

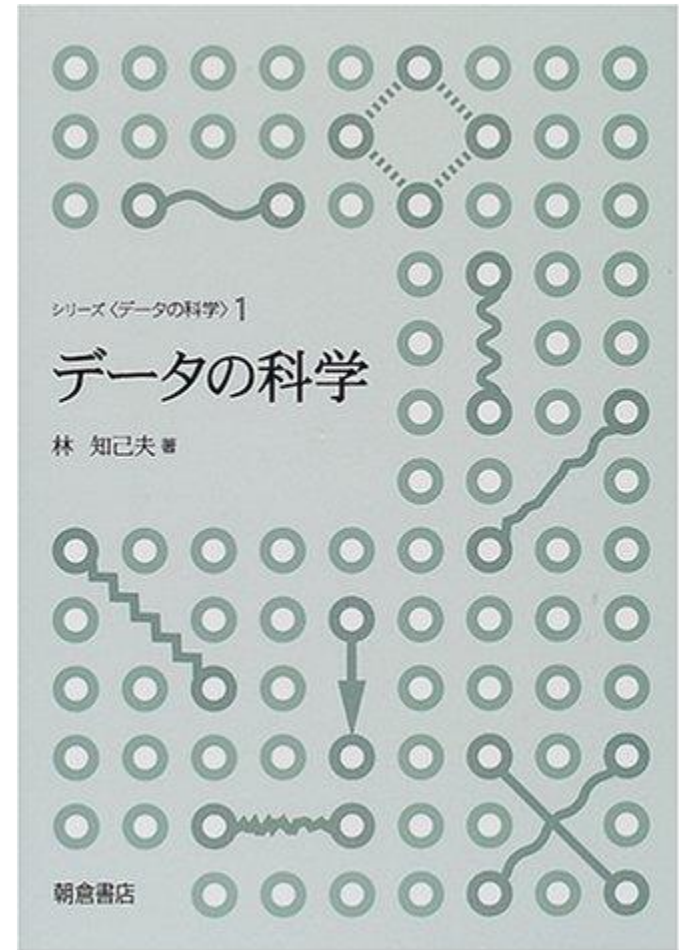
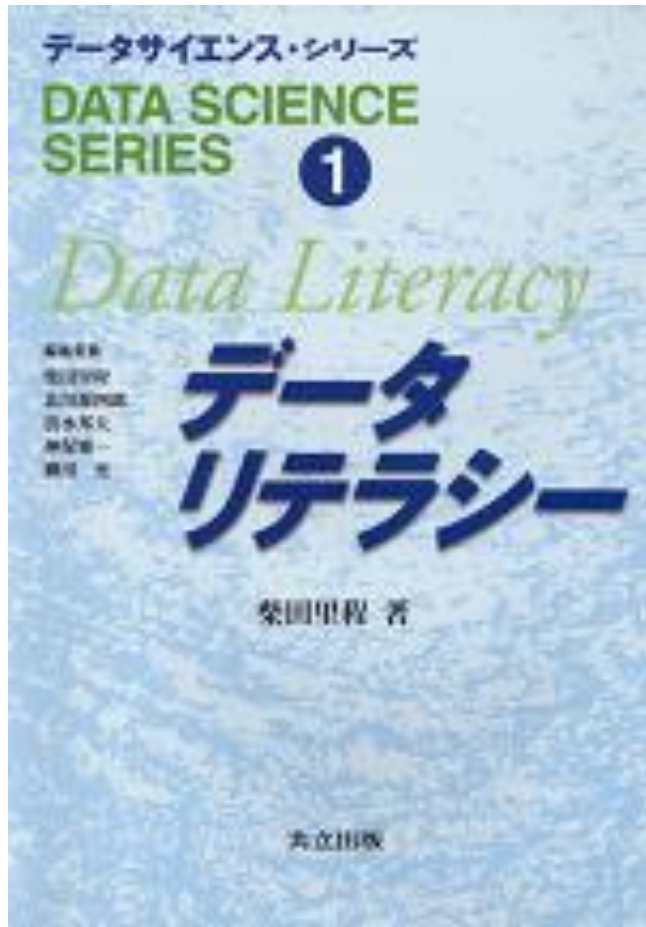
# 企業のマーケティング活動と データサイエンス

