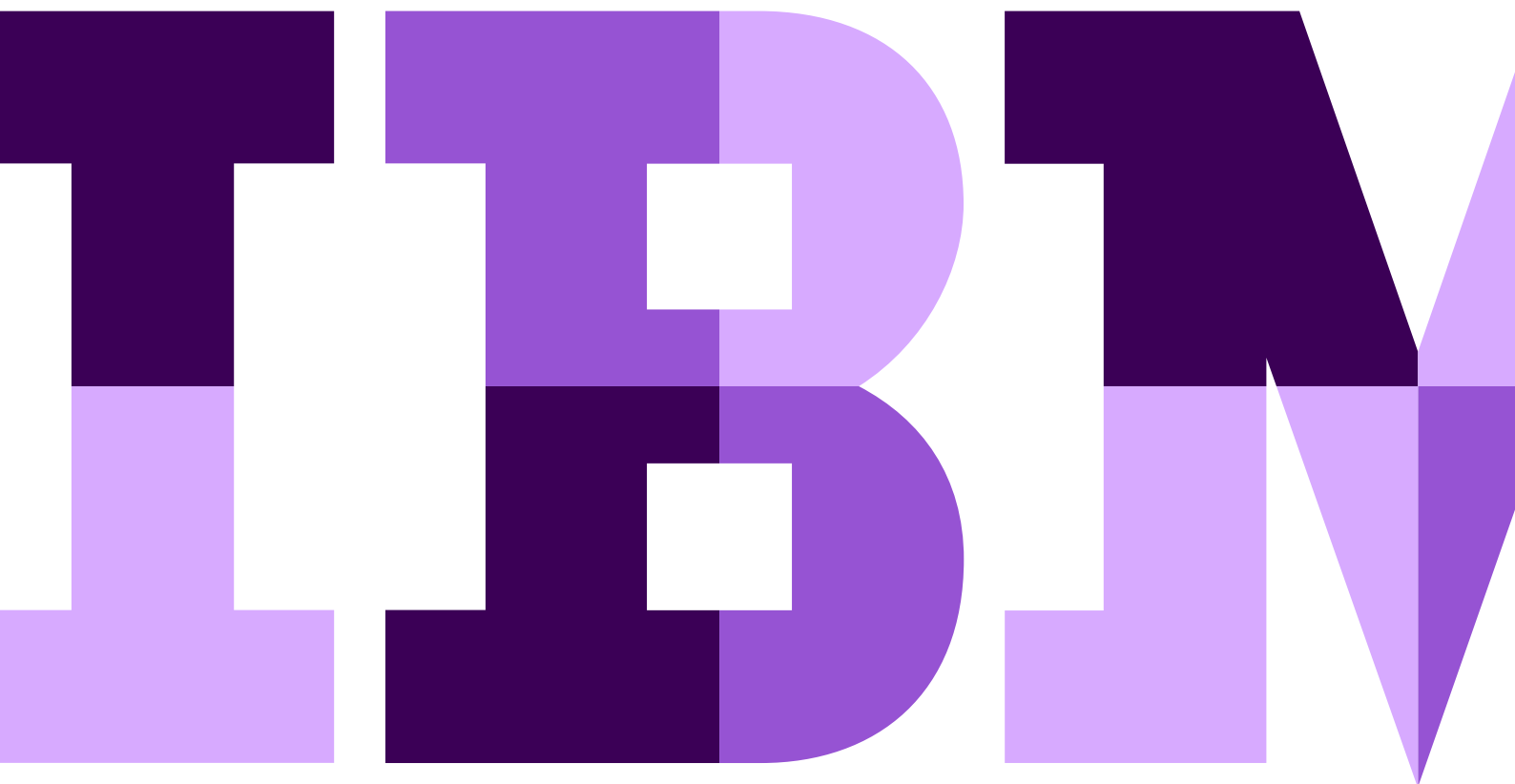


コグニティブ・ビジネス・オペレーション:

検知、対応、学習をするプロセスと意思決定



目次

- 2 コグニティブの時代へようこそ
- 3 マーケットプレイスのトレンド
- 3 コグニティブ・ビジネス・オペレーション
- 4 コース・ケース
- 5 始め方
- 5 IBM の利点

