによってお客様ごとのニーズに応え、次の機能を提供しています。

- **IBM Watson とクラウドで実現するコグニティブとアナリティクス機能。** Watson は単なる人工知能ではありません。膨大なデータ処理能力と、合理的判断および学習の機能をあわせ持ち、これまでには考えられなかった規模で洞察や解決策を想起させることができます。
- **堅牢なクラウド機能。** 2015 年には登録ユーザー数が 50 万近くに到達。顧客のアプリケーションやデータのさまざまなニーズを満たすために、さらに一貫したオープンで強力な選択肢を提供しています。認識力によってイノベーションを進め、独自のソリューションをより迅速に開発して拡張できるように、世界トップクラスのデジタル体験を世界中の次世代の開発者、ビジネスや学術界のリーダーにお届けします。
- **テクノロジー・スタック (一連の技術) をエンドツーエンドで所有** IBM が使用するテクノロジーのほとんどは IBM の所有物であるため、お客様とともに、柔軟で長期的なロードマップを自由に開発することができます。
- **組織全体から提供される 広範なリソース。**
 - IBM Business Process Services は次のサービスを提供します。
 - 総合的な成果、リスクの移転、革新型アウトソーシングによる価値、実装期間の短縮
 - コグニティブ・ソリューションによってデジタル・プロセスに組み込まれる新しい価値
 - 顧客が IT 上の制約を解決し、「消費可能な」アウトソーシングによってリソース不足を解消するための、社内 BPaaS プロセスといったハイブリッド・モデル
 - IBM Global Business Services, IBM Analytics, IBM Commerce, IBM Security, IBM Research, IBM Global Technology Services®, IBM Global Financing は、次のような十全なサービスと業界固有のソリューションを顧客に提供:
 - 戦略とビジネスの分析を統合し、50,000 件以上の分析案件実績から蓄積されたノウハウを提供できる IBM スペシャリストによるコンサルティング業務
 - 各分野、特に IBM Research と IBM Global Business Services から選ばれたスペシャリストによる大規模なデータ・サイエンス・ワークフォース

詳細情報

IBM Business Process Services のソリューション提供については、日本 IBM の営業担当員にお問い合わせいただくか、IBM の [ビジネス・プロセス・サービス](#) のページをご覧ください。

また、IBM グローバル・ファイナンスは、貴社ビジネスの成長に必要なテクノロジーの取得に役立つ様々な支払オプションをご提供しています。弊社では、IT 製品やサービスの取得から廃棄処分に渡る全ライフサイクル管理をご提供します。詳細につきましては、以下をご覧ください: ibm.com/financing



© Copyright IBM Corporation 2017

日本アイ・ビー・エム株式会社
〒103-8510 東京都中央区日本橋箱崎町 19-21

Produced in Japan
2017 年 4 月

IBM、IBM ロゴ、ibm.com、Global Business Services、Global Technology Services、および IBM Watson は、世界の多くの国で登録された International Business Machines Corp. の商標です。他の製品名およびサービス名等は、それぞれ IBM または各社の商標である場合があります。現時点での IBM の商標リストについては、Web に記載の「Copyright and trademark information」をご覧ください。
ibm.com/legal/copytrade.shtml

本資料の情報は発行初日現在のものであり、予告なしに変更される場合があります。すべてのサービスがその他の国においても提供されるとは限りません。

本資料に挙げられたお客様事例は、説明の目的でのみ掲載されています。実際のパフォーマンスの結果は、特定の構成および運用条件によって異なる可能性があります。

本資料に記載された情報は現状のまま提供され、商品性の保証、特定目的適合性の保証、および第三者の権利の不侵害の保証を含む、明示もしくは黙示のいかなる保証も適用されません。IBM 製品は、各製品が提供される同意書の条件に従って保証されます。

IBM の将来の方向性および指針に関するいかなる記述も、予告なしに変更または撤回される場合があります。これらは目標および目的を提示するためにのみ使用しています。

¹ プレス・リリース: 「IDC Reveals Worldwide Big Data and Analytics Predictions for 2015」、2014 年 12 月: <http://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prUS25329114>

² 「Redefining Boundaries: Insights from the Global C-Suite Study, IBM Institute for Business Value」、2015 年 11 月: <http://www-935.ibm.com/services/c-suite/study/>

³ 同書に既出



Please Recycle