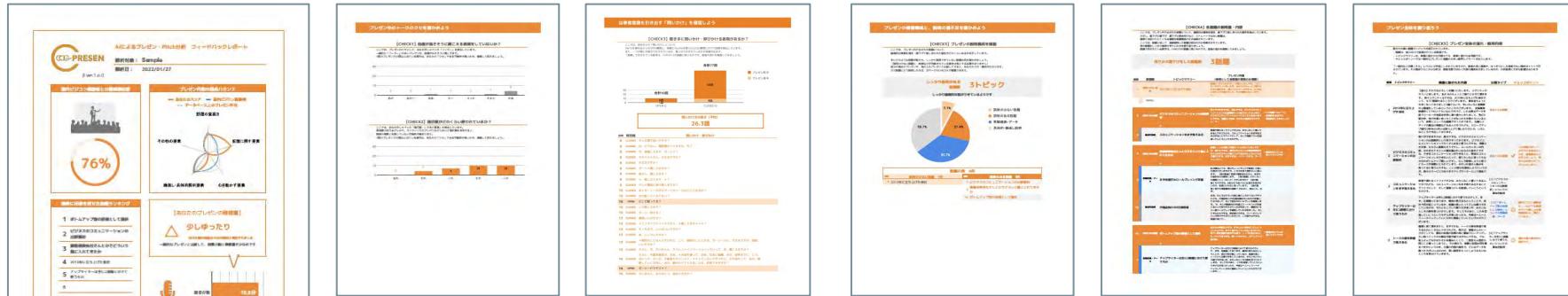




<https://cognitee.com/service>



COG-PRESENは、**プレゼンテーションやPitch**について
3つの観点/12の分析で、プレゼン内容・構成を分析するサービスです。



表紙 傾向を掴む

CHECK1-2 クセを確認

CHECK3 問いかけ

CHECK4 情報過不足

CHECK5 論理構成

CHECK6 全文振返り

過去4年間の主要な国内ビジネスコンテストから、
ファイナリスト・優勝者のプレゼンを分析し、チェック要素を見出し、
その傾向と比較できるようにしています。

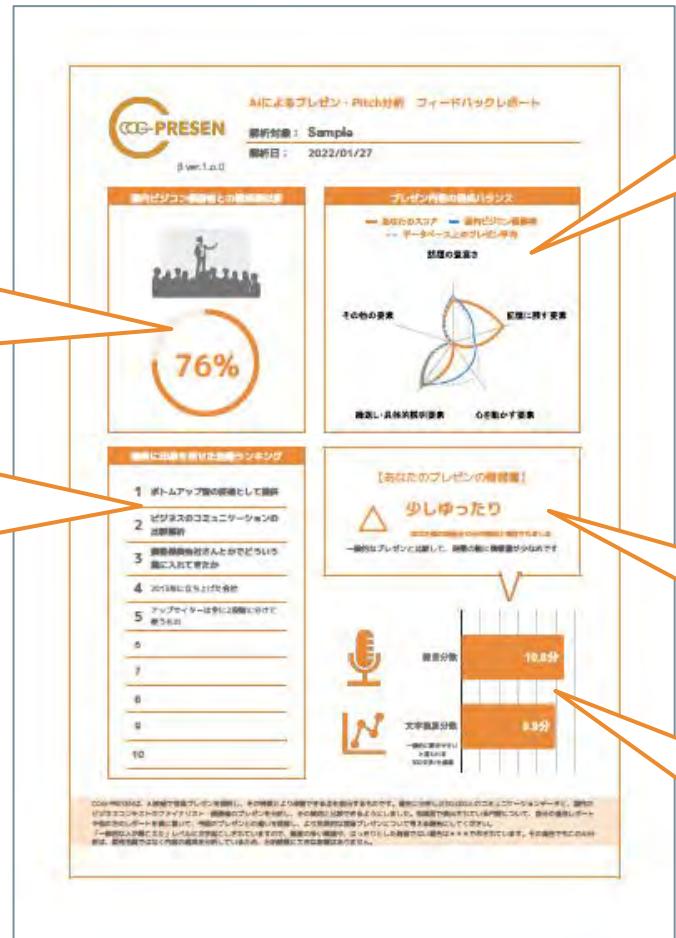
表紙でわかること

過去のビジコン優勝者に共通する要素・構成と、どのくらい共通点があるのかを「%」で示しています。

80%を超えてくると、類似していると言えます。

独自の蓄積データから、そのプレゼンを聞いた人にとって印象に残る話題について、ランキング形式で表示しています。

しっかりと説明している・納得するような構成になっている場合は、ランクが上がりやすくなります。



過去のビジコン優勝者と、その他これまでのプレゼンデータの平均値と、あなたのプレゼンについて、どのような要素が含まれているかを示しています。

- **話題の豊富さ**・・・盛り込む話題が多すぎないか・少なすぎないかを示します
 - **心を動かす要素**・・・背景理由や、思いなどを多めに説明していると増えます
 - **記憶に残す要素**・・・データ・スペック・価格など、数値や客観的な情報があると増えます
 - **繰り返し・具体的な説明要素**・・・一度話した話を再度掘り下げる・具体的に説明するなどが多い場合に増えます
 - **その他の要素**・・・挨拶や懸念など本論から逸れた話題があると増えます

録音長と文字数を照らし合わせ、一般的に心地よいとされる300文字/分よりも、情報量が多いか少ないかを示しています。

録音分数・・・実際に預かりした録音長が表示されています。

文字換算分数・・・300字/分換算で、同じ内容を話すなら、何分くらいが適切かを示しています。

【CHECK1・2】でわかること

「あのー」「えー」など、フィラーと言われる 不必要語句が何回使われたかを検出しています。

プレゼンの長さにもよりますが、1度のプレゼン中に20回以上検出された場合は、自分のクセである可能性が高くなります。

フィラーは、聞き手が気にし始めると、内容をじっくり聞いてくれなくなったり、自信がなさそうに聞こえてしまったりというデメリットが生じます。

プレゼン中に使われた こそあど言葉（指示語）の数を検出しています。
プレゼンの長さにもよりますが、1度のプレゼン中に20回以上検出された場合は、自分のクセである可能性が高くなります。

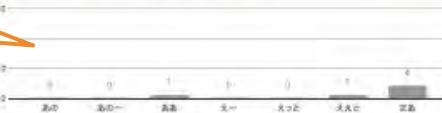
特にオンラインでのプレゼンの場合、指示語を多用すると 聴衆にとってわからないまま話が進んでいる懸念があります。

あまりにも多い場合は、具体的な用語で置き換えて話ましょう。

プレゼン中のトークのクセを覗かめよう

【CHECK1】 由頭が無さそうに聞こえる表現をしていないか？

ここでは、プレゼン中のクセとして、由頭で終わらせる「えー」と「あのー」を検出しています。
一緒に「えー」と「あのー」のどちらか1回は、お聞きなさうに書きました。
1回カウントせずに何回も同じく使っている場合は、あなたの「ひな」である「無意の癖」が悪いので、意識して抑えましょう。



