



人間の行動原理と原則にもとづいた

smart creative management

O to 1

【世界初】需要創造の芸術と科学

NEWS RELEASE

2021年6月2日

スマートクリエイティブマネジメント総合研究所

ABAオペレーションズ研究センター

リクエスト株式会社

## 稼ぐ組織のデジタル化

# 『ABA Data Scientist™ Manage ABA Robot™』 発売

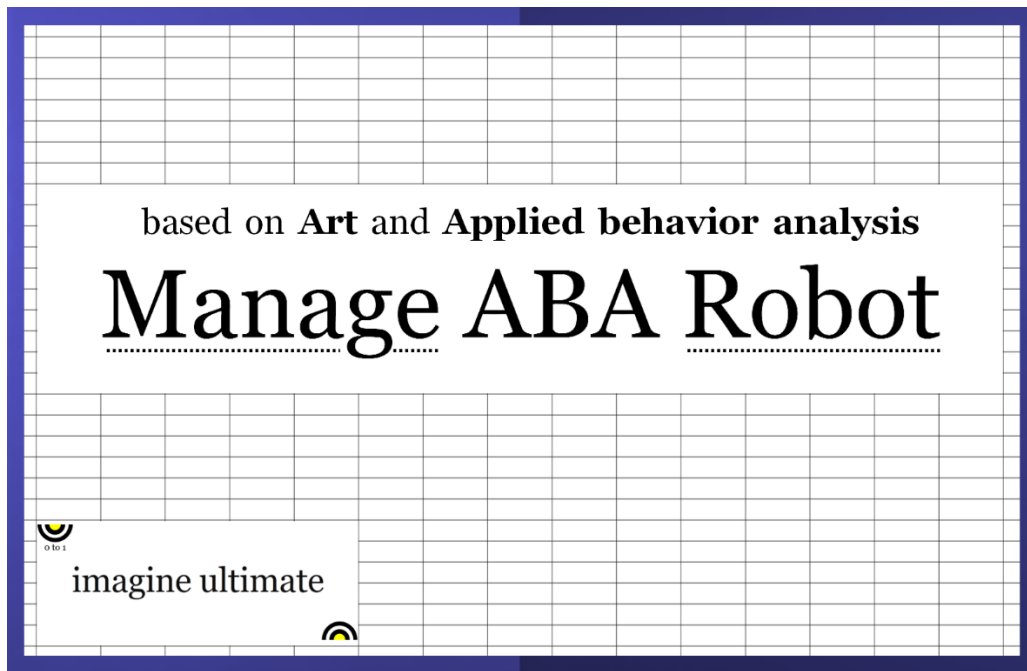
～「デジタル化は非効率を増やすことがある」

この状況を変える応用行動分析にもとづいたやり方・考え方～

データサイエンティストを育成。RPA ロボットを導入。そもそもの目的は何なのか？

- ・ 同業他社がやっているから？
- ・ 新人を採用しやすくするため？
- ・ イノベーションにつながる思い込み？
- ・ 業者の巧みな営業トークに思考が停止？
- ・ 新たなことに挑戦している社内アピール？
- ・ 自社の戦闘力への過信？業界特性の理解不足？
- ・ ジョブ型を推進する前提の公募制のスマールステップ？
- ・ IT、システム部門の部分最適な部門目標をつくるため？
- ・ 部門や部署のデジタル化、部分最適な業務効率を上げるため？

62	62	0	5	769	765	41	5	80	80	0
73	73	0	11	737	736	21	3	58	58	0
71	based on Art and Applied behavior analysis									0
95	<b>ABA Data Scientist</b>									0
67	67	0	5	92	92	0	3	85	85	0
				66	66	0	1	77	77	0
imagine ultimate										
				50	50	0	5	92	92	0



動機は様々あることが各クライアントを観察することでみえてきている。これらの動機で動く9割以上の組織の事業戦略目標には「昨対〇〇%」と他社と同質化するビジョンがある。昨対〇〇%は過去と連続した環境かつその環境が伸びていく想定ができる場合に機能する。デジタル化の根本は過去の延長線上には無い先々の状態に近づけるため。この根本を問わずデジタル化が進められている組織に関わる頻度が増えている。弊社スマートクリエイティブマネジメント総合研究所とABAオペレーションズ研究センターはこの状況をクライアントと共働型で変えていくことをはじめています。

今後、自社は社員や外部パートナーの力をかり「何を目指していくのか？」今後、今以上に自社と取引そして取り組みをしていく主要な顧客は、何を具体的に必要としていくのか？いずれも、過去のデータ分析に依存した確実に目先では失敗しない定量的なマーケティングリサーチ、何を今後必要とするのか想像したことが無いユーザーへのインタビューからは出てこない。

