



一般社団法人
日本データマネジメント・コンソーシアム
Japan Data Management Consortium

Realize

Make IT Real Business

データマネジメントの重要性について

2021年6月30日
日本データマネジメント・コンソーシアム 発起人/事務局長
(株式会社リアライズ 代表取締役社長)
大西 浩史

資料 1

Trusted Global Innovator **NTT DATA**
NTT DATA Group

© 2021 Realize Corporation

1. 自己紹介およびコンソーシアムの紹介
2. なぜ、今、データマネジメントが求められるのか？
3. データマネジメント取り組み事例紹介
～データの付加価値化によるビジネス活用～
4. データマネジメントを成功させるポイント

自己紹介およびコンソーシアムの紹介

株式会社リアライズ 代表取締役社長 大西 浩史 [おおにし こうし]



【略歴】

✓ 1994年4月

NTTデータ通信株式会社（現：株式会社NTTデータ）に新卒入社。
資材・調達部門に配属、ソフト調達・サービス購買にかかわる契約・交渉・オペレーション業務等に従事。

✓ 1997年10月

自ら発案したデータマネジメント事業が社内ベンチャー制度に最年少で合格、新規プロジェクトとして始動。

✓ 2001年10月

社内ベンチャーを母体として、大日本印刷、NTTコムウェア、SAPジャパン、i2テクノロジーズ等を株主としたジョイントベンチャー会社を設立。

NTTグループ主要各社をはじめ、国内大手の自動車／自動車部品／家電／鉄鋼／素材／食品／製薬／化学／文具・家具などの製造業、BtoB／BtoCを問わず様々な商材を扱う小売・流通業、ネット専門のEC／通販業、電力・ガス・交通等の公共インフラ業、メディア、金融、官公庁／教育などの公的機関まで、幅広い領域においてお客様とともにデータマネジメントの取り組みを実践し、データの実態と活用ユースケースを熟知。

講演・セミナー、標準化活動などにも多数招聘され、データマネジメントの重要性について精力的な普及・啓発活動を行う。

日本データマネジメント・コンソーシアム [JDMC] の発起人であり、現在、理事および事務局長を務める。
国際的NPO組織－DAMA（Data Management Association）日本支部の企画担当理事。

【ご参考】会社概要

- ☑ 創業者自らが体験した“データの品質が悪いと活用できない”という純粋な問題意識からスタート
- ☑ **NTTデータの社内ベンチャー**として1997年に創業（**20年以上の事業活動実績**）
- ☑ 国内大手の自動車／自動車部品／家電／鉄鋼／素材／食品／製薬／化学／文具・家具などの製造業、BtoB／BtoCを問わず様々な商材を扱う小売・流通業、ネット専門のEC／通販業、通信・電力・ガス・交通等の公共インフラ、メディア、銀行・損保等の金融、官公庁／教育等の公的機関まで、**幅広い領域のお客様に対して“データをビジネスで活用可能にする取り組み＝データマネジメント”を支援し、企業・組織が保有するデータの実態を把握、どうすればデータを活用可能にできるかを熟知していることを強みとしている**

社名	株式会社リアライズ (英文名：Realize Corporation)
代表者	代表取締役社長 大西 浩史
設立	2001年（創業：1997年）
資本金	1億円
所在地	東京都江東区木場5-5-2 CN-1ビル6F
従業員数	約100名（協業者含む）
HP URL	http://www.realize-corp.jp

株主構成	<ul style="list-style-type: none">▶ 株式会社NTTデータ▶ アステリア株式会社▶ NTTコムウェア株式会社
コーポレートメッセージ	リアライズは、 データマネジメントを通じて、お客様の情報活用を実現するプロフェッショナル集団 です
事業概要	『Make IT Real Business』を 企業理念 に掲げ、システムの“血液”であるデータを、その ライフサイクル全体 を通して最適化するための データマネジメントサービス をご提供します

日本データマネジメント・コンソーシアム [JDMC] の概要

正式名称	一般社団法人 日本データマネジメント・コンソーシアム [Japan Data Management Consortium : JDMC]
設立	2011年4月18日 (月)
会長	栗島 聡 (エヌ・ティ・ティ・コムウェア株式会社 相談役)
設立趣旨	情報システムがビジネス戦略の策定・実行に不可欠となっている中、データマネジメントの問題により、情報システムが経営の羅針盤として機能していないという状況が多く見られる。本コンソーシアムは、データマネジメントの重要性の普及展開と、実践的なデータマネジメント手法の確立を通じ、日本企業・組織の国際競争力強化に寄与する。
活動基本ポリシー	<ol style="list-style-type: none">1. 企業情報システムのためのコンソーシアムの枠を超え、社会的な影響力がある斬新な活動を追求する2. コンソーシアムに参画する企業個別の利害を超え、データマネジメントの発展に向けてオープンな活動を志向する3. 日本国内の動きにこだわることなく、海外の情報／動向に目を向ける4. 広くデータマネジメントの実践に直結する製品やサービス、優れた取り組み事例を発掘、情報発信する5. 活動はコンソーシアム内部に閉じるのではなく、内外の有識者や有力団体との連携を図る
会員企業	設立から9年目にして、<u>220社を超える日本の代表的企業が参加</u>

日本データマネジメント・コンソーシアム [JDMC] の概要

- 会長 栗島 聡 エヌ・ティ・ティ・コムウェア株式会社 相談役
- 理事 青柳 一郎 富士通株式会社 DXプラットフォーム事業本部本部長
- 大西 浩史 株式会社リアライズ 代表取締役社長
- 金井 啓一 日本テラデータ株式会社 コーポレート・エバンジェリスト/エグゼクティブ・コンサルタント
- 木内 里美 株式会社オラン 代表取締役社長
- 北川 拓也 楽天株式会社 常務執行役員 CDO グローバルデータ統括部 ディレクター
- 木谷 強 株式会社NTTデータ Technology Strategist / NTTデータ先端技術株式会社 代表取締役社長
- 河本 倫志 エヌ・ティ・ティ・コムウェア株式会社 エンタープライズビジネス事業本部 BigDataソリューション部長
- 齋藤 正勝 カブドットコム証券株式会社 取締役 代表執行役社長
- 櫻井 貴之 株式会社三菱UFJフィナンシャル・グループ 執行役員CDO 兼 経営情報統括部長
- 白川 貴久子 株式会社ドコモCS中国 代表取締役社長
- 鈴木 利幸 三菱電機インフォメーションネットワーク株式会社 クラウドプラットフォーム事業部 データソリューション部長
- 田口 潤 株式会社インプレス 編集主幹 兼 IT Leadersプロデューサー
- 西川 晋二 株式会社トライアルホールディングス グループCIO
- 原 憲宏 株式会社日立製作所 サービスプラットフォーム事業本部 データマネジメント本部 本部長
- 平野 洋一郎 アステリア株式会社 代表取締役社長 / CEO
- 村野 剛太 東京海上日動火災保険株式会社 IT企画部 部長
- 森 弘之 JFEシステムズ株式会社 執行役員 製鉄所システムプロジェクトサブリーダー
- 森山 由紀 日本電気株式会社 デジタルプラットフォーム事業部 主席事業主幹
- 矢澤 篤志 カシオ計算機株式会社シニアオフィサー 生産・サプライチェーン改革担当
- 吉田 浩生 インフォマティカ・ジャパン株式会社 代表取締役社長



会員一覧（正会員）

- 株式会社アーク情報システム
- 株式会社アイネス
- 株式会社アクアシステムズ
- 株式会社アシスト
- アステリア株式会社
- アルテアエンジニアリング株式会社
- 株式会社ECマーケティング人財育成
- Yellowfin Japan株式会社
- 伊阪コンサルティング事務所
- 株式会社インテージテクノスフィア
- インフォマティカ・ジャパン株式会社
- 株式会社インプレス
- SAPジャパン株式会社
- NECソリューションイノベータ株式会社
- NTTコムウェア株式会社
- N T Tタウンページ株式会社
- 株式会社NTTデータ
- 株式会社NTTドコモ
- エブリセンスジャパン株式会社
- 株式会社オラン
- クオリカ株式会社
- 株式会社クラウドイオ
- ComPower株式会社
- 株式会社Caトラボ
- JFEシステムズ株式会社
- 株式会社JSOL
- 株式会社信興テクノミスト
- Stibo Systems株式会社
- Splunk Services Japan合同会社
- 株式会社セゾン情報システムズ
- Tableau Japan
- 株式会社 帝国データバンク
- 株式会社データアーキテクト
- 株式会社データ総研
- 株式会社データビークル
- Denodo Technologies株式会社
- Dell EMC
- 株式会社東京商工リサーチ
- 日本オラクル株式会社
- 日本ティーマックスソフト株式会社
- 日本テラデータ株式会社
- 日本電気株式会社
- 日本マイクロソフト株式会社
- PwCコンサルティング合同会社
- ビジネスエンジニアリング株式会社
- 株式会社日立コンサルティング
- 株式会社日立製作所
- 株式会社日立ソリューションズ
- 富士通株式会社
- 株式会社プライド
- マネージメントサービス株式会社
- 三菱電機インフォメーションネットワーク株式会社
- Metafindコンサルティング株式会社
- 株式会社メトロ
- 株式会社ランドスケイプ
- 株式会社リアライズ

