

アバナード、業務の自動化に関する企業調査結果を発表

ビジネスリーダーの大半は人工知能（AI）やロボティクス、拡張ワークフォースなど インテリジェント・オートメーションによる新しい働き方に好意的

デジタルおよびクラウドサービスを提供するリーディングプロバイダーである[アバナード株式会社](#)（所在地：東京都港区、代表取締役：安間 裕、以下「アバナード」）は、業務の自動化に関する企業実態調査を 8 ヶ国で実施しました。調査結果は、企業が生産性を飛躍させ、イノベーションと共に競合との差別化を図り続けていくためには、3 年以内に人工知能（AI）やロボティクス、拡張ワークフォースなどを活用したインテリジェント・オートメーションを導入し、AI ファーストの世界での競争力維持と頭打ち状態の生産性を飛躍させるための重大な鍵になることを示唆しています。

調査結果の主要ポイント：

- 企業の 31%が既にインテリジェント・オートメーションを導入しており、この数字は 2020 年までに倍増する見通し。
- 日本のビジネスリーダーの 93%が、5 年以内にインテリジェント・オートメーションの導入をしなければ業界でのリーダーとなることはできないと回答した。全体では 86%のため、日本の数値の方が全体を上回る結果となった。
- 日本のビジネスリーダーの 98%が、インテリジェント・オートメーションに投資を行うことが会社の利益に繋がると確信している。利点として、従業員の経験およびエンゲージメントの向上（43%）、早期市場参入（42%）、生産性の向上などを多く挙げている。
- 世界中のビジネスリーダーの約半数は、インテリジェント・オートメーションを導入することで従業員が複雑な業務やイノベーションに集中できると回答。
- 米国、英国、ドイツでアバナードが実施した消費者向けの別調査によると、各企業の従業員はインテリジェント・オートメーションを導入することで煩雑な庶務から解放され、複雑な業務に時間を使えるようになるというビジネスリーダーの意見に同意している。しかし、消費者の 60%がインテリジェント・オートメーションの導入は仕事の創出よりも喪失に繋がると回答している。

本調査を通して、ビジネスリーダーの大半はインテリジェント・オートメーションの導入は、人々の仕事を奪うのではなく、新しい働き方を提案するものだと確信していることがわかりました。多くの組織が従来の改善手法を用いても生産性の向上が見込めない状態にある中で、インテリジェント・オートメーションの導入は競合他社に勝つための新しい機会です。ただし、ビジネスリーダーは将来の成功を牽引するインテリジェント・オートメーションを導入するに当たり、社内の懸念を



払拭する必要があります。ビジネスリーダーの 79%が社内の反対に遭遇すると回答している事実は組織のインテリジェント・オートメーション導入の障壁となるでしょう。

本調査結果によると、ビジネスリーダーたちは、AI（人工知能）ファーストの世界を受け入れ、新しい技術を活用していくことが求められています。また、60%のビジネスリーダーは、従来の営業やマーケティングに関する専門知識より、人工知能といった新興のテクノロジーへの理解と、それらを活用し拡張された新しい働き方（53%）の管理の方が、重要になると考えています。

アバナード株式会社、代表取締役の安間 裕は次のように述べています。

「ビジネスリーダーたちは、インテリジェント・オートメーションには、従業員を日々の雑務から解放し、ひとにしか出来ないイノベティブな活動や、付加価値の創出に集中できるようにしたり、データからより多くの価値を引き出すことで、生産性が向上する可能性を秘めていることに気が付いています。ただし、いくらビジネスリーダーたちが「人類 vs. 機械」という対立論争から一歩先へ進んでいたとしても、従業員の理解には至っていません。従業員がインテリジェント・オートメーションの有用性を理解できるよう、リーダーたちは AI ファーストな世界にマッチしたビジョンを用意し、インテリジェント・オートメーションには従業員がプロフェッショナルな能力を今まで以上に活用できる潜在的価値があるということを説き続ける必要があります。」

アバナードはビジネスリーダーたちに、インテリジェント・オートメーションがひとの働き方に何をもたらすのかを全社的に浸透させるためのロードマップを用意することを推奨します。

本調査を実施するにあたり、インテリジェント・オートメーションの定義を、機械ベースのインテリジェンスを通して高度な分析や認識をすることで、ひとの学習や判断、行動を模倣する人工知能の一種としています。インテリジェント・オートメーションの具体的なサービスとしてはチャットボット、物体／音声認識、自然言語処理などが挙げられます。調査結果の詳細は[こちら](#)（英語）をご覧ください。

【調査概要】

- 調査対象： ① 800名のビジネスリーダー（米国、英国、オーストラリア、カナダ、イタリア、ドイツ、日本、スウェーデンの400名の企業幹部と400名のIT導入責任者）
② 3,000名の消費者（ドイツ、米国、英国にて各1,000名）

調査期間： 2017年5月～6月

調査方法： オンラインリサーチ

調査地域： 米国、英国、オーストラリア、カナダ、イタリア、ドイツ、日本、スウェーデン

実施機関： ウェイクフィールド・リサーチ (<http://www.wakefieldresearch.com/>)



アバナード株式会社について

アバナードはコンサルティングとマイクロソフトエコシステムを通して革新的なデジタル、クラウドサービス、ビジネスソリューション、デザインによって齎されるエクスペリエンスを提供するリーディングプロバイダーです。アバナードのプロフェッショナルたちは果敢で斬新な案と、テクノロジー、ビジネス、業界の知見を組み合わせることで顧客とその先のお客様の変革と成長を支援します。世界 24 ヶ国に点在する 3 万人の従業員がデジタル上で繋がり、多様性と地域の文化を尊重するコラボレーティブな企業文化の下、お客様に最善のソリューションを提供しています。アバナードは、2000 年に米国アクセンチュアおよび米国マイクロソフトにより設立され、アクセンチュアが筆頭株主を務めています。

アバナードの詳細はこちらをご覧ください。 <https://www.avanade.com/ja-jp>

アバナード株式会社 広報代理（アシュトンコンサルティング）

担当：吉田、岩屋

TEL: 03-5425-7220

E メール: avanade@ashton.jp