【CHECK2】 指示語がどのくらい使われているか？

ここでは、あなたがしゃべった「指示語」（「それ」「これ」「それ」「それ」）を検出しています。
運営側ではさもじゅうや、オンラインでのプレゼンなどでよく使われる表現を参考すると、
運営の癖と重複しない用語で置き換えてください。



【CHECK 3】でわかること

聞き手に対して「問い合わせ・呼びかける」ような発言があった場合に、その回数が、問い合わせの種類別で、プレゼンの全港湾に分けて検出されています。

- ・ OPEN Q …… 5W1Hのような、Yes/Noで答えられない質問
(深く・自分ごととして考えさせるときに有効)
- ・ CLOSED Q …… Yes/Noで答えられる単純な質問

問い合わせ文が、どのくらいの文章の長さだったかを示しています。
長すぎても、短すぎても「何を問われているのか」わかりにくくなりますので、適切な長さを意識する必要があります。

(プレゼンでの問い合わせの場合、20~30文字が標準的)

実際にどのような問い合わせ文が話されたかが、列挙されています。

当事者意識を引き出す「問い合わせ」を確認しよう

【CHECK3】聞き手に問い合わせ・呼びかける表現があるか？

ここでは、自分が「問い合わせ」について
5W1Hを尋ねようなどの表現と、非常にYes/Noで答えられる簡単な問い合わせで問題を抽出しています。
また、このノウハウはこれまでいろいろな会話で得られているから参考ができます。

「詰め」でやさしい名前と、CHECK3の頭脳と同じものです。最後の流れを確認してみましょう。



質問種別	問い合わせ・呼びかけ
8 CLOSED	そんな質問面白いですか？
8 CLOSED	ね、どうなん、電話番号をうきまわ、今、
8 CLOSED	今、通報してます、ガーシー？
8 CLOSED	タチバナさん、大丈夫ですか？
8 CLOSED	大丈夫ですか？
8 CLOSED	ガーン&ガーンですか？
8 CLOSED	皆さん、聞こえます？
8 CLOSED	*、誰にまでます、*？
8 CLOSED	テレビ画面で出ておられますか？
10 CLOSED	カーリーのポスターヒカリーがどこにあるの？
10 CLOSED	まだ配ってられない？
10 OPEN	どこで配ってる？
10 CLOSED	これ聞こえます？
10 CLOSED	ガージー見える？
13 CLOSED	質問いいですか？
13 CLOSED	*コノマイティディスクル...+聞こえます*+*?
13 CLOSED	そっますで、いいくらいですか？
13 CLOSED	あ、ここひいてですか？
13 CLOSED	*頭のことなどういけれど、ごく、頭のこととかは、ガーシーさん、大丈夫ですか、問題、いいですか？
13 CLOSED	ええと、今、せんじら、サイレン=イフベーションっていうて、あ、聞こえますか？
13 CLOSED	ええ、中国共産党が、まあ、*お空を使って、まあ、日本に結構、あの、世界まで、こう、
14 CLOSED	はいって、高い、不動産をカシメ！+*+でいるんですけれど、その流れって、あの、相続していく方向に、あの、働きかけてくれることは、出来でありますか？
14 OPEN	ガーシーはどうですか？
16 CLOSED	まいません。ありがとうございます。

【CHECK4】でわかること

しっかり説明をしたトピック数が数字で表れています。トピックに対して、説明量・構成のバランスが崩れているときは、アラート文が出ています。

プレゼンの中の説明構成が、どのような要素で構成されていたかを パイチャートで示されています。（詳細は、CHECK4で確認できます）

- 説明の少ない話題・・・話された主なトピックのうち、根拠や具体性など何らかの補足説明が十分にされていない話題の割合が出ています。【優勝者のプレゼンでは0~3%】
- 説明のある話題・・・話された主なトピックのうち、根拠や具体性など何らかの補足説明がされた話題の割合が出ています。【優勝者のプレゼンでは25~40%、多めが良いようです】
- 記憶に残す要素（客観・データ）・・・オススメしたい内容などの主張に対して、データ・スペック・価格など、数值や客観的な根拠として提示した割合が出ています。【優勝者のプレゼンは10%以上あり、多めが良いようです】
- 心を動かす要素（理由・ニーズ）・・・オススメしたい内容などの主張に対して、その背景理由や思い・課題感・ニーズなど、感情に近い根拠を提示した割合が出ています。【優勝者のプレゼンは18~24%の間にあります】
- 繰返し・具体的な説明要素・・・一度話した話を再度掘り下げる・具体的に説明した割合が出ています。【優勝者のプレゼンは35~37%で、60%を超えることはありません】
- その他の要素・・・挨拶や懸念など本論から逸れた話題の割合が出ています。

パイチャートの中の「説明の少ない話題」と「説明のある話題」が、それぞれどの話題が対象だったかを列挙しています。

説明の少ない話題は、もっと説明が必要な可能性があります。ここに、挨拶などが検出されている場合は、改善を気にする必要はありません。

プレゼンの構成構成と、説明の過不足を確かめよう

【CHECK3】プレゼンの説明構成を確認

ここでは、プレゼン内容における説明について、
説明の構成を確認・表示します。それから動作がどのくらいあるかを表示しています。

特にどのよろづ説明が缺けた、しっかり説明できている（説明的）ものや、説明が足りません。

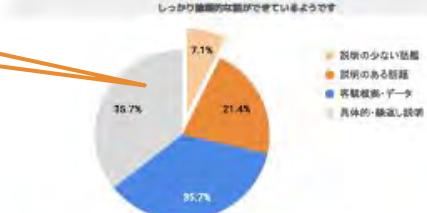
（説明のない）根拠・データなどは、説明が付加されていて適切ではない（説明が足りません）。

