

特集

ビッグデータ

特集にあたって

鈴木 良介 ((株) 野村総合研究所 ICT・メディア産業コンサルティング部)

あきれるほどにシンプルな「ビッグデータ」という言葉が、この数年間、大きな注目を集めている。2011年初頭にITベンダーを中心に使われ始めたこの概念は、いまやIT業界に閉じることなく、さまざまな業種の事業者や行政機関等によって注目をされている。

「流行語の生成に長けたIT業界ならではのバズワード」と揶揄されることも多いが、2010年代において注目すべき概念の一つであることは間違いないだろう。本特集では、ビッグデータ全般に関する紹介とあわせ、マーケティング領域を中心とした実際の活用事例を紹介することによって、本概念が抗うことのできぬ大きな潮流であることを示したい。

筆者による「ビッグデータビジネスの概要」においては、ビッグデータと呼ばれる概念の特性と、それが近年注目されるに至った背景について概観する。あわせて、国内外の事例を紹介するとともに、それらから得られるビッグデータ活用の方向性と、課題について整理する。

大木真吾氏((株)博報堂プロダクツ)による「マーケティングにおける、ビッグデータ分析」では、マーケティング領域における多数の分析実績に基づき、業界を問わずに実施すべき「10の分析(発見)」について、事例を交えて示している。データに基づき顧客理解を行おうとするときの、基本的な視点についての想起を促す論文と言える。

森田哲明氏((株)野村総合研究所)による「ID情報分析による戦略的マーケティング」では、それぞれの顧客に関連付けられた購買データ(ID-POSデータ)を活用することによる、売上向上・顧客基盤の拡大などの効用の導出がどのようにしてなされるべきであるのか、そのあるべき段階について示している。十把一絡

げの顧客像ではなく、個々の顧客に関する、「高解像」なデータ活用に関する事例と言えるだろう。

松本伸哉氏(日本テラデータ(株))による「米国におけるビッグデータの解析事例」では、オンラインゲームにおける時系列データの分析を行うことによって、より多くのプレイヤーに対する付加価値を向上させるための施策の導出のあり方を示している。ビッグデータが有する重要な特性の一つである「高頻度性」についての理解を促す好例である。

韓氏、牧野氏、熊崎氏(NTTソフトウェアイノベーションセンタ)による「リアルタイム型大規模データ処理基盤Jubatusとその活用事例について」は、高解像かつ高頻度(リアルタイム)性の高い、ソーシャルメディア由来データについての詳細な分析事例である。ビッグデータ解析の効用を踏まえたうえで、それをどのようにして実現していくべきであるのか、同社が構築するリアルタイム型データ処理基盤Jubatusを例に具体的な方法が示されている。

ビッグデータは、決して魔法でも奇跡のツールでもない。ビッグデータをどのように活用するか、事業に役立つものとしていくのかというテーマは、新しい事業をつくりあげていくことに等しい難しさがある。非常に高度な道具を誰もが使えるようになったぶん、より難しいテーマで、より激しい競争をしなければならない段階に入ったと言えるだろう。

しかし、その競争はもはや避けて通ることができない競争だ。当面の第一歩を踏み出すための参考として本特集の論考が何かのヒントになれば幸いである。なお、ビッグデータという言葉に関する定義は一律ではない。本特集内においても、論文間における定義の統一は図っていないことを留意されたい。