会員一覧（準会員）①

- アーガイル株式会社
- アイティプラン合同会社
- ITmedia エグゼクティブ編集部
- アクサ生命保険株式会社
- 旭硝子株式会社
- アサヒグループホールディングス株式会社
- アサヒビジネスソリューションズ株式会社
- 味の素株式会社
- アステラス製薬株式会社
- 穴吹興産株式会社
- 株式会社アマナ
- イーグローバレッジ株式会社
- 伊藤忠テクノソリューションズ株式会社
- 株式会社IDOM
- 株式会社医療ラボ
- 株式会社インターネットイニシアティブ
- インフォコム株式会社
- 株式会社HGSTジャパン
- 合同会社エクリュ
- 江崎グリコ株式会社
- 株式会社エス・エム・エス
- SBIホールディングス株式会社
- 株式会社エナリス
- 株式会社NTTデータセキュリティシステムズ
- 株式会社エヌ・アンド・アイ・システムズ
- 株式会社 エヌ・ティ・ティ・アド
- NTTコミュニケーションズ株式会社
- ドコモ・システムズ株式会社
- 株式会社EVERRISE
- エプソン販売株式会社
- 株式会社エムアイカード
- MSD株式会社
- 株式会社オークローンマーケティング
- 大塚製薬株式会社
- オムロン株式会社
- 株式会社オリエントコーポレーション
- オリックス株式会社
- オリンパス株式会社
- 株式会社 外為印刷
- カシオ計算機株式会社
- 鹿島建設株式会社
- 株式会社フォーバル
- auカブコム証券株式会社
- かんぼシステムソリューションズ株式会社
- 協和発酵キリン株式会社
- 株式会社ぐるなび
- 株式会社クレオ
- 株式会社クロス・マーケティング
- 江栄情報システム株式会社
- 国土交通省国土技術政策総合研究所
- コニカミノルタ株式会社
- 小林製薬株式会社
- コンバージド・オープン・システムズ株式会社
- 株式会社サニクリーン
- 株式会社サン・フレア
- 株式会社ジェイコム東京
- 株式会社JTБ
- 塩野義製薬株式会社
- 株式会社 島津ビジネスシステムズ
- 清水技術士・診断士事務所
- 寿樹計算株式会社
- 株式会社翔泳社
- ジョンソンコントロールズ株式会社
- 株式会社ジンス
- セイコーエプソン株式会社
- 積水化学工業株式会社
- 株式会社 ゼロ
- 全日本空輸株式会社
- ソニー生命保険株式会社
- ソフトバンク株式会社
- ソリューション・ラボ・横浜株式会社
- 大成建設株式会社
- 大日本印刷株式会社
- 株式会社 竹中工務店
- たなかさとる・アンド・カンパニー合同会社
- 田辺三菱製薬株式会社
- 株式会社中電シーティーアイ
- 千代田工商株式会社

会員一覧（準会員）②

- 株式会社TSUTAYA
- T&D情報システム株式会社
- データキュレーション株式会社
- 株式会社テレビ東京コミュニケーションズ
- 株式会社電通国際情報サービス
- 店舗のICT活用研究所
- 東京海上日動火災保険株式会社
- 東京海上日動システムズ株式会社
- 東芝テック株式会社
- 東邦ガス株式会社
- 東邦薬品株式会社
- トヨタ自動車株式会社
- トヨタファイナンス株式会社
- 株式会社トライアルカンパニー
- 株式会社ニチレイロジグループ本社
- 日揮ホールディングス株式会社
- 日経BP社
- 日産自動車株式会社
- 日本毛織株式会社
- 株式会社ニトリホールディングス
- 株式会社日本医薬総合研究所
- 日本航空株式会社
- 日本ジェネリック株式会社
- 日本製鉄株式会社
- 日本たばこ産業株式会社
- 日本調剤株式会社
- 日本電信電話株式会社
- Nexus Frontier Tech
- 年金積立金管理運用独立行政法人
- パーク24株式会社
- パナソニック株式会社
- PHC株式会社
- PwCあらた有限責任監査法人
- 東日本電信電話株式会社
- トキコシステムソリューションズ株式会社
- 株式会社ビット・エイ
- 株式会社ファーコス
- 株式会社富士通エフサス
- 株式会社富士通総研
- 株式会社富士通ソーシャルサイエンスラボラトリ
- 株式会社富士通マーケティング
- ブラザー工業株式会社
- Bloomin Digital & Strategy株式会社
- 株式会社ベネッセインフォシエル
- 株式会社ベネッセコーポレーション
- 本田技研工業株式会社
- 株式会社 本田技術研究所
- 株式会社マイナビ
- マクニカネットワークス株式会社
- マルティスーパ株式会社
- 丸文株式会社
- 株式会社みずほ銀行
- 株式会社みずほフィナンシャルグループ
- 株式会社ミスミグループ本社
- 株式会社 三井住友銀行
- 株式会社三越伊勢丹ホールディングス
- 三菱ケミカルシステム株式会社
- 三菱UFJフィナンシャル・グループ
- 株式会社三菱東京U F J 銀行
- みらいラボ
- 株式会社 村田製作所
- 明治飼糧株式会社
- 株式会社 明電舎
- 八洲産業株式会社
- ヤフー株式会社
- ヤマハ発動機株式会社
- ヤンマー株式会社
- ユーピーアール株式会社
- 横河電機株式会社
- 株式会社LIFULL
- 楽天株式会社
- 株式会社リクルートテクノロジーズ
- 株式会社リクルートライフスタイル
- 株式会社リコー
- リコーITソリューションズ株式会社
- 理想科学工業株式会社
- リバイス合同会社
- ローランド ディー. ジー. 株式会社
- 株式会社ワコム

- ① 研究会活動／コミュニティ活動
- ② カンファレンス
- ③ データマネジメント表彰
- ④ セミナー等の普及・啓発活動
- ⑤ 情報発信

① 研究会活動／コミュニティ活動

◎ FY20研究会

テーマ1	デジタルマーケティング研究会グループ
	1.CRM研究会
	2.マーケティングシステム活用研究会
	3.AI・データ活用のためのコンプライアンス研究会
テーマ2	『データマネジメントの基礎と価値』研究会
テーマ3	MDMとデータガバナンス研究会
テーマ4	経営におけるデータ活用ガイドの研究 ～デジタルビジネス時代を生き抜くために～
テーマ5	データマネジメント実践勉強会
テーマ6	IoT・AI研究会

◎ FY20コミュニティ活動

エンジニアの会
サイエンスの会

① 研究会活動／コミュニティ活動

- 延べ200名の会員が参画
- ユーザーやベンダーといった企業の枠を超えた「ガチ」の研究会活動は、JDMCの活動の柱
- 合宿や大学生向けのデータマネジメント白熱教室、オンライン読書会などの企画が盛りだくさん
- 共通の悩みや問題意識を持った相談できる仲間との活動を通じて、データマネジメントを自社内で展開するTIPSを得れる
- 他社事例やTOPインタビューなどを通じ、自社の問題と課題の整理ができ、次なるアクションのきっかけが得られる
- データマネジメントについて学生等の第三者に教える“場”があるため、社内への啓発・普及を行うための予行演習ができる

2021年6月15日

一般社団法人日本データマネジメント・コンソーシアム

JDMCが、環境省の依頼を受け、データマネジメントに関する知見を提供 会員企業の有識者により、環境省データマネジメントポリシーに対するコメントとレビューで内容改善に貢献

一般社団法人日本データマネジメント・コンソーシアム（会長 栗島 聡、以下 JDMC）は、環境省からの依頼を受け、データマネジメントポリシーに対するコメントとレビューを行ったことをお知らせします。

JDMC会員企業の有識者により、民間ならではの利用者の視点から様々な知見が提示され、データマネジメントポリシーの改善に貢献することができました。

<背景・経緯>

全国的にデータ活用の機運が高まる中、2020年12月に閣議決定された「デジタル・ガバメント実行計画」を受け、環境省では、データマネジメントを推進するための体制・ルール等の整備を他府省に先駆けて実施しています。現在、環境省では、政府におけるデータマネジメントの試行的な取組みが進められており、「環境省データマネジメントポリシー」を策定し、2021年度以降、同ポリシーに基づいて行政データ連携の推進や、環境省保有データのオープン化の取り組みを進める計画です。

政府では省庁ごとにデータを蓄積しているものの、その有効活用や省庁間の連携はこれからの課題となっており、データマネジメントのあり方を検討している段階でした。そこで環境省がデータマネジメントポリシー策定にあたって意見を求めたのが、同分野で国内最大規模の非営利団体であり、民間企業の中でもデータマネジメントに問題意識を持つ有識者が数多く活動するJDMCでした。

<JDMCによる協力内容>

環境省から受けた「行政機関におけるデータマネジメント推進にあたっての協力依頼」は、以下の通りです。

1. 「環境省データマネジメントポリシーに対するコメント」

- ・実施日：2021年2月5日、2月26日の2回 オンラインにて
- ・内容：環境省からの依頼を受けて、ドキュメントへのコメントとレビュー、同省が保有するデータについて民間活用のニーズやアイデアの意見交換を行う。
- ・協力会員：JDMCのMDMとガバナンス研究会を中心とした有志 計18名
- ・提出物：環境省の依頼に対応して「環境省データマネジメントポリシー」の査読に協力し、100を超えるコメントを提示してその内容の改善に貢献するなど、データマネジメントに関する中立的な専門団体として役割を果たすことができました。

※データマネジメントポリシー策定に関する環境省の報道発表資料：<http://www.env.go.jp/press/109431.html>

① 研究会活動／コミュニティ活動

若手エンジニアを中心に、実際にデータの収集・分析を実践している。
楽しくデータ活用を体験してみよう！
スーツ（ビジネス）とギーク（エンジニア）の橋渡し役になろう！

JDMCエンジニアの会 データ分析コンテスト'2019



大賞	金融部門	岡谷光一・濱口憲太・溝口幸宏・東川桂大（東京海上日動システムズ）チーム
大賞	小売部門	鍋倉由樹（SBIホールディングス）・加藤瑠（Bloomin Digital & Strategy）チーム
auカブコム証券賞	金融部門	宮澤英智・中島正統（ぐるなび）チーム
日本気象協会賞	金融部門	岡谷憲二（AGC）チーム
アーガイル賞/トライカンパニー賞	小売部門	佐々木雄亮・寺内潤（マネージメントサービス）・福田紘子（富士通エフサス）チーム
クレオ賞	小売部門	金石和英（ビジネスエンジニアリング）
JDMCエンジニアの会リーダー賞	小売部門	内田真勝（マクニカネットワークス）

② カンファレンス

◆実施概要

テーマ：データマネジメント2020

日時： 2020年3月5日8:30～18:30

後援： 経済産業省

情報サービス産業協会(JISA)

日本情報システム・ユーザー協会(JUAS)

ITスキル研究フォーラム

ビジネスシステムイニシアティブ協会

オープンガバメント・コンソーシアム(OGC)

メイド・イン・ジャパン・ソフトウェア・コンソーシアム(MIJS)



