



DX・スマートシティ時代に 正しく理解しておきたいデータの基礎知識 ~ビッグデータ編~

第3部・14:25~15:45

Speaker



松田 一郎

データコンサルティング部 コンサルタント
<インバウンド実務主任者>



本日のアジェンダ

1. 自己紹介
2. ビッグデータとは？
3. これから必要な「データ人材」とは？
4. 「明日からできる」取り組みとは？

自己紹介



株式会社ナイトレイ
データコンサルティング部 <インバウンド実務主任者>

松田 一朗

Digital Marketing

×

Creative Works

×

Data Consulting

スタートアップでの
マーケター経験

インバウンド向け映像
事業ディレクター

ビッグデータ活用で
100社以上を支援

<Life>

住所不定、家なしのアドレスホッパー生活を2020年9月より開始。

「暮らし放題」のサブスクリプションサービスを利用し、

リュックとスーツケースで全国を移動しながら暮らす日々。

温泉巡りとサウナ〜水風呂が趣味。ふらっと出る旅が大好き。

コロナ前からリモートワークしており、旅しながら仕事をするが定常。







 ADDress



「住所不定」で仕事快調 アドレスホッパー、東京離脱

Answers [+フォローする](#)

2021年4月4日 2:00 [有料会員限定]

 保存





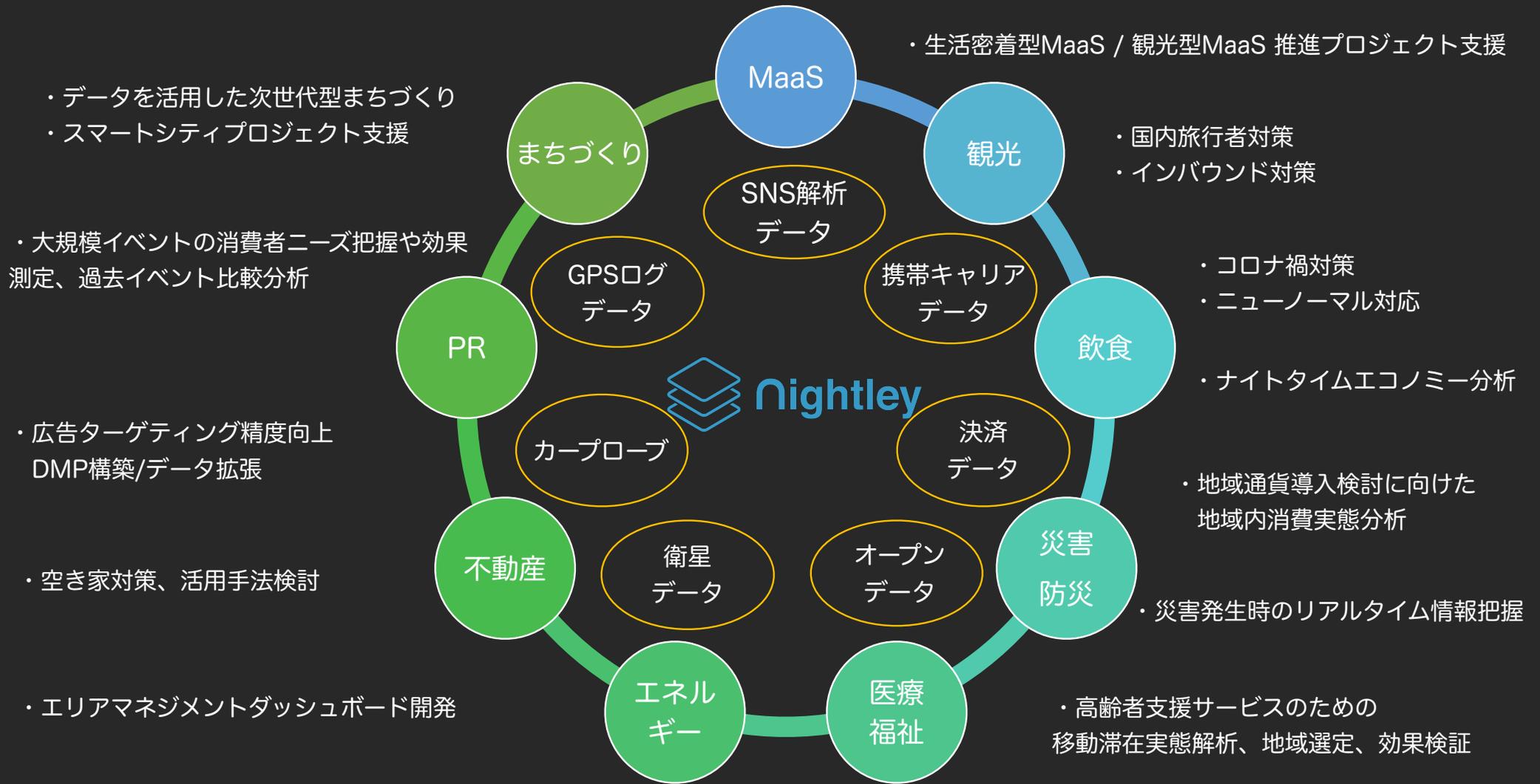
滞在する家の管理人に地域の魅力を教えてもらう松田一朗さん(佐賀県武雄市)