専門用語や複雑な用語など、他の人に理解しづらい（説明が足りません）。

（説明の多い）根拠・データなどは、余計な（説明が足りすぎます）。

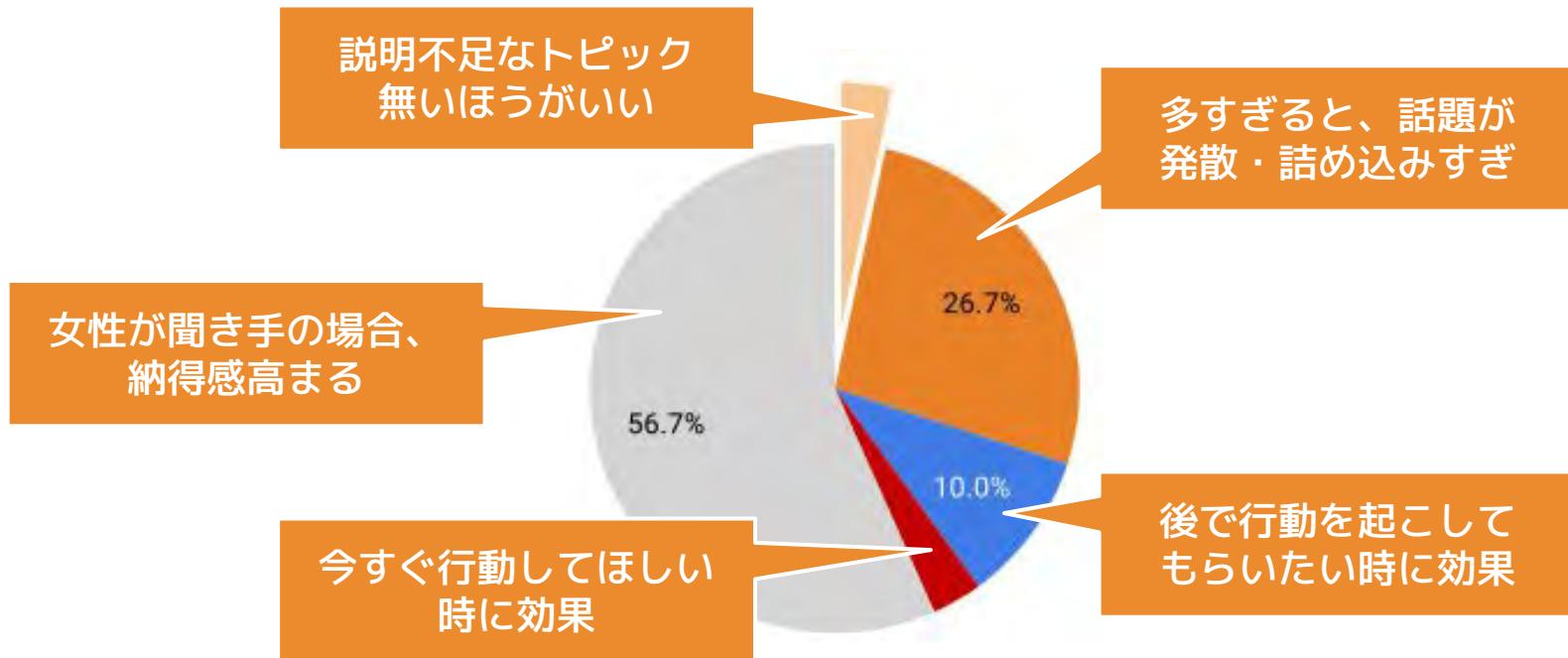
（説明の少ない）根拠・データなどは、空振り（説明が足りません）。

しっかり説明が出来たトピック 3トピック



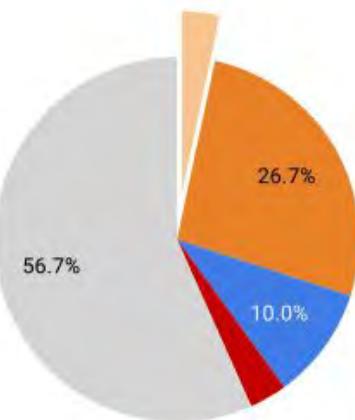
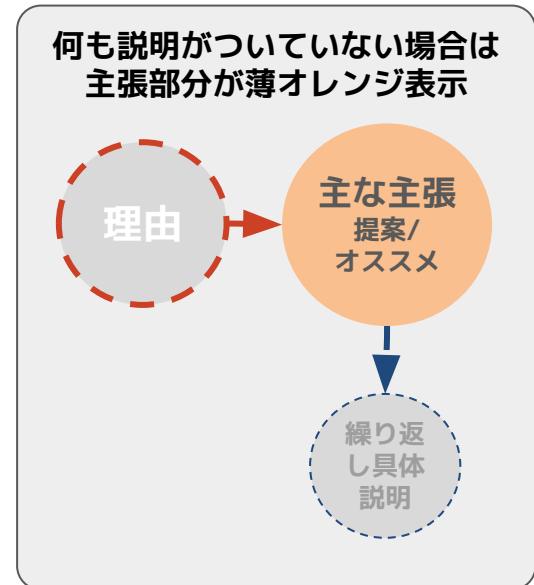
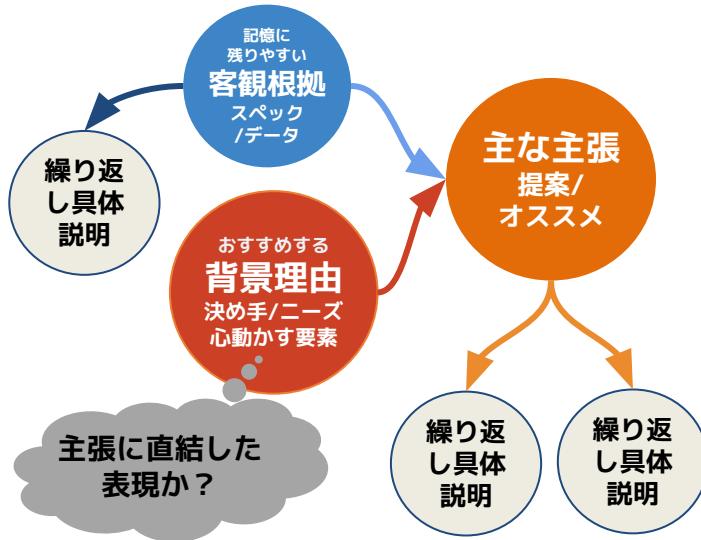
画面の右：4月	
説明の少ない話題	説明のある話題
1件	3件
1. 2013年に立ち上げた会社	2. ビジネスのコミュニケーションの実務者
3. 営業担当者さんとのコミュニケーションに工夫を始めた	4. ポトニアが豊かな世界として運営

補足：データからわかっていること



説明構成の検出の仕方

特許技術



【CHECK5】でわかること

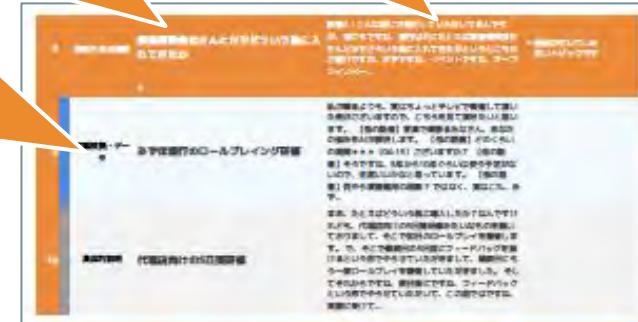
話された主なトピック毎に、その話題に対して説明された内容が列挙されています。

説明量の多さ、説明の種類を確認し、十分・不十分を振り返りましょう。説明無しと書かれている話題は、更に補足できないか改善案を考えてみましょう。
(挨拶などが検出されている場合は、必要ありません)

オレンジ色（もしくは薄オレンジ）の背景になっている箇所が、「主なトピック」として検出された話題です。

実際に話された内容の冒頭
が切り出されて表示されて
います。

オレンジ色の下に、薄い
色の背景で表示されてい
るのが、その「主なト
ピック」への説明として
検出された内容です。
CHECK3で示されたパイ
チャートに基づいて、色
付けされています。