- 設立初年度から8回目を数えるアニュアル・カンファレンス。今回は初のオンラインでの実施。
- “基調講演”、“ユーザー講演”、“ベンダー講演”、“アーリーバードセッション”の4つのセッション、「終日同時5トラック／40セッション」をウェビナーとしてライブ配信。
- 登録者数は、2,193名にも上り、当日の累計視聴者は、1,443名とリアルの上回る集客。

③ データマネジメント賞

データ マネジメントの役割や重要性を広く周知するとともに、先駆的な実践ノウハウを共有することを目的として、他の模範となる活動を実践している企業・官公庁・団体・個を見出し、表彰いたします。

賞名	説明
大賞	データマネジメント活動において、特筆すべき取り組み・成果を出した企業・機関などで、この取り組みが現状および将来にわたり他の模範となると認定された場合に授与いたします。
特別賞	既存の賞の枠組みにとらわれない、卓越したデータマネジメントの取り組みに対し授与いたします。
データ統合賞	これまで困難とされてきた「マスターデータの統合」に果敢にチャレンジし、成果を上げた企業・機関に授与。
データクオリティ賞	データ品質の向上のみならず、品質管理のガイドラインに基づいた運用を含めて、内外の課題解決に著しい成果をもたらした企業・機関に授与します。
データ基盤賞	データ分析における基盤構築にあたり、システムだけでなく組織間の連携も含めて著しい成果を上げた企業・機関に授与します。
メタ・データガバナンス賞	困難な部門・システム間の調整を断行し、横断的なメタデータ管理ルールを設計・導入した企業・機関へ授与。
アナリティクス賞	データ量が劇的に増加する中、業務システム、特にモバイル・センサーやWebアクセスログなどが生み出す膨大なデータを分析し、実際のビジネスの現場で活用することにより多大な成果を上げた取り組みに対して授与します。
先端技術活用賞	先進的な理論や技術に対していち早く試み、ノウハウや成果を公開するなど、他の模範となる取り組みを実践する企業・機関に授与します。

③ データマネジメント賞

＜＜ 2020年データマネジメント賞 受賞企業 ＞＞

賞名	受賞企業名
大賞	株式会社三井住友フィナンシャルグループ
特別賞	株式会社トヨタシステムズ 富士通株式会社
データプライバシー賞	株式会社NTTドコモ
先端技術活用賞	カシオ計算機株式会社 山形カシオ株式会社
アナリティクス賞	株式会社デンソー
アナリティクス賞	株式会社ルネサンス



各社の広報部が社内記事にするために取材にくるほどの盛況ぶり。
「地道な取り組みの継続が評価されるのはうれしい」の声が多数。

④ セミナー等の普及・啓発活動

◆第45回 2019年6月10日（月）

- ・講演1： 「ANAのお客様情報基盤とその価値」
全日空運輸株式会社
- ・講演2： 「なぜAI導入はつまづくのか？その答えは業務視点とデータ前処理にある～IoT時代のデータを磨くデータバリューアップ～」
株式会社日立産業制御ソリューションズ

◆第46回 2019年7月9日（火）

- ・講演1 「機械学習自動化の今～機械学習を活用してビジネスで結果を出すために～」
マクニカネットワークス株式会社
- ・講演2 「米国声を狙う中国のAI産業とは？～現地で体感した中国AIスタートアップ企業の勢いと今後の動向～」
株式会社マクニカ

◆第47回 2019年9月25日（水）

- ・講演1 「Tableau を使った分析プロセスの効率化と効果的可視化表現」
Tableau Japan株式会社
- ・講演2 「今どきの？ある金融機関の管理部門によるデータ分析関連の取り組み」
カブドットコム証券株式会社

◆第48回 2019年10月18日（金）

- ・講演1 「カシオの生産戦略におけるIoT、AI 活用事例」
カシオ計算機株式会社
- ・トークセッション「ビジネス課題を解決するためのIoT・AI とはどうあるべきか」
カシオ計算機株式会社、IoT・AI 研究会リーダー

◆第49回 2019年12月9日（月）

- ・講演1 「Dx 推進のカギを握るDATA でやるべきこと」
日本電信電話株式会社
- ・トークセッション「企業の内部統制とデータガバナンス戦略～今あらためてEA(エンタープライズ・アーキテクチャ)に注目する～」
日本電信電話株式会社、MDM研究会、経営におけるデータ活用ガイドの研究会

データマネジメント受賞企業による深い内容のトークセッションを実施

④ セミナー等の普及・啓発活動

年間30本を超える初心者向けや事例対談等のセミナー動画を配信しています。

The grid contains the following video titles:

- 20201006 JDMC Session1&2 v1 **顧客データマネジメント**
- 20201006 JDMC Session3&4 v1 **トヨタ生産方式とIT**
- 第54回定例セミナー 第1部 **データ整備の考え方**
- 第54回定例セミナー 第2部 鼎談 **データモデリング基礎**
- 第55回定例セミナー 第2部 対談 **顧客定義を考える**
- 第56回定例セミナー 第一部 **ITアーキテクチャセオリ**
- JDMC 第53回 定例セミナーライブ! BtoBマーケターから見たデータマネジメントの重要性 9月30日(水) 18:00~19:10 **マーケター視点のDM**
- 学ぶシリーズ 「デジタル時代のマーケティング」 その1 **デジタルマーケティング基本**
- 学ぶシリーズ 「データ仮想化」 その1 **データ仮想化**
- JDMC研究会紹介、事務局長 大西浩史 **JDMC研究会紹介**
- JDMC 第51回 定例セミナー **スマートシティとIT**
- JDMCご紹介、事務局長 大西浩史 **JDMCご紹介、事務局長 大西浩史**

...など

◆出版： データマネジメント概説 + ケーススタディ 3部シリーズを出版 (Amazon kindle版、Amazonオンデマンド・楽天ブックス・三省堂書店の各オンデマンド出版)

企業はデータマネジメントの実践・定着化にどう取り組めば良いのか？

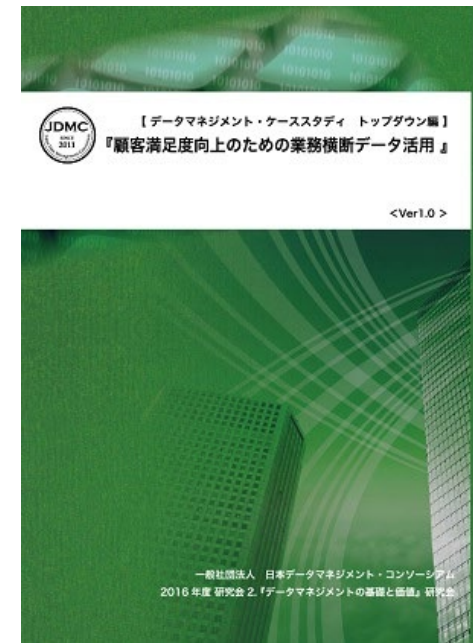
- JDMC『データマネジメントの基礎と価値』研究会メンバーの経験・知見が結集された書籍3部シリーズ
具体的にイメージが理解出来るケーススタディも好評です。



データマネジメント概説書
1080円 (税込)



ケーススタディ ボトムアップ編
Kindle購入価格：
400円 (税込)



ケーススタディ トップダウン編
Kindle購入価格：
400円 (税込)

なぜ、今、データマネジメントが求められるのか？

経営者は“次のオイル”ーデータを活用して自社のビジネスを強くしたい

IoT、モバイル等の普及・浸透によって、これまでは把握できなかった最終顧客の購買前後の行動やモノの動きなどのログデータが獲れるようになった。

生活&ビジネスへのITの浸透により、把握可能なヒトやモノの“動き”のデータが爆発的に増大化している

正しいデータに基づいて、マネジメント層がグローバルでの戦略的な会話・対話を行う必要性が増えている

モノからコト消費へ～コモディティ化の時代に顧客から選び続けられるためには顧客をもっと知る必要がある

こうした膨大なヒトやモノの動きのデータを自社の業務で有効に活用したい、さらには、それを自社の商品やサービスに組み込んで価値を高めていきたい、経営者が強く意識するのは当然

多くの組織がデータ活用の上で直面する現状の課題

しかし、「いざ、活用したい」という場面で何が起こるか。

活用対象となる“顧客”や“商品”、“部品”等に関わる基軸データが社内のあちこちに散在し、統合が取れていない、粒度が合わない、精度が悪い、どのシステムにどのデータが存在するのかすらわからない、といった現状に直面する。

メインフレーム、C/S、Web・・・ITの進化とともにシステムが分散化し、無秩序なデータも拡散・大量化した

個別の業務部門ごとに紙処理を電子化するためのITが導入され、データのサイロ化・部分最適化が進行した

情報システム部門は「システム」を全社横断で見ているが、「データ」を全社的にケアする組織はこれまでなかった


各部門の業務上では「回っている」が、全社的に新しいビジネスで活用しようとする “Conflict Data (=矛盾したデータ)” が障害となる

“Conflict Data”の実態

個別部門の業務上は支障が見えにくい
が、活用する際には“Conflict Data”
が大きな阻害要因になる

	問題タイプ	法人名称	生年月日	住所
仕様に合致せず	項目名と合っていない	<ul style="list-style-type: none"> “NTTデータ 豊洲太郎様” ⇒法人と個人が併記 “(株)あいうえお” ⇒テスト時に使用したテストデータの残存 	<ul style="list-style-type: none"> “20歳” ⇒年齢表記 “1900/01/01” ⇒ダミーデータ 	<ul style="list-style-type: none"> “Aさん担当” ⇒営業マンの持ち分区域がメモ書き
	フォーマットが合っていない	<ul style="list-style-type: none"> “NTTデータ” ⇔ “NTTデータ” ⇒全半角混在 	<ul style="list-style-type: none"> “2009年” ⇔ “平成21年” ⇒西暦和暦混在 	<ul style="list-style-type: none"> “NTTデータ築地ビル” ⇔ “NTTデータ築地ビル” ⇒全半角混在
仕様に合致しても欠陥がある	欠損がある	<ul style="list-style-type: none"> “株式会社エヌティティデータエン” ⇒“エンジニアリング”が欠損 	<ul style="list-style-type: none"> “10/07” ⇒年が欠損 	<ul style="list-style-type: none"> “コウトウクトヨス3ー” ⇒番地以降が欠損
	不要な情報の混入	<ul style="list-style-type: none"> “NTTデータ様” ⇒“様”が不要 	<ul style="list-style-type: none"> “2009年10月7日00時” ⇒“00時”が不要 	<ul style="list-style-type: none"> “江東区豊洲3-3-3内” ⇒下宿等で用いる“内”が不要
	異なる表現でデータが重複 ※識別ができない	<ul style="list-style-type: none"> “松下電器産業” ⇔ “Pana” ⇒旧称(現パナソニック) “ユニクロ” ⇔ “ファーストリテイリング” ⇒ブランド名称との混在 “日本電気” ⇔ “日電” ⇔ “NEC” ⇔ “日本電気(カ)…” ⇒略称や通称がたくさん 	<ul style="list-style-type: none"> “2009/10/07” ⇔ “20091007” ⇒“/”の扱い 	<ul style="list-style-type: none"> “埼玉県大宮市” ⇔ “埼玉県さいたま市” ⇒旧称(現“さいたま市”) “京都府京都市中京区寺町通御池上る” ⇒京都独特の俗称(通り名)表記