東京都内の企業に勤める松田一朗さん(26)には、定まった「家」がない。北海道から沖縄まで、リュック一つで移動しながらテレワークをこなす。職場に顔を出す機会は月に5日もないが、大きな不都合は感じない。

勤務先の「ナイトレイ」(東京・渋谷)は位置情報解析サービスを手掛ける。観光や交通の課題を抱える自治体などに、人流データを使った解決策を提案するのが松田さんの仕事だ。ノートパソコンとタブレットがあれば動く場所を問わない。

顧客の多くは関西や九州の自治体。新型コロナウイルスの感染が拡大し、会社がリモートワークを呼びかけると、「東京にいる意味はないな」と踏ん切りがついた。2020年夏、住んでいた都内のシェアハウスを引き払い、家財道具も大半を処分した。

代わりのすみかが、月額定額サービス「ADDress(アドレス)」の家だ。月4万円で全国130カ所以上ある家を利用でき、同じ家に1カ月最大で2週間滞在可能。水道光熱費は料金に含まれ、敷金なども不要。航空会社と組んだ定額サービスで、月3万円で指定された便を2往復使ったのも後押しした。



Q.

ビッグデータとは？

ビッグデータとは何か。これについては、ビッグデータを「事業に役立つ知見を導出するためのデータ」とし、ビッグデータビジネスについて、「ビッグデータを用いて社会・経済の問題解決や、業務の付加価値向上を行う、あるいは支援する事業」と目的的に定義している例16がある。ビッグデータは、どの程度のデータ規模かという量的側面だけでなく、どのようなデータから構成されるか、あるいはそのデータがどのように利用されるかという質的側面において、従来のシステムとは違いがあると考えられる。

まず、その量的側面については（何を「ビッグ」とするか）、「ビッグデータは、典型的なデータベースソフトウェアが把握し、蓄積し、運用し、分析できる能力を超えたサイズのデータを指す。この定義は、意図的に主観的な定義であり、ビッグデータとされるためにどの程度大きいデータベースである必要があるかについて流動的な定義に立脚している。…中略…ビッグデータは、多くの部門において、数十テラバイトから数ペタバイト（a few dozen terabytes to multiple petabytes）の範囲に及ぶだろう。」との見方17がある。ただし、ビッグデータについては、後に述べるように、目的面から量的側面を考えるべき点について、留意する必要がある。

