

Teradata Consulting Service Portfolio

投資対効果を生むアナリティクスの実現 3 ステップ

2020年、企業は大きな危機に直面している。この危機に対応し、ビジネスを再び成長軌道に乗せるために、事業継続計画の見直し、サプライチェーンの強化、顧客との関係維持など、この状況下で顕在化した喫緊の課題に迅速かつ効果的な対処が求められている。本頁では、データとアナリティクスを活用して、企業が抱えるビジネス課題に対する成果を獲得するための3ステップを解説する。

1 手に入れたい「答え」を明確化する

アナリティクスを試しているが、あまり成果が見えない — そんな結果を避けるためには、まずはデータとアナリティクスを活用して目指すゴールを明確にする必要がある。アナリティクスにおける「答え」とは、求めるビジネス成果を達成するために、日々、経営者から現場担当者までが実行するビジネス判断の確に行うために必要とされる情報である。例えば、売上高を上げるため、顧客離反率を改善するための施策を判断するための情報である。「答え」から始め、得られる効果を想定すれば、アナリティクスの投資対効果を評価することが可能となる。

2 データ基盤とアナリティクス技術を設計・構築

求める「答え」を明確にすると、その答えを獲得するために、どんなデータが必要なのか、そのデータをどのように集めるのか、どのアナリティクス技術を選択すべきかを検討しなければならない。分析結果の精度を高めるためには、必要となる多種多様なデータをすべて集め、統合し、すべてのデータを使い大規模に分析できるようにしなければならない。また、AIやマシンラーニングなど高度なアナリティクス技術の適用も検討すべきだ。「答え」を得るためのデータ、アナリティクスのあるべき姿を設計図にして明確化し、順次構築を進めていくことが「答え」を得る最短ルートとなる。

3 継続的な分析結果のビジネスへの適用

データとアナリティクスの活用が始まったとき、「答え」を得ただけで満足してしまう場合がある。顧客離反率の改善を例にとると、どの顧客が離反の可能性が高いかが「答え」の一つとして得られる。しかし、それを理解するだけでなく、その顧客グループに離反されないようにアクションをしなければ意味がない。当たり前だと思われるかもしれないが、「答え」をビジネスに役立てる部分をプロセス化していないケースは多い。そして、アナリティクスの投資対効果を最大化するために重要なのは、継続的に「答え」を求め続け、ビジネスに適用し続けることである。常に変化するビジネス環境において、「答え」にも消費期限があるのだ。

「ビジネス成果」までの迅速なアプローチを支援する テラデータのコンサルティングサービス

テラデータは、データとアナリティクスを活用して、顧客の求める「ビジネス成果」を獲得することにフォーカスしている。先に紹介した3つのステップを踏まえて、その「ビジネス成果」を迅速に、且つ投資対効果を最大化しながら実現するコンサルティングサービスのポートフォリオを紹介する。

ポートフォリオは大きく以下の3つのカテゴリーで構成されている。

Consulting Services Portfolio



Business Services

ビジネスサービス

データとアナリティクスを活用して獲得するビジネス成果を明確にするサービス

- カスタマーエクスペリエンス向上
- オペレーション高度化
- 設備資産の最適化
- リスク管理/軽減
- ファイナンストランスフォーメーション
- プロダクトイノベーション/マネジメント



Ecosystem Services

エコシステムサービス

ビジネス成果を獲得するアナリティクスを確実に実現するサービス

データ戦略

- ビジネスバリューロードマップ
- エコシステムアーキテクチャ
- キャパシティアセスメント

データエンジニアリング

- DataOps
- AnalyticOps
- データインフォメーションアーキテクチャ
- データ統合
- データ/プラットフォーム移行
- ソフトウェア・アップグレード
- データセキュリティ&プライバシー



Service Catalysts

サービスカタリスト

ビジネスおよびデータサービスの価値を高めるサービス

- エコシステムデコーデッド
- 推奨スタック
- データDNA
- 業界データモデル

ビジネス成果の獲得に焦点を当てた“ビジネスサービス”

ビジネスサービスでは、お客様がデータやアナリティクスを活用して、どんなビジネス成果を求めているのか、必要となる「答え」は何かを明確化していく。このステップを効果的に、そして迅速に進めるために、お客様のビジネス部門との会話に基づいて、テラデータの保有する1000を超える豊富なユースケースの中から最適なユースケースを選択し、それをお客様向けにカスタマイズする。ユースケースには、その成果を得るために必要な「答え」や「分析すべきデータ」、効果的な「アナリティクス手法」などの知見が含まれており、ビジネス成果獲得までのプロセスを俯瞰できるので、プロセスの進行を加速するのに役立つ。

アナリティクスの投資対効果の高い6つのビジネス成果

テラデータは、様々な業種、業界におけるデータとアナリティクスのユースケースを1000以上保有する。それらのユースケースは、獲得できるビジネス成果の視点から以下の6つに大別される。言い換えれば、アナリティクスによってこれらのビジネス成果の向上や改善が望めるということだ。貴社のビジネス戦略に沿ったビジネス成果から、アナリティクス投資の優先順位を決めるということもできるだろう。

カスタマーエクスペリエンス向上
顧客を理解し、最適な顧客体験を構築する。顧客エンゲージメントを向上し、顧客満足度や売上向上に貢献する、等

オペレーション高度化
IoTデータやソーシャルデータなど様々なデータを活用して、在庫管理やサービス品質を改善する、世界レベルの需要センシングに焦点を当てたデジタルサプライチェーンを実現する、等

