

# ビッグデータは今 どう活用されているか



野村総合研究所 執行役員  
IT基盤イノベーション本部長

ますたに ひろし  
増谷 洋

「ビッグデータ」という言葉をよく目にするようになったのは、おそらく2012年ごろからではないかと思われる。本誌の2012年4月号でもビッグデータ特集が生まれ、その概念、データを活用するための技術、活用の事例などが紹介されている。それから3年以上が経過した今、一時のブームのような状態はやや沈静化しているように見えるが、その実態はどのようなのだろうか。

ビッグデータがキーワードとなった背景には、膨大な量の検索語を分析して広告施策などに活用するGoogle社の取り組みなどがあった。これらをビッグデータという言葉でことさらに取り上げるようになったのは、スマートフォンなどのモバイル機器の急速な普及やソーシャルメディアの拡大などによって、ネット上で飛び交うデータが爆発的に増えたことなどが理由になっている。Google社のような取り組みがもっと一般化する環境が整ってきたのである。もう1つ重要な点は、人の行動データがモバイル機器から大量に蓄積・収集できるようになったことである。これらにより、特にマーケティング分野でのデータ活用の可能性が以前よりもずっと広がっている。これらがここ数年の間に起きた、ビッグデータをめぐる環境の変化といえるだろう。

ここで、ビッグデータに対する国内企業の取り組みの現状を、野村総合研究所（NRI）が実施したIT利用動向調査から見ておこう。2014年2月時点で、ビッグデータ活用に既に取り組んでいる企業が5.4%、試験的に取り組んでいる企業が4%だった（約900社が回答）。これは2013年2月と9月の調査結果とあまり変わらない。企業規模別に見ると、従業員千人以上の企業では、試験的なものも含めて取り組み済みの企業が17.9%に上るのに対し、300～999人の規模では3.5%と低くなる（それ以下の規模では2.5%）。

ビッグデータ活用に取組みまない理由も聞いている。取り組む必要はないと判断した企業、特に何もしていないという企業にその理由を聞いたところ、多い順に「ニーズが顕在化していない」「メリットが分からない」「データ分析のスキルがない」「投資対効果が不明確」となった。「データ分析のスキルがない」を「スキルがあれば取組みたい」と素直に取ってよいかは疑問で、「ニーズやメリットが分からない上にスキルもない」ぐらいの意味ではないだろうか。

このようにあまり積極的でない企業はあるが、取り組み状況では3割弱の企業が「情報収集段階」と答えている。取り組み済みの企業と合わせると、4割程度の企業がビッグ

データについて何らかのアクションを起こしていることになる。これは決して少ない数字ではなさそうである。

既に取り組んでいる企業はどのようなビッグデータを活用しているのかというと、「顧客情報や取引履歴のデータ」が群を抜いて多い。これはデータを取りやすい上に、活用するメリットが分かりやすく、効果も出やすいからであろう。このほか、今後の分析対象としてコールセンターで記録された音声データ、機械のセンサーデータを検討しているところが多いこと、購買履歴や位置情報を使用した販促、ソーシャルメディアのデータを使用した風評監視が活用目的として増えていることも分かった。これは先に挙げたビッグデータをめぐる環境変化を反映している。こうした調査結果も参考にすると、ビッグデータ活用は、構造化データについてはそれなりに進んでいる一方、非構造化データの本格的活用はこれからというのが現状と思われる。

数年前には、ビッグデータ活用は先進企業の取り組みから一般的な取り組みへと拡大し始めた段階だった。しかし今ではソーシャルメディアのデータを消費者ニーズの把握や商品開発に生かしている企業は珍しくなくなっている。また、特定の業種に限らず取り組みが広がってきたこともここ数年の傾向である。ただし、取り組みが進む企業がある一方で、自社には関係がないとする企業があり、ビッグデータをめぐる2極化の傾向が強まっているように見える。

しかし、いつまでも人ごとと考えていると、他社に後れを取る事態にもなりかねな

い。ビッグデータだからといって、できるだけ多種多様なデータを大量に収集して精緻に分析しなければ成果を挙げられないと思う必要はない。幸い、少しずつでも取り組みが進んできたことで成功事例も増えてきた。それを見て何をしたらいいのかが明確になった企業もあるはずで、それがまた成功事例を増やすことにつながるだろう。まずは規模が小さくてもいいから始めることである。例えば、コールセンターに寄せられる消費者の声をテキストマイニングによって分析してみるだけでもいい。それで成果が得られたら、対象とするデータを増やしたり、システムを拡大したりしていけばいい。

ビッグデータは範囲が広く、センサーで収集される社会インフラのビッグデータにも大きな活用可能性がある。従ってこの分野の動向を注視していく必要がある一方、NRIには企業経営につながるビッグデータ活用の支援が重要な役割として求められると考えている。これに応えるべく力を入れているのが、お客さまと共に新しいビジネスやサービスの創出を目指す「NRI未来ガレージ」における取り組みである。そこでは、ビッグデータ活用の目的や方法を考え、素早くシステムを作り、仮説検証と改善のサイクルを速く回していくために、NRIのコンサルタント、データサイエンティスト、システムエンジニアが一体となって活動している。データを使って経営を変えるというビッグデータ活用の取り組みにはこのような協働体制が不可欠であり、それによってNRIはお客さまと共に価値を創出するという役割を果たせるのである。 ■