流通とＳＣ・私の視点

2014 年 1 月 20 日

視点(1783)

（ＩＣＴ＆ネット市場編）

ビッグデータ活用システムについて!!

ビッグデータによりあらゆる分野の技術革新が起ころうとしています。経営の分野、医療の分野、農業の分野、建築の分野、さらには流通の分野やＳＣの分野…等において、データを駆使して今まで見えなかった現象や行動のメカニズムが可視化（見える化）し、今までの発想や手法とは異なる技術革新をもたらすことが可能です。ビッグデータは名前の通り、大量のデータを分析・解析してあらゆる現象・行動のメカニズムを可視化することですが、私はもっと広義かつ本質的に解釈して、データの量の多い少ないではなく、世の中のあらゆる分野でのメカニズムを可視化して新たな技術革新を起こすプロセスと考えています。それゆえに、データ量は少なくても世の中の現象や行動を可視化することにより技術革新を起こすことを**「ビッグデータ活用システム」**と呼んでいます。このビッグデータ活用システムは、次の３つのステップによって行われます（六車流：流通・マーケティング理論）。

①第１ステップ「デジタルデータ化」

世の中のあらゆる現象や行動のメカニズムを数値化し、蓄積し、変更し、移動できる状態にすることです。目的は、現象・行動のメカニズムの「可視化」（見える化）及び「理解化」（わかる化）することにより、因果関係を明確にすることです。

②第２ステップ「シグナルデータ化」

デジタルデータは単なるデータによる現象・行動の可視化ですが、シグナルデータ化によりこれから行おうとする行動にとって特性や意味を発見し、その特性や意味が発する内容を目的に応じて抽出することです。すなわち、デジタルデータの特性や意味の見える化と発見です。この段階で、デジタルデータは絞り込まれ、データが精鋭化します。

③第３ステップ「カスタマイズデータ化」

デジタルデータ化からシグナルデータ化へと進み、最後はカスタマイズデータ化への道を歩みます。カスタマイズデータ化とは、これから行おうとする目的（例えばＳＣの開発、ＳＣのリニューアル、ＭＤｉｎｇの変更、運営でのマーケットの深耕等）に役立てるためのデータの抽出と具体的な行動の指針の見える化されたデータです。

このように、ビッグデータ活用システムはデジタルデータ化から始まり、シグナルデータ化、カスタマイズデータ化へと絞り込まれ、絞り込まれることによりビッグデータは目的達成のための具体的な手段となっていきます。このビッグデータ活用システムが画期的な成果を出すためには、次の４つのタイプの担当者が必要となります。

①第１に「クリエーター」（研究者）

ビッグデータを目的に合わせるための「０から１」を創出する発想者であるクリエーター（研究者）が必要です。ビッグデータ活用システムを成果高く完成させるため、敵の参入障壁の高い発想と成功させるメカニズムを創出することが必要です。

②第２に「イノベーター」（革新者）

クリエーターが発想したロジックやシステムを具体的に形として表現した概念設計を作成しなければなりません。いわゆるシステムアナライザーのビッグデータ活用システム版です。すなわち、「１から 10」を創出する者です。

③第３に「テクニカルチャー」（技術者）

イノベーターの概念設計に基づき、ビッグデータ活用システムが具体的に動くようにする技術を提供するもので、「10 から 100」を創出するものです。いわゆるプログラマーのビッグデータ活用システム版です。

④第４に「オペレーター」（作業者）

テクニカルチャーの行動システムを実際に操作するもので、新たな価値の創出はありませんが、日常の継続的作業を行うことによりビッグデータ活用システムを有効に作業するために必要です。

以上のように、ビッグデータ活用システムはソフト面のデータの活用システムとデータの創出システムの両面が必要です。

(株)ダイナミックマーケティング社[+6]
代　表　六（む）　車（ぐるま）　秀　之

Copyright (C) Dynamic Marketing Co. Ltd. 2014 All rights reserved.