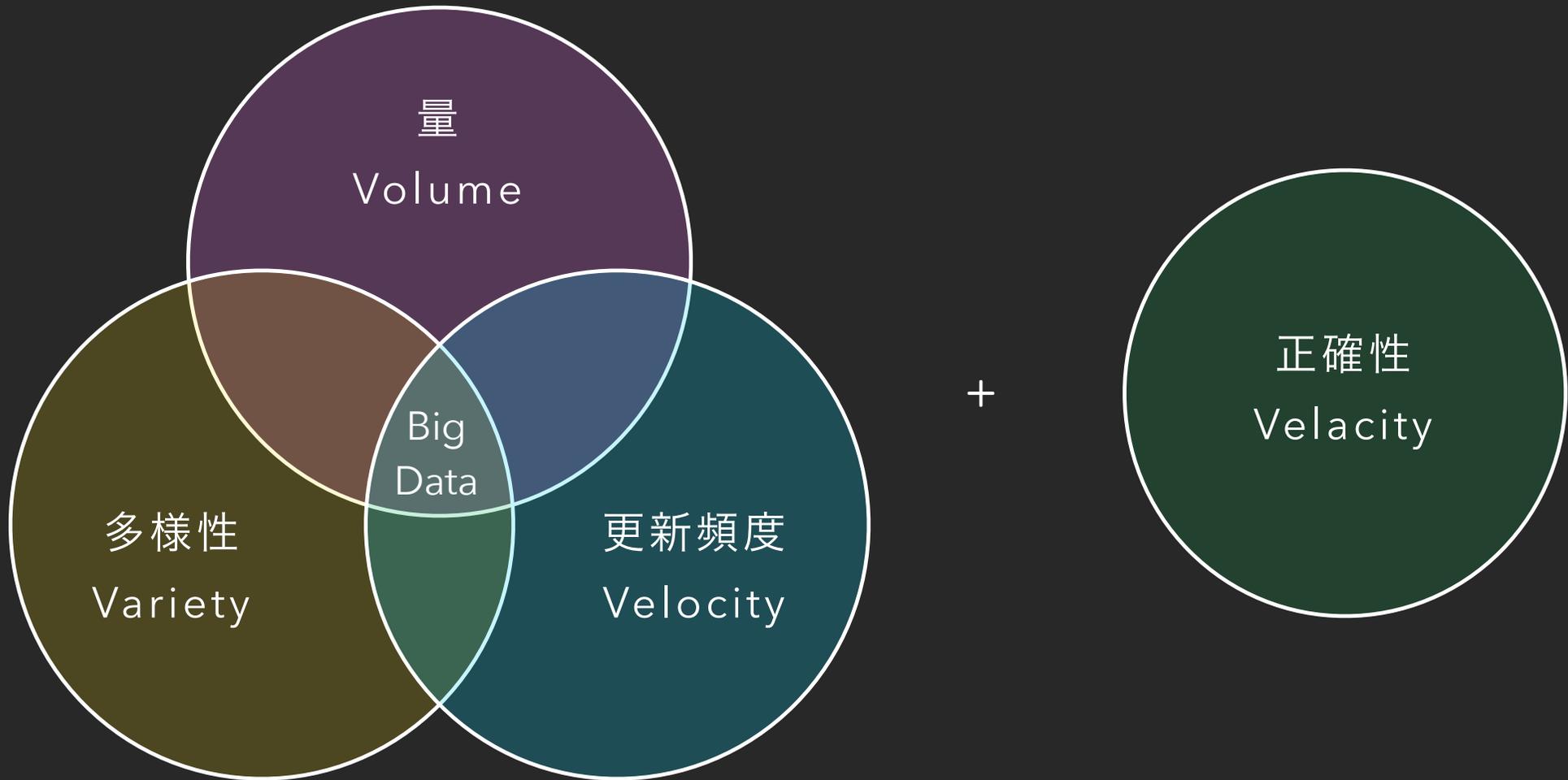
次に、その質的側面についてみると、第一に、ビッグデータを構成するデータの出所が多様である点を特徴として挙げるができる。現在既に活用が進んでいるウェブサービス分野では、オンラインショッピングサイトやブログサイトにおいて蓄積される購入履歴やエントリー履歴、ウェブ上の配信サイトで提供される音楽や動画等のマルチメディアデータ、ソーシャルメディアにおいて参加者が書き込むプロフィールやコメント等のソーシャルメディアデータがあるが、今後活用が期待される分野の例では、GPS、ICカードやRFIDにおいて検知される、位置、乗車履歴、温度等のセンサーデータ、CRM（Customer Relationship Management）システムにおいて管理されるダイレクトメールのデータや会員カードデータ等カスタマーデータといった様々な分野のデータが想定されており、さらに個々のデータのみならず、各データを連携させることでさらなる付加価値の創出も期待されるところである。

引用：総務省H24年度情報通信白書より引用

A.