コグニティブの時代へようこそ

ビジネス・オペレーションは大きな変革の真っ只中にあります。

モバイル、ソーシャル、クラウド、予測分析やモノのインターネット (IoT) を含むテクノロジーが収斂することで、組織がデジタル・ビジネスとなって競い合い、既存の価値を打ち砕くことができます。しかしデジタルは最終目標ではありません。むしろ、それは基盤です。デジタル・ビジネスはデジタル・インテリジェンスに収斂しています。認知 (コグニティブ) 機能は現実に利用できるものであり、ビジネスとテクノロジーの新時代を先導しています。

コグニティブ・システムの特徴は何でしょうか? コグニティブ・システムは以下のようなことを行います。

- 検知と対話によって、非構造化データを理解します。
- 仮説を立て、議論と推奨を考慮して判断します。
- 専門家によるトレーニング、あらゆる対話、そして継続的なデータ収集から学習します。実際、学習を止めることは決してありません。

最近のマーケットプレイスのトレンド (3 ページを参照) によると、企業がその組織にコグニティブを導入する最もインパクトがある方法の 1 つは、そのオペレーションに対して適用することです。オペレーションにおける問題は、収益やその他のリソースを損失する重大な原因となるため、新しいコグニティブの時代の変革の可能性を適用する機会となります。

いくつか例を挙げます。



- サプライ・チェーン・パートナー間の調整がうまくいかない結果、毎年推定 300 億ドルが浪費されています。



- 平均的な数十億ドル規模の企業は、週当たり約 1,000 人時を供給業者の管理に費やしています。



- 米国で処理される医療費請求すべてのうち 20 パーセント近くが不正確で、合計すると年間に推定 15 億ドルが失われています。



- 米国の企業は 2012 年に従業員の研修と啓発に 1642 億ドルを費やしています。

コグニティブ・ビジネス・オペレーション

コグニティブ・ビジネス・オペレーションとは、検知、対応、学習ができるプロセスと意思決定です。これらのプロセスと意思決定は、構造化データおよび非構造化データから学習して、意思決定の品質と整合性や、知識労働者の能力や効果を向上させて、卓越した顧客体験を提供することができます。以前には見い出すことができなかった洞察を利用することで、意思決定およびアクションへの道筋を短縮しながら、組織が以前は気がつかなかった問題を識別して解決することができます。その結果、ビジネス・オペレーション、プロセス、および意思決定は、使えば使うほどさらに賢くなっていきます。

- **業務の自動化:** 請求処理、クレジットスコア、または適格性判断などのオペレーションを効果的に実行するには、自動化が重要です。ただし、例外パスは手動で処理する必要があります。米国医師会によると、米国では医療費請求のエラーで毎年ほぼ 2100 億ドルが失われており、医療業務のコストが収益の 14 パーセントまで占めています。コグニティブ機能がオペレーションに加えられると、既知の例外パスは実質的に排除され、手動での介入によって生じるエラーを削減します。
- **業務の補強:** コグニティブ機能は、以前は使用不能だったデータから洞察を引き出す知識労働者の能力を強化します。それらの洞察によって、当て推量に代わって、情報を得た上での意思決定が行えるようになります。この補強は、ビジネス・プロセス・マネジメントのケース管理機能を、評判分析やパーソナリティ分析を含むコグニティブ API と共に適用することにより達成できます。マッキンゼー・アンド・カンパニーによると、知識労働者の時間の 20 パーセント近くが、次のステップに進むための情報の検索と収集に費やされています。コグニティブ・オペレーションでは、「ダーク・データ」を整理統合して解読し、アクション可能な情報を適切なタイミングで知識労働者に提供することができます。
- **洞察のある業務:** ブランドの評判に影響する可能性のあるお客様の評判の分析など、システムが入手可能な外部データの多くは、従来のシステムでは理解やそれに基づく行動ができません。このダーク・データは構造化されておらず、期限があり、一過性のものです。先進の意思決定管理は、このデータから洞察を引き出し、コンテキストを構築し、ほぼリアルタイムで行動できるように支援します。

