

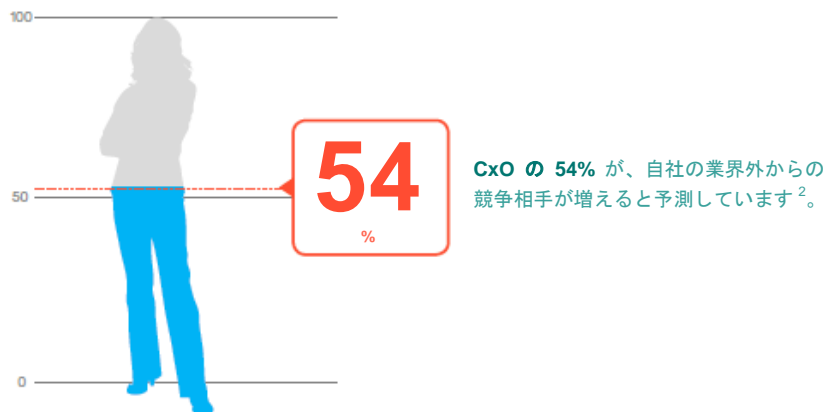


# コグニティブ・ビジネスを 支えるアナリティクス

インサイトを活用する新時代を牽引することにより、ビジネス・プロセスを改善し、イノベーションを迅速化し、限界を超えるには

## 新たな思考方法がもたらす 新たなデジタル・インテリジェンス

デジタル・ビジネスは、ほとんどすべての業界に抜本的な変化をもたらしています。従来はなかったような方法でビジネス・モデルの即時性と応答性を高めることで、企業はお客様の期待を満たせます。さらにその期待を超え続けることもできるかもしれません。これまでの業態の境界はあいまいになり、新しい業態が出現し、競争環境は一夜にして変貌を遂げます。例えば現在、世界最大のタクシー会社は車両を1台も保有していません。世界で最も人気のあるメディアはコンテンツを一切制作していません。世界で最も価値ある小売企業は在庫を持っていません。さらに、世界最大の宿泊サービス企業は不動産を所有していません<sup>1</sup>。

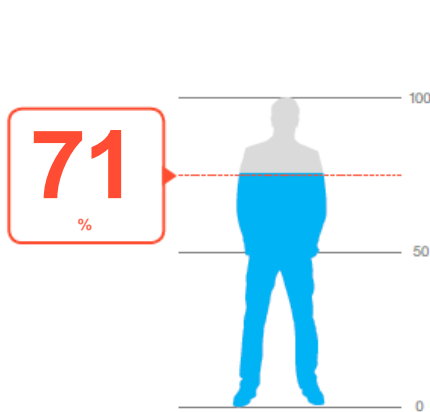


情報とインサイトを活用するデジタル・インテリジェンスが、競合企業を凌駕し、長期にわたってビジネスの有効性を保つためのかつてないほど重要な要素となっています。しかし、競争で優位に立ち、それを維持するには、ますます増えるデータにアクセスし、分析し、アクションを起こす能力を持たなければなりません。Internet of Things (IoT)、動画、天候データなどのさまざまなソースから新たなアイデアや発見を見出すために、より深く探索する必要があります。さらに、このようなビジネスチャンスにより多くの人が確信をもって確実に活用できるようにさまざまにサポートする必要があります。

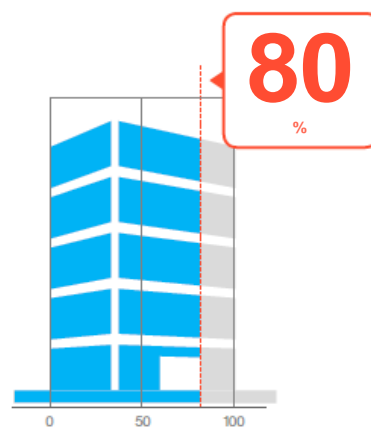
**企業が効果的に競争していくためには、あらたな方法で「思考する」能力が必要です**

人間は分析的・創造的に思考する能力を持っています。事実から可能性へと結びつける仮説構築を支えるテクノロジーがあれば、企業にもその能力をもたせることが可能です。それこそがコグニティブ・ビジネスの決定的特徴なのです。テクノロジーを「イネーブラー (処理を実現するもの)」から「アドバイザー (アドバイスを提供するもの)」へ役割をシフトさせて、人間の能力を高めるというテクノロジーとの新たな関係性を創り出します。ビジネス・テクノロジーにより自動化と発見だけでなく、アドバイスし人間の専門性を高めることまで可能になり、企業全体で生産性や効率性を大幅に向上させます。