様々な形をした、様々な性格をもった、様々な種類のデータ

ビッグデータが持ち合わせる3+1の"V"



様々な形をした、様々な性格をもった、様々な種類のデータ

ソーシャルメディアデータ

例 ソーシャルメディアにおいて参加者が書き込むプロフィール、コメント等



マルチメディアデータ

例 ウェブ上の配信サイト等において提供等される音声、動画等



ウェブサイトデータ

例 ECサイトやブログ等において蓄積等される購入履歴、ブログエントリー等



オペレーションデータ

例 販売管理等の業務システムにおいて生成等されるPOSデータ、取引明細データ等



カスタマーデータ

例 CRMシステムにおいて管理等されるDM等販促データ、会員カードデータ等



センサーデータ

例 GPS、ICカードやRFID等において検知等される位置、乗車履歴、温度、加速度等



ログデータ

例 ウェブサーバー等において自動的に生成等されるアクセスログ、エラーログ等

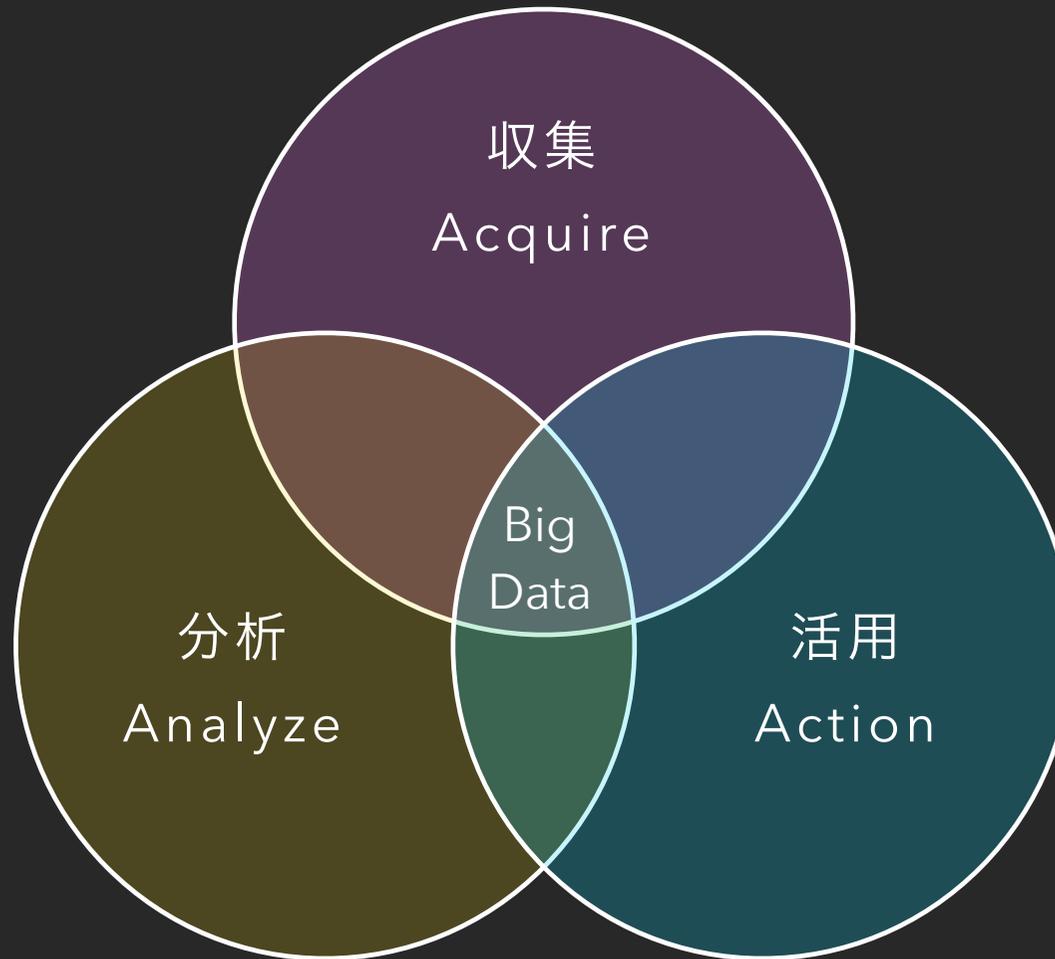


オフィスデータ

例 オフィスのパソコン等において作成等されるオフィス文書、Eメール等



写真は総務省H24年度情報通信白書より引用



でもこの3つのAが難しい。
特に最後のAction（活用）が。

=ビッグデータってなんだかよく分からない。
という意識に陥りがちな理由だと思います。

本日は、3つのAを実現するために必要なお話をします。





収集
Acquire

Q.

そのデータ活用、何を目的としていますか？

目的があいまい

×

スマートシティ推進したい

EBPMの推進したい

⋮

目的定義からすることが必要

目的が明確

○

コロナの動態変容を知りたい

新しい店舗を出店したい

⋮

条件に合うデータを探す

ビッグデータはあくまでも1つの手段。
活用することが目的になると、成功しづらい。



分析
Analyze

Q.

明日からいきなりデータ分析できますか？

A.

いきなりはたぶん無理。

身近なデータに触れてみる

から始めることが重要

わからなければ、調べてみてください。



Google

🔍 観光 データ分析ツール

Hint <自治体様向け限定>



김해시 코로나禍脱却後の未来を見据えた観光やMaaS、まちづくり領域などのデータ分析を支援！

CITY INSIGHT

無償提供開始

2022年
3月
まで

1,794 の地方自治体が対象

お申し込み受付中



活用
Action

Q.

データ活用現場において1番重要な人材とは？

A.

