







# Meta-Business X

## ビジネスのメタ認知手法とプラットフォームによる 業務改革・新ビジネス創出促進サービス

産業を超えた「データの意味」「知見」「課題」のメタ認知と組合せによる価値発見

近年、全産業でデジタル技術やデータを活用した DX に取組みが進んでいるものの、既存事業・業務をデジタルに置き換える活動に留まり、新たな価値創出につながっていないケースが散見されます。新たな価値創出のためには、人・組織・企業・産業の領域にまたがる専門知見の融合が必要です。ただし、知見の融合に取り組む際、専門外領域の理解の壁により既存データを分析しても新たな価値を見出せずにスタックするなど多くの課題にぶつかります。アビームコンサルティングは、各自のビジネスのメタ認知を促進するプラットフォームを活用する事でこれらの課題を解決に導きます。

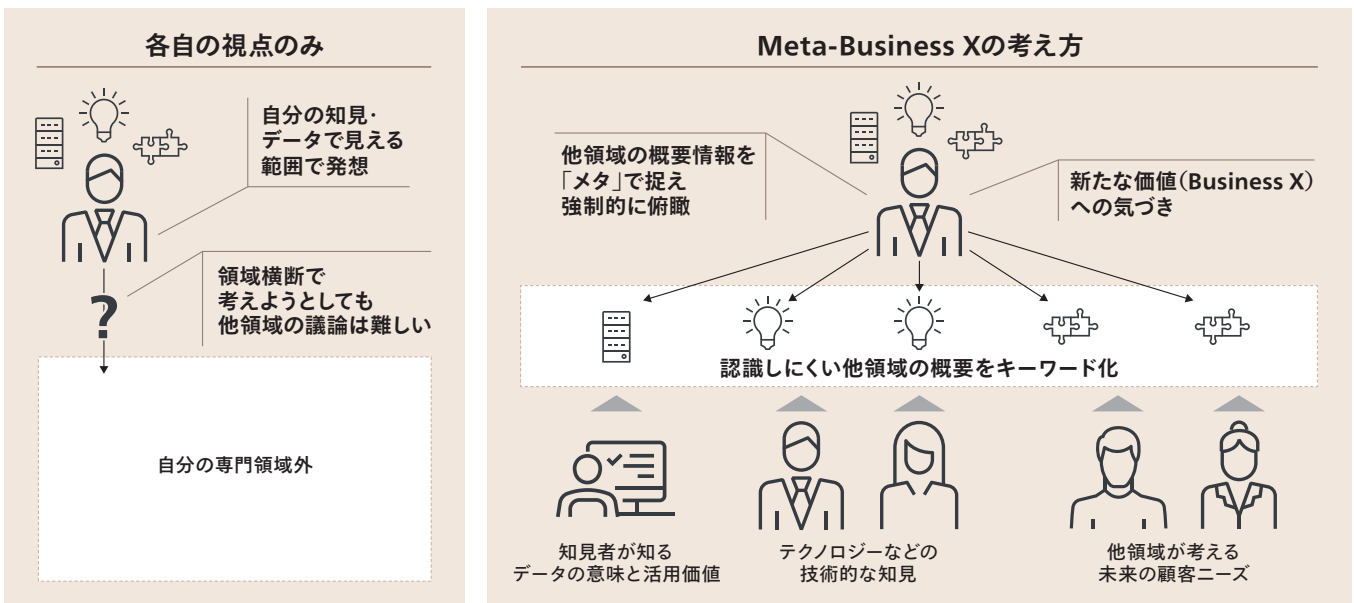
### ■自部門・社のみに関じた視点が生む課題例 ~Meta-Business Xのターゲットイシュー~

	<b>経営層</b>	「DX」として既存業務をデジタルに置き換える取り組みは進むが新事業や次世代型業務モデル変革につながらない		<b>営業</b>	現在の自社製品・サービスではDX対応が難しく検討が劣後し事業機会・顧客ニーズが埋もれたままになる
	<b>新事業/ DX推進</b>	デジタル時代の新サービス創出を命じられたが筋の良いアイデアが分からない、関係部署の巻き込みが進まない		<b>業務改善 タスクフォース</b>	業務改善活動に取り組む際、部門に閉じた考えが先行し全体最適が分からない
	<b>研究開発</b>	市場ニーズとのマッチングが重要と理解しつつも技術シーズ中心に考えてしまいユースケースがない		<b>データ分析 チーム</b>	自社では取れないデータ種があるなどの理由でデータ分析をしてもインサイトが得られない