マーケットプレイスのトレンド

コグニティブ・ビジネス・オペレーションは、相互に関連する以下の 3 つの主な力により推進されています。

高まるお客様の期待。 お客様はすべての対話において簡潔さ、スピード、価値に対する高い期待を抱いています。堅固なセルフ・サービス機能を求めており、サービス関連機能を担当する従業員が権限を持ち、有能で、自分たちの特定のニーズを理解してくれることを期待しています。

増加するデータ量。 ソーシャル・ネットワークや接続されたデバイスから収集された、膨大で増加するデータの 80 パーセントは構造化されておらず、既存のシステムでは解析できません。

スキルのある知識労働者の不足。 スキルの高い知識労働者の世界的な不足は、2020 年までに 4000 万人に達することが予想されます。企業はすべての従業員の知識を増強する方法を見つけて、経験にかかわらず誰もが最も賢く経験豊富な労働者と同じレベルで仕事ができるようにする必要があります。

ユース・ケース

コグニティブ・ビジネス・オペレーションは、様々な業種とユース・ケースにわたって適用できます。

洞察のあるプロセス



医療において、病院のシステムはソーシャル・メディアからのデータを活用して、病気の広がりを検証し、大発生を追跡することができます。例えば、病院は継続的に Twitter をモニターして、人々が体験している症状についてのツイートを識別することができます。局所的に送信されたツイートを

地理位置情報分析などのコグニティブ・テクノロジーが識別する一方、どのツイートがインフルエンザなどの特定の病気、またはその病気に特有の症状に関するものかを自然言語処理が判別します。その情報すべてをリアルタイムで分析することにより、病院は大発生を追跡して予測し、事前にアクションを行って、予防注射を受けたり必需品を買いだめておくなどの予防措置を行うよう患者に知らせることができます。

お客様の満足度



銀行では、お客様がローンの審査で承認されると、ローン処理部門に引き継がれます。この部門は主にお客様がローンを予定通りに確実に支払うことに重点を置いています。お客様は支払日を変更したい場合、または支払いを行うのに問題がある場合に、この部門に連絡することがあります。

ローンの全期間にわたり、インバウンドとアウトバウンドの両方の多数の電話がある可能性があり、それらのすべてにおいて通話の記録が生成されます。ビジネス・プロセスにコグニティブ・コンテンツ分析を適用することで、企業は代理店が適切な質問をしているかどうか、丁寧な対応をしているか、サービスが効果的であるかを判断できます。これを機会に、銀行はお客様サービス・プロセスを向上し、ポジティブなお客様サービス体験を一貫して提供できるようになります。

企業はまた、お客様から受け取る情報を分析するためにコグニティブ・テクノロジーを使用することもできます。情報は手紙、Eメール、またはその他の通信の形式を取る可能性があります。企業はお客様からのそれらの通信にセンチメント(感情)分析を行い、次に、特定のプロセスがどのように実行されたかを知らせます。例えばあるお客様が非常に強いネガティブな感情を表す Eメールを書くことを企業が知っていれば、ストレートな処理を避けて、もっと効果的にお客様と対応でき、お客様に高い満足を提供できるような知識のある人に、そのお客様への対応を任せることができます。この分析には従来は人手による長い時間が必要でしたが、コグニティブ・ビジネス・オペレーションでは、これを自動化して、知識労働者を解放して革新的でやりがいのある作業に従事できるようにします。

意思決定の改善



何十もの求人と何百もの履歴書に直面している人材採用担当マネージャーは一般に、直感と自分が自由に使える限られたツールに基づいて最適な志望者を見極めようとして、膨大な時間を費やしています。採用プロセスのまさに冒頭からもっと深く掘り下げる選択肢があれば、採用

担当マネージャーの効率と効果だけでなく、企業全体に対しても大きな影響があるでしょう。コグニティブ・ビジネス・オペレーションを使用すれば、志望者の形式的な特質(就労経験の程度や年数など)以上のことがわかります。言語分析とパーソナリティ理論を適用して個人の非構造化テキストから特質を推測する Watson Personality Insights API を IBM BPM と統合すると、志望者がデジタルで語ったこと(過去数年のツイートなど)から、性格や潜在的な危険信号などについての洞察を迅速に解明します。この新しく拡張された情報により、採用マネージャーはよりよい決定を行って、その仕事に最適な人を雇用することができます。