データ活用現場において1番重要なのは

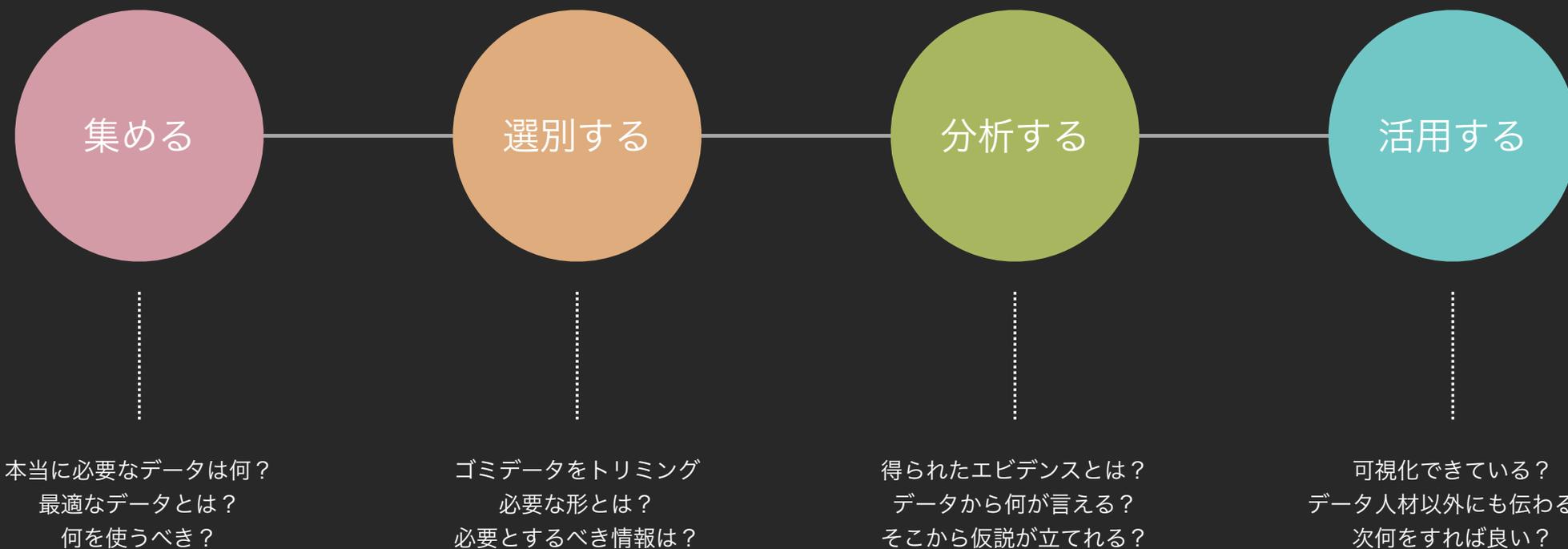
データと現場をつなぐこと

ができる人

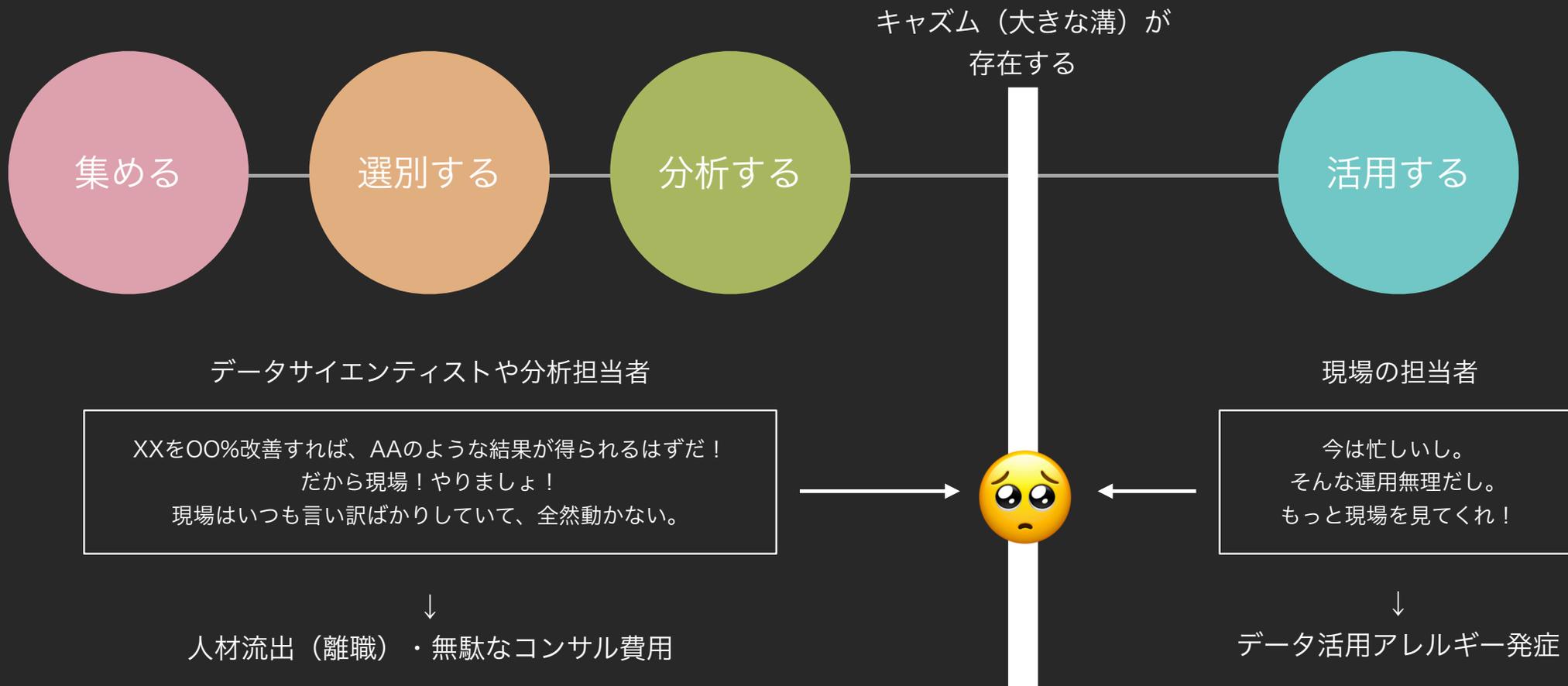
DXって言われたから、なんとなく

