

IDC PERSPECTIVE

IBM iX にとって「ノーススター」であり 先行指針であるエンタープライズエクスペリエンス

Gerry Brown

EXECUTIVE SNAPSHOT

FIGURE 1

Executive Snapshot : IBM iX にとって「ノーススター」であり先行指針であるエンタープライズエクスペリエンス

本調査レポートでは、IBM Interactive Experience (iX) について取り上げる。IBM iX は、顧客エクスペリエンス (CX) をビジネスの中心に据えたいと考える企業に有効である。それは、ワークフローとプロセス、アプリケーションプラットフォームの導入展開、クラウドアプリケーションに関する大規模なイノベーションなど、全面的なデジタル展開の触媒となるデジタル戦略アドバイザリーサービスやイノベーションセンターとしての機能を提供する。IBMは、全領域に渡るデジタルエクスペリエンスソリューションに対して、その全責任を持つ。

Key Takeaways

- IBM iXはデジタル戦略およびデザインサービスにおいて先導役を担い、テクノロジー機能ではなく、望ましいエクスペリエンスを提供するという観点からクライアントのエンゲージメントを促す。
- IBM iXの主な差別化要因としては、IBMのグローバルな展開と高い技術力を活用して、カスタマイズされたエンタープライズデジタルイノベーションソリューションを世界規模で提供できることが挙げられる。
- 企業は、パイプ役として、AI (Artificial Intelligence : 人工知能) やアナリティクスなどのテクノロジーを活用することで「よりスマート」になることを切望している。IBM iXがコグニティブコンピューティングを採用していることや、IBM WatsonによってAIのパイオニアとしての地位を築いていることは、こうした企業にとって魅力的なものとなるであろう。

Recommended Actions

- 大企業は、IBM iX を、エクスペリエンス主導のデジタルソリューションを提供する上で必要なあらゆるスキルと能力を提供できる「戦略的ビジネスデザインパートナー」候補と捉えるべきである。
- 中小企業にとっては、IBMのサービスを持て余す可能性もあり、より手頃な価格でサービスを提供する地元のデザイン会社を検討することも望ましいであろう。
- 競争優位のために製品や価格からCXへの急速な移行を進めざるを得ない状況の中で、規模に関わらずすべての企業は、経営理念の中核として「エクスペリエンス」を優先させることが求められる。

Source: IDC, 2020

概況

IBM iX は IBM グローバルビジネスサービス (GBS) の一部門

IBM iX は 1 万 7,000 人のスタッフを擁し、IBM のグローバルビジネスサービス (Global Business Service : GBS) を構成する 9 つのサービスラインの一つに位置づけられる。GBS 本体の売上総額は 166 億ドルであり、グローバルコンサルティング、システム統合、アプリケーション管理、ビジネスプロセスアウトソーシングサービスを提供している。IBM のクライアントにとって GBS は、業界知識、機能的専門知識、そしてアプリケーションを、コグニティブとクラウドテクノロジーに基づくビジネスデザインに統合するための「デジタルリインベンション (デジタルへの転換から生み出される新たな発明) パートナー」である。IBM iX は、GBS のコンサルティングを担う組織に属する。

GBS のコンサルティング収益は、2019 年にはおよそ 3.7% 増の 80 億ドルとなり、2019 年の各四半期には前年同期比で改善し、利益を伴う成長を達成した。IBM iX はこの成長に大きく貢献し、IBM iX 自体も過去 16 四半期 (4 年間) に渡って着実な成長を遂げている。イーコンサルタンシーが発表した英国のデジタル業界のリストにおいて、IBM iX の 2019 年の収益は 5% 増の 2 億 8,200 万ポンドに達し、アクセンチュアに次いで第 2 位となり、IBM iX と競合関係にある企業のアトス、キャップジェミニ、コグニザントを大きく引き離れた。

IBM がデジタル戦略とデザインサービスにおいて先導の役割を担っていることに驚く人もいるであろう。こうしたケイパビリティは、通常、IBM の中核となるサービスコンピテンシーである SI やテクノロジーコンサルティングとは関連性が薄い。実際には、「デジタルブループリントと顧客エクスペリエンスを形作り、コグニティブオペレーティングモデルを定義し、意思決定の向上に向けデータのすべての可能性を引き出せるようにするという目標を掲げ、その実現に向けてクライアントをサポート可能なソリューションを市場に投入する」という IBM GBS コンサルティングの提案を実現する上で、中心的役割を果たしているのは IBM iX である。IBM iX は、IBM の組織の中で「隠れた宝石」のような存在かもしれない。