なぜ、“Conflict Data”が生まれてくるのか

- これらの原因は、全て「人がつくり出すデータ(中身)」。
 - システムや機能の改善だけでは決して解決されない。不適切なデータを生産し、流通させてしまうマネジメントの問題。
 - ITを経営に活かす、つまりはITの中の“血液”ーデータをどうビジネスに活用するか・・・同じく、マネジメントの問題。
 - データが意味する商品・部材、顧客／仕入先の企業・個人、組織等の情報(値)が一意性と整合性を保ち、分析や仮説・検証が可能な状態であることが必須。
- 
- フロントで業務処理を行うビジネス部門と、活用したい経営企画・商品開発部門やシステム利活用を促進したいIT部門では、本質的に異なるニーズが存在。

本質的に異なるニーズ～注文処理でよく見かける光景～

事務担当者



受注登録

営業担当者A

顧1000



営業担当者B

顧1113



営業担当者...

顧1002



顧客選択

顧客ID	顧客名	業種区分
顧1000	Realize大阪支店	サービス業
顧1002	(株)リアライズ	その他業種
顧1113	カ)リアライズ	サービス業

マスタ登録

顧客マスタ

受注管理システム

受注処理

- ◆ 顧客からの注文を早く処理したい（精査せずに入れる）
- ◆ 自部門の業務上困らないので、登録は必須項目だけなど

受注番号	顧客ID	顧客名	業種区分	受注日	受注金額
受001	顧1000	Realize大阪支店	情報処理	20130214	500万円
受003	顧1002	(株)リアライズ	その他業種	20130113	1,000万円
受003	顧1113	カ)リアライズ	その他業種	20130122	2,500万円

法人全体の取引量がわからない！

「その他」！

- ◆ 正確かつ詳細なデータで顧客の動きを把握したい
- ◆ 適切にセグメント化して効果的な販売戦略を立てたい
- ◆ クロスセルやアップセルの機会を分析したい など



営業企画スタッフ



マーケティング担当者

“Conflict Data”でITは間違っで動く ～データ活用の最大の阻害要因～

注文画面(システム)

最安値で買いたい

結果: **最高値**のデータが出る

最安値を探したいのに!



発注画面 -品目検索-

メーカー名	トラスコ中山
品名	六角ボルト
材質	SUS
型式	B23-1030
売価	760円

戻る 購入

発注画面 -品目検索-

メーカー名	TRUSCO
品名	BOLT (SUS/J1180)
材質	
型式	M10*30
売価	695円

戻る 購入

メーカー【トラスコ中山】
品名【六角ボルト】
材質【SUS】
型式【B23-1030】

材料品目マスタ(データ)

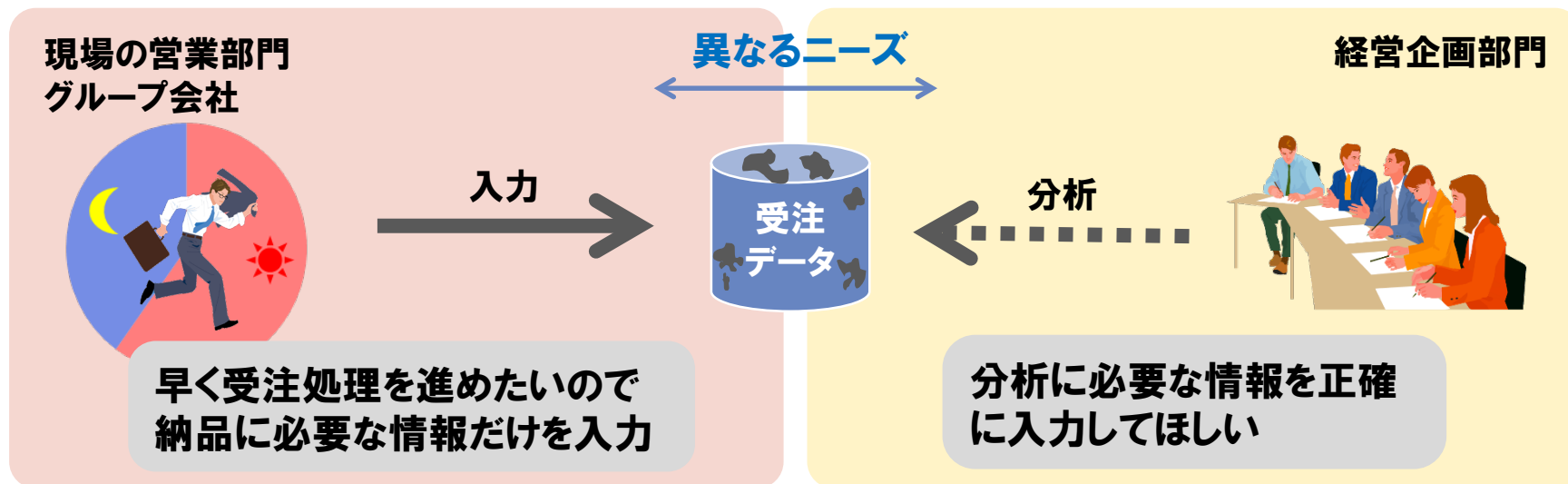
すべて同一品目のデータ

No.	メーカー名	取引先名	品名	材質	型式	売価
1	トラスコ中山	正栄販売(株)	ロツカク(1180)	ステンレス		760円
2	トラスコ中山	正栄販売	六角ボルト	SUS	B23-1030	760円
3	トラスコ中山	関東産業(カブ)	六角ボルト		B23-1030	740円
4	トラスコ中山	KANTO	ロツカク(JIS1180)	SUS	M10*30	740円
5	TRUSCO	関東産業東京支社	BOLT	ステンレス	B23-1030	740円
6	TRUSCO中山	松葉商事(株)	六角ボルト	SUS	B23-1030	720円
7	TRUSCO	中部通商 関東支部	BOLT (SUS/J1180)		M10*30	695円

データマネジメント取り組み事例紹介 ～データの付加価値化によるビジネス活用～

データ品質の改善によりビジネスでの活用を実現した取り組み事例

営業部門が入力したデータを基に、経営企画部門が分析を行っている。しかし、両部門において必要なデータの精度・項目が異なるため、活用が促ならなかった。



入力フォームの制限や教育により精度を高めようとしたが・・・

住所を必須項目化

「別途入力」と書かれる

業種をプルダウン形式

大半が「その他」を選択

入力方法の周知

維持されない

品質改善を行う前の“Conflict Data”の実態

現状のデータは社名すら正確に入力されていないため、分析が不可能な状態だった。

登録されているデータの状態



会社名の誤入力
部署名が項目違い

不適切な内容

顧客コード	社名	部署名	担当者名	契約商品	受注価格	業種
C10001	株式会社リアライズ	営業部	野村	商品A	¥700,000	その他
C10002	リアライズ 営業部	照田	様	商品A	¥150,000	不明
C10003	NTTデータ	企画部	松村	商品B	¥600,000	その他
C10003	エヌ・ティ・ティ・データ	帰宅部	松村	商品C	\$500,000	情報通信

同じ会社が別コードで登録

項目違い

“企画部”の誤変換

ドル表記

“Conflict Data”のビジネス上の悪影響とそれを解決する目的

- 法人名に支社名等のデータが混在し、同一法人か否かの判断がつかないため、競合と比べた時の「その法人に対する売上シェア」が正確に出せなかった
- 法人単位で正確にまとめるだけでなく、店舗名等のブランド単位で括れるとアタックリストとして使えるが、入れ方がバラバラのためにブランドリストが作れなかった
- FCの場合、登録されている会社名では法人が判別できないため、営業担当者が「どの法人を攻めるべきか」がわからず、データ活用が進んでいなかった

目的：精緻なセールス人員配置計画を立案したい

そのために

より正確なシェアを把握したい

ブランド単位で分析したい

それゆえ

正確な[法人]×[ブランド]データがほしい

活用可能なデータへの改善アプローチ①～データアセスメント～

現状の顧客データをアセスメント（シンタックス+セマンティック）し、目指すべきデータ状態を定義。

ほとんどの場合、項目としては保有されていても、実際は値がほとんど入っていないか、分析に適した状態に揃っていないケースが極めて多いため、活用できるかどうかを実物のデータで検証する。

シンタックス統計分析

項目に値が入っているか、ユニーク性があるか、規定値外の値が入っていないか、等の統計を取得し分析

顧客テーブル		顧客テーブル		テーブル定義															
No.	顧客カラム名	顧客カラム名	カラム定義	データ型	長さ	精度	必須 (Y/N)	ユニーク	生成方法	デフォルト値	所属分類								
1	登録コード	PK_CODE_01	登録毎に発生しているコード	文字列型	7		Y	1	自動生成型		業務								
2	個人コード	PK_CODE_02	同一部署内の個人毎に発生しているコード	文字列型	4		Y	2	自動生成型		業務								
3	漢字氏名	NAME_KANJI	顧客の漢字氏名	文字列型	256		Y		入力型		業務								
4	ひらがな氏名	NAME_KANA	顧客のひらがな氏名	文字列型	256		Y		入力型		業務								
5	住所 1	ADDRESS_01	顧客の所在地 (〒記号なし)	文字列型	8		Y		選択型		業務								
6	住所 2	ADDRESS_02	顧客の所在地 (〒記号あり)	文字列型	256				入力型		業務								
7	住所 3	ADDRESS_03	顧客の所在地 (〒記号あり)	文字列型	256				入力型		業務								
8	電話番号	TEL_NO	顧客の電話番号	文字列型	20				入力型		業務								

