

# ビジネスのあらゆる場面に「アナリティクス」を Business Analytics Forum Japan 2011

2011年11月9日(水)・10日(木)の2日間、都内ホテルにて「Business Analytics Forum Japan 2011」が開催されました。初日は、「ビジネス・アナリティクス・ソリューションとお客様事例」をテーマに経営者やビジネス・リーダー、ならびにビジネスの現場でご活躍される方々を対象とした25セッション、2日目は、「データ・マイニングと統計解析の実践」をテーマに、専門知識を必要とされる皆さまを対象として7セッションが行われ、多数のお客様にご参加いただきました。データ分析がもたらす新たな洞察を仕事に生かす「ビジネス・アナリティクス」は企業の生き残りを左右する重要な鍵となっています。当フォーラムではIBMの考えるビジネス・アナリティクスのビジョンをはじめ、基礎から高度な実践までを総合的にご案内する機会となりました。ここでは、初日に行われたプログラムの幾つかをご紹介します。

## 過去・現在・未来にわたる分析サイクルで、 変化を味方に付ける



国本 明善

まず、日本アイ・ビー・エム株式会社(以下、日本IBM)ソフトウェア事業ビジネス・アナリティクス事業部 事業部長 国本 明善が「不確実な未来を確かなものに—情報分析のあり方を見直す—」と題した基調講演で登壇。大の野球ファンである

国本は、データ分析に基づくアナリティクスが、限られた分野や部門ではなく、あらゆる分野で勝敗を分ける重要な鍵となっていることを示唆し、卓越した球団運営でメジャーリーグの名ゼネラル・マネージャーの1人に数えられるピリー・ビーンの話を取り上げました。

過去ワールドチャンピオンにも輝いた実績があるチームながら、資金難のために最下位の弱小球団となったオークランド・アスレチックスを常勝軍団に再生させたピリーのストーリーは、映画「マネーボール」に描かれています。歴史に残る球団再生の秘密はデータ分析でした。出塁率や奪三振率などのデータ分析により、アマチュアや学生の中に埋もれていた優秀な選手を安い費用で獲得することにより、「潤沢な資金を投資できるチームでなければ勝てない」という常識を覆したのです。

国本はまた、リアルタイムにデータを分析することで32年ぶりのメダルを獲得した日本女子バレーチーム、アンケート調査などのデータに基づいた数々のイベント開催で売上を増やした千葉ロッテマリーンズなどの例を挙げながら、ビジネスの世界においても、「データから洞察を得て、それに基づいて俊敏で正確な行動を実践し、さらにデータを蓄積して分析するというサイクルを回すことが企業としての競争優位につながる」ことを訴えました。

また、従来のビジネス・インテリジェンスのように過去のデータを分析するだけでなく、今何が起きているかを把握して未来を予測すること。過去、現在、未来にわたり、データ分析のサイクルを回すことが重要であり、変化を味方に付けるための支援をしていきたい」と結びました。

これを受けて、米IBMのBusiness Analytics Products担当バイス・プレジデントのディーパック・アドバニが登壇し、IBMが提供する具体的なソリューションについて紹介しました。

## スピーディーなシステム構築で見える化を実現 —現場の思いに応えるシステム構築とは—



西田 達矢氏

午前中の基調講演、特別講演に続き、午後は、5つのトラックに分かれて全25セッションが行われました。その中の幾つかをご紹介します。

まず、アイシン・エイ・ダブリュ株式会社 IT マネジメント部 第1開発G 西田達矢氏のセッションでは、Cognos BI v10によるBIシステムの刷新プロジェクトをご紹介いただき、短期間にスピード感をもって開発を進めるためのノウハウをご披露いただきました。

同社は、約1万3,000名の従業員を擁し、車両のオートマチック・トランスミッションやボイス・ナビゲーションシステムで世界有数の専門メーカーです。西田氏が所属するITマネジメント部では、ITシステムが導入時の狙い通り稼働しているかどうか利用度と貢献度により評価する「システム有効性評価」を実施しています。メインフレーム・ベースの基幹システムのデータを経理、調達、工場工務などの社内各部門が利用できるようにするBIシステムに関して最も使用している上位5部門34名にアンケートを実施したところ、「使い勝手が

悪い」「レスポンスが悪い」「他部署に公開したくない情報が安易に公開されている」などの問題点が指摘され、「品質」「コスト」「納期（リードタイム）」のあらゆる観点で「要改善資産」であるという結果になりました。そこで、セミナー参加やグループ企業訪問でBI情報を収集した結果、Cognos BIによる刷新プロジェクトがスタートしました。しかし、与えられた期間はわずか4カ月。この短期間での構築を実現した背景には、西田氏のさまざまな工夫がありました。