IBM iX およびエクスペリエンス

IBM iX は、世界 6 大陸に 60 か所のグローバルデザインセンターを構え、クライアントに IBM Garage エクスペリエンスを提供する。これらの 60 か所のセンターのうち、23 か所は欧州の都市に設置されている。Garage は「プログラム」であり、物理的な空間ではない。Garage は、クライアントのロケーションにある物理的な空間 (COVID-19 以前)、WeWork のような共有スペース、または完全な仮想空間 (COVID-19 後の実態) で実現可能な働き方を構築する。このように、現在、数百の Garage 事例が進行中である。COVID-19 に対応して、Garage は、それまでの物理的な作業環境と仮想環境の混在から、完全な仮想運用モデルへと一夜にして変貌を遂げた。

IBM iX は、戦略、創造性、テクノロジーそれぞれの分野のエキスパートが一体となって、クライアントのデジタル変革を支援するとしている。クライアントは IBM iX をパートナーとして、戦略を定義し、優れたエクスペリエンスを創造し、デザインによってビジネスを構築する。IBM iX は、カスタマーエンゲージメントおよびデザイン、モバイル、デジタルコマース、マーケティングプラットフォーム、CRM/Salesforce、デジタル戦略といった、6 つの柱となる経営プラクティスを通じて、クライアントがテクノロジーを活用してビジネス戦略を実行する手助けを行う。

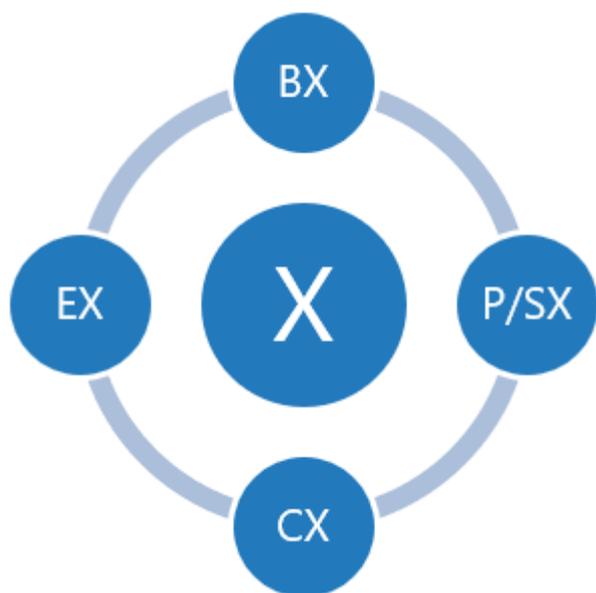
顧客エクスペリエンスは、IBM iX のサービスポートフォリオと市場開拓モデルの原動力である。IBM iX は、クライアントが「CX ノーススター (CX を成功させる指標)」、つまり、将来のエンタープライズエクスペリエンスのビジョンとして CX エクセレンスを構築すべきであると考えている。IBM iX のカスタマーエンゲージメントおよびデザイン (CE&D : Customer Engagement and Design) チームは、ブランドビジョンを企業戦略に整合させ、顧客と従業員のためにテクノロジーイノベーションを実現し、CX を提供するために従業員エクスペリエンス (EX : Employee

Experience) を活性化し、CX をエコシステムに拡大する支援を行う。IBM iX の見解では、CX を持続的に改善するためには、企業全体で顧客中心主義および顧客に対する共感を優先させる必要がある。この戦略は、IDC 独自のフレームワークモデルである Future of Customers and Consumers (FoCC : 消費者の未来) と強いシナジーがある。

IBM iX のブランド名は、CX だけでなく、そこからさらに進んだ包括的な理念としての全般的なエクスペリエンスを象徴している。IBM は、顧客、従業員、ビジネスパートナーすべてを対象とした全体的なオムニエクスペリエンスという概念を強化するため「CX」から「C」を削除した。Figure 2 は、IBM iX の経営理念であるブランドエクスペリエンス (BX : Brand Experience) 、プロダクト/サービスエクスペリエンス (P/SX : Product/Service Experience) 、CX、および EX を示している。CX および EX は、クライアントの目的と意図、ビジネスバリュー、スキル、働き方によって推進される「エクスペリエンス主導の変革」において IBM iX がもたらす主なビジネス成果である。