顧客テーブル		売上情報テーブル		テーブル定義																
No.	顧客カラム名	顧客カラム名	顧客カラム定義	データ型	長さ	精度	必須 (Y/N)	ユニーク	生成方法	デフォルト値	所属分類									
10	登録コード	PK_CODE_01	登録毎に発生しているコード	文字列型	7		Y	1	自動生成型		業務									
11	個人コード	PK_CODE_02	同一部署内の個人毎に発生しているコード	文字列型	4		Y	2	自動生成型		業務									
12	漢字氏名	NAME_KANJI	顧客の漢字氏名	文字列型	256		Y		入力型		業務									
13	ひらがな氏名	NAME_KANA	顧客のひらがな氏名	文字列型	256		Y		入力型		業務									
14	住所 1	ADDRESS_01	顧客の所在地 (〒記号なし)	文字列型	8		Y		選択型		業務									
15	住所 2	ADDRESS_02	顧客の所在地 (〒記号あり)	文字列型	256				入力型		業務									
16	住所 3	ADDRESS_03	顧客の所在地 (〒記号あり)	文字列型	256				入力型		業務									
17	電話番号	TEL_NO	顧客の電話番号	文字列型	20				入力型		業務									
18	レコード区分	RECORD_STATUS	顧客のレコード区分	文字列型	2				入力型		業務									
19	レコード作成日時	CREATED_DATE	顧客のレコード作成日時	日時型					自動生成型		業務									
20	レコード作成者	CREATED_USER	顧客のレコード作成者	文字列型	256				自動生成型		業務									
21	レコード更新日時	UPDATED_DATE	顧客のレコード更新日時	日時型					自動生成型		業務									
22	レコード更新者	UPDATED_USER	顧客のレコード更新者	文字列型	256				自動生成型		業務									
23	レコード削除日時	DELETED_DATE	顧客のレコード削除日時	日時型					自動生成型		業務									
24	レコード削除者	DELETED_USER	顧客のレコード削除者	文字列型	256				自動生成型		業務									

セマンティック問題分析

項目の実値が趣旨と一致しているか、趣旨以外の値が存在していないか、等を分析

受信した下記実データを元に、統合顧客マスタの構築に資する情報項目（会社名、拠点名、住所）を対象に、6つの観点で目視による問題分析を実施。

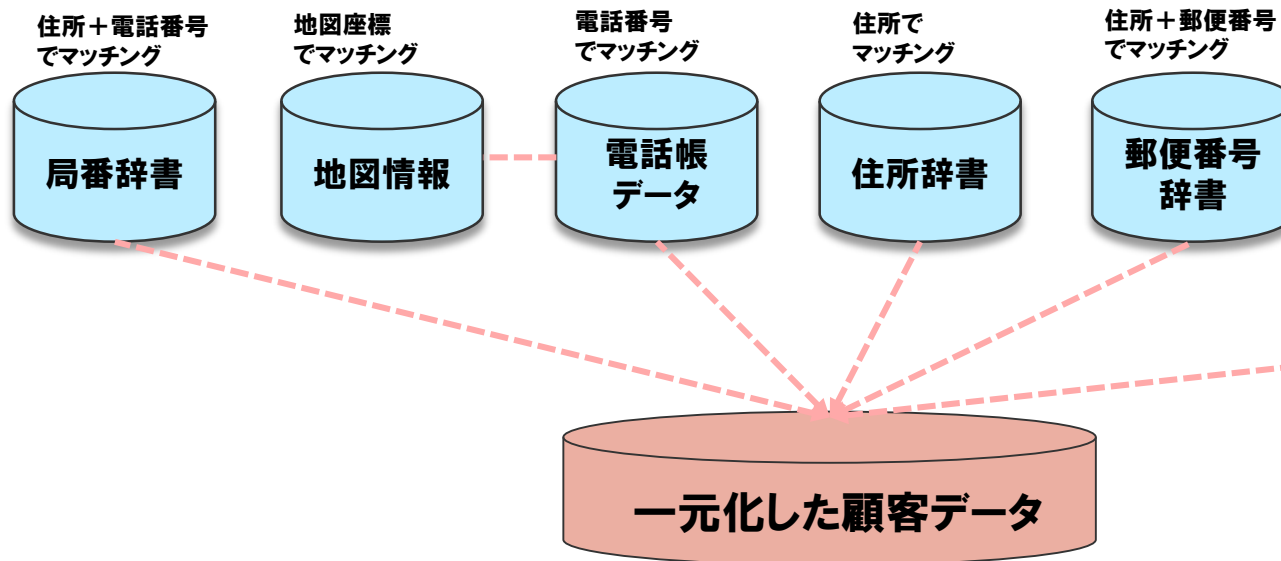
観点	問題分析	問題分析
ボシティブポイント	都道府県項目の既登録値は、UI側で選択式となっているため47都道府県の何れかが正しく登録されている。 ※ただし、必須となっていないため、空白値が存在する	
ネガティブポイント	試験データが有効レコードとして残っている ※システム構築時に登録したと思われるデータが有効レコードとして登録されている。要削除。 電話番号欄に「TEL」「FAX」等のタグ文字が混在している タグ文字が混在するケースの多くは「TEL」「FAX」であるが、中には「T」「J」「F」などで表現されているものがある。原則、機械的にタグ文字は除外するもの、幾つかについては目視による確認、訂正が必要 住所2（市区町村～番地番号）欄に、備忘要素が混在している 規則性のある業務コメントは、キーワードリスト等を作成の上、機械的に抽出、切出しが可能である一方、規則性が見出しにくいものについては目視確認の対応が求められる	

システム名	データソース	項目定義と異なる情報が登録されていないかの確認	項目定義の情報以外に他の値が登録されているかの確認	表記揺れ	文字重複	文字化け	既登録値
●システム	顧客マスタ	「取引先正式名」欄に「敬称」が記載されている 「取引先当座」欄に「電話番号」が記載されている 「取引先住所」欄に「電話番号」が記載されている	「取引先正式名」欄に「敬称」が記載されている 「取引先当座」欄に「電話番号」が記載されている 「取引先住所」欄に「電話番号」が記載されている	「取引先正式名」欄の他、長崎、岐阜、愛知の表記に揺れ 「取引先正式名」欄の他、英字が混在	「取引先正式名」欄で桁数を超える会社名「取引先当座」欄に桁数を超えている	「取引先正式名」欄で「/」が登録されている	「取引先正式名」欄で「/」が登録されている
×システム	顧客マスタ	「取引先住所」欄に「電話番号」が記載されている 「取引先住所」欄で「か行」所が記載されている 「取引先住所」欄に「会社名」が記載されている	「取引先住所」欄に「電話番号」が混在 「取引先住所」欄で「か行」所が記載されている 「取引先住所」欄に「会社名」が記載されている	「取引先住所」欄の他、長崎、岐阜、愛知の表記に揺れ 「取引先住所」欄の他、英字が混在	「取引先住所」欄で都道府県名が混在されているものがある 「取引先住所」欄で半角文字が混在	「取引先住所」欄で「/」が登録されている	「取引先住所」欄で「/」が登録されている

活用可能なデータへの改善アプローチ②～活用できるデータへの改善実施

顧客データのアセスメント結果に基づき、活用目的に照らして最適な外部データベースの選定、マッチング方針の策定・設計を実施。

テキスト**自動**名寄せ処理 (hadoop) ⇒ Web**人力**検索補完 ⇒ 辞書値での**自動** + **人力**補完処理 ⇒ SQL**自動**名寄せ ⇒ 目視による**人力**名寄せ を実施。



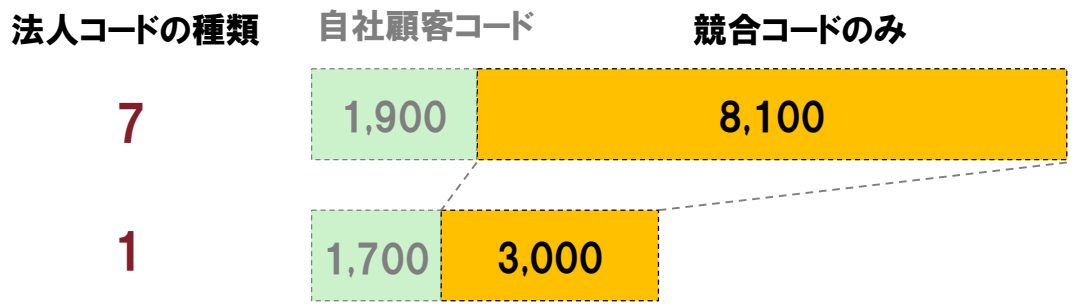
目的を正しく設定し、**ハイブリッド**でデータを最適化することが重要



- 最新住所
- ブランド
- 業種
- 企業グループ
- 電話番号
- 拠点

会社名	株式会社ゼンショー	
業種	フードサービス(ファストフード)	
特徴	拡大に向けて、M&A、買収、合併に積極的→ <u>関連会社・グループ会社・事業子会社多数フランチャイズあり、企業の方針により電話番号が公開されていない店舗が多い</u>	
整備データ件数	約10,000件	


- Before
- ◆ 会社名に屋号が登録されているなど、経営する法人が特定できないケースが多かった。
 - ◆ 展開する業態が多く、データからはどこまでが「ゼンショー」なのかが把握できなかった。
 - ◆ 電話番号未登録によりシステム的には名寄せできず、競合コードのみのデータが多かった。



競合コード数が **6割以上** 減り、
 自社シェアが **まだ35%以上**
もあるファクトが正確に見えてきた

- After
- ◆ 沿革や組織図を考慮した目視名寄せで法人単位で括れ、より正確なShareの把握が可能になった。
 - ◆ ブランド(屋号)の情報を付与することで、ブランド単位での分析が可能になった。