まず、ユーザー部門との要件定義では、必要なものを絞り込んだ100のレポートのプロトタイプを実際に作り、イメージを明確にすることで認識のずれを減らして時間を圧縮しました。ここでは、Cognos BIが選ばれたポイントでもある画面やレポートを簡単に作れる機能が活躍したとのこと。Cognos BIにより、ユーザーの変更希望などをすぐに反映できたので、スピード感を感じてもらおうと、ユーザー部門とIT部門との間の信頼感が醸成されたと言います。また、ユーザー部門とのやり取りは、それぞれの業務が分かる人間を割り振ったこともスピードを速めた要因でした。

従来システムでは、ユーザーをExcelで管理しており、セキュリティ管理の負荷が高かったのに対して、Cognos BIではActive Directoryとの連携で確実なアカウント管理と充実したセキュリティ対策や、Webベースでありユーザー間でレポートを共有しやすいなどのメリットが実感されているとのこと。そして、今後も、Cognos BIのメリットを最大限に活用しながら、子会社、海外へと、活用領域を拡大し、全体の効率化をサポートしていきたいと将来の展望も語っていただきました。

## 今、グローバル企業に求められる 経営管理情報の把握と活用

### 一複雑な環境をいかに把握し、経営していくか—



後藤 悠

次に、国際競争力を強化するためのリスク管理にフォーカスして行われたトラックの中から、日本IBMグローバル・ビジネス・サービス事業 ビジネス・アナリティクス & オプティマイゼーション マネージング・コンサルタント 後藤 悠のセッションをご紹介します。

IBMと同様に多くの企業が、各国に現地法人を置く従来の輸出型や各国に本社機能を置く多国籍型から、グローバル全体で最適な場所に最適な機能を配置するグローバル統合型に変遷しつつあります。グローバル統合型にて全社レベルで最適な意思決定を行うには、会社横断の事業別、製品別などの詳細情報を連結したセグメント情報と、その情報の活用プロセスが必須となります。また、PDCA (Plan・Do・Check・Action) サイクルをグループ全体で管理したいという

お客様のニーズの増加も踏まえ、グローバル企業における問題解決の方向性を、経営情報活用、着地点管理、連結セグメント、損益シミュレーションの4つのポイントで説明しました。

一般的なアプローチではプロジェクトの構想策定からシステム構築まで1年以上かかるプロジェクトが、IBMが提供するソリューションの1つである、Cognosを使用したグローバル経営管理ダッシュボードを採用いただくことで、期間やコストなどの面においてシステム導入の壁を低くすることができます。これはIBMのノウハウと多数のプロジェクト実績から開発されており、企業の経営管理プロセス高度化や見直しのインフラとしても活用できます。IBMは、お客様の状況に合わせたアプローチ方法を提案していきたいと述べ、最後に、着地点管理のデモンストレーションをご覧いただきました。

## 企業を横断した組織的なリスク管理と コンプライアンスの実現



小松 賢志



丸山 満彦氏

このトラックからはもう1つ日本IBMソフトウェア事業 ビジネス・アナリティクス スペシャルティ・アーキテクト 小松 賢志とデロイト トーマツ リスクサービス株式会社 (以下、デロイト) パートナー 丸山 満彦氏のセッションを取り上げます。前半は小松によりIBM OpenPages (以下、OpenPages) というソフトウェアが紹介され、続いて、丸山氏から、OpenPagesを使ってデロイトがグローバルでナレッジを共有し、全世界のクライアントへのサービス提供に活用されている「リスク・プラットフォーム」の事例が紹介されました。

IBMが、1,900名を超えるCFOに対する調査を行った結果、「リスク管理/軽減に対する支援」の重視が過去5年間で93%増加していますが、OpenPagesは、昨年末に新しくIBMソリューションに加わったEnterpriseGRC (GRC:ガバナンス、リスク、コンプライアンス) という領域の製品で、リスク管理、コンプライアンスをシングル・リポジトリーで一元管理して、可視化し、企業パフォーマンスを改善するソリューションです。Cognos BIの機能を使って、その上で経営に寄与するリスク・マネジメントを実現するために、BPMのようなワークフローを管理する仕組みや、レポート、メッセージング・サービスなども完備しています。

さらにSOXをはじめとする各国の規制も多数あり、特にグローバル・カンパニーは、それぞれに対応しなければならず、経営者や現場は認識しているものの、対応が煩雑になっています。