FIGURE 2

IBM iX の運営原則



Source: IDC, 2020

IBM iX では、クライアントが企業としての敏捷性を活用し、人間中心のデザインプラクティスを採用し、従業員のエンパワーメントによって好奇心やデジタルイノベーションを奨励することで、顧客中心主義の文化を創造すべきであると考えている。IBM iX は、クライアントが現在の体験を調査する手助けをすることで、自らをイネーブラーとして位置づけ、没入型の Garage アプローチへの参加を通じて、クライアントがデジタルトランスフォーメーション (DX) および CX イノベーションの実現に向けて迅速なスタートを切ることができるよう支援する。

FIGURE 3

IBM iX の「Garage」手法



Source: IBM, 2020

Garage は、イノベーション（「サービスとしてのイノベーション」の提供）と変革（計画を実行に移す際のスピードとスケーリング）に関する方法論である。Garage とは、部門横断的なチームが、戦略的パートナーやスタートアップ企業などと組んで、共創を通じて将来を思い描き、共同で実践、構築、拡大し、新たなビジネスプラットフォームとインテリジェントワークフローを活用し、運用して、継続的改善を行う場である。Garage エクスペリエンスは、適切な意図、適切な人材、適用するテクノロジー、アジャイルプロセス、そして、物理的か仮想かを問わず、イノベーションを生み出す場所という 5つの前提条件が揃えば、効果的に機能する。

IBM Garage のエクスペリエンスでは、クライアントは技術の専門家チームと協力して、クラウドをベースにビジネス上の問題を解決する製品またはアプリケーションを定義、デザイン、構築する。デザイン主導型のアプローチを用いて、Garage は反復と開発を行うための実験台となる。まず、ビジネス上の問題を定義する必要がある。エンタープライズワークショップでは、エンタープライズデザイン思考を用いて、ユースケースと対象ユーザーを特定し、ビジネス仮説を定義し、実用最小限の製品（MVP：Minimum Viable Product）を作成する。これは、IBM とそのクライアントが共創し、共同で実行し、共同運用する極めて協働的なプロジェクトである。問題と解決策の所有権がクライアントにあることが、スキル移転と持続可能な開発の鍵となる。

IBM iX は、このようなアプリケーションはクライアントが所有し現在使用中の製品やサービスであるため、継続的に開発して反復適用することが可能としている。合同チームは、課題を特定し、ソリューションを構想し、プロトタイプを向上し、設計に AI 技術を利用し（判断）、運用し、学習し、クライアントのために高性能なイノベーション文化の種を蒔く。IBM iX は先に述べた MVP に無限ループを提供する。IBM iX は、IBM Garage、IBM Studio、クライアントサイト、または仮想上の同じ場所にクライアントを配置し、その後、クライアント自身の作業環境でモデルを再度作成し、アプリケーションソリューションを試験的に用いる。

IBM iX と他のデザインエージェンシーとの違い

上記で説明した Garage のプロセスは、必ずしも IBM 独自のものではない。多くのデザインエージェンシーやサービスプロバイダーが同様のサービスを提供している。しかし、IBM には、他のデザインエージェンシーやサービスプロバイダーが不可能ではないにしても、その再現は難しいであろう資産がいくつかある。

IBM 組織全体の規模、権限、範囲

IBM は、フルサービスを提供できるハイブリッドなデジタルエージェンシー兼コンサルティング会社であり、DX に関するワンストップショップとしての機能を果たす。また、プライムコントラクターとして、クライアントに代わってビジネス変革の管理に全責任を負うための高い技術を持っている。IBM iX は、IBM の膨大なグローバルリソースの組織力を活用して、エンドツーエンドのビジネス変革ソリューションをクライアントに提供できる。ある意味、IBM iX は槍の穂先のような存在で、クライアントが IBM との幅広い取引を始めるためのクリエイティブな起点となる。IBM iX は、IBM 基礎研究所や IBM のグローバルテクノロジーサービス (Global Technology Services : GTS) など、IBM のテクノロジー、ソリューション、サービス全体から提供される全世界で統合されたデリバリーネットワークによって支えられている。

