

# すべてはビジネス成果の獲得のために

2017年、テラデータは独立10周年を迎えた。

その節目の年に代表取締役社長に就任した高橋が考える、

日本企業のアナリティクスの現状と次の10年を見据えたテラデータの取り組みとは。



日本テラデータ株式会社 代表取締役社長 高橋 倫二

## お客様のデータ活用に対する温度差を感じる

— 昨年(2017年)の社長就任からテラデータのお客様と接してこられて、データ活用の現状をどう捉えていますか。

高橋:まず、お客様のCIOだけでなくCEOともお会いして、直接お話しをする機会を頂いています。これまで企業向けIT業界で長年ビジネスに携わってきましたが、CIO、CEO、役員の皆様にお会いすることはなかなか難しいことでした。このことから、経営層のデータ活用に対する関心の強さを非常に感じています。しかしながら、既にデータ活用がビジネスに新しい価値をもたらしているというお客様から、ビジネスのイノベーションに繋がるといふ確信が持てない、どう活用すればよいか分からないというお客様まで温度差がある、というのが日本のお客様の現状だと感じています。

— データ活用においてお客様の抱える課題は何ですか。

高橋:データ活用の効果は、企業内あるいは企業グループ全体で保有するデータが有機的に統合されて、多角的な分析がされてこそ発揮されます。しかし現実には、部門や事業会社毎に在庫、売上、顧客等のデータが分断されて保有され、共有されていないことが多いです。テラデータの役割は、世界77カ国、1,400社以

上のお客様と実現したユースケースをもとに、データ活用の障壁となる課題を解決しつつ、データとアナリティクスの価値を最大化するお手伝いをさせていただくことです。

## DWHベンダーから、クラウドベースのデータとアナリティクスのリーディングカンパニーへ

— お客様と話をする中で、テラデータ側の課題、あるいは強化をしたいと感じることはありましたか。

高橋:データウェアハウス(DWH)のベンダーというイメージが根強く残っていることが課題だと考えています。テラデータは、クラウドベースのデータとアナリティクスのリーディングカンパニーとして、お客様のビジネスゴールに焦点をおいたアナリティクスの活用戦略策定から、日々のオペレーションで継続的に活用するためのアーキテクチャ設計、構築と運用管理まで包括的なサービスを提供しています。近年、私どもはデータサイエンティストや各業界に特化したインダストリーコンサルタントなどから構成される、ビジネス・アナリティクス・コンサルティングの強化を進めました。これからも、AIなど最新鋭のアナリティクスを提供できるよう継続的に体制を強化していきます。お客様には、今まで以上に、例えば顧客獲得、

顧客離反、サプライチェーン・マネジメントなどのビジネス視点のゴールや課題について、弊社にご相談いただきたいと思います。

## 「Think Big Analytics™」と「Teradata Everywhere™」でお客様を支援

— テラデータの戦略とケイパビリティについて説明をお願いします。

高橋:テラデータは、「Business Outcome Led, Technology Enabled」を戦略に据えています。これは、データとアナリティクスを駆使してお客様のビジネス課題解決、ビジネス成果獲得を実現することを意味します。この戦略を実行するテラデータのケイパビリティが「Think Big Analytics™」と「Teradata Everywhere™」です。Think Big Analyticsは、2018年1月に発足したコンサルティング&サービス部門です。アナリティクスをビジネスで活用するための「提言&戦略立案」、「設計&実装」、「最適化&運用管理」を包括的に提供します。ビジネス・コンサルティング・サービスの1つとして独自のものは「RACE™(Rapid Analytic Consulting Engagement)」です。テラデータが保有する世界中のユースケースを、知的財産として体系的にまとめた約700の「Business Value Framework」をもとに、お客様のビジネス目標に最適なユースケースを選択してカスタマイズするものです。

## BUSINESS OUTCOME LED

Technology Enabled

テラデータは、データとアナリティクスを駆使して、お客様の課題を解決し、ビジネス成果獲得を実現します。

最短6週間ぐらいの短期間で、分析プランから分析モデル構築、そしてそれがお客様の期待する成果を出せるかの評価をします。また、アナリティクスは日々のオペレーションに組み込み、定常的に活用してこそ価値を生み続けることが可能になります。Think Big Analyticsは、お客様のビジネス要件に対応する分析エコシステム・アーキテクチャを、テラデータの最新分析基盤であるTeradata Analytics Platformを中核にオープンソースやパートナー企業のテクノロジーを含めてデザイン、構築、その運用まで包括的なサービスを提供します。一方、Teradata Everywhereは、テラデータのプロダクト戦略です。Teradata Analytics Platformの強化、クラウド環境の提供、サブスクリプションライセンスによるコストの平準化、クラウドとオンプレミス間でのライセンスポータビリティの実現により、企業のアナリティクスへの投資リスクを低減しています。特にライセンスポータビリティは業界初のライセンス形態で、オンプレミスとクラウドの様々な組み合わせオプションを検討したいお客様のニーズに応えるものです。例えば、いったんクラウド

に置いたが、システム拡張に伴いオンプレミスに移動したいといったニーズを抱えるお客様が、ライセンスを買い直す必要なく自由にシステムの設置環境を移行できます。これにより、アジャイル且つスケーラブルなアナリティクス環境をご利用いただけます。

## 異業種のお客様同士の情報交換を支援していく

— テラデータがお客様に提供できる価値として、どのような取り組みを考えていますか。

高橋:テラデータでは、異業種のお客様同士が情報交換し、知見を高め合うためにヨーロッパ、日本、中国で開催する「Teradata Universe」や米国で開催する「Teradata Analytics Universe」というイベントを提供しています。それとは別に、異業種間のエグゼクティブが情報交換をするためのイベントを強化していくつもりです。我々が「異業種」にこだわるのは、異業種のユースケースがビジネスのヒントとして大いに役に立つケースが多いからです。昔は同業のベストプラクティスを参考にすることが多かったのですが、今は大きく変わりました。お客様は積極的に異業種の情報を求めています。また海外事例にも積極的に目を向けていただくようになりました。データとアナリティクスのリーディングカンパニーとして全世界1,400社以上との取引実績と、そこから得られた知見は、お客様の情報収集への

貪欲さに十分応えられるものと確信します。

## お客様のトラステッド・パートナーになることが目標

— 最後に今後10年を見据えた長期的な目標を聞かせてください。

高橋:2つあります。まずは、「データとアナリティクスでイノベーションを実現する企業」と言えば、テラデータが真っ先に脳裏に浮かぶ、そんな会社になりたいと考えています。そのためにはお客様のイノベーション発生場所であるビジネス部門からも直接お話を伺い、最適な提案とそれを実現することに努めます。私自身もお客様の経営トップを訪問する際には、過去のテラデータのサポート実績や提案内容に対するお客様の率直な評価をお伺いします。また、今後どのような提案をさせていただこうと考えているかをご説明し、その提案の優先順位がお客様にとって適しているのかを確認してもらっています。こうすることで、お客様をより深く理解し、お客様との信頼関係も強化できると考えています。もう1つは、社員が日本テラデータで働くことに強い誇りを感じられる企業であり続けること。それは日本のお客様で先進的な成功事例がいくつも生まれ、日本のお客様にデータとアナリティクスのトラステッド・パートナーとして認めていただけることで実現できると考えています。