**コグニティブ・ビジネス = デジタル・ビジネス + デジタル・インテリジェンス**

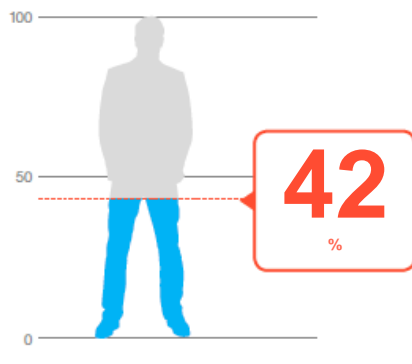


調査の対象となったビジネス責任者の 71% が、インサイトを導くことによって新たなビジネス上の価値を実現していると述べています<sup>3</sup>。



トップ企業の最高経営責任者は、2020 年までにデジタル売上が 80% 以上増大すると Gartner に対して述べています。125,000 社の大企業がデジタル・ビジネスのためのイニシアチブを実施しています<sup>4</sup>。

このように人とテクノロジーが共に思考できるようになると、アナリティクスが社内ですらに強力なツールとなり、データとインサイトの間、インサイトとアクションの間にあるギャップを埋めることができます。人はより簡単により多くのインサイトを獲得でき、意思決定の改善と継続的なパフォーマンス向上がのぞめます。深まる理解や認識に触発されたコラボレーションが可能となり、より早くより多くのアイデアが実現可能となります。



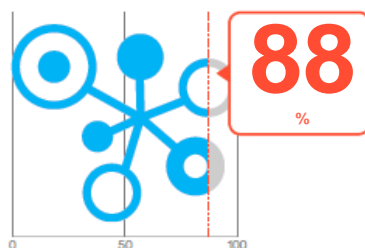
調査の対象となったビジネス責任者の 42% が、データから抽出したインサイトが今後 3 年間の売上に重要な役割を果たすと回答しています<sup>5</sup>。

## データ活用を単純化して 限界を超える

データは強力なものです。そしてあらゆる場所に広がっています。バックオフィスの SoR (定型業務処理システム)、意思決定を支える SoI (洞察するシステム)、お客様との関係を実現する最新の SoE (協働のための情報活用システム) など、ビジネスのあらゆる面をデータが支えています。しかし、データをフル活用できている企業はほとんどありません。

現実には多くの企業において、データ (書籍、E メール、ソーシャル・メディアの投稿、ブログ、画像、音声、ビデオ、IoT が生成するマシン・データ、センサー・データなど) の大部分はテクノロジーの制約で見えなくなっており、アクセスできていません。ばらばらのシステムでは、人がアクセスし、関連付けることができるデータの量、種類、ソースが限られ、全社的にデータを共有する能力も制限されます。さらに、特定のシナリオやデータ・セットを処理するようプログラミングされたシステムでは、新たなインサイトを発見できないことがあります。これでは、ビジネス効率をさらに改善し、抜本的な変化のトレンドの先を行こうとする企業にとって、失うことが許されない貴重な時間が失われます。

コグニティブ・ビジネスの可能性を実現するには、データに関する現在の課題を解決する必要があります。データがどこにありどのような形式であっても、データにアクセスし、分析し、活用できるようにする必要があります。そしてそのインサイトをシステム、プロセス、アプリに組み込むことで、ビジネスの効率と結果を向上させる必要があります。さらに、このようなデータ活用の仕組みを通じて、社内のさまざまな役割の人々の仕事のやり方を変革し、さらにお互いに協働できるよう変革しなければなりません。



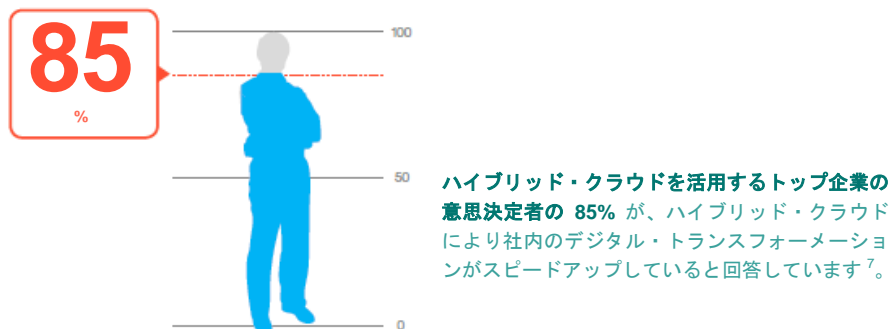
存在するデータのうち 88% が、ほとんどの企業から見えていません (ダークな状態です) <sup>6</sup>。