【CHECK6】でわかること

話した内容全文が書き起こされています。全体を振り返ってみましょう。

周辺ノイズや声が遠いなど、聞き取りにくい箇所は「*」で書かれています。方言や固有名詞も、一般的な人が「聞こえた通り」に書き起こされていますので、滑舌なども確認してみましょう。

話した内容を意味のまとまりでパラグラフ分けし、そのパラグラフ内で一番重要なキーワードが抜き出されています。
このキーワードだけを上から順に読んでいくことで、要点がつかめるかも確認してみましょう。

分類タイプは、CHECK3・4で示された分類に準じています。どの話題が、どう分類されたのかを振り返り、自分のトークの偏りを確認してみましょう。

国内ビジコンの優勝者・ファイナリストの傾向と比較して、乖離している箇所には「×」が付き、類似している良い箇所は「○」が付いています。同改善するとよいか、考えてみましょう。

プレゼン全体を振り返ろう

[CHECKS] プrezen全体の流れ・画面内容

項目	トピックサマリー	画面に記された内容	分担タイプ	チェックポイント
1 2013年富士上 げ井事件	【前編】それはよろしくお読みください。ゴジラティの 「富士山上げ井事件」は、その名の通り、山から水を引 く、そしてそれを貯め、それを下へ送る、という工程で起 った事故です。なぜかとお尋ねされると、それは、山を して、もう70年もやっているからかもしれません。開拓がようやく 大きくなってしまったからかもしれません。やがて山から「安堵感」 が生まれ、そしてようやくこじつけられました。財團法人 「上げ井委員会」が発表した資料によれば、海苔屋 藤原一氏が安全作業に心配を抱いていました。海苔屋 藤原、佐藤義典、舟木とおとさんたちが心配かららるる として、藤原二郎が心配を抱いています。舟木とス トーリーの藤原一氏が心配を抱いています。ゴジラティ が河川改修工事の際に運び上げた結果だと想ひながら、いかん にもう心配をしておられます。	【前編】それはよろしくお読みください。ゴジラティの 「富士山上げ井事件」は、その名の通り、山から水を引 く、そしてそれを貯め、それを下へ送る、という工程で起 った事故です。なぜかとお尋ねされると、それは、山を して、もう70年もやっているからかもしれません。開拓がようやく 大きくなってしまったからかもしれません。やがて山から「安堵感」 が生まれ、そしてようやくこじつけられました。財團法人 「上げ井委員会」が発表した資料によれば、海苔屋 藤原一氏が安全作業に心配を抱いていました。海苔屋 藤原、佐藤義典、舟木とおとさんたちが心配かららるる として、藤原二郎が心配を抱いています。舟木とス トーリーの藤原一氏が心配を抱いています。ゴジラティ が河川改修工事の際に運び上げた結果だと想ひながら、いかん にもう心配をしておられます。	主担当	●上げ井事件の 概要と原因

| 2 ビザラボのコロコ ニケーションの社 会影響 | 【後編】私はけつこじゆ2013年ヨーロッパ シンポジウムで発表しているのですが、ビザラボコ ミュニケーションの問題は、その発表でも問題視されています。 もちろん影響はあります。コニセミナーの内 容は、ほかのセミナーの問題よりも問題視されています が、なぜかとお尋ねされると、ビザラボコミュニケーション の問題は、他のセミナーと比較して、大きな点で差がある からです。たとえば、セミナーの問題は、問題を抱いてる ところがほとんどで、問題はないで、あるいは問題を抱 いてるところがほとんどで、問題はないというの が、他のセミナーと比べてあります。つまり、問題せ ど。 | 【後編】私はけつこじゆ2013年ヨーロッパ シンポジウムで発表しているのですが、ビザラボコ ミュニケーションの問題は、その発表でも問題視されています。 もちろん影響はあります。コニセミナーの内 容は、ほかのセミナーの問題よりも問題視されています が、なぜかとお尋ねされると、ビザラボコミュニケーション の問題は、他のセミナーと比較して、大きな点で差がある からです。たとえば、セミナーの問題は、問題を抱いてる ところがほとんどで、問題はないで、あるいは問題を抱 いてるところがほとんどで、問題はないというの が、他のセミナーと比べてあります。つまり、問題せ ど。 | 主担当 | ●ビザラボの 問題と影響 || 3 アプロディターは 吉川と藤原に叶 て残るもの | 【前編】見て頂きました。ありがとうございます。トーカの脚本を読むのが 大変なことをおっしゃったので、自分で見て、読み、理解、感想をまとめてお りました。アプロディターは、アプロディターの脚本を読むのが大変だ とき、何うつづけるのかは、内部内容がどうなっているか、で、藤 原さんと吉川さんとお話ししているところ、藤原さんと吉川さんとお話し しているところ、そのときにどうなり得たかが、吉川さんと 藤原さんとお話ししているところをまとめておきました。そしてそのあと、これを評 議していくときに、どうなり得たかをまとめておきました。 | 【前編】見て頂きました。ありがとうございます。トーカの脚本を読むのが 大変なことをおっしゃったので、自分で見て、読み、理解、感想をまとめてお りました。アプロディターは、アプロディターの脚本を読むのが大変だ とき、何うつづけるのかは、内部内容がどうなっているか、で、藤 原さんと吉川さんとお話ししているところ、藤原さんと吉川さんとお話し しているところ、そのときにどうなり得たかが、吉川さんと 藤原さんとお話ししているところをまとめておきました。そしてそのあと、これを評 議していくときに、どうなり得たかをまとめておきました。 | 主担当 | ●アプロディター の脚本と評議 || 4 トーカの復活劇 で見る会 | 【後編】見て頂きました。ありがとうございます。トーカの脚本を読むのが 大変なことをおっしゃったので、自分で見て、読み、理解、感想をまとめてお りました。アプロディターは、アプロディターの脚本を読むのが大変だ とき、何うつづけるのかは、内部内容がどうなっているか、で、藤 原さんと吉川さんとお話ししているところ、藤原さんと吉川さんとお話し しているところ、そのときにどうなり得たかが、吉川さんと 藤原さんとお話ししているところをまとめておきました。そしてそのあと、これを評 議していくときに、どうなり得たかをまとめておきました。 | 【後編】見て頂きました。ありがとうございます。トーカの脚本を読むのが 大変なことをおっしゃったので、自分で見て、読み、理解、感想をまとめてお りました。アプロディターは、アプロディターの脚本を読むのが大変だ とき、何うつづけるのかは、内部内容がどうなっているか、で、藤 原さんと吉川さんとお話ししているところ、藤原さんと吉川さんとお話し しているところ、そのときにどうなり得たかが、吉川さんと 藤原さんとお話ししているところをまとめておきました。そしてそのあと、これを評 議していくときに、どうなり得たかをまとめておきました。 | 主担当 | ●トーカの復 活劇と評議 |

Analytics Result (英語も対応可能です)



COG-PRESEN導入実績

- 地方創生系ビジネスコンテスト
 - 品川ビジネス創造コンテスト
 - とくしまビジネス創生アワード
 - 新潟市新規事業創出プログラムWAVE
- スタートアップ向けビジネスコンテスト
 - 企業主催ビジネスコンテスト
 - 海外在住スタートアップ向けビジネスコンテスト
- 研修運用企業向け
 - 企業向け研修内：日本語 プレゼンテーション分析
 - 企業向け研修内：英語 プレゼンテーション分析
 - 社会人向け英語教育プログラム：英語 自己PR分析
- 企業内利用
 - 製薬会社 マーケティングプレゼン分析
 - 人材派遣会社 採用時の自己PRプレゼン分析

The screenshot shows the homepage of the Shinagawa Business Club. At the top right, there is a banner for the 'Business Creation Contest' (ビジネス創造コンテスト) with a deadline of November 30th. Below the banner, there is a grid of various award categories and their descriptions. A red arrow points to the 'CAMPFIRE' logo in the bottom right corner of the grid.