現在、ほとんどの企業経営幹部は、戦術的なイノベーション以上のものを求めている。彼らは、世界的規模で企業全体のデジタル化やデジタルイノベーションを産業化し、拡大することを望んでいる。離れ小島のイノベーションに留まるような「無計画なデジタル化」や「アジャイルの caos 化」を避け、「目的に沿ったアジリティ」を大規模に採用したいと考えている。ここで IBM のリソースを最大限に活用できる。レガシーシステムとの複雑な統合や、多くの地域にまたがるカスタマイズされたローカルへの実装など、DX を実現する過程で「難しい作業」を伴う場合、IBM は企業にとって最適な選択肢となる。IBM は、デジタル戦略を提供し、その実行をグローバルに拡大できる。この機能は、単なる実装だけではない。IBM は、クライアントのグローバルビジネス全体に渡って、変更管理、教育、研修の完全なパッケージを提供するために、適切な規模で展開できる。

複数ベンダーに渡る戦略的な関係性

セールスフォース・ドットコムやアドビのアプリケーションの使用など多くの分野において、IBM は、ほとんどのデザインエージェンシーの能力を凌駕する深みと幅のあるリソースを備えている。しばしば、こうしたプラットフォームは十分に活用されていないばかりか、現在進行中の業務に最適化されていないことが多いが、IBM が提供するこの能力によって、クライアントは、それぞれの既存プラットフォームの能力を最大限に活用できる。

たとえば、IBM は Salesforce のトップパートナーの一つである Bluewolf (ブルーウルフ) を買収し、Bluewolf は IBM に対し、Salesforce、特に Field Service Lightning の深い専門知識を提供している。プラットフォームへの依存性のない IBM iX は、CX ソフトウェアの資産をアコースティックと HCL に売却したことで、サプライヤー同士の既得権の対立を排除し、サービス提供に集中できるようになった。

しかしながら、IBM は現在もその他の大手ベンダーとの戦略的な関係を利用して、豊富な専門的リソースを提供できる。たとえば、モビリティは DX において大きな要素を占めるが、IBM はアップルやサムスンとの強力な関係を生かしてクライアントの実装を支援できる。また、IBM は SAP とのパートナーシップも確立し、SAP と共同で通信市場およびメディア市場に対応している。その他の戦略的パートナーには、アクイア、サイトコア、アコースティックなどがある。

IBM iX EMEA は先日、アドビの「Digital Experience Delivery Quality Partner of the Year」に選ばれた。アドビは、「認証取得および専門知識深化への継続的な投資を行うことで、EMEA のすべての主要市場セクターでアドビのソリューションに関する深い知見を提供した」として IBM iX を称賛した。アドビと IBM iX は、アドビのエクスペリエンスデザインプラットフォームである Adobe XD を組み込むために、両社のグローバルパートナーシップを拡大した。両社による共同のサービ

スによって、Adobe XD で構築された IBM のオープンソースである Carbon Design System の実装やカスタマイズが可能になった。

「コグニティブ・エンタープライズ」という概念を最初に打ち出した IBM

「コグニティブ・エンタープライズ」実現のプロセスは、IBM iX が他との違いを明確にする大きな要素である。IBM iX は、IBM の豊富なアナリティクスエクスペリエンスと IBM Watson の機能を活用して、人間性、ビジネスプラットフォーム、インテリジェントワークフローを結びつけたエンタープライズエクスペリエンスを提供する。

コグニティブシステムと機械学習テクノロジーは、クラウド実装のためのアドオンと考えるのではなく、DX に不可欠な要素と捉えるべきである。IBM iX は、クライアントがコグニティブ・エンタープライズへの転換を進める過程で、ビジネスプラットフォーム戦略およびエクスペリエンスの構築、AI を使用したインテリジェントワークフローへのプロセス変換、ハイブリッドでオープンなクラウドインフラストラクチャの構築などを支援する。

IBM は、あらゆるサプライヤーの中で、コグニティブシステムの構築と実装に関連した最も豊富な経験と幅広い研究基盤を有している。したがって、コグニティブ（インテリジェント）エンタープライズになることを望むクライアントにとって、IBM iX は理にかなったビジネスデザインパートナーと言える。

業種別の完璧なソリューション

CX は、採用パターン、経営モデル、レガシーサプライヤーなどが産業ごとに大きく異なっている。IBM iX はこうした微妙な相違点に対応し、金融サービス、公共部門、通信、流通、その他の垂直産業や多くの産業サブセグメントを対象とした専門家による産業別のサポートを提供している。各産業に特化したユースケースによって、クライアントとの関わりが促される。IBM iX は、デザイン、各産業に特化した専門知識、幅広いテクノロジーポートフォリオを結びつけ、クライアントによるデジタルリインベンションの管理を支援する。