## コグニティブ・システムにより デジタル・ビジネスの基盤を強固にする

テクノロジーにより新たなやり方で働ける（エンゲージ）ようになれば、デジタル・ビジネスの基盤をさらに強固にできます。人間の観点で理解し、推論し、学習し、人とやり取りする能力を持つコグニティブ・システムがあれば、クラウド、データ、およびアナリティクスはさらに強力になります。

プログラミングされたテクノロジーとは異なり、コグニティブ・システムは確率に基づく思考を採用することで、非構造化データのソースから新たなデータを抽出し、現れるパターンから仮説を導き出します。この結果、ほぼあらゆる種類の情報を探索し、活用することができ、デジタル・インテリジェンスを支えるインサイトを生み出すことができます。

コグニティブ・ビジネスはこのようなテクノロジーのメリットを組み合わせることで、増大するデータをリアルタイムで収集・分析します。さらに、複数のプラットフォームとデバイスでインサイトを迅速に共有する俊敏かつ効率的な基盤を提供することができます。



コグニティブ・ビジネスのデジタル・インテリジェンスを実現するには、現在のデータの大半を企業から見えなくしている障壁を排除することが重要です。社内にある構造化データをソーシャル・メディアや天候データなどの外部データと、より簡単に組み合わせできるようになり、インサイトを鋭くできます。さらに、新たな概念と理解がもたらす、より意味のあるコンテキストでデータを把握できるようになり、あいまいさをなくし、関連性を明確化できます。

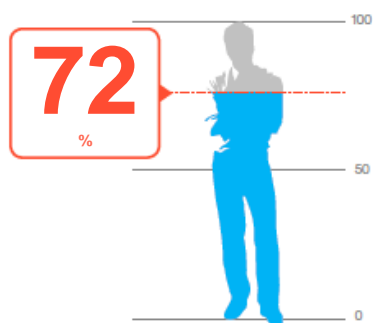
「競争力を維持するには、大量の情報を共有しなければなりません。情報の管理に時間をかけすぎ、主要なステークホルダーが情報にアクセスできない状態が発生すると、イノベーションが止まり、達成しようとしていることが実現できません。」

—グローバルでビジネスを展開するロジスティクス企業の顧問<sup>8</sup>

## ユーザーがデジタル・インテリジェンスを達成できるよう新たな方法でサポートする

利用可能なデータが増えると、ビジネスの成果につながるパターンやインサイトを見つけようと、自分でデータにアクセスし分析したいと要望する人々が会社全体で増えてきます。このようなユーザーをサポートするには、さまざまな役割の人々がどのようにデータを処理し、他のユーザーとやり取りしているのかを理解する必要があります。そしてそこから学んだことを、デジタル・ビジネスの力を発揮して、効果的なプロセスやユーザー・エクスペリエンスへと変換します。その結果、情報とアナリティクスの流れ全体にデジタル・インテリジェンスがいきわたるようになります。

このようにインサイトを消費する新たなユーザーの中心には、データ・プロフェッショナルと呼ばれる新たな世代の人々がいます。彼らはセルフサービスとコラボレーションの実現に重要な役割を果たします。ビジネス・プロフェッショナルや IT アーキテクトに加え、最近登場してきたデータ・サイエンティストやデータ・エンジニア、アプリケーション開発者なども含まれます。このようなチームをまとめる責任者として新たな役職を任命する企業もあります。例えば最高データ責任者（チーフ・データ・オフィサー、CDO）がいます。CDO はデータの統合と探索、ビジネスの最適化、画期的な市場イノベーションなどの新たな可能性を促進する戦略上重要なリーダーです。



調査の回答者の 72% が、社内組織のサイロ化が意思決定の最大の阻害要因であると回答しています<sup>9</sup>。



**CDO が社内での役割を実現できるよう IBM が提供しているサポートについては[こちらをご参照ください](#)。**

データとアナリティクスの従来からの制約をなくし、データ活用をとりまく新世代の人々がテクノロジーを活用する上での限界も排除することで、社内のより多くのユーザーと部門が限界を乗り越え、ビジネスの可能性を伸ばすことができます。