日経リサーチ  
鈴木 督久

# 外部評価委員会

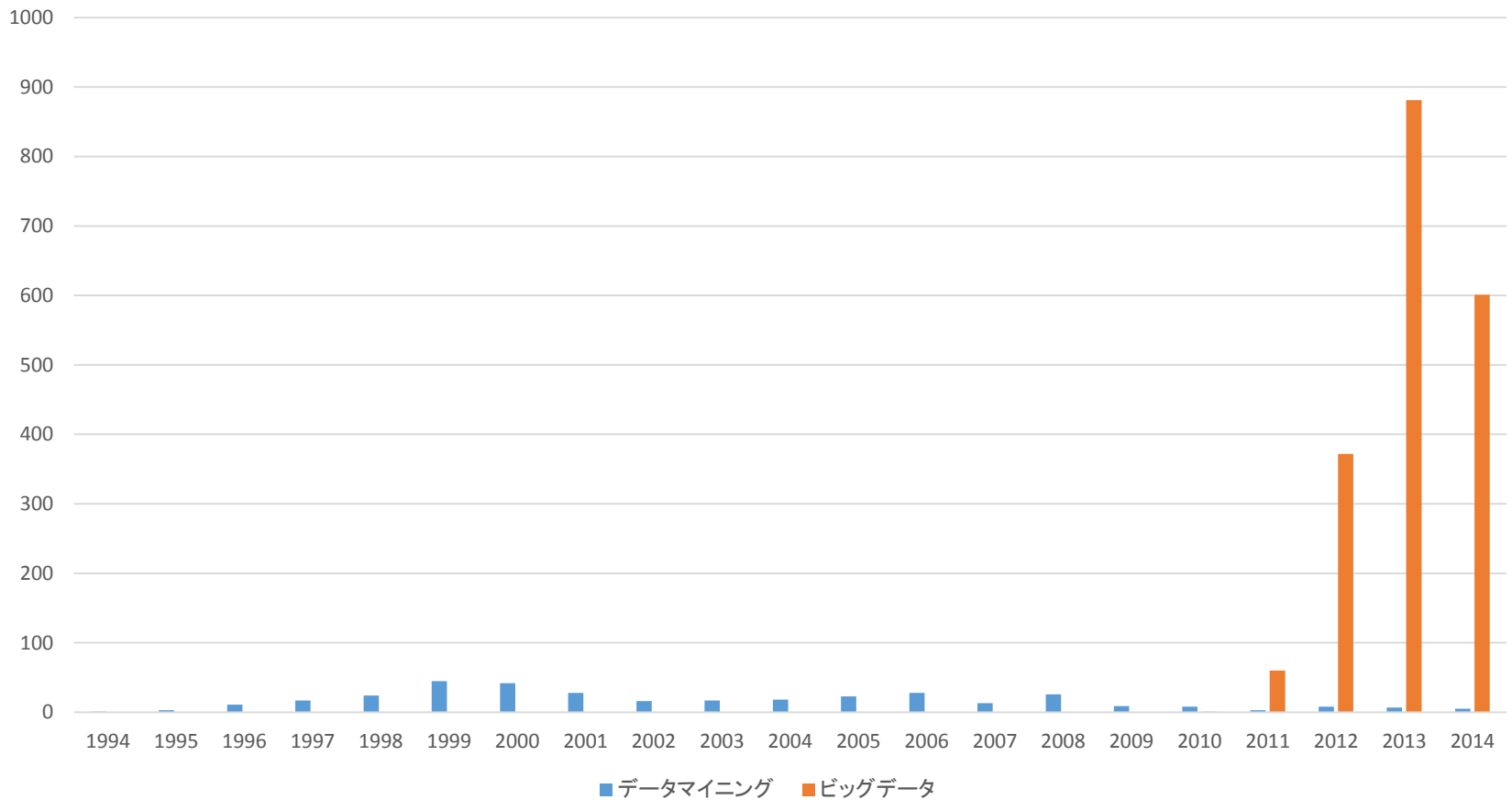
- 大学入試センター
- 日本アクチュアリー会
- 日本科学技術連盟
- 日本銀行
- 日本経済団体連合会
- 日本製薬工業協会
- 日本統計協会
- 日本マーケティング・リサーチ協会