### Meta-Business Xの考え方 ~様々な産業の概要キーワードにより「メタ」で捉えて考える~

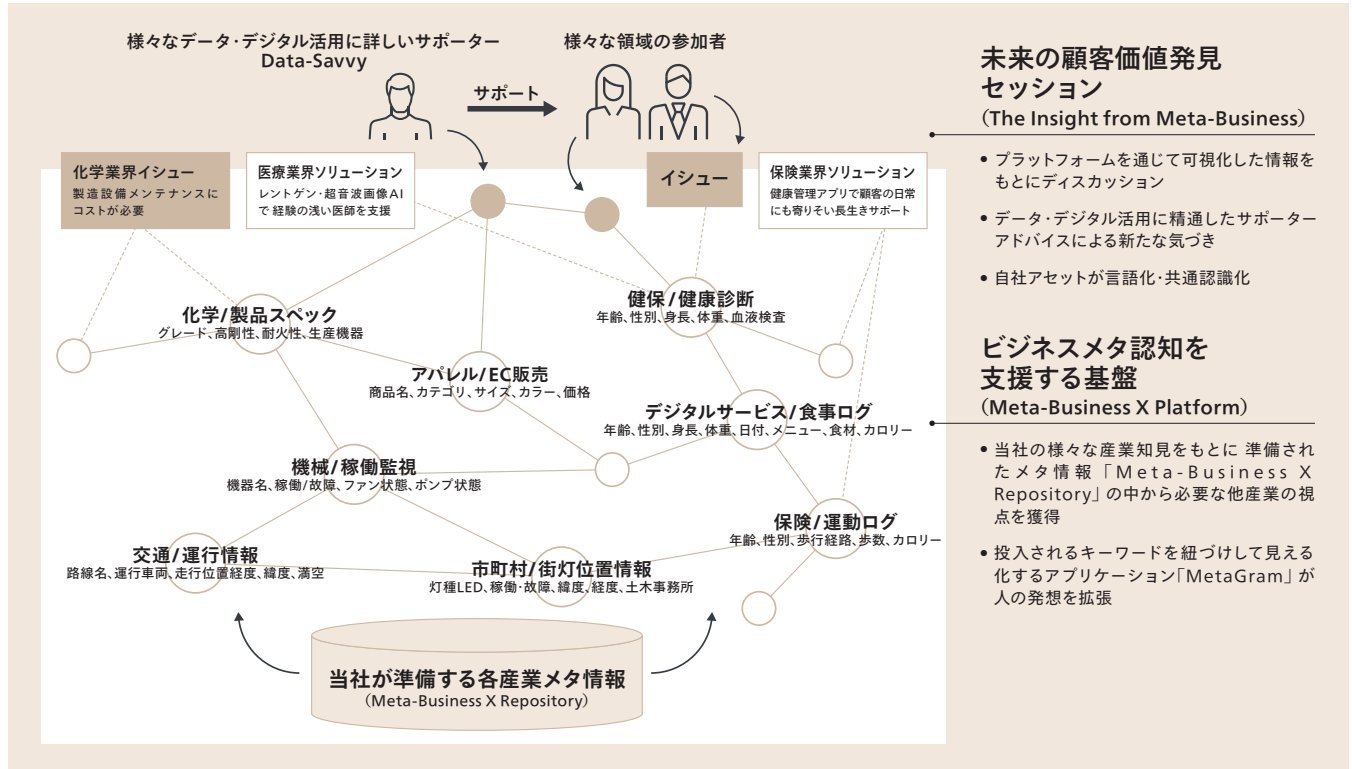
Meta-Business Xサービスは、自らの考え・記憶を客観的に認知する「メタ認知」の発想として、知見者の頭の中にある各専門領域の知見を概要情報として言語化し見える化したものです。

それを俯瞰する事で、各自の専門外領域を概要情報として理解でき、自分のテーマとの言語的な繋がりから新たな着想を得たり、他者との議論のきっかけを生み出す事が可能となります。