## ビジネス・プロフェッショナル より創造的にビジネスを考えることができます。

私がアナリティクスを活用できるようになると、より多くのデータと、勘ではなくインサイトにもとづいた意思決定が可能になります。その結果、これまでになく早く確実に意思決定を行い、アクションを実施できます。というのも、信頼できるソースからの膨大な量のさまざまな種類のデータとコンテンツに裏付けられているからです。テクノロジーを知らなくても、自然言語を使用して新たな質問を問いかけ、答えを発見できます。データと分析を活用してアイデアの裏づけを行い、既存のデータ・モデルを再定義し、新たなビジネス・モデルを作成できるため、同僚とともに力を合わせてインサイトをビジネスに活かすためのアクションを実施できます。つまり、より正しい意思決定をより頻繁に実現できるようになります。

### コグニティブ・ビジネスに向けたビジネス・プロフェッショナルへのガイド

ビジネス・ニーズを特定する	適切なデータを取得する	適切なテクノロジーを決定する	メリットを評価する	ビジネス上の成果を促進する
インサイトを活用する俊敏な企業文化を構築する。	社内データと組み合わせ可能な新規のデータ・ソース(天候やソーシャル・メディアのデータなど)を特定し、画期的なインサイトを生み出す。	スマートなデータ・ディスカバリー、柔軟なプランニング、パフォーマンス管理とリスク管理の機能を実現するセルフサービス・ツールを特定する。	偏見なしにデータに関して自然言語で問いかけられるようにする。代替の思考プロセスを提案し、全社的なプロセスでインサイトを実現化できるシステムを活用する。	新規のビジネス・モデルを通じて企業が変革を実現できる体制を作り、競合他社に先んじて画期的なビジネスを展開する。

#### お客様事例

#### Benco Dental



Benco Dental は、アメリカ最大手の歯科用品・機器・サービスの総合サービス提供企業(非上場企業)です。自社のボリューム・ディスカウントの価格設定が適切かどうかわからなかった同社のマーケティング部門は IBM Watson Analytics を活用の上主要な質問を問いかけ、間違った想定を修正し、より効率的なデータを反映した価格設定モデルを開発しました。



**IBM® Watson™ Analytics™** テクノロジーを通じて、ビジネス・プロフェッショナルが 予測分析とデータの探索を簡単に行えることをご確認ください。

## CIO と IT アーキテクト 適切なテクノロジーを提供できます。

効率的で弾力的、かつ応答性がよくスケーラブルなインフラがあれば、私は全社的な意思決定の改善を促進できます。ビジネスにとって不可欠のイノベーションの方法を実現することができます。というのも、データ活用を実現し、ユーザーが確信を持って自分でインサイトを獲得できる環境を実現できるためです。アーキテクチャーの基本となるのは、社内外の情報ソースの相互運用性と統合に加え、ほぼすべてのユーザーをサポートする十分なセキュリティーを備えた一貫性があるデータ・デリバリー・システムです。ビジネスを発展させるためのテクノロジー基盤とロードマップを提供することで、企業の戦略を実現することができます。

### コグニティブ・ビジネスに向けた CIO と IT アーキテクトへのガイド

ビジネス・ニーズを特定する	適切なデータを取得する	適切なテクノロジーを決定する	メリットを評価する	ビジネス上の成果を促進する
適切なテクノロジーを導入する。	ビジネス部門、IT 部門、経営陣と力を合わせて、戦略、プロセス、テクノロジーの要件を理解する。	技術的な基準を設定し、ユーザーにとって最も重要なツールを提供する。	幅広い種類のデータに対して信頼性の高い統合アクセスを提供する。	最新のトレンドを反映したテクノロジーのロードマップを作成する。

#### お客様事例

#### ボストン小児病院



アメリカ最大規模の小児科のメディカル・センターであるボストン小児病院では既存のデータ環境ではデータを処理しきれなくなり、医療現場で治療の意思決定に役立つ重要な情報の提供が遅くなっていました。IBM dashDB™ ソフトウェアの導入を通じて、同病院はデータベースの保守コストと管理コストを下げたうえで、報告書に対応する時間を短縮し、患者の治療に関するより総合的なビューを医師に提供できるようになりました。