会社名	窓口名	住所	電話番号	⇒	名寄せ先法人ID	ブランド
(株)ゼンショーすき家	神戸駅前店	兵庫県神戸市...	99-9999-9999	⇒	0376705	すき家
すき家 JR神戸駅店	(空欄)	兵庫県神戸市...	0120-355-529	⇒	0376705	すき家

会社名	株式会社モンテローザ	
業種	フードサービス(居酒屋)	
特徴	居酒屋特有のショルダーネームが無く、同一住所での業態(屋号)変更や複数出店が多い。 直営中心、採用センターのフリーダイヤルでの電話番号登録が多い。	
整備データ件数	約5,000件	

Before

- ◆ 会社名に屋号が登録されているなど、経営する法人が特定できないケースが多かった。
- ◆ 住所、電話番号未登録、フリーダイヤルの登録やショルダーネーム無しなどにより、システム的には名寄せできず、競合コードのみのデータが多かった。



競合コード数が **約半分** になり、
 自社シェアが **約70%もある**
 ファクトが正確に見えてきた

After

- ◆ ショルダーネームや電話番号の違いを吸収した目視名寄せにより法人単位で括れ、より正確なShareの把握が可能になった。
- ◆ ブランド(屋号)の情報を付与することで、ブランド単位での分析が可能になった。

会社名	窓口名	住所	電話番号	⇒	名寄せ先法人ID	ブランド
(株)モンテローザ	笑笑横浜西	神奈川県横浜市...	045-316-4788	⇒	2862686	笑笑
居楽屋 笑笑	横浜西口駅前店	神奈川県横浜市...	(空欄)	⇒	2862686	笑笑

現行システム・運用は変えずに高品質データの維持と活用を実現

法人CD	受注社名_商号略称含み	窓口CD	受注先窓口名
10205	本州リテール(株)	10205001	新幹線博多駅店舗
71448	本州リテール株式会社	71448001	荒川工務店 JR赤間駅
18058	(株)雨宮商事	18058001	(請求先別)雨宮音楽通り店 2611
18058	雨宮商事	18058005	高島2丁目店 19092
96337	ファミリーコーポレーション(株)	96337099	FC 池袋北口店 18479
18182	FC. KK	18182004	汐留メディアタワー内
18182	ファミリーコーポ (アトカブ)	18182006	汐留FC店 006

法人単位で名寄せされていない

法人名称がバラバラ

同一窓口なのに別コード

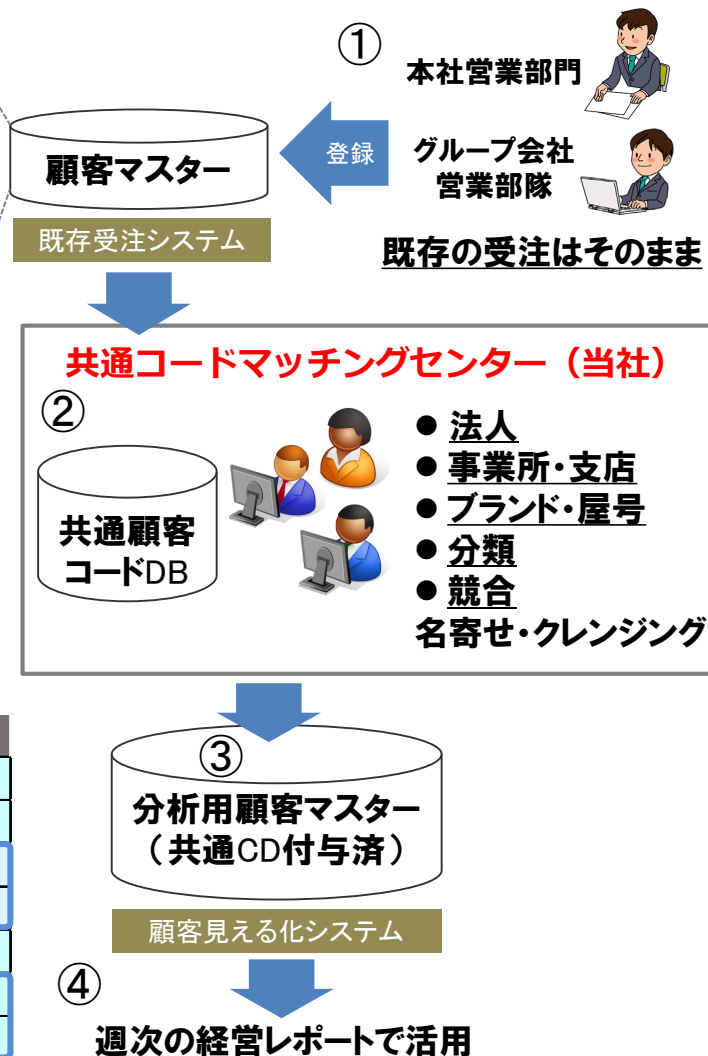
窓口名称がバラバラ

既存データはそのまま残して触らない

法人CD	受注社名_商号略称含み	窓口CD	受注先窓口名
10205	本州リテール(株)	10205001	新幹線博多駅店舗
71448	本州リテール株式会社	71448001	荒川工務店 JR赤間駅
18058	(株)雨宮商事	18058001	(請求先別)雨宮音楽通り店 2611
18058	雨宮商事	18058005	高島2丁目店 19092
96337	ファミリーコーポレーション(株)	96337099	FC 池袋北口店 18479
18182	FC. KK	18182004	汐留メディアタワー内
18182	ファミリーコーポ (アトカブ)	18182006	汐留FC店 006

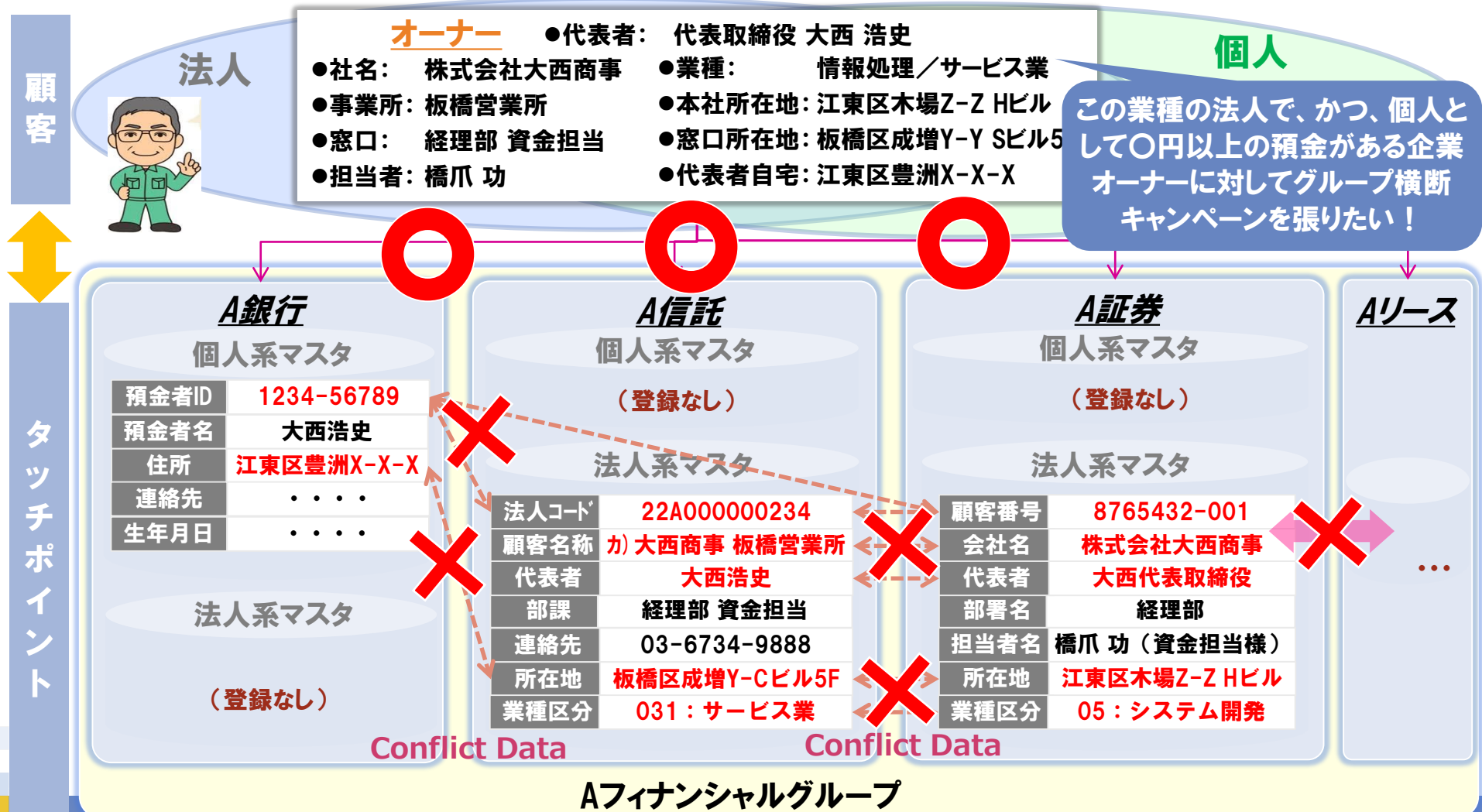
リンケージ

共通法人CD	共通法人名称	窓口CD	受注先窓口名
10205	本州リテール株式会社	10205001	新幹線博多駅店
10205	本州リテール株式会社	10205002	JR赤間駅店
18058	株式会社雨宮商事	18058001	雨宮音楽通り店
18058	株式会社雨宮商事	18058005	高島2丁目店
18182	ファミリーコーポレーション株式会社	18182012	FC池袋北口店
18182	ファミリーコーポレーション株式会社	18182004	FC汐留メディアタワー店
18182	ファミリーコーポレーション株式会社	18182004	FC汐留メディアタワー店



データマネジメントを成功させるポイント

銀行、信託、証券などの法個一体キャンペーンなどを行いたい！
 クロスセルやアップセルして競合に勝つためにConflict Dataをつなげよう！



活用の目的が最重要 ex.オムニチャネルによるプレミアム顧客の満足度向上

ネットをよく使ってくださいの方が店舗に来たら、何か特別なサービスしたい！
プレミアム顧客をさらにファンになってもらうためにConflict Dataをつなげよう！

顧客

利用者 大西 亜樹子さん

- 板橋区成増Y-Y 201
- akko024@yahoo.co.jp
- 自宅:03-5998-4930
- 携帯:090-4673-6603
- 40代前半 主婦&パート
- 1973年9月6日生まれ
- 子ども二人(小3、小1)
- パパは中堅商社の管理職
- 仕事と子どもの習い事で超多忙、買い物はできるだけネットで済ませる。
- 最安値をネットで探したりせず、多少高くても実店舗を知っているネットスーパーサイトを安心のために使っている



ネット上のプレミアム顧客向けにリアル店舗でも「ママ応援キャンペーン」を張りたい

ネットスーパーシステム

Web会員マスター

会員ID	123456789
注文主	大西 亜樹子
ヨミガナ	(空欄)
お届け先	板橋区成増Y-Y201
電話番号	0359984930
アドレス	akko024@yahoo.co.jp
性別	02:女性
生年月日	1973/09/06
興味関心	(空欄)
ニュース	01:希望する

店舗系ポイントシステム

ポイント会員マスター

会員ID	48C-15000166
顧客名	大西浩史(夫の名義)
ふりがな	(空欄)
ご住所	(空欄)
電話番号	090-4673-6603
男性	0
女性	1
生年月日	(空欄)
...	...

