

2015年1月14日

報道関係者各位

株式会社テクノスジャパン  
テクノスデータサイエンス・マーケティング株式会社  
早稲田大学総合研究機構マーケティング・コミュニケーション研究所

早稲田共同研究中間報告

## TDSM、ビッグデータ産学連携プロジェクト 早稲田共同研究は、異業種間をつなぐデータドリブンへ

株式会社テクノスジャパン（代表取締役 城谷直彦、証券コード：3666、以下テクノス）及び関連会社のテクノスデータサイエンス・マーケティング株式会社（以下 TDSM）と早稲田大学総合研究機構マーケティング・コミュニケーション研究所（所長 恩蔵直人）は、ビッグデータ研究プロジェクトとして、クラシエホールディングス株式会社（代表取締役 石橋康哉）の商品ブランド価値向上を目的に研究プロジェクトを進めており、今般の政府ビッグデータ活用戦略との連携を目的としたデータドリブン（※）イノベーションを実現するため、新たに異業種間でのデータ連携に拡大したうえでデータ解析モデル実証を進めていることを報告します。

### 1) 産学連携の振り返り

2013年12月、テクノスグループは早稲田大学とビッグデータを活用したマーケティング分野での産学連携を開始しました。早稲田大学大学院商学研究科の守口剛教授を中心に、TDSMの持つデータ解析ノウハウや顧客企業の購買データを活用しながら、消費者行動モデルの構築や効果的なマーケティング・広告手法の確立を目指しています。2014年4月には共同研究第1弾として、クラシエHDの商品ブランド価値向上を目的に消費者行動や購買心理の分析を行う研究プロジェクトを開始しました。

具体的には日用品、医薬品（漢方薬）、食品などの事業を行うクラシエHDが保有するヘアケア・スキンケア等の生活消費財に関する消費者データを基に、研究所が持つ学術的なノウハウ、及びテクノスが持つICTコンサルカとTDSMの主力であるデータ解析力を活用し、クラシエの製品が、競合他社の製品ブランドと比較し、生活者がクラシエ製品のどの部分に関心を示しているかを確認することにより、消費機会を着実に捉えることができます。商品企画にビッグデータ解析の手法を取り入れ、ブランド価値の更なる向上を図ることを狙いとしていました。

### 2) 日本企業に求められること

企業にとって重要な情報は、経営基幹情報（ERP）にとどまらず、メール等の文書や設計書といった管理情報や、POS・SNS等の顧客情報も含めると、多くの情報を統合・分析することが可能ですが、サイロ化（他部門間との連携をせず、部門内で自己完結してしまう事象）が進んでしまった多くの企業では、それら情報を横断的に活用できる企業が少なくなっています。

イノベーションには新しいアイデアが原点となりますが、そこは従来当然と思っていたことの自己否定から変革が始まります。制約事項・組織間問題・業界特有の問題もありますが、そこを乗り越えなければイノベー

ションは達成しません。

米国では横断的な経営と IT を一体化した改革が進む一方で、日本では経営と IT は組織上乖離があり、互いの戦略に繋がりが見いだせていない面が多く、多くの企業で見受けられます。成長期に築いてきた IT 資産の運用保守が主業務となったシステム部門の役割は経営と一体となった戦略立案にむけた役割に期待がかかります。

また、企業利益向上には顧客にベネフィットを提供する考えにもとづくことが必要ですが、企業内論理でビジネスを考える以前に、顧客志向にたち、顧客利益に向かうビジネス変革が必要となります。

いまの企業経営層には未来への明確なビジョンと成功体験からの脱却の覚悟を決めて進めていかねば達成しえないことは明らかで、企業においては経営陣自らが情報戦略を立てることが求められる時代が来ています。ビッグデータを進めていくにあたって、これら企業経営における問題が顕在化しており、テクノスグループではそれらを解決するべく企業経営層とともに、経営と IT によるシナジー効果を高められるコンサルティングを強化しています。

### 3) 今後の共同研究

現在、クラシエ HD がマーケティングに活用してきたデータに加えて、データドリブンの観点より、国内有数ドラッグストアが持つ販売データや、米国 NetBase 社が提供するソーシャルメディア分析を通じた大量の未来データを通じたデータ解析モデルを実証検証しています。経験豊富なデータサイエンティスト及び早稲田大学の学術的ノウハウを通じ、具体的研究を数か月続け、解析モデル完成に仕上げていく予定となります。

この研究では、マーケティング分野でも主要なテーマである『健康・美容』、『自分らしさ』を追求する女性活躍推進の観点から、消費者行動モデルの実証を通して、クラシエブランドの価値向上に役立つデータを提供するものです。今後、大学・企業双方より女性中心によるダイバーシティチームの立上げも検討しております。

