

これからのデータ活用戦略

—次世代のビジネスインテリジェンス—

企業のデータ活用というと、ITベンダーが提供するBI（ビジネスインテリジェンス）ツールを思い浮かべることが多いと思われる。しかし、企業が活用できるデータの範囲は本来、もっと広いはずである。本稿では、データ取得手段の多様化やクラウドコンピューティングの進展によって高度化が可能になったデータ活用のポイントについて考察する。

データ活用の範囲拡大と高度化

企業が活用できるデータの範囲が広がっている。GPS（全地球測位システム）やICタグなどの新技術の普及により、人の行動履歴や物の移動経路を把握することが可能になった。iPhoneやAndroid端末のような操作性の高い携帯デバイスの出現により外出先でのデータ入力も容易になった。クラウドコンピューティングなどの技術を膨大な量のデータを活用する基盤として利用できるようにもなり、環境は大きく変化している。

(1) 新技術で取得できるデータの活用

新しい技術により得られるようになったデータの活用事例に、米国の保険会社Liberty Mutual社がGPSデータを活用して自動車保険の保険料を決めているケースがある。同社はトラックの運行管理システムを提供する企業と協業し、GPSと加速度計から成る車載装置からのデータを受信し、スピードの出し方、ブレーキのかけ方、右折・左折時の減速の仕方などの情報から運転の安全度を算出し、安全度に応じた保険料の割引を行っている。

自動車保険の保険料は通常は年齢や事故歴などに基づいて決まるが、この事例では実際

の運転の状況すなわち保険のリスクそのものに基づいて算定している点が画期的である。

(2) 社内で眠っているデータの活用

企業内では業務の執行を目的にさまざまなデータが生成され情報システムに入力されている。しかし、せっかく蓄積した情報を、本来業務以外の目的に活用しないのは非常にもったいない話である。

例えば、全国各地の営業所の担当者が作成する営業日報の情報を全社で活用できないだろうか。量が多すぎて本社の担当者が目を通せないのなら、これをテキストマイニングすればマーケティングに有用な情報が得られるのではないだろうか。新商品の名前が日報に記される回数を追ってもよい。全社的なキャンペーン活動を推進する本社のマーケティング担当者にとって、現場の動きを知るために役立つのではないだろうか。

眠っているデータの活用方法はほかにもある。例えば社内ポータルサイトのアクセスデータである。社員があれこれ迷ってから欲しいデータに行き着いていることがアクセスログの分析から分かれば、ポータルサイトの構造が複雑化しているということである。その分析を通じて、イントラネットの文書配置の

野村総合研究所
システムコンサルティング事業本部
金融ITコンサルティング部
主任コンサルタント



外丸敦子（とまるあつこ）

専門はナレッジマネジメント、ソーシャルメディア活用、IT組織のマネジメントのコンサルティング

改善も容易になるはずである。

(3) ソーシャルメディアなど社外のデータの活用

活用できるデータは企業の外にもある。調査会社から購入できるマーケットデータや、前述の自動車保険の例のように他社との協業によって得られるデータもあれば、ブログやツイッターのようなソーシャルメディア上の消費者の声もある。米国では、一見してソーシャルメディアとあまり関係がないと思われる金融機関でも、ツイッターのアカウントを企業で持って積極的に他のツイッターユーザーと交流することで消費者の生の声を引き出している。今後、国内においてもこの動きは広がると考えられる。

幅広いデータ活用の要点

データの収集範囲が広がっていったとき、重要になってくるのは集めた貴重なデータを生かすための仕組みである。それには以下の3つがポイントになる。

(1) 深い分析と洞察

データを集めても、そのデータを有効に分析できなければ宝の持ち腐れである。例えば、コールセンターに寄せられた顧客の声のデータを分析する際、これをいかに深く分析できるかが問われる。もし、最近実施したキャンペーンの効果を知りたいのなら、それを分析に組み込まなければならない。また、分析ツールにかけただけで満足してはならず、分析結果の持つ意味を正しくとらえる洞察力が求

められる。

(2) データの共有とフィードバック

現場から上がってくる情報は社内でも効果的に共有する必要がある。経営層に問題の所在を適切に説明できなければ、迅速な経営判断に役立てられなくなる。また現場へ問題をフィードバックしなければ、データが現場の業務に役立たないだけでなく、現場でデータを入力する意義もなくなるので貴重な現場の情報も出てこなくなる恐れがある。

(3) 活動を推進する事務局

大量のデータを持てるようになったいま、企業全体としてのデータ活用力の向上が重要になる。データ活用力にはさまざまな領域があるが、これを全社的に意図して向上させていくには、そのための支援組織となる事務局が必要である。全社に散らばる活用アイデアの発掘、アイデアの企画化、部門間連携のための折衝、IT化、分析手法の向上、現場に入力してもらうための情宣活動、データ品質確保に向けた活動、ガバナンス、セキュリティ確保など、さまざまな活動を側面から支援する組織である。社内のデータ活用が広く進むほど、事務局の存在価値は高まっていくであろう。

データは企業にとって貴重な資産である。今後は、いかに役に立つデータを手に入れて有効に活用するかが、企業の差別化要素として重要度を増していくだろう。 ■