## アビームコンサルティングの提供価値

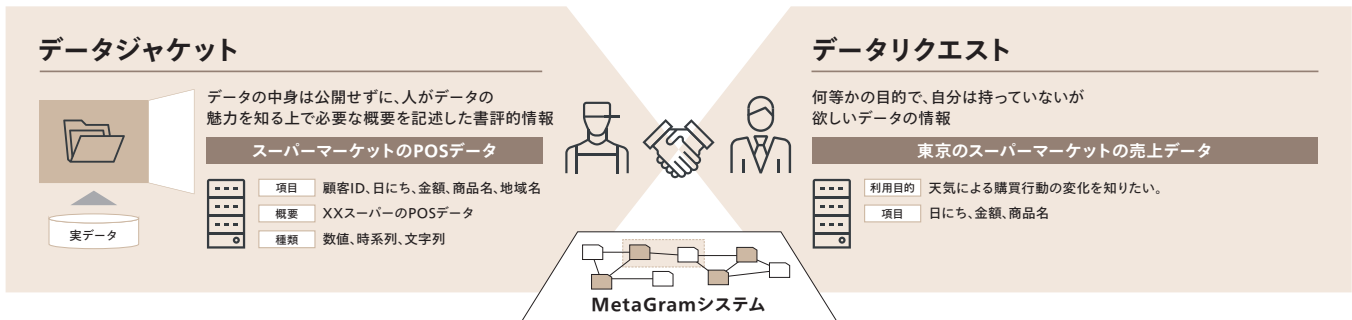
アビームコンサルティングは、各産業が保有する事業・知見のメタ(概要)情報を管理し関係性が見える化するプラットフォームと、この情報を活用してコミュニケーションを誘発するセッションの運営サポートをご提供します。これらの仕掛けを通し産業をまたぐ価値発見を促進。自社アセットの概要情報も蓄積・再活用可能とし、産業をまたいだ視点での議論を継続的に行う文化を定着させます。



## 東京大学 大澤研究室のデータジャケット/MetaGramを活用

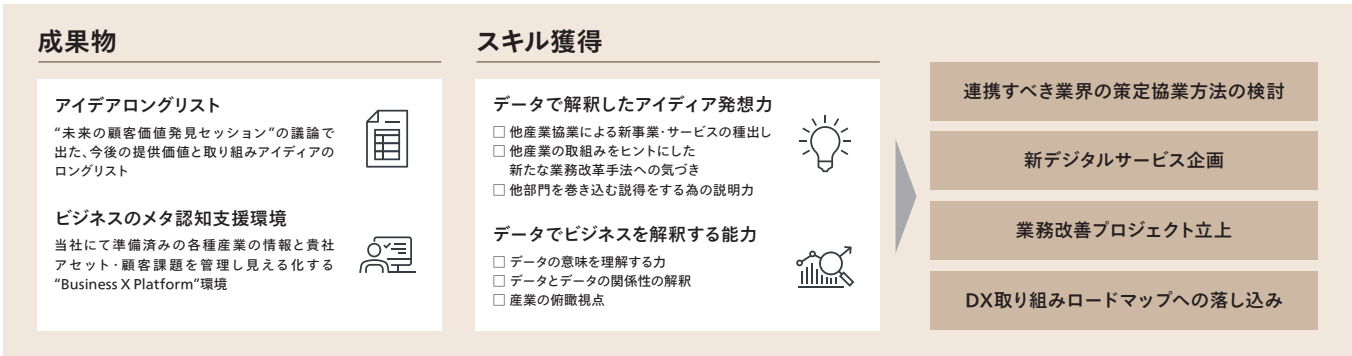
Meta-Business Xサービスは、データ利活用における多様なステークホルダー間のマッチングを支援しながらデータの利用価値を策定し共創を実現するデータジャケットとMetaGramという技術を導入しています。

※データジャケットは東京大学・大澤研究室で開発された技術です。



欲しいデータ(データリクエスト)と提供可能データ(データジャケット)を投稿し  
データ提供者と利用者のマッチング支援と可視化を実現するツール

## 活用事例



お問い合わせ先：DXIビジネスユニット ([JPABDGLTechDXI@abeam.com](mailto:JPABDGLTechDXI@abeam.com))