

# Teradata ビジネスコンサルティング活用事例 住信SBIネット銀行株式会社

住信SBIネット銀行は、AIの業務への適用範囲とビジネス効果を検証するため、テラデータのビジネスコンサルティングを利用して、Teradata AsterのAI分析エンジンのPoC（概念実証）を実施しました。マーケティング部 兼 ビッグデータ部 調査役 吉田直樹氏に、PoC実施の背景と目的、そして実施効果や今後の方向性についてお話を伺いました。

CASE STUDY / ONLINE BANKING

## 高度なデータ利活用の企画と 推進がミッション

住信SBIネット銀行は、2017年に創業10周年を迎えたインターネット専門のフルバンキングです。

吉田氏のミッションは、高度なデータ利活用の企画と推進、およびデータマネジメントです。同行が新しい取り組みを実施する際に、データの活用方法を検討し、マーケティング部門の実務やIT部門の開発・運用、さらにビジネス部門の業務変革に繋げていく橋渡し役を務めています。そのミッションの中には、新しい技術がビジネスに貢献できるかどうかの検証、および評価をすることも含まれています。

## AIを利用したデータ分析が ビジネスに貢献できるのか

住信SBIネット銀行には日々のビジネスから生成されるデータが大量にあります。そのデータをアナリティクスに活用するための整備ができていないという課題がありました。そこで、「データ整備とその活用」、さらには「AIを利用したデータ分析により、なんらかのインサイトが得られるのか」を検証することになりました。PoCを実施するにあたって、パートナーとして



### 住信SBIネット銀行

#### 住信SBIネット銀行株式会社

三井住友信託銀行とSBIホールディングスを  
出資会社とするインターネット専門の銀行

URL : [www.netbk.co.jp](http://www.netbk.co.jp)  
設立 : 2007年

#### 課題

- ・アナリティクスを実行するためのデータ整備ができていない
- ・AIの業務適用について見極めたい

#### ソリューション

- ・Teradata Aster™
- ・RACE™ (Rapid Analytics Consulting Engagement)

#### 導入効果

- ・分析モデルの構築・検証にかかる期間の短縮化とリソースの削減

テラデータを選んだのは、分析ツールであるTeradata Asterの存在が決め手の1つになりました。Teradata Asterには試したい分析機能が多数あること、機械学習をはじめとした先端技術が簡単に使えることなどが評価されました。

## RACE™による PoCプロジェクトの進め方と その評価

PoCは広告データを対象として、現状広告効果の分析、検証を行い、AIによる広告最適配分モデルを構築して費用対効果の改善及び業務の自動化を実証することを目的としました。

また、その進め方としてRACE™ (Rapid Analytics Consulting Engagement) が採用されました。

RACEとは、テラデータのサービスプログラムの1つで、個々のビジネス課題の明確化と、アナリティクスから得られる価値の検証を短期間のうちに実施するPoCの手法です。アナリティクスを専門としてきたテラデータの豊富なユースケースと知見、そして業界に精通したコンサルティング能力を駆使することで、最短6週間という短期間でPoCを実施することができるのが特徴です。お客様は、本格的な分析環境を構築する前のフェーズでアナリティクスの価値を評価できるので、分析環境への投資のリスクを低減することができます。

PoCでの役割分担としては、住信SBIネット銀行がデータ提供と中間・最終成果物の評価をしました。テラデータ側は、プロジェクトマネジメントとコンサルティング、データ整備や分析環境構築といったデータエンジニアリング、そしてデータ分析とレポート作成を実施しました。