アイデア募集集中!
応募締切 11/30

第14回
ビジネス創造
コンテスト

最優秀賞 ×1件
賞金 30万円 &
SHIPオーブンラウンジ*1年間無料利用券

優秀賞 ×1件
賞金 10万円 &
SHIPオーブンラウンジ*6ヶ月無料利用券

奨励賞 ×2件
賞金 5万円 &
SHIPオーブンラウンジ*2ヶ月無料利用券

ファイナリスト賞 ×6件
賞金 1万円 &
SHIPオーブンラウンジ*1ヶ月無料利用券

グローバルビジネス賞
JAL国際線
賞金 20万円
賞金 5万円

第一三共賞
よい仕事おこし賞
賞金 5万円

さわやか信用金庫賞
賞金 5万円

品川区特別賞
区内外通商品賞
賞金 5万円分

新事業創出機構賞
賞金 5万円

CAMPFIRE賞
クラウドファンディング実績
賞金 5万円

ATR賞
海外起業家支援プログラム
賞金 5万円

面接対応通過者特典
コニティ株式会社によるまでのプレゼンヒッカ分析フィードバックレポートの提供

主催
品川ビジネスクラブ
Shinagawa Business Club

共催
品川区 新事業創出機構

協賛
東急電鉄
東急バス
uni
ATR
GIGA
後援
新規事業開拓促進会議
関東経済産業局

ビジネス
<https://...>

コグニティ株式会社

パーカス：技術の力で、思考バイアスなき社会を。

事業内容：定性情報の「定量化」技術・分析サービス

設立：2013年3月28日

従業員：74名（リモートワーカー含む）

資本金：6億円（準備金含む）

株主：グローバルブレイン・XTechVentures・DiP・東海東京インベストメント・アルプスアルパイン他

所在地：東京都品川区西大井

サテライトオフィス：徳島・福岡・秋田

■徳島県働く女性応援ネットワーク会議 嘱託委員(2021～)

■一般社団法人生成AI活用普及協会協議員(2023～)

■第3回TOKYOテレワークアワード 推進賞(2023)

■第11回 HRアワード 人材開発・育成部門 最優秀賞(2022)

■第22回 一般社団法人日本テレワーク協会 テレワーク推進賞 優秀賞受賞(2022)

■EY Innovative Startup エンタープライズ部門受賞(2019)

2013年の創業時から
完全在宅勤務で、
19～70歳が
テレワーク勤務





たった6名分でOK！

定例会議、プレゼン、1on1、商談トーク、
アポ電話、ロープレ、入社時ES、昇進論文、
Email、チームチャット、報告書、日報/月報

「ありのまま」を定量化することで
脱・属人化施策を見出す

理想の3件



現実・
残念な3件



Uploadするだけ



COG-EVIDENCE
コグ・エビデンス
特許第6573321号

個別スキルの改善FB
Skill Navigator機能



シーン別勝ちパターン特定
Pattern Landscape機能

理想シナリオと改善ポイントを「数値で明確化」

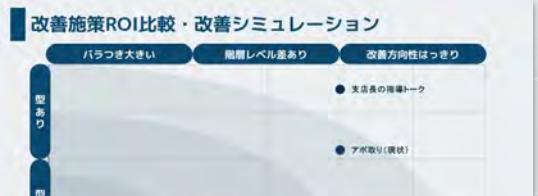
商談獲得傾向
イントロ：自分の強みをアピールする（「自分」）
アプローチ：相手の強みをアピールする（「相手」）
課題：相手にできること、したいことを伝えながら問題を乗り越す。
（課題：この状況で何が起こるか、何が問題か、何が解決策か）

改善標準
自分の強みが「強調しない」
課題：相手の強みをアピールする（「相手」）

改善点・注意点
イントロ：自分の強みをアピールする（「自分」）
アプローチ：相手の強みをアピールする（「相手」）
課題：相手にできること、したいことを伝えながら問題を乗り越す。
（課題：この状況で何が起こるか、何が問題か、何が解決策か）

起点基準は 15%以下へ

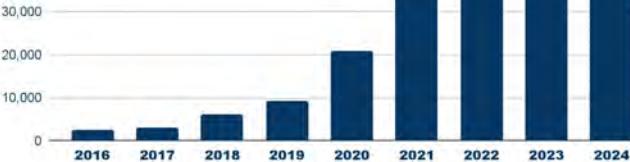
業績影響・改善期間の算定
Impact Finder機能



導入実績：これまで400社以上



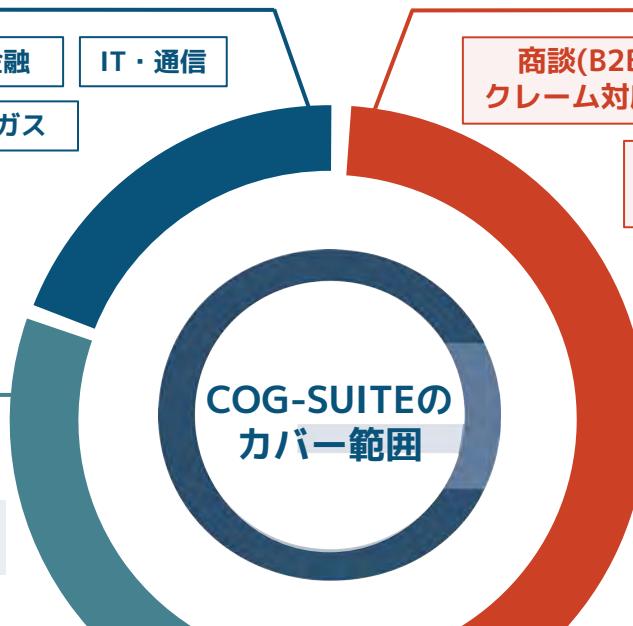
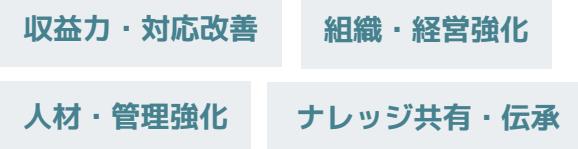
60,000人の
コミュニケーションを
「構造的データ」として蓄積