設備資産の最適化
IoTデータや稼働データ等を分析して故障が起きる前に予防的なメンテナンスを実現する、設備の運用状況の効率性を高め成長機会を増大する、等

リスク管理/軽減
コンプライアンス違反や詐欺犯罪の兆候を検出して事前に対応する、等

ファイナンストランスフォーメーション
商品、チャネル、地域、アカウントレベルなどに基づいて、客観的に収益性の高いビジネス目標を達成する、等

プロダクトイノベーション/マネジメント
製品やサービスを革新し、ビジネスモデルの変革を加速する、最終的には売り上げの伸長と収益性の向上を促進する、等

日本企業に活用されるユースケース例

テラデータの保有するユースケースの中から、日本のお客様に活用された2つのユースケースを簡単に紹介しておく。

予兆保全(プレディクティブ・メンテナンス)

「設備資産の最適化」に該当するこのユースケースは、ある商用自動車メーカーで活用された。トラックやバスなどの商用車は、運輸業における「生産財」であり、売上を最大化させるためにも計画外停止することなく稼働することが求められる。これを実現するために必要な「答え」は、「定期保全前に故障する可能性が高い車両」の特定であり、それらに対して予兆保全を行うことがビジネス成果につながる。自社製品のトラックに対して予兆保全を実施することで、「予定外故障の低減」という付加価値を実現した。

顧客のパーソナライゼーション

「カスタマーエクスペリエンスの向上」に分類されるこのユースケースは、あるインターネット専門銀行で活用された。店舗を持たないこの銀行の営業窓口はスマートフォンアプリだ。売上を最大化させるには、より良い顧客体験(CX)をアプリ上で提供しなければならない。必要な「答え」は、顧客ひとり一人のパーソナライズであり、One to Oneサービスを実現することがひいては売上増につながる。

ビジネス成果を獲得するアナリティクスを確実に実現する“エコシステムサービス”

エコシステムサービスとは、ビジネス成果を獲得するための「答え」を提供するアナリティクスを実現するサービスだ。これには、“データ戦略”と“データエンジニアリング”の2つのカテゴリーがある。

まずデータ戦略サービスについて説明しよう。分析エコシステムとは、データを集め、分析し、結果を共有するためのツールやプラットフォームの全体像を意味する。ビジネスサービスで明確化したビジネス成果や「答え」を実現するエコシステムをどのように設計・開発するかを吟味し、最適なシステムアーキテクチャに落とし込んでいくサービスである。これは、先のステップ2の設計図を描くところに相当する。テラデータは、実績あるユースケースをベースにすることで、迅速に最適なシステムアーキテクチャを設計する。

データエンジニアリングサービスは、実際のアナリティクスシステムを構築し、運用していくサービスだ。データプラットフォームを構築・運用するDataOps、分析モデルの構築・運用を担うAnalyticOpsなど、データとアナリティクスを活用するために必要な作業を網羅する。

テラデータの特徴的なサービスであるAnalyticOpsは、システムの開発と運用を統合するDevOpsのデータサイエンス版である。従来、分析モデルは、ある分析に特化してアドホックに開発されるものだった。しかし似たような分析が企業内で行われることは珍しくなく、分析モデルの再利用を前提に、モデル開発、テスト、デプロイ、本番運用というサイクルを自動化し、アナリティクス業務を効率化するのがAnalyticOpsである。

アナリティクス投資を加速させる“サービスカタリスト”

サービスカタリストは、ビジネスおよびデータサービスの価値を高めるサービスである。具体的には4つのサービスを提供している。

- 1 システムログを分析して、現在利用しているアナリティクス環境がどのように使われているかを詳細に可視化するエコシステムデコーデッド。
- 2 アナリティクスの自動化を促進するツールキットを提供する推奨スタック。
- 3 データ統合を実現し、コンプライアンスの強化と、データフォレンジック(証拠保全)を提供するデータDNA。
- 4 様々な業界向けにデータのリファレンスモデルを提供し、データプラットフォームの論理設計を迅速かつ正しく行えるようにする業界データモデル。

テラデータのコンサルティングサービスの活用により迅速かつ投資対効果の最大化を

テラデータのコンサルティングサービスは、日々刻々と変化するビジネス環境に対応するために、数カ月のスパンでビジネス成果に貢献するアナリティクスサービスを提供し、ビジネスにフィードバックするといった要求に応えることができる。最大の特長は、データとアナリティクスをビジネス成果につなげた豊富なユースケースを有することと、高度なアナリティクスを運用する可用性に優れたデータ・アナリティクス基盤ソフトウェア[Teradata Vantage]を自社提供していることである。

またチーム編成として、ビジネス成果からアナリティクス戦略を策定するビジネスコンサルタント、分析エコシステムを設計するエコシステム・アーキテクトやソリューション・エンジニア、分析モデルを構築するデータサイエンティスト、システム最適化を担うアーキテクトおよびデータエンジニアが、顧客ごとにチームを組みEnd-to-Endでサービスを提供する体制をとる。さらに、「Teradata Vantage」を活用することにより、ポートフォリオを標準化でき、アナリティクスの本番開始の早期化を図る。また、データとアナリティクスの運用を最適化し、投資対効果を最大化させるために、カスタマーサクセス担当が継続的に支援する体制も提供している。

ビジネス成果を獲得し、投資対効果が生まれるアナリティクスを、迅速に、確実に実現する—それがテラデータ・コンサルティング・サービスが提供する価値である。