IT バイヤーへの提言

IBM iX は、その価値提案の中心に CX を据えている。これは、それ自体が競争優位のための重要な要素となる。直接競合する企業のほとんどは、CX について、自社のサービスポートフォリオにおける単なる一項目に留めている。IDC の調査では、CX は、技術の取得やサービスの提供を促進するため、現在は企業の IT バイヤーが望む主要なビジネス成果にまで至っているとされている。CX はもはや後付けのサービスではない。そして、IBM はこのことを良く承知している。また、エクスペリエンスは、直接的な顧客エクスペリエンスの枠を超え、現代企業のあらゆる面に浸透するという事実も、IBM は正しく認識している。

IBM iX には、同業他社の一部が持つ純粋なデザインとしてのイメージとは異なるかもしれないが、その全般的な製品／サービス、およびテクノロジーの能力や機能によって、IBM iX は、CEO、CIO、CDO、COO などの企業のビジネス意思決定者にとって、魅力的かつリスクの少ない選択肢となっている。スケーラブルなデジタルビジネスサービス機能を求めるグローバル企業は、最終候補の一つとして IBM iX を検討すべきである。これこそが、BP、ロイズ銀行、Crédit Mutuel（クレディ・ミュチュエル）など、欧州を拠点とする IBM iX のクライアントに強く響いている点である。

参考文献

関連調査

- *IT Suppliers, COVID-19, and CX: Use Empathy to Help Clients Rebalance Their CX* (IDC #EUR246172220、2020 年 4 月発行)

- *The Future of the Customer and Consumer: The Enterprise Perspective* (IDC #EUR146229920、2020年4月発行)
- *The Role of Trust in Customer Experience: Findings from the IT Buyer Experience Survey, 2019* (IDC #US45544919、2019年9月発行)

Synopsis

本調査レポートでは、IBM iX と、IBM iX が重視する、企業のデジタルエンゲージメントにおいて共感、体験、効果を生み出すエクスペリエンスを取り上げる。IBM iX は、「Garage」のイノベーション方法論を活用したプロジェクトベースの作業に対して、デジタルスタジオを通じてデジタル戦略アドバイザーサービスおよびデジタルイノベーションサービスを提供する。こうしたことは、サービスやテクノロジーにおいて IBM とのさらに幅広い関わりにつながるきっかけや促進剤となる。

IDC Europe の CX リサーチディレクターである Gerry Brown は、「エンタープライズエクスペリエンスは、IBM iX のビジネス、テクノロジーアドバイス、デプロイメントサービスのすべてを支える主要な原動力である。IBM iX の CX 『ノーススター』に基づくアプローチは、多くの競合他社と対照的である。これらの競合他社では、CX は、テクノロジーサービス領域のその他のチェックリスト項目と同列に扱われている。エンタープライズビジネスにおいて CX が最優先されるべきという IBM の見解に一理ありとするエンタープライズバイヤーは、IBM iX サービスの採用を検討すべきである」と述べている。

IDC 社 概要

International Data Corporation (IDC) は、IT および通信分野に関する調査・分析、アドバイザリーサービス、イベントを提供するグローバル企業です。50年にわたり、IDCは、世界中の企業経営者、IT 専門家、機関投資家に、テクノロジー導入や経営戦略策定などの意思決定を行う上で不可欠な、客観的な情報やコンサルティングを提供してきました。

現在、110 か国以上を対象として、1,100 人を超えるアナリストが、世界規模、地域別、国別での市場動向の調査・分析および市場予測を行っています。

IDC は世界をリードするテクノロジーメディア（出版）、調査会社、イベントを擁する IDG（インターナショナル・データ・グループ）の系列会社です。

Global Headquarters

5 Speen Street
Framingham, MA 01701
USA
508.872.8200
Twitter: @IDC
idc-community.com
www.idc.com

Copyright Notice

This IDC research document was published as part of an IDC continuous intelligence service, providing written research, analyst interactions, telebriefings, and conferences. Visit www.idc.com to learn more about IDC subscription and consulting services. To view a list of IDC offices worldwide, visit www.idc.com/offices. Please contact the IDC Hotline at 800.343.4952, ext. 7988 (or +1.508.988.7988) or sales@idc.com for information on applying the price of this document toward the purchase of an IDC service or for information on additional copies or web rights.

Copyright 2020 IDC. Reproduction is forbidden unless authorized. All rights reserved.