業界実績



活用目的



商談(B2B/B2C)、インサイドセールス、窓口、
クレーム対応、グルイン、カウンセリング、ロープレ

1on1、部下指導、定例会議、昇進論文、
プレゼン/報告書、日報、チャット

ES/昇進論文、面談、面接、研修感想文

株主総会、IR発表、ウェブ、Pitch、
会社説明会、謝罪会見、街頭演説

技術継承、申し送り、ケアマネ対応、
保健指導、弁護士相談、授業、漫画、
インフォームドコンセント、実験、
事故対応、授業、議論・グループ

業界実績

不動産	製造業	医療・福祉	金融	IT・通信
コンサル・士業	人材・採用	電気・ガス		
教育機関	卸・小売		飲食	
公共	旅行・冠婚葬祭			

活用目的

収益力・対応改善

- ✓ 営業力Up・標準化
- ✓ 成果率向上（短時間解決）
- ✓ 顧客接点の質改善
- ✓ クレーム対策

組織・経営強化

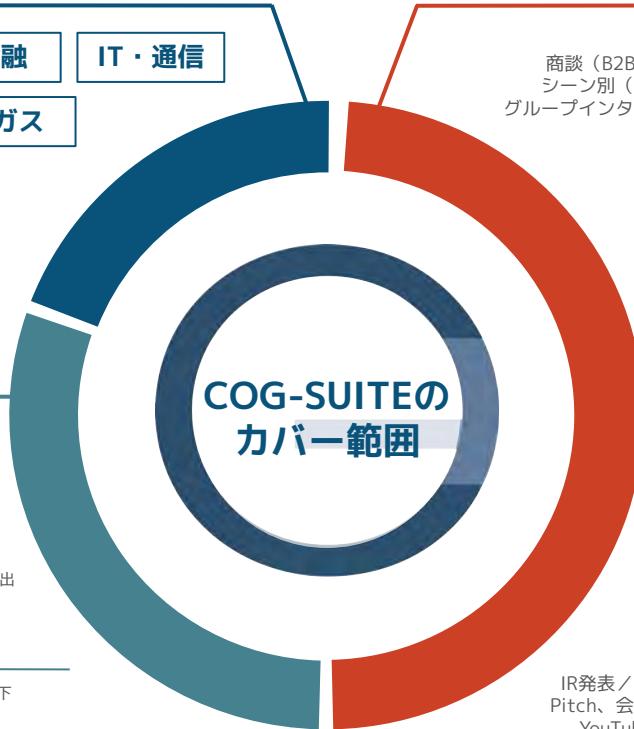
- ✓ 支店別・事業部別の課題抽出
- ✓ オープンイノベーション・新規事業創出
- ✓ リスク把握
- ✓ 株主総会・IR発信の強化
- ✓ 経営層の意思決定支援

人材・管理強化

- ✓ 新人・若手の早期立ち上げ・離職率低下
- ✓ 次世代リーダーの育成
- ✓ エンゲージメントスコアの向上
- ✓ 面接精度向上
- ✓ 管理職スキル向上・パワハラ防止

ナレッジ共有・伝承

- ✓ 部署内伝達・営業↔技術間の生産性向上
- ✓ 社内ノウハウ・技術継承
- ✓ 教材化／組織学習
- ✓ マーケティング情報の可視化



商談（B2B/B2C）、インサイドセールス、窓口、
シーン別（初回・クロージング）、ロープレ大会、
グループインタビュー、クレーム対応、カウンセリング

1on1ミーティング、部下指導、
定例会議／事業部会議、拠点間会議、
昇進論文／面談、プレゼン／報告書、
チャット、日報・週報・月報レビュー

エントリーシート／昇進論文、
キャリア面談、
面接（新卒・中途）、
研修感想文からの離職傾向判定

学校授業（教師の指導場面）、
議論・グループワーク、
研修のアセスメント・効果測定、
コーチング研修、OJT

株主総会での発言・想定Q&A、
IR発表／トップメッセージ、ウェブ文面・動画、
Pitch、会社説明会、広報発表／プレスイベント、
YouTube配信、謝罪会見、政見放送・街頭演説

営業・顧客対応

管理職・組織

採用・人事

教育・研修

IR・社外発信

公共・専門

コグニティの技術・サービスの差別化ポイント

コグニティのコア技術：CogStructure

Knowledge Representation（知識表現）人工知能研究分野の一領域
実験を繰り返し、60年前の論文からルール拡張発明
国際学会でもPeer Review済



世界中の判例から
「判断に必要」な
情報の種類を見出す

Toulmin Model	
Conclusion	
Fact/Evidence/Data	
Warrant	
Backing	
Rebuttal	
Qualifier	
Name	

84.2%

EXPERIMENTS

Through over 300 of variety formats/sources (e.g. YouTube's speeches, Government Reports, Blog--)



CogStructure

Peer Reviewed Paper in Proceedings of the Second International Workshop on Argument for Agreement and Assurance



100.0%

Over 7,000 documents/speeches



深層スキルも、少量で特定



決まりきった話ではなく、
相手によって変える 必要がある難解なシーンでも
少量のサンプルから傾向特定できるのがコグニティ
(ストーリー展開や論理性を分析できる)

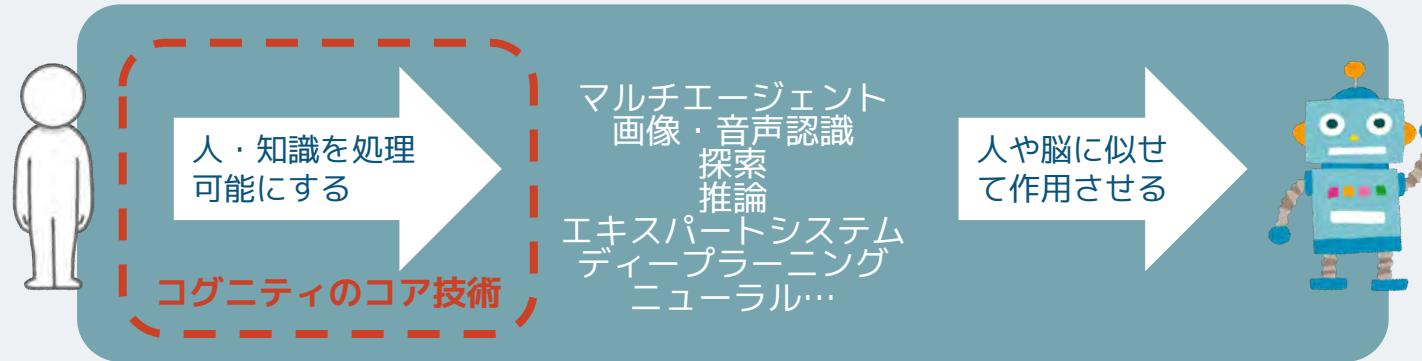


組織・シーン横断の示唆

複合的な要因 が絡み合う経営課題について、
どこの影響が大きいかを見極められることで、
経営判断に役立てられるのがコグニティ
(シーンを問わず、思考の特性を測ることができる)