ところで、  
データサイエンスといえば……？（2001）



# 日経での記事件数はまったく異なる データマイニングよりビッグデータは儲かる？

データマイニングとビッグデータの記事件数



# マーケティング意思決定

- 勘, 経験, 度胸
- ほとんどないデータで判断 < 経験で判断
- 時間と金をかけてデータ収集し判断 < 経験で判断
  
- マーケティング・サイエンス
- データ・サイエンス

# 環境変化（インターネットにおいて）

- すべてのデータを得られる
- ダイナミックにデータを得られる
  - AB-testで動的最適化
  - 勘では到達できない判定
- リアルのデータを得られる
  - スマホは個人に付着しているセンサー
- 安価で高速にデータを得られる

# データで意思決定ができるようになった

- 成果は, リアルタイム・動的レスポンスできる仕組みを作った企業
  - Google
  - Amazon
  - Yahoo!
  - 楽天
  - フリークアウト
  - MicroAd

# データサイエンティスト

- データ分析できる環境を構築できるスキル
  - 制約条件のもとで、なにを、どれだけ集めるかを構想できる
    - 全部をあつめるのはコストがかかる
  - 秒単位, 分単位? 人単位, 商品単位, イベント単位?
  - データ活用イメージを想像できるスキル(難しい)
- データを集める手段
  - 高速に集計できるツールの知識
- 分析環境があるところで, モデル開発できるスキル
  - 予測, 最適化, 効率化
  - コンピュータサイエンス, 機械学習, 統計学
  - プログラム, モデル, アルゴリズム
- ナレッジは自動化される



『ビッグデータの正体』の著者

## ケネス・クキエ氏 へのインタビュー記事

(日本経済新聞、2014年5月5日朝刊、「グローバル・オピニオン」欄)

「統計学はかつてなく有用になってきている。いままでとの違いは、異なる分野の大量のデータを集められるようになったことだ。人々はほぼ規則的に行動するものだし、データが増えるほど傾向は必ず正規分布に近づく。」