始め方

どんなビジネスでも、今すぐコグニティブ・ビジネス・オペレーションを始めることができます。その過程には、3つの重要な要素を整備することが含まれます。

- **強固なプロセスと意思決定の基盤。** 収集しているが利用していない全ての「ダーク・データ」を含む、ビジネス・プロセスと意思決定管理システムを使用したデジタル・フットプリントを作成します。それをシステムのどこかで文書化して、情報を使用できるようにする必要があります。情報を手に入れたら、最初のプロセスを選択することができます。デジタル・フットプリントは、コグニティブ・テクノロジーの適用の恩恵を受ける可能性がある大量の非構造化データを生成するプロセスについて、明確な状況を示します。
- **コグニティブ・プラットフォーム。** コグニティブ・テクノロジーをビジネス・プロセスと意思決定管理システムに適用することにより、デジタル・フットプリント上に構築します。コグニティブ API を使用して、コグニティブの適用を始める方法を選別し、積み重ねることができる小さな塊で実行することができます。
- **経済的で迅速なデリバリー・モデル。** ビジネスや資本支出予算の規模にかかわらず、ハイブリッド・クラウドを活用して素早く開始します。ハイブリッド・クラウドはコグニティブ・コンピューティングを自由にして、コグニティブ API を開発者がすぐにアクセスできるようにします。その結果、すべてのデジタル・アプリケーション、製品、プロセス、およびサービスに、別個の新しいレベルの直感と効果や、大きく広がる可能性を構築することができます。

ビデオ、ソーシャル・メディア・フィード、およびその他の非構造化データから洞察を引き出す方法や、従業員に仕事のコンテキストをもっと与えてより適切な意思決定ができるようになる方法など、ビジネス・オペレーションにコグニティブ機能を適用する方法を検討してください。

IBM の利点

IBM は、お客様中心のビジネス変革の結果としてできる競争上の優位性を企業に提供するために、機能とリソースを包括的に用意しました。卓越して深く幅広いソリューションは、中核となるビジネス・プロセスをモデル化、シミュレート、実行、変更、モニター、および最適化するよう設計されており、コラボレーションを促進する役割ベースの機能を包括的に提供します。



図 1: コグニティブ・ビジネス・オペレーション構築のための3つの重要な要素。

IBMのプロセス変革ソリューションでは、すべてのプロセスにインテリジェンスと専門知識を組み込むことができ、顧客が満足する意思決定を中心としたフレームワークを構築できます。IBMは最上位の競合会社の3倍となる5,000を超えるお客様での採用実績と、世界中の20のデータ・センターを備え、他の追随を許さない機能を提供します。

新しいコグニティブの時代におけるビジネス・オペレーションの次の展開に入ろうとする今、検知、対応、学習するプロセスと意思決定を実現するソリューションの研究と実装において、IBMは先導的な役割を果たしています。市場を先導するIBMのビジネス・プロセスと意思決定管理ソフトウェアを、市場を創造するWatson APIと組み合わせることにより、卓越したイノベーション、顧客中心主義、および競争上の優位性を推進するようなオペレーションに作り直すことができます。

Watson APIのコグニティブ機能がIBM Business Process ManagerとIBM Operational Decision Managerの能力と可能性を大きく拡大する方法と、企業オペレーションにとっての価値についてぜひご確認ください。

詳細情報

詳細については、次のWebサイトをご覧ください。

ibm.com/cognitive-business-operations



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

IBMのホーム・ページ:
ibm.com

IBM、IBMロゴおよび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、次のWebサイトをご覧ください。ibm.com/legal/copytrade.shtml

本書に記載の製品、プログラム、またはサービスが日本においては提供されていない場合があります。日本で利用可能な製品、プログラム、またはサービスについては、日本IBMの営業担当員にお尋ねください。

© Copyright IBM Corporation 2016



Please Recycle