データサイエンティスト（っぽい人）を配置すればいいと思ってませんか？

ビッグデータ活用のフローはこんなイメージ



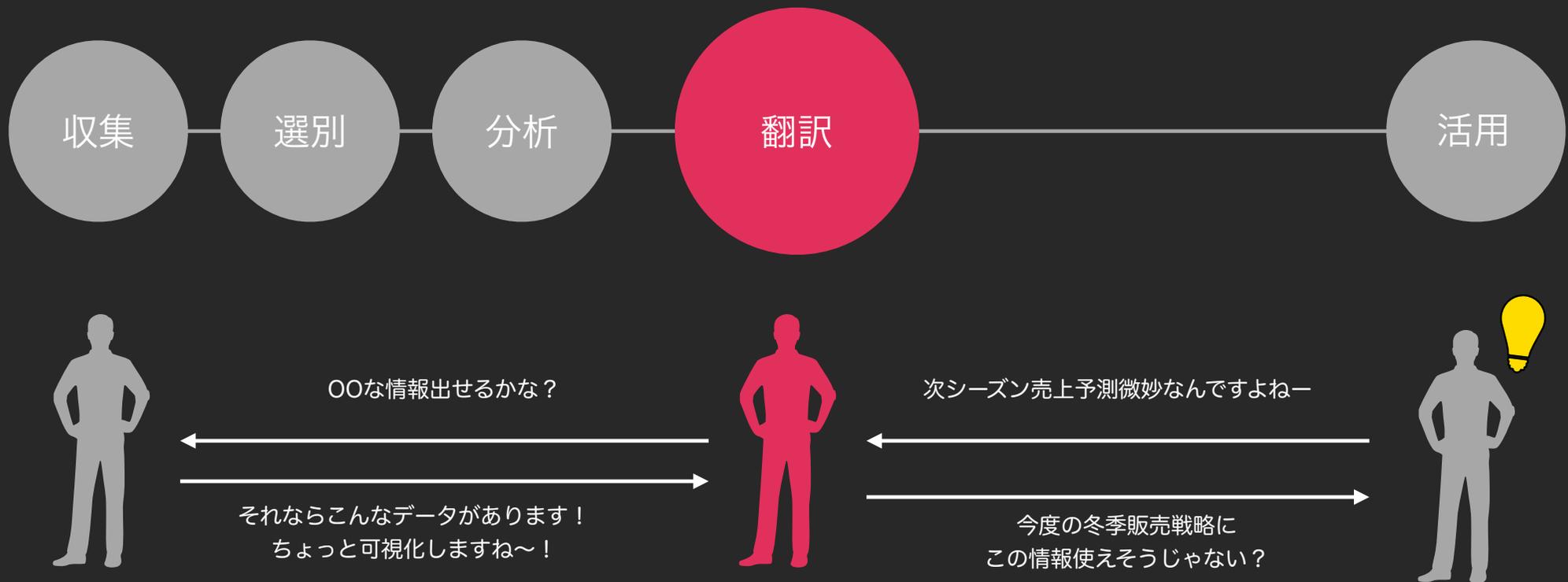
でも実態は、データ分析と現場の間に大きな溝が



データと現場を繋ぐ人がいると、「活用」に繋がる



「現場が求めているもの」 + 「データ分析でできること」





何がしたいのか
目的を明確にしてから
データを集める



身近なデータに
触れてみる
から始める



データと現場をつなぐ
ことができる人が重要

データの人々の生活を豊かに、
社会をよりスマートに。

Thank you for listening!



nightley.jp