今回のPoCプロジェクトでは、週1回2時間の定例ミーティングにて、住信SBIネット銀行とテラデータの関係者が一堂に会し、ディスカッ

## RACE™

Rapid Analytics Consulting Engagement



ビジネス課題

構想&準備

WEEK 1

モデル構築

WEEK 2-5

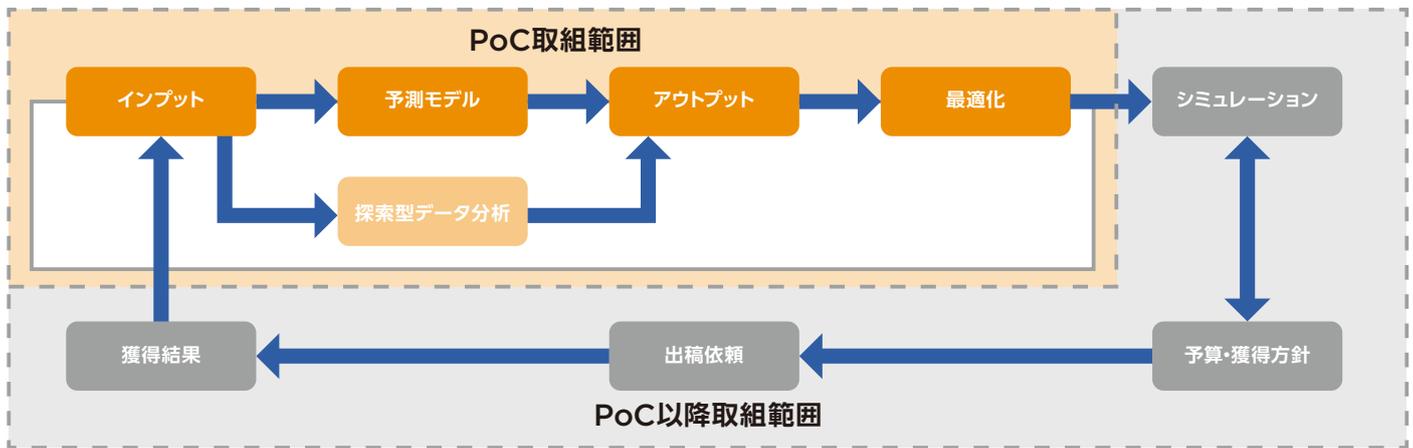
評価

WEEK 6



業務への取込み

TERADATA



シミュレーションをしながら微調整を重ねるといったアジャイルな方法で進められました。

「データの解釈や評価方法に関する食いちがいが生じることが何度かありましたが、自社のビジネスの背景やデータの内容は我々の方がよく知っているわけですから、それは想定内のことであり、そのために毎週ディスカッションを行って微調整しました。我々がテラデータに求めたのは、データ処理や分析に関する高度なスキルと成果物の品質でしたが、どちらも申し分ありませんでした」と吉田氏は振り返ります。

このように、顧客企業とテラデータが適切な役割分担をし、密に連携しながらアジャイルなプロセスでPoCを進めていくことは、RACEの一つの特徴です。多くの場合、テラデータ側からは、アカウント担当者、インダストリーコンサルタント、データエンジニア、データサイエンティスト等がPoCに関わりますが、お客様の窓口は各業界に精通したインダストリーコンサルタントが担い、お客様と同じ言葉、視点で共同作業にあたります。テラデータは、アナリティクスを分析結果の提示で終わらせるのではなく、その結果をお客様の業務に実装することが重要と考えるため、お客様のビジネスを理解することが欠かせません。

## 人間とAIの役割分担がはっきりした

今回のPoCの目的は、広告コストの最適化にAI技術を適用できるかどうかの見通しを得る

ことでした。

その結果、広告コストの自動最適化にAIは有効だが、その前提として人間とAIの適切な役割分担が必要であることがわかりました。今後の運用を促進するうえで、その役割分担の境界がはっきりしたことが大きな成果でした。

「お客様にとって無駄な広告を出稿しないために、お客様のニーズをより正確に把握して広告を最適化するアルゴリズムを生成する必要があります。それにAIが使えようだということがわかりました。具体的にはどのチャネルで広告を出すのがよいか、どのお客様にどの商品をどのタイミングで薦めるのがよいかといった判断をAIで自動化できるという感触を得ました。

しかし一方で、分析そのものの目的設定や、データにどういう意味があるかという判断は人間が行う必要があります。AIは考えることはできませんが、感じることはまだまだできません。「あるものをどうとらえるか」といった人間の感覚が、AIを活用する上で重要になるとわかりました」(吉田氏)。

## AI活用の展望

PoCの結果、マーケティング分野ではAIを様々な業務に活用できそうだと吉田氏は評価しました。

「マーケティングオートメーションの最適化・自律化にAIが適用できそうです。」(吉田氏)。

今後はマーケティング以外でも適用分野を見極めながら、AIの活用を推進していくことが必

要と考えており、経営から現場業務までビジネスの全ての部門でのAI活用について検討することになると吉田氏は言います。

新しい技術を取り入れ、データ活用の高度化を進めるためには、分析モデルの構築とその評価を迅速に行う必要があります。今回のPoCでも回帰分析やクラスター分析など様々なアルゴリズムを試行しましたが、どのモデルが最適かを判断するには試行錯誤が必要で、通常は大きな工数が掛かります。限られたリソースの中で、10週間という短期間のうちにPoCを実行できたのは、Teradata Asterに様々な分析モデルが用意されていること、またPoCを効率的に進めるRACEの手法が有効だったと吉田氏は評価します。



住信SBIネット銀行株式会社  
マーケティング部 兼 ビッグデータ部 調査役  
吉田 直樹 氏

## 日本テラデータ株式会社

〒107-0052 東京都港区赤坂2-23-1 アークヒルズフロントタワー <http://www.teradata.jp/>

TeradataおよびTeradataロゴは、テラデータ・コーポレーションの米国およびその他の国における登録商標です。

Teradata Aster, RACEは、テラデータ・コーポレーションの商標または登録商標です。その他本文中に記載された企業名、製品名などは該当する企業の商標または登録商標です。

この記載情報は2018年5月現在のものです。



TERADATA