

10人のデータサイエンティストに聞く

Q あなたはどんな仕事をしていますか？



日本航空/渋谷直正氏 …… P26
A. ネットの「今が買い時」をお知らせ

楽天/森正弥氏 …… P29
A. あなたの欲しいモノを表示



全日本食品/齋藤充弘氏 …… P28
A. 社長が隠れたヒット商品を発掘

大阪ガス/三上彩氏 …… P30
A. エネルギーをきちんと管理



エステー/浅野貴之氏 …… P30
A. 衣替えのタイミングを見極め



花王/大路延憲氏 …… P34
A. ブランドを測ります



ロイヤリティマーケティング/松本清一氏 …… P30
A. “振られた”顧客に再アプローチ



東芝/長谷川功宏氏 …… P35
A. 半導体工場を知り尽くす



アイスファクトリー/大場智康氏 …… P32
A. ビッグデータを博士が解く



遠州鉄道/宮田洋氏 …… P33
A. 電車の乗客を百貨店にお誘い

経営革新にITを活かす

日経情報ストラテジー

NIKKEI INFORMATION STRATEGY

データ博士が結集する会社

アイズファクトリー社長／大場智康氏

理学博士や環境学の研究者らが経営するデータサイエンティスト集団。これがアイズファクトリー（東京・千代田）だ。社員約30人のうち、大場智康社長を筆頭に10人を超える分析官が所属。他はIT・情報システムの専門家から構成する。設立から13年を数え、長く“秘か”にデータ分析を手掛けてきた。ベネッセコーポレーションの販促支援や久光製薬の「サロンパス」の評判測定など手掛けた事例は多いが、メディアにはほとんど登場せず、黒子として活躍する。

大場社長のこだわりは「ビッグデータはインフラではない。分析の仕組みと運用を固めるのが大切」ということ。立派な設備があっても、うまく活用しないと宝の持ち腐れとなる。そのために顧客の目的、予算、期限、期待する成果などを明確に定める。例えば、販促メールにしても、期待通りの成果が出た時点で打ち切って出費を抑えるのか、それとも支出を増やしてさらに成果を高めるのかなどと優先順位を固める。プロの分析官として、予想と異なる結果



大場社長らデータ分析官が結集。オフィスは厳重に機密管理している

が出た時は、データやシステムを検証。「バグによるミス突き止めて、修正することもある」という。

大場社長自身も理学博士。コンピュータ関連や飲食業などの経営者を経て現在に至る。優秀な社員の確保が鍵だけに「宇宙や物理分野の研究者に、いかに実業に役立つ仕事かを説明して関心を持ってもらう」と打ち明ける。データ分析のトップランナーとして、扱う分野を国政選挙などにも広げている。