人工知能領域の全体像におけるコグニティの立ち位置



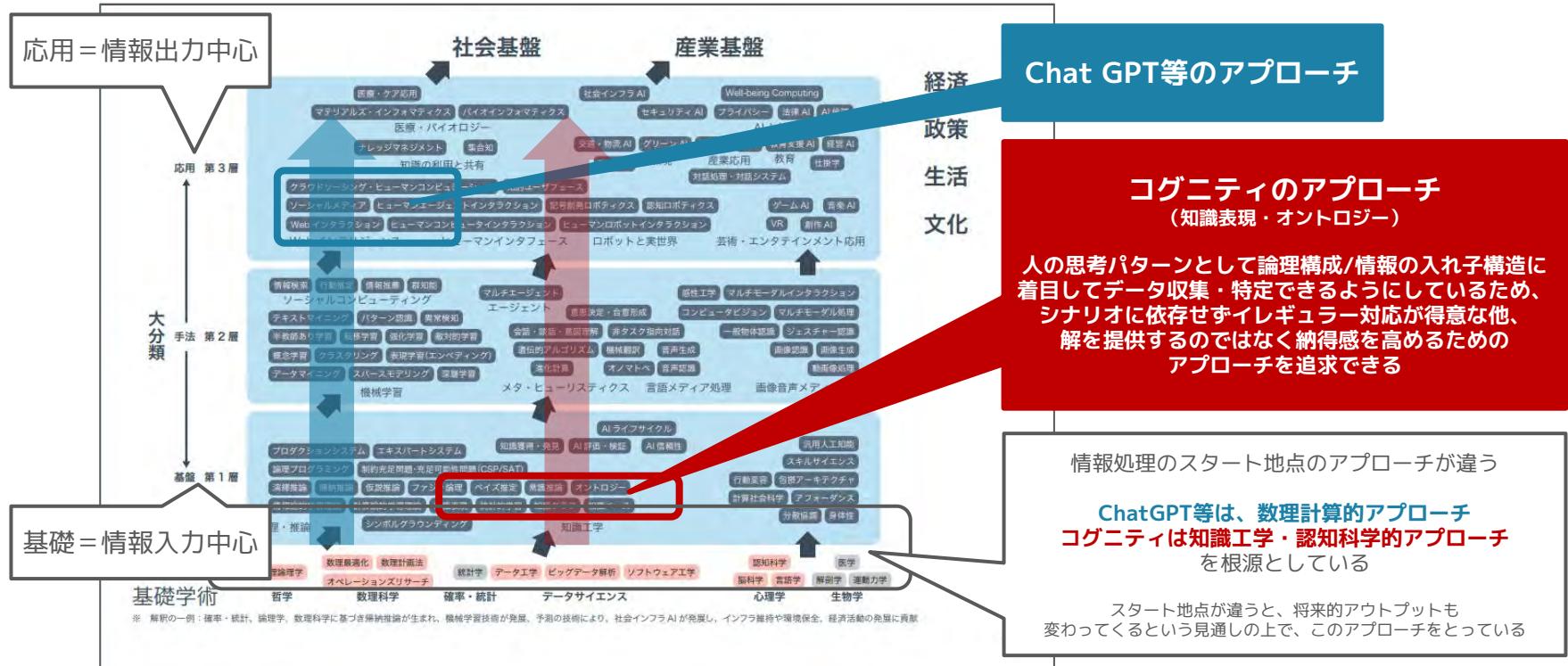
コグニティのコア技術である知識表現フレームワーク「CogStructure」は
人工知能研究領域の中で**知識表現（Knowledge Representation）**と呼ばれる領域

ちしきひょうげん【知識表現 knowledge representation】

人工知能システムにおいては、問題解決を高度化するために知識ベースに蓄積した専門的な知識に頼ることが多い。コンピューターでは形式的な処理しかできないことを考えると、そのような知識をコンピューター上に表現し、形式的な操作で解が導けるように定式化する必要がある。知識表現は、特定の専門領域における教科書的知識や専門家がもつ経験的知識をコンピューターで利用可能なように形式化することである。人工知能の概念が普及する前は、知識を表現する方法や概念については記号論において研究がなされていたが、コンピューターでの利用を念頭におくことで、この研究は飛躍的に進歩した。

(出典 株式会社平凡社世界大百科事典 第2版)

