

企業間データ連携が生み出す価値の可能性

佐々木 潔

目 次

- 1. 世の中の潮流
- 2. ヤフーにおけるデータ活用
- 3. データ利活用が抱える困難とその解決策
- 4. データフォレスト構想
- 5. まとめ

21世紀はデータの時代と言われるほど、データの重要性は増している。ヤフーでもデータ利活用を進めてきた結果、数々の成果が上がっているが、特にデータの組み合わせが大きな効果を生むことが分かってきたため、企業間のデータ連携により多面的にユーザーを理解し価値を提供できると考え、データフォレスト構想を発表した。実証実験では様々な成功事例が出ており、それらをサービス化し、2019年度には公開予定である。

1. 世の中の潮流

(1) 21世紀はデータの時代

データは21世紀の原油とも言われている。

その理由の一つが、2007年と17年の世界企業の時価総額比較（5月末時点）だ。07年はエクソンモービルが1位（4,685億ドル）、2位はGE（3,866億ドル）、3位以下、マイクロソフト、シティグループ、ペトロチャイナ（中国石油）と続いていたものが、17年になると1位はアップル（7,964億ドル）、2位はアルファベット（グーグル）（6,751億ドル）、3位以下、マイクロソフト、

アマゾン、フェイスブックとなっており、トップ5から石油産業が消えた反面、情報産業、更にはデータに強いと言われている企業が軒並み上位に名を連ねているのが現状である（注1）。

また、原油とデータの性質が非常によく似通っていることも、データを原油に例える理由である。それはつまり、採掘（収集）できなければそもそも利用できないものであり、採掘（収集）できたとしても精製（処理や加工）できなければ活用ができない他、備蓄するには莫大な設備とコストが必要というものである。加えて、ひとたび利用法を誤ればエコシステム全体の崩壊につながりか



佐々木 潔（ささき きよし）

ヤフー(株)執行役員 メディアカンパニープラットフォーム統括本部長 兼 チーフデータオフィサー（CDO）。東京大学大学院工学系研究科修了。米国Yahoo!Inc.を経て、2009年、ヤフー(株)に入社。ヤフーが提供するマーケティング事業の研究開発責任者や、ヤフーが持つビッグデータやサイエンスを統括する部門の責任者を経て、17年にCDOに就任。18年4月から現職。