クラウドのスケーラビリティと俊敏性に基づきシンプルで高パフォーマンスなデータウェアハウスを提供する [dashDB ソフトウェア](#)についてご確認ください。



## データ・サイエンティスト より多くの人とインサイトを共有できます。

スピーディーにデータにアクセスし、データを探索できるようになると、私はインサイト発見のための時間を増やし、データを探す時間を減らすことができます。データにモデルを適用することで、ビジネスチャンスを見極めたいと考えています。ビジネス部門と共有できるよう信頼性が高くアクションにつながるインサイトを生み出すことを目指しています。それができれば、壮大なアイデアやビッグデータにひるむことなく業務を遂行できます。必要なときはいつでも社内外のデータにすぐにアクセスできます。幅広い種類の予測アナリティクス・ツールとコグニティブ・ツールのおかげで、さまざまな種類のデータ・セットを組み合わせることができ、試行錯誤を素早く行い、実際のビジネス成果につながる新たなアイデアを生み出すことができます。他のユーザーに自分のインサイトと知識を共有し、ビジネスに役立つ次の大きなアイデアを構築することができるのです。

### コグニティブ・ビジネスに向けたデータ・サイエンティストへのガイド

ビジネス・ニーズを特定する	適切なデータを取得する	適切なテクノロジーを決定する	メリットを評価する	ビジネス上の成果を促進する
迅速にパターンと知見を検出する。	データを発見・管理し、実行が必要な分析の種類を見極め、分析をビジネス目標と関連付ける。	好みの高パフォーマンスなモデリング・ツールを使ってダーク・データを活用し、コラボレーションと資産の共有を促進する。	スピーディーにモデルの処理を繰り返し実行し、パターンや新たなインサイトを発見する。	新規のモデルを迅速にデプロイできるスケールラブルなプラットフォームを開発する。

#### お客様事例

### ロスキレ音楽祭とコペンハーゲン・ビジネス・スクール



コペンハーゲン・ビジネス・スクールは dashDB、IBM SPSS®、および Watson Analytics を活用することにより、大量のデータの処理・保存・分析を行っています。その結果、デンマークで毎年 10 日間にわたって開催されるロスキレ音楽祭において、持続可能な環境のもと 13 万人の観客を安全に楽しませ、食事・水道・情報を提供することができるようになりました。データを通じて、観客が足を運ぶ先と購入するものに関する重要なインサイトが得られるため、観客の安全とサービスの提供に関するスマートな意思決定が実現しました。



学習・コラボレーション・開発を支える [IBM Data Science Experience](#)  
環境についてご確認ください。

## 開発者

### 変革を促進するアプリを開発します。

私はさまざまなサービスを使用して、自分のアイデアを新たなモバイル・アプリ、Web アプリ、エンタープライズ・アプリのコードとして開発しています。幅広いデータとサービスにアクセスできるようになると、価値の高い機能を持つアプリの開発がさらに容易になります。スピーディーな開発作業が実現するため、ユーザーの求めるスケジュールでアプリをマーケットプレイスに提供し、本番稼働を実現できます。さらに、さまざまなプロジェクトにおいて複数のデータ・ソースとツールを簡単に活用できます。好きなツールを使用できるようになり、データをこれまでになく活用できる先進機能を通じて自分のアイデアをさらに活かし、アプリをよりインテリジェントで柔軟にし、スケーラビリティを大幅に高めることができます。簡単に先進アナリティクスが利用でき、アプリ用に最新のオープン・ソース・テクノロジーを活用できるのです。

### コグニティブ・ビジネスに向けた開発者へのガイド

ビジネス・ニーズを特定する	適切なデータを取得する	適切なテクノロジーを決定する	メリットを評価する	ビジネス上の成果を促進する
すべてのデータを使用できるコグニティブ・ビジネスのためのアプリを開発する。	社内外のデータ・ソースを含むデータのエコシステムを構築する。	適切なツール (オープン・ソースのツールを含む) を選択して、アプリを開発する。	新規のデータ・サービスと分析サービスを試し、デプロイする。	新規のテクノロジーとサービスをマスターして、新規のアプリが必要になるたびにビジネス・イノベーションを実現する。