顧客が忘れていたあきらめや具体的では無い希望に応じていくため、自社の事業ドメインをどこにして、そのドメインで競合よりも自社を顧客に選び続けてもらうためにどのような価値を創造し、そのために具体的にどのような組織、業務プロセス、職務、思考、行動に創り変えていくのか？これらの構想、想い、臨場感のある絵・イメージがあり、その実現のため、その仮説検証のために、どのようなデータが必要になるのか？そのデータを加工するために、どのような行動と思考ができる（能力定義ではなく）データサイエンティストを何人配置、データをインプットにした思考と行動がパターン化できる業務があるのであればデータをAIに入れ込みRPAロボットに出力する。

これがデータサイエンティストとRPAロボットを活用していく本質。この本質をおさえずに進めてしまうことは、顧客のためにはならない。結局、自社の都合を顧客に押し付けることになる。上手く行かなくなると「顧客第一」「顧客のために」と自社都合のスローガンを発信する。顧客との接点で仕事をする人たちには、届くことは無い。届いたとしても「昨対〇〇%」と「方針」に従い「月末」の数字を効率的につくることが最優先になる。ますます自社都合を顧客に押し付けていく。その結果はすでに体験済みの事実。また、部門間、部署間の非効率を今以上に発生させるだけ。「それは私の仕事じゃない」「進まないのは〇〇さん（後工程の人材）がやらないから」と他責が横行する。これもすでに起きている事実。

手段は目的によっては、ただの小手先になってしまう。新たな小手先を身につけ、それをやることは時間とお金と人材のパワーが必要になる。これらをムダにする状況は変えたい。応用行動分析『ABA Data Scientist™ Manage ABA Robot™』は弊社へ期待していただき、目先の効率、目先の売上よりも中長期の関係性を求めて頂いている一部のクライアントの方々と共に進めてきたものです。

顧客接点の社員には感情がある。ABA：応用行動分析学にもとづいて、あらためてデジタル化の推進を考えて頂きたい。人間を機械に近づける時代は終えています。人間を機械に近づける必要はなくなっています。



## 芸術と応用行動分析学にもとづいた smart creative management®

クリエイティビティの再現



【会社概要】 社名： リクエスト株式会社 URL：<https://requestgroup.jp>  
代表者：代表取締役 甲畑智康 URL：<https://requestgroup.jp/profile>

【事業内容】：需要創造型リーダーの開発®、自律型人材(メンバー)の育成、ロボットのマネジメント：  
「リーダーが人とロボットと共に需要を創る」をミッションに「需要創造型リーダーと自律型人材(メンバー)に必要な思考と行動」「ロボットのマネジメント手法」の研究開発と実地訓練に取り組んでおり、約820社、従業員数30,000人の組織から年商30億円までの中堅企業、上場準備直前のスタートアップ企業への開発提供実績を有しています。また“需要創造の芸術と科学”をテーマに、人間と組織の行動に着目したビジネスの創造力、人間がマネジメントしやすいロボットのユーザーインターフェースの実験検証をするスマートクリエイティブマネジメント総合研究所とABAオペレーションズ研究センターを構えている。スマートクリエイティブマネジメント®は弊社の登録商標です。

【過去の商品リリース】

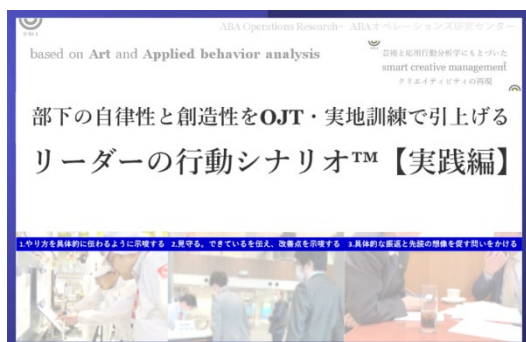
[https://prtimes.jp/main/html/searchrlp/company\\_id/68315](https://prtimes.jp/main/html/searchrlp/company_id/68315)

【本リリースに関するお問い合わせ先】

担当：末光

e-mail：[request@requestgroup.jp](mailto:request@requestgroup.jp)

問合せフォーム：<https://requestgroup.jp/request>



弊社を知っていただくために、  
実際にクライアント先で使用しております  
テキストを無償公開しています。

以下の URL からご覧いただけます。

<https://requestgroup.jp/free>