コールセンターシステム

お問い合わせマスター

会員ID	150110-000987
お客様名	オオニシ様
受電番号	09046736603
質問区分	02:クレーム
質問内容	ネットで買った商品に一部破損があったので、店舗に持参したが、店員さんが...

Conflict Data

Conflict Data

小売業B社

タッチポイント

行政機関同士がバックヤード連携して本社移転等の情報を共有することで、民間事業者がいちいち各窓口に出向かずとも情報更新ができるようにしたい！

顧客（民間企業）

タッチポイント（行政窓口機関）

業容拡大のため本社を移転した企業

- 社名：株式会社大西商事
- 責任者：代表取締役 大西 崇
- 事業所：板橋営業所
- 本社所在地：江東区木場Z-Z Hビル
- 窓口：営業本部 公共担当
- 営業責任者：本部長 櫻井 忠

政府は『一度行政が提出を受けた情報は原則再度の提出を求めない仕組み（ワンストップ）』を標榜している

法人登記システム（法務省）

会社法人番号(12桁) 【約220万件】

当番号をキーにして登記の履歴等が更新・管理される

①登記所番号：4桁
②会社法人種別：2桁
③会社法人通し番号：6桁

1 2 1 2 | 1 2 | 1 2 1 2 1 2

①「届出組織」識別キー
②「業種」識別キー
③「法人」識別キー

Conflict Data

労働保険システム（厚労省）

労働保険番号(14桁) 【469万件】

当番号をキーにして労働保険の加入状況や支払履歴等が更新・管理される

①都道府県符号：2桁
②所掌：1桁
③所轄番号：2桁
④基幹番号：6桁
⑤枝番号：3桁

3 4 | 3 4 5 | 3 4 5 3 4 5 | 3 4 5

①「都道府県」の識別キー
②③「届出組織」の識別キー
④「法人」の識別キー
⑤「事業所」の識別キー

Conflict Data

社会保険システム（年金機構）

社会保険事業所整理番号、事業所番号(13桁) 【7,159万件】

当番号をキーにして社会保険の加入状況や支払履歴等が更新・管理される

①都道府県符号：2桁
②都市区符号：2桁
③事業所符号（加・英数字）：4桁
④事業所番号：5桁

6 7 8 9 | マル M R | 6 7 8 9 0

①「都道府県」の識別キー
②「地域」の識別キー
③④「法人」「事業所」複合の識別キー

Conflict Data

“Conflict Data”と戦う「データマネジメント」とは？

JDMC「データマネジメント概説書」では、

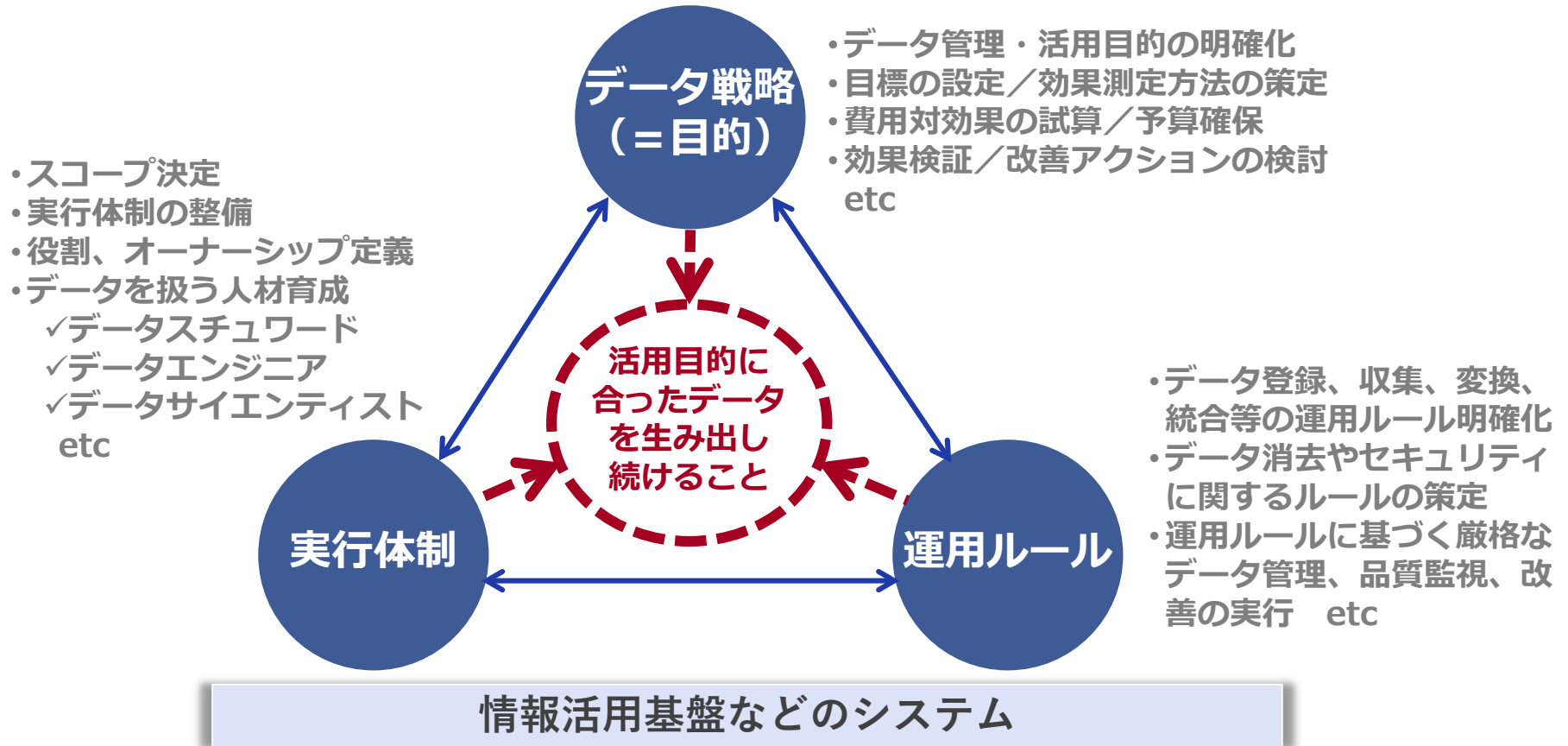
データをビジネスに活かすことができる状態で継続的に維持、さらに進化させていくための組織的な営み

を「データマネジメント」と定義している。

つまり、**ツールを導入すれば完成するものではなく、「これをやればよい」という都合の良い方法論でもない。それらはあくまで手段に過ぎない。**

根絶が困難な“Conflict Data”と向き合い、自らのビジネスや組織の付加価値を向上させるためにデータを活用する取り組みの総体が「データマネジメント」である。

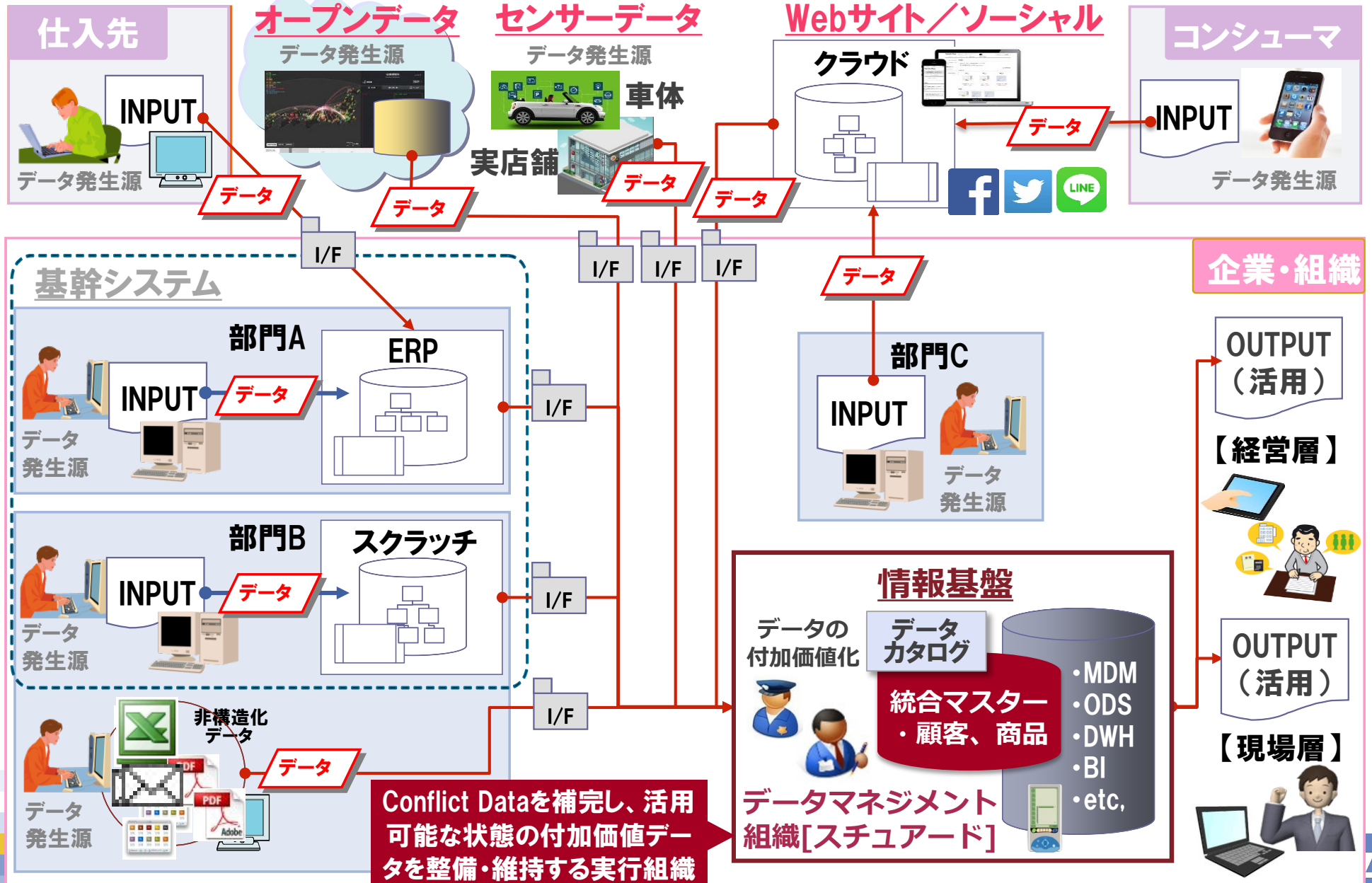
「情報（データ）は、ヒト、モノ、カネと並ぶ第4の経営資源」といわれて久しく、最近では「データは次のオイル」といわれる存在になったが、データを真のオイルに変えるためにはそれを練成するための戦略や実行体制、ルール・プロセスなどが不可欠。