#### お客様事例

#### SeniorAdvisor.com



高齢者向け介護施設と介護サービスの口コミと評価を提供するアメリカ最大規模の Web サイトである SeniorAdvisor.com は、IBM Cloudant® プラットフォームを使用して非構造化データの巨大なリポジトリを管理し、迅速に売上増大につながる新規サービスを提供しています。この堅牢でスケーラビリティの高いプラットフォームを導入することで、同社は家族が情報に基づいてより確実な意思決定を行えるようイノベーションに取り組んでいます。



アプリケーション・データをあらゆる場所に移動することで、オフラインでもオンラインでもデータへの常時アクセスを実現する NoSQL データベースのマネージド・サービスである [IBM Cloudant プラットフォームについてご確認ください](#)。

## データ・エンジニア より多くのデータを自在に管理します。

ばらばらのソースの構造化データと非構造化データの抽出・収集・マイニング・統合が行えるツールと、どのデータが最も関連性が高く重要な知見を提供するのか確認できる機能が必要です。増大を続ける社内外のデータを至急ビジネスに生かせるようにしなくてはなりません。すべてのデータ・ソースの管理・制御・保護を行うツールがあるため、社内のすべてのユーザーにとってデータが使いやすくなり、データの関連性と可用性が高まっています。

### コグニティブ・ビジネスに向けたデータ・エンジニアへのガイド

ビジネス・ニーズを特定する	適切なデータを取得する	適切なテクノロジーを決定する	メリットを評価する	ビジネス上の成果を促進する
すべてのシステムでインサイトを提供する。	ばらばらのソースから構造化データと非構造化データを抽出することで、適切でより関連性の高い大量のデータへのアクセスを迅速化し、簡略化する。	SoR と SoE を統合することで、データの制御とガバナンスを実現する。	データを公開し、セルフサービスでシステムにアクセスするユーザーに提供する。	オンプレミスとハイブリッド・クラウドのデプロイメント環境を通じて、スケーラビリティと俊敏性を実現する。

#### お客様事例

### NASA のエイムズ研究センターと SETI 研究所



IBM、NASA のエイムズ研究センター、および SETI 研究所が力を合わせて、6 テラバイトを超える深宇宙の複雑な無線信号を分析し、地球外知的生命体の存在を示す可能性のあるパターンを探しています。IBM クラウドを通じて提供される Apache Spark 上の IBM Analytic を活用することで、チームは数百万件の観察項目から関連性の高い特徴を抽出するツール（人間から発信された邪魔な信号を除外する機械学習による分類手法を含む）を開発しました。2 つの星の間の信号を傍受するプログラムを実施することで、太陽系に届く数テラバイトのデータ・ストリームを収集し、遠くの恒星系からの通信データを検出しました。



データの準備と移動を自分で管理できるマネージド・サービスである **IBM Bluemix Data Connect** についてご確認ください。データのアクセス、統合、加工に役立ちます。

## 新時代に新しいアプローチで トランスフォーメーションを実現する

コグニティブ・ビジネスによって生まれるビジネスチャンスは、方針転換や戦略上の優先順位の変更を企業に迫るものではありません。実際には、既に目指している目標により早く到達するために役立つものです。

既存のデータとアナリティクス機能を強化すると、スマートなシステム、プロセス、アプリを通じてビジネス上の成果を改善したうえで、さまざまな方法でより多くのユーザーの能力を高めることができます。これを実現するには、現代の増え続けるデータ・ソースやデータ・タイプからあらゆる価値を抽出し、生み出すことができる緊密に連携するソリューションが必要です。新しいツールと機能を採用することで、コラボレーションと集合知を醸成しながら、それぞれの役割をサポートする必要があります。このアプローチを **Insight Ops** と呼んでいます。より俊敏かつオープンな組織となるための環境を生み出すことができるため、イノベーションや生産性、新しい可能性につながる新たなビジネスチャンスと機能を獲得できるようになります。

コグニティブ・ビジネスの可能性を実現するには、データに関する現在の障壁を解決することで、データがどこにありどのような形式を持つ場合でも、データにアクセスし、分析し、活用できるようにする必要があります。さらに、このようなデータすべてを活用する機能を通じて、社内のさまざまな役割の人々を支援し、連携させなければなりません。