# 本当に求められるスキル

## • インサイト

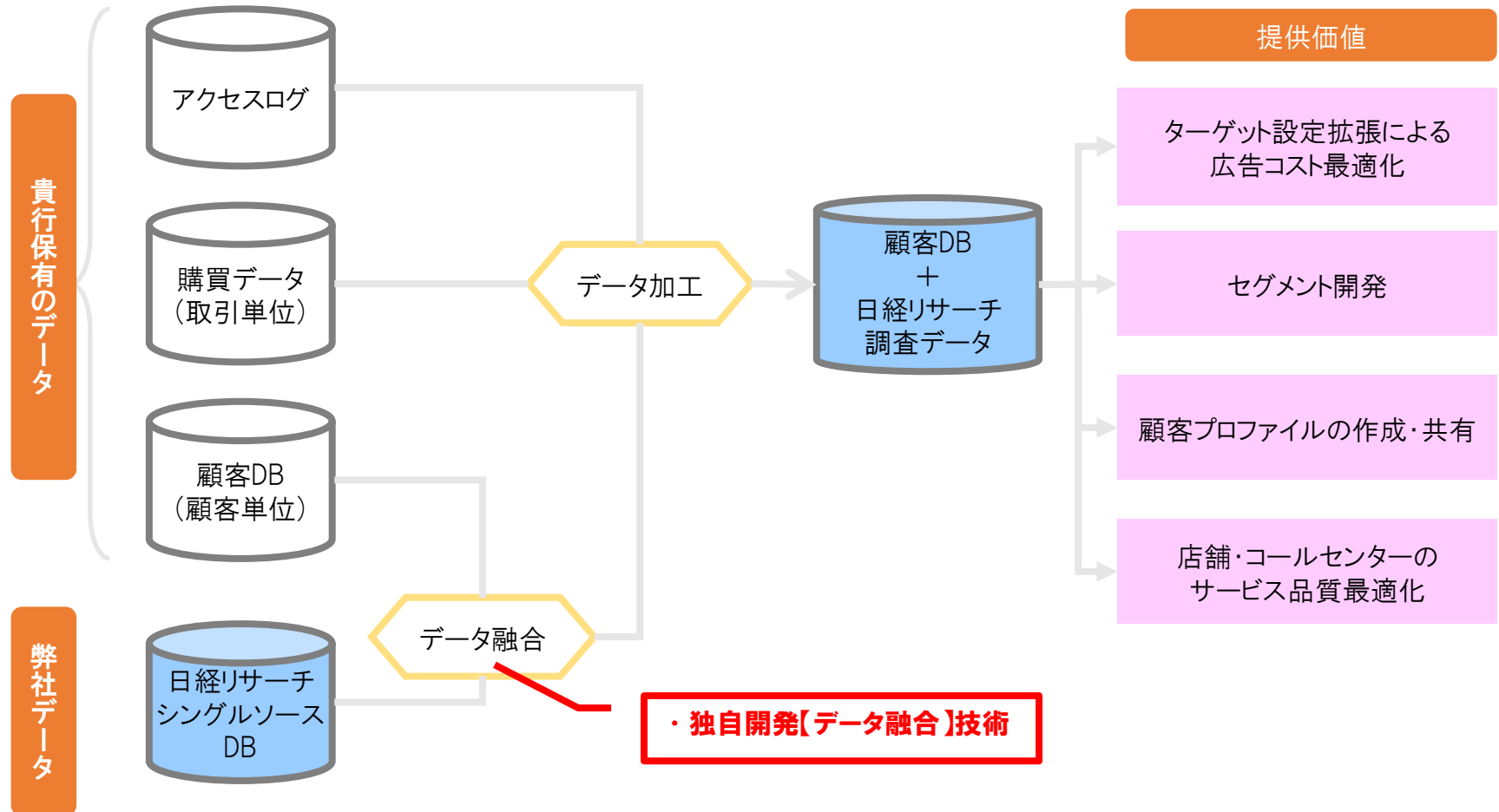
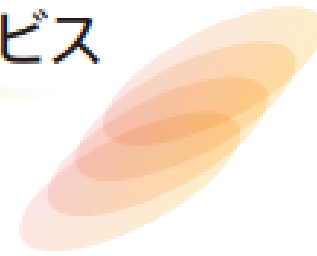
- ビジネスの課題を理解できる能力
- 理由を追及し、解決策を実行できる能力
- 組織内で人々を説得し、連れて行く能力
- 仮説構築力(広い視野, 情報収集力, 論理的思考, 粘り強く考える)
- 仮説を検証可能な方法に変換する能力(統計, 調査, 業務データ...)
- これを要約し, 構造化し, 分かりやすく伝える能力

## • イノベーション・リノベーション

- データの中を探し回っても出てこないものを発想する(スマホ)
- 過去の事例を, 現在と未来予測に対応させることができる能力
  - 重商主義の地域間格差→情報格差
  - 技術革新の差異(UI, 通信量, センサー, CPU, コスト)
- 高度な抽象化能力, 大胆な発想力

# 顧客データ拡張分析支援サービス

## ミルフィーユ



# 活用イメージ:ユーザーセグメンテーション

自行の取引履歴だけではわからないライフスタイルや金融資産全体などから  
貴行オリジナルのセグメンテーションを開発し、  
お客さまのプロフィールをセグメント別に多面的にとらえます。

## • 従来 of CRM

- ▶ 顧客DBより、預金残高、ローン借入額などを組み合わせてセグメンテーションし、ユーザーをセグメント別にプロファイリング

## • 弊社サービス導入後

- ▶ ユーザーを金融資産や価値観などを加味した新開発セグメンテーション別にプロファイリング
  - ◆ 商品内容に適したより細かいターゲットを設定し、プロモーション展開が可能になります。
- ▶ ユーザープロフィールブックを作成

# Data Scientist / Statistician

Rubicon



「ここを超えれば人間世界の悲惨、超えなければ我が破滅」  
「進もう、神々が待つ所へ、我々を侮辱した敵の待つ所へ、賽は投げられた」