そこで、デロイトでは、OpenPagesを使って、全世界の

デロイトのナレッジを共有して活用を促進するリスク・プラットフォームを構築し、体系化された同社のアセットを基に、クライアントへ提供するサービスの価値の最大化に活用しています。具体的には、リスクを標準化してカタログ化したテンプレートや、デロイトの方法論やナレッジを体系化したDBがシングル・リポジトリとしてあり、企業で対応すべきリスクやコンプライアンスに関するシナリオに対して、モニタリング画面や分析画面がアウトプットとして提供されます。こうしたグローバルナレッジは、金融をはじめとして、あらゆる業種・分野で活用されており、経営の一環としてのリスク・インパクトを適切に把握できるデータ構造の概要、活用のシナリオ、コンテンツ実装例などが紹介されました。

現時点では、海外での利用が先行していますが、今後、日本国内のニーズを反映したシナリオ・テンプレートも準備し、日本で作成したシナリオやテンプレートもグローバルで共有、活用していくとのことです。

## ビッグデータを活用したマーケティング施策 ーリクルート式パーソナライゼーションー



西郷 彰氏

次に、顧客管理に関するトラックから2つのセッションをご紹介します。まずは、株式会社リクルートMIT United インターネットマーケティング室マーケティング施策開発グループ 西郷 彰氏によるセッションです。同社は、カスタマーとクライアント

を新しい接点で結び、「まだ、ここにない、出会い」の場を創造することを企業メッセージとして掲げて複数の大規模サイトを運営していますが、Webアクセス・ログ・データを中心に、情報爆発が起こっています。さらに、データは単にサイズが大きいだけでなく、クライアント側とユーザー側のデータなど、複雑に関係する多様なデータが存在することが特長です。西郷氏が所属するインターネットマーケティング室は、リクナビ、ゼクシィ、SUUMO、じゃらんなど、すべての事業を対象とし、全社ネットマーケティング部署として、専門性と集約価値を担っています。本セッションでは、マーケティングの改善やWebサービス向上を図るための取り組みについて、Webログの活用を例にご紹介いただきました。

どこから入ってきたかという流入分析や、どのページを遷移しているかなどの基本的な分析は、アクセス解析の商用ソリューションを使っていますが、来訪者一人一人のセッションを見て、今日来た利用者が明日どうなるかというような、いわゆるLTV（顧客生涯価値）などは、既存のWebツールで分析するのは難しいので、生データを使ってもっと細かい分析ができる仕組みを構築しています。具体的には、アクセス・ログをHadoopに格納し、SQLで加工し、IBMのフロント

分析ツールなどを使って分析しています。

また、流入ユーザーをいかに効率的にマッチングさせるか、獲得したユーザーをレポートさせるためにはどうしたらよいかというネットマーケティングの課題に対して、データ・マイニングを使ったレスポンス分析などを行うために内製エンジンを開発しており、その一部にIBMのデータ・マイニング・ツールIBM SPSS Modelerが使われているとのことです。

ネットマーケティングでは、現在、リスティングによる集客が主流になっていますが、リクルートでは、変化のスピードが速い業界に対応し競合優位性をもう一步進めていくため、よりパーソナルなレコメンデーションを行っていくことを考え、そのための施策を着々と進めています。

## 顧客分析プロジェクトの必勝パターンと残念パターン ー業務プロセス、予測分析、IT基盤の視点からー



西牧洋一郎

最後にご紹介するのは、日本IBMビジネス・アナリティクス事業部 SPSSクライアント・テクニカル・プロフェッショナルズ 西牧洋一郎のセッションです。本セッションでは、予測分析を用いて顧客価値を高めるCRMプロジェクトにおいて、成功

するケースの共通点やそのエッセンスをご紹介します。キーとなるポイントは「何を目的に顧客分析をするのか」です。データ・マイニングや分析ツールを導入すれば、収益を向上させるための宝のようなアイデアが発見できるというのは大きな誤解であり、明確なゴールを定めることが必要です。

IT担当者が「うちにあるデータはゴミで役に立たない」と言うのをよく耳にしますが、データがゴミかどうかはそう簡単に決められません。有望だと思っていたデータが役に立たないことや、意外なものが役に立つことがあるのです。

そこで西牧は、「業務」「分析」「IT」という顧客分析に携わるそれぞれの役割について、顧客分析プロジェクトを成功に導くための望ましい循環を提案しました。「業務」を起点として、これまでの業務の分析を十分に行い、強力なリーダーシップの下で「業務」「分析」「IT」の横断的なやりとりを十分に繰り返して循環させることでプロジェクトは成功するのです。

まずビジネス上の課題を明確にして理解すること、使用するデータが本当に利用可能であるかを把握すること、そして、使用可能なデータを分析に適した形式にして準備し、目標達成に適したモデルを設計すること。プロジェクトの目標達成が可能であるかを評価して、モデルから得られた結果を組織において展開し共有すること。この望ましいプロセスでプロジェクトを推進していただけるよう、日本IBMは、失敗も含めた過去の豊富な経験を基に、お手伝いをしていきたいと述べました。