## コグニティブ・ビジネスを実現する IBM

クラウド上で包括的なデータとアナリティクス、そしてコグニティブ機能を提供する次世代プラットフォームによって、IBM はお客様が必要なデジタル・インテリジェンスを手に行き届かせるようにします。オープンな基盤で開発された本プラットフォームは、さまざまなビジネス・プロフェッショナルやデータ・プロフェッショナルのニーズに柔軟に対応する統合ファブリックを通じて、強力でさまざまな組み合わせが可能なサービスを提供します。クラウド、オンプレミス、ハイブリッドのいずれのデプロイメント環境でも提供される、一連のつくりこまれたユーザー・エクスペリエンスは、各役割の人々が学びあい、創り出し、コラボレーションする際の生産性を最大限に高めます。

**IBM Analytics** ポートフォリオのコアとなるクラウド上のデータとアナリティクスのプラットフォームは以下を実現します。

- 包括的なデータ・サービス、アナリティクス・サービス、コグニティブ・サービスを提供することで、データ・エンジニア、開発者、データ・サイエンティストがコラボレーションを通じて画期的な方法でデータとアイデアを活用できるようになります。
- データとインサイトの堅牢なエコシステムを実現することにより、社内外の情報のアクセス・制御・活用がより簡単に行えるようになります。そのため、250 を超えるオープンなデータ・ソース (The Weather Company と Twitter を含む) で構成される急速に成長を続けるエコシステムからインサイトを獲得できるようになります。
- 業界・専門分野・実装に関する IBM の専門知識を組み込んだコグニティブ・ソリューションにより、ビジネス上の問題を解決し、特定の業界、役割、課題 (IoT など) に関するネクスト・ベスト・アクションを自動化できます。
- オープン・ソースをコア・コンポーネントとして使用し、コミュニティのイノベーションを取り込むことでコミュニティとともに発展します。IBM のコア・オファリングは業界トップレベルのオープン・ソースのデータ・テクノロジーとアナリティクス・テクノロジー (Apache Spark や Apache Hadoop など) で開発されています。また、IBM は開発者のコミュニティと積極的に連携することでイノベーションを促進します。