参考情報：AI領域におけるコグニティの位置付け



ご利用フローと提供機能

Evidence Generator：定性情報を 戰略判断の“根拠”に。

COG-EVIDENCE

現状把握

施策決定

強化施策実施・現場のPDCAサイクル

期間総括

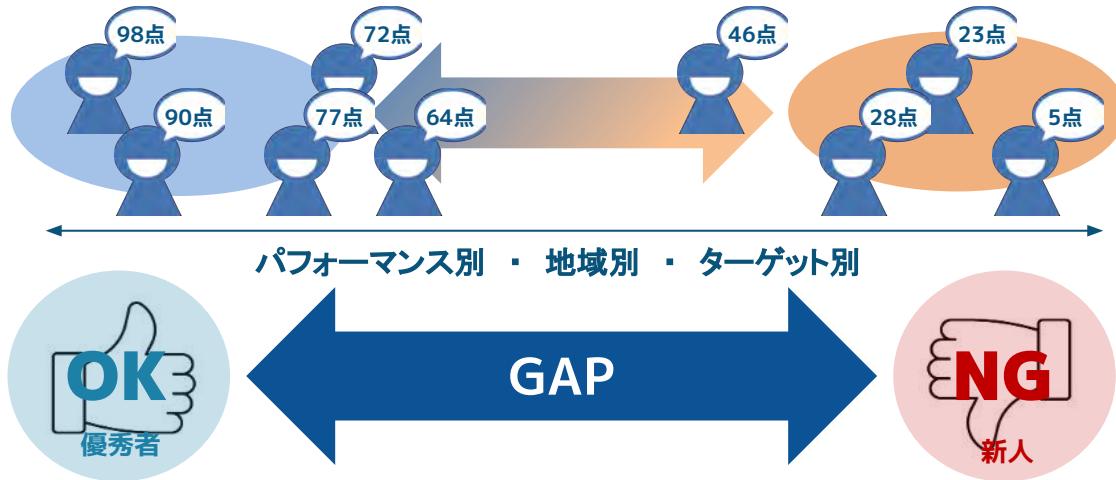
組織向けデータ提供

個人向けデータ提供

組織向け



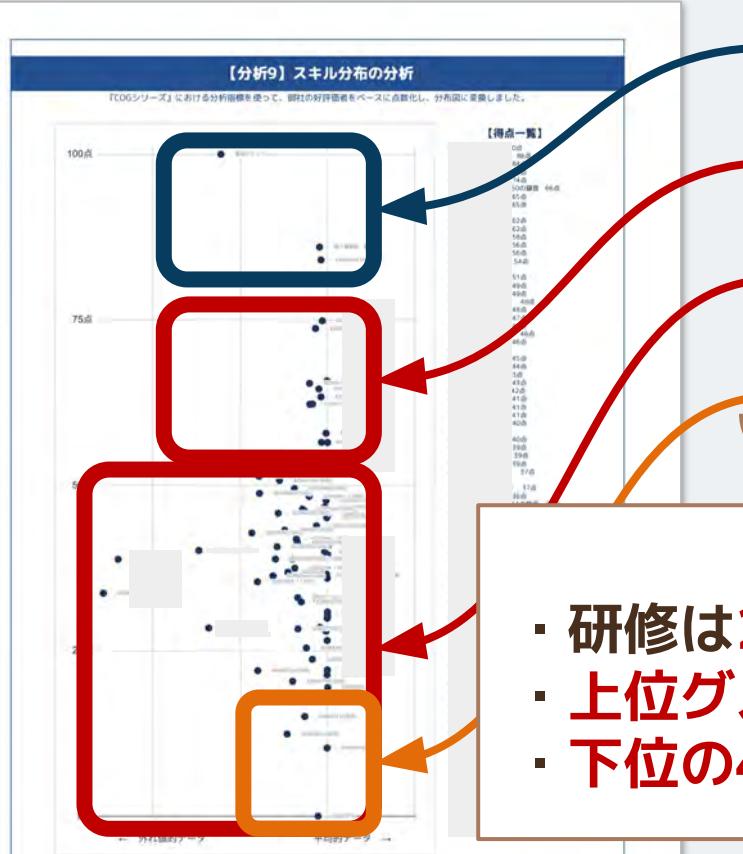
経営層・管理職向け、組織内の課題を見える化



様々な観点で「定性情報」を定量化し、「原因」を明らかに



スキル分布図から、研修内容を決定した例（大手金融）



3名の優秀な先輩社員（比較対象）

50点以上の合格圏も10名以上

50点以下から、ばらつきが大きい

下位4名は課題大きい

【この結果から出された研修内容の決定】

- ・研修は**2班**に分けて実施
- ・上位グループは、高度なスキルを含んだ研修
- ・下位の**4名**は、人事からフォローアップ1on1

レポートの使い方を知る・必要な項目を知るための 導入ワークショップ をご用意



事前打ち合わせで
各社の状況に
合わせた完全
カスタマイズ内容

対象者： 全員・管理職・現場担当者

内 容：

- ・共通見解づくりの情報共有
- ・指導法共有
- ・自己改善方法のトレーニング

導入ワークショップについて

- 実施数日前に、事務局・マネージャー間で方向性確認の打ち合わせを実施
↓
- 1時間のオンラインワークショップ（集合）

- サービス概要 【5分】
- 全体傾向解説：標準的データ比較 【20分】
- 改善のための指導項目・レポートの解説
・練習問題の個別/グループワーク 【25分】
- 質疑応答・個別レポートを使って確認 【5分】

他の人の商談を知ることが
できる希少な機会！

- 説明資料・当日の録画動画：事後引き渡し
 - 二次利用・配布可能
 - 1～3のみの動画に分割し、配布する例も有り

The collage includes:

- A bar chart titled '分析結果：フィラー（不必要語句・クセ）' showing data for '詰ちパターン' (filler patterns) and 'その他平均' (other average). The chart highlights 'クセとしてかなり出ている人がいる' (Many people have a habit of using fillers).
- A sidebar titled 'この特徴は・・・' listing features like '複数会員の会話を確認できること' (Ability to check multiple members' conversations) and '複数会員の会話を確認できること' (Ability to check multiple members' conversations), with a note that 'ニーズに追従し合いがしっかりできている' (Responses are well-coordinated).
- A flowchart titled '改善のためのレポートの使い方' (How to use the report for improvement) showing a process from 'STEP1' to 'STEP3'.
- A section titled 'CKBの改善方法' (CKB improvement methods) with a red box highlighting 'その点' (That point) and 'NG' (Not Good) status.
- A video player showing a recording of a workshop session.
- A sidebar titled '他社事例' (Case studies of other companies) with a note that 'ドロップバックなどでの成功体験があれば教えてください' (If you have successful experiences with drop-backs, please let us know).
- A sidebar titled '上級のB会員に質問に答える' (Answering questions from advanced B members) with a note that '上級のB会員に質問に答える' (Answering questions from advanced B members) is a feature.

導入について



導入にあたり、ご準備・確認いただくこと

ご発注

- ✓ 利用人数に応じた、**プランのご選択**→見積書送付・発注書受領
- ✓ ファイル**送付方法決定**（メール添付・ドライブ共有など、セキュリティ基準に合わせます）
- ✓ ファイル**送付開始時期の想定**

現状把握

- ✓ **対象者の選定**（ファイル授受に関する窓口担当を決めていただけないとスムーズです）
- ✓ **対象者へ、目的・録音手順の説明**（コグニティから資料のご用意も可能です）
- ✓ **対象者へ、録音ファイルの提出管理**
- ✓ **録音ファイルの対象シーン・対象者の評価などの情報共有**（成績・部署など）

施策構築/導入

- ✓ **1時間の打ち合わせ時間設定**（管轄統括者などのご出席いただけすると効果的です）
- ✓ **ワークショップ日程設定**

運用/定着

- ✓ **対象者・利用頻度の決定**
- ✓ ファイル**送付方法・レポート返却方法の決定**
- ✓ 経過**確認・振り返りタイミングの決定**



COG-SUITEは 御社の理想まで、改善に伴走いたします



ニーズに合わせて
選べます

1ヶ月目

3ヶ月目

6ヶ月目

9ヶ月目

12ヶ月目

お試しプラン
60万円

現状分析
(対象10件)

結果共有と
戦略立案

半年改善プラン
12万円/月

現状分析 (対象10件)

結果共有と
戦略立案

5件分析/月
+ 作戦会議1時間/月

NEW

成果検証

年間伴走プラン
15万円/月

現状分析 (対象30件)

結果共有と
戦略立案

10件分析/月 + 伴走稼働 4時間/月

成果検証

パートナープラン
ご相談

現状分析

結果共有と
戦略立案

分析 + パートナープログラム

NEW

(研修・コンサル企業のプログラムとの組み合わせで改善スピードUp)

成果検証

年間ライトプラン
月7万円

現状分析 (対象6件)

結果共有と
戦略立案

5件分析/月

(従来のCOG-TRACKING同等)

成果検証

個別分析
2万円/件

1件
分析

追加分析件数の価格設定

【1回の契約での分析件数と価格（税抜）】



- 1件からでもご購入可能になりました
 - クレカ払いご希望の場合申し付けください
- COG-TRACKINGのどの分析レポートでもご利用可能です
 - SALES/MR/COACH/ESSAY/PRESEN/DISCUSS(準備中)/BIAS(準備中)
- 購入から1年間が利用期限です（従来通り）
- COG-EVIDENCE分析軸の追加は、**25万円/軸**
もしくは1年間のサポート付**140万円/10軸**で承ります