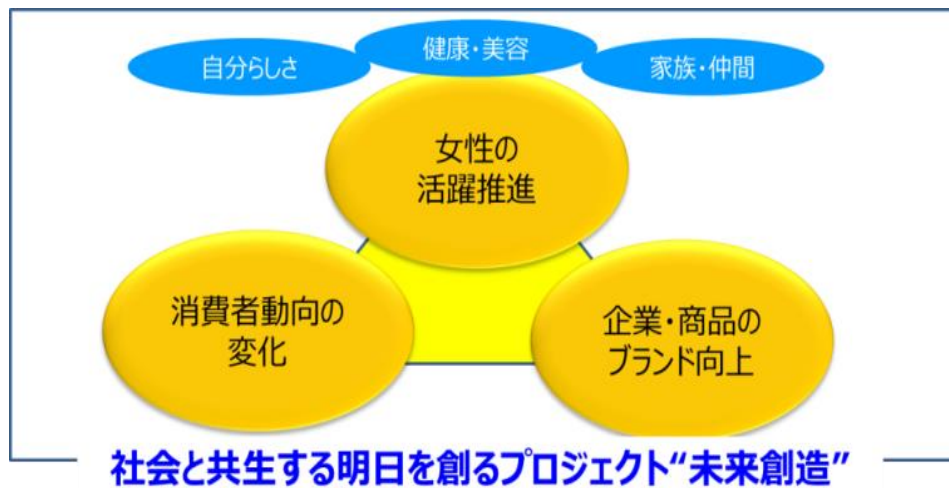
これら取組は政府が進めているデータドリブンイノベーションの一例であり、異業種間データ連携を可能とした企業経営層による決断、未来にむけた明確なビジョンが成し得た取組となります。テクノスグループではデータドリブンのデザイナーとして他業界含めてデータ解析ビジネスの発展に努めていきます。

### ※ データドリブンについて

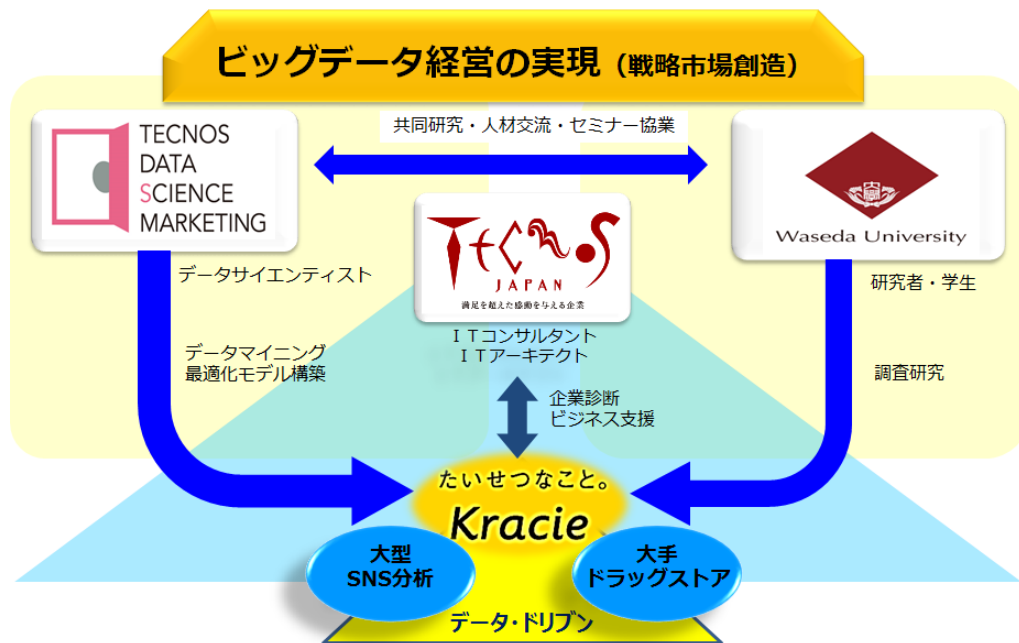
ビッグデータ活用は政府の成長戦略としても掲げられ、総務省や文部科学省、経済産業省はビッグデータによる新産業・イノベーション創出に向けて、ビッグデータの収集・伝送、処理及び利活用・分析に関する研究開発や人材育成に取り組んでいます。また厚生労働省では医療・健康分野の ICT 化やビッグデータ活用を推進している。総務省は情報通信白書（2014 年）にて、顧客情報やウェブサイトの閲覧履歴といったビッグデータの活用が 2012 年の国内全産業の売上高を 60.9 兆円（売上高全体の 4.6%に相当）押し上げたことと推計している。このことから今後見込まれるビッグデータ活用効果は年 70～100 兆円規模に達する見込みです。

2014 年 6 月、経済産業省と企業・有識者による「データ駆動型(ドリブン)イノベーション創出戦略協議会」が設立された。企業が壁を超えてデータを共有・活用し、新たな付加価値を生み出すことを促進するのが協議会の設立趣旨で、当社グループも参加しており、当社の目指すビッグデータビジネスの方向性は、経済産業省の志向するビッグデータを活用した産業振興と一致しており、今後政策面での追い風が期待されます。

□共同研究プロジェクトの基本的考え方（再掲）



□産学連携ネットワーク



□本件に関する報道関係者からの問い合わせ先

- ・早稲田大学 商学学院 守口研究室  
連絡先 : Tel (03) 5286-2096
- ・テクノスデータサイエンス・マーケティング株式会社  
連絡先 : TEL (03) 6383-3261