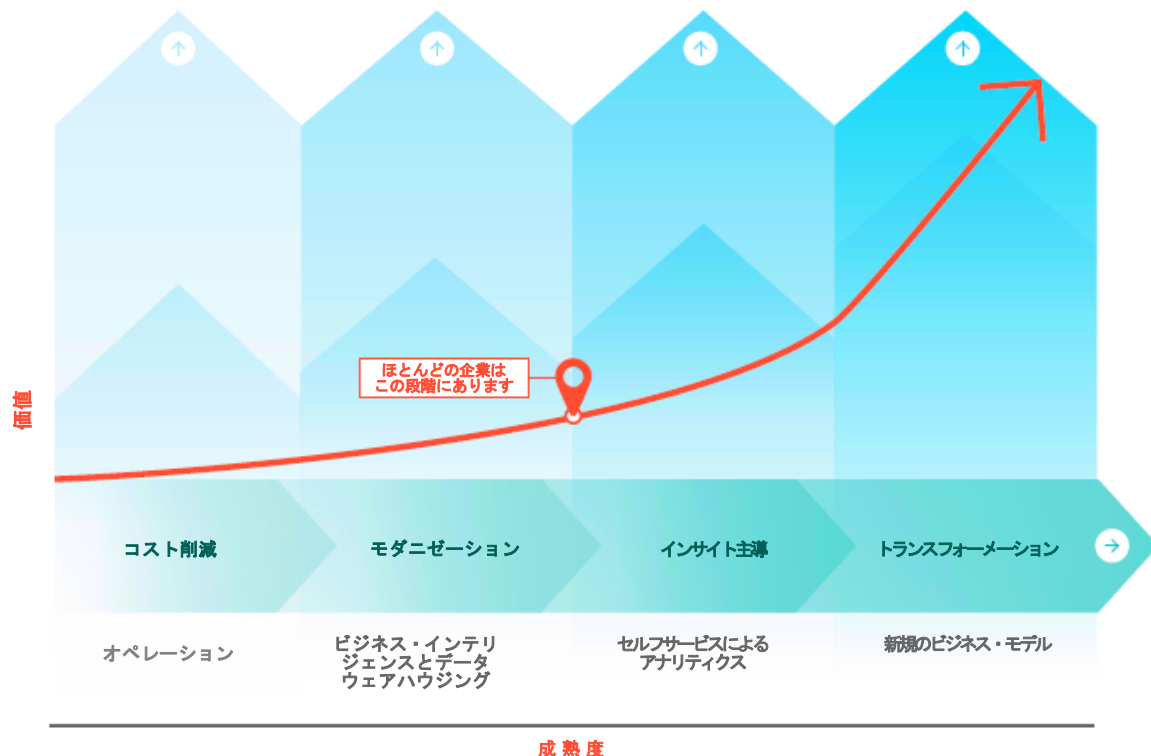


## コグニティブ・ビジネスへの取り組みを開始するには

コグニティブ・ビジネスへと変貌する道のりは企業ごとに異なりますが、IBM は企業がこの変貌をとげるための道を、より簡単に特定し進んでいけるよう支援をします。

### ビジネスチャンス进行评估する

組織を変革し、コグニティブ・ビジネスへと変貌を遂げるには、データとアナリティクスに関する実用的な戦略が必須条件となります。この戦略はデータに対する信頼感を高め、データに基づいて実施する意思決定の信頼性を醸成するための強固な基盤となります。この戦略的な基盤に基づき、コグニティブ機能を活用することでより深くより幅広いデータ・ソースを活用できるようになります。IBM が開発した成熟度モデルを活用すると、既の実施したイニシアチブに基づく現在の戦略と社内のデータに対する全般的なアプローチを評価することができます。この成熟度モデル曲線のどこに現在位置しているのか把握すると、現時点でどれだけのビジネス・バリューが戦略によって実現し、コグニティブ・ビジネスの可能性をフルに実現するにはどのようにして戦略を進化させるべきか評価できます。



データ活用が先進化し(トランザクション・データを保存するだけでなく、このデータを使用してお客様向けのリアルタイムのパーソナライズされたオファーを生成するモバイル・アプリを実現する)、データへのアプローチが先進化する(サイロ化されたセルフサービス型のアナリティクスから共通のデータ・プラットフォーム上の統合セルフサービスに移行する) と、データのビジネス・バリューがさらに高まります。



### スピーディーにビジネスを成功に導く

IBM は、コグニティブ・ビジネスがデータとアナリティクスの戦略を迅速に実現するための戦略、専門知識、アプローチを包含する手法を開発しました。DataFirst Method という名称のこのアプローチは、ワークショップ、サービス、トレーニング、ブループリントなどコグニティブ・ビジネスへ変貌していくために役立つ特定の価値を持つオファリングを提供したうえで、お客様が重要なビジネス・バリューを実現する能力を着実に高める明確なロードマップを提供します。



コグニティブ・ビジネスとなるプロセスをさらに進めるために役立つ [DataFirst Method](#) についてご確認ください。





© Copyright IBM Corporation 2016

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  
2016 年 8 月

IBM、IBM ロゴおよび [ibm.com](http://ibm.com) は、世界の多くの国で登録された International Business Machines Corporation 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、<http://www.ibm.com/legal/copytrade.shtml> をご覧ください。

本書の情報は最初の発行日の時点で得られるものであり、予告なしに変更される場合があります。すべての製品が、IBM が営業を行っているすべての国において利用可能なものではありません。

記載されているお客様事例は、例として示す目的でのみ提供されています。実際の結果は特定の構成や稼働条件によって異なります。

本書に掲載されている情報は特定物として現存するままの状態を提供され、第三者の権利の不侵害の保証、商品性の保証、特定目的適合性の保証および法律上の瑕疵担保責任を含むすべての明示もしくは黙示の保証責任なしで提供されています。IBM 製品は、IBM 所定の契約書の条項に基づき保証されます。

脚注

- 1 TechCrunch “The Battle Is For The Customer Interface,” Tom Goodwin, March 3, 2015, <https://techcrunch.com/2015/03/03/in-the-age-of-disintermediation-the-battle-is-all-for-the-customer-interface/>
- 2 IBM, Redefining Boundaries: Insights from the Global C-suite Study, November 2015.
- 3 Harvard Business Review, Competing in the Insight Economy, 2015.
- 4 Gartner のプレスリリース: “Gartner Says It’s Not Just About Big Data; It’s What You Do with It: Welcome to the Algorithmic Economy,” October 5, 2015, <http://www.gartner.com/newsroom/id/3142917>
- 5 Harvard Business Review, Competing in the Insight Economy, 2015.
- 6 IBM リサーチ
- 7 IBM, Growing up hybrid, February 2016.
- 8 Harvard Business Review, Competing in the Insight Economy, 2015.
- 9 Harvard Business Review, Competing in the Insight Economy, 2015.