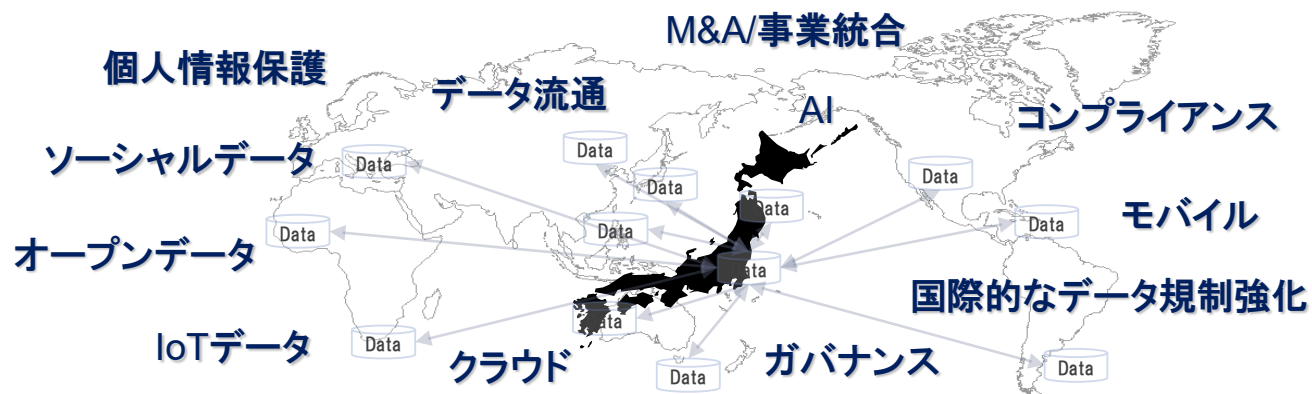
一過性の“プロジェクト”ではなく “プログラム＝営み”である

データをビジネスに活用する全体像

『Realize Data Management
推進テンプレート』より



データを活用できるか否かが組織の競争力に直結する



● IT導入の目的が変わった

- 『個別組織の業務処理効率化のため』から
- 『顧客を基点として、既存の組織を超えてビジネスを駆動させるため』へ

➡ **それをつなぐのがデータ**

● ITはさらに進化していく

- スマホやIoTの普及により、顧客やモノからのデータが爆発的に増えていく
- クラウドやネットワークの進化により、大量なデータを扱うアプリやインフラは取り替えが効く

➡ **でも、Conflict Dataでは活用できない＝データは代替えが効かない経営資源**

データ活用は“待ったなし”、情報収集の時期をこれ以上長くするのは危険。

一刻も早くデータマネジメントに着手することが先決です。

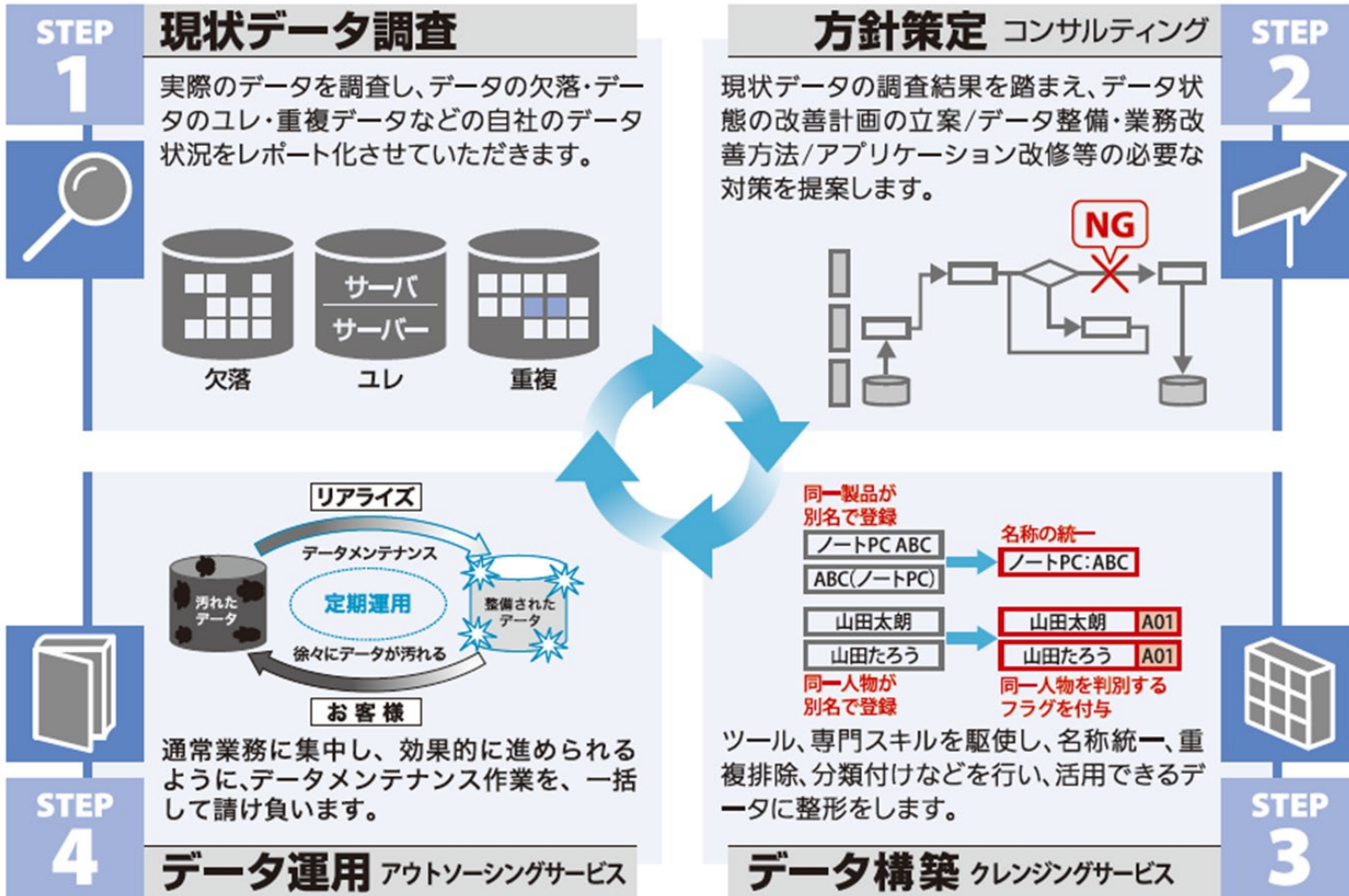
- ☑ ご清聴いただき、誠にありがとうございました。
- ☑ 何かご質問などがございましたら、お気軽にお問い合わせください。

株式会社リアライズ マーケティング営業部

E-Mail : sales@realize-corp.jp
Tel : 03-6734-9888

【ご参考】サービス全体像

- ❑ お客様の現状データ（＝実際の値）の『健康状態』を診断・アセスメント[Step1]、「どう改善（＝データリパレーション）すれば、ビジネス上でうれしい活用ができるか」の『処方箋』を作成[Step2]
- ❑ データを健康な状態に『治療』[Step3]、良好な体調を維持する『運用』までトータルにサポート[Step4]



【ご参考】実績

☑ 様々な業界/業種におけるトップクラスの企業様とともに、約1,100件ものデータマネジメントの改善およびデータ活用促進のためのプロジェクト実績があり、お客様から高いご評価とご信頼をいただいております。

■ Web・コマース事業者



■ 流通・小売業



■ 製造業



■ 官公庁・教育機関



■ 通信・インフラ事業者



■ サービス業



■ 金融機関



【ご参考】当社の強み ～なぜ、リアライズが選ばれるのか？～

- 現状データの調査・分析・アセスメント、データマッチング・クレンジング・名寄せ、統合・移行、管理ルール・手順策定、データガバナンス体制の整備など、独自の方法論（フレームワーク、メソドロジー、テンプレート類）とデータを活用可能にするための各種データ処理基盤を保有しているのが強みです。

The image displays 20 individual project examples, each titled 'Realize' and showing a different data management process. Each example includes a title, a brief description, a flowchart or diagram, and a table of results or metrics. The projects cover various stages and aspects of data management, including:

- データ統合プラットフォーム構築** (Data Integration Platform Construction)
- 外部組織との連携** (External Organization Collaboration)
- 成果物①** (Deliverable 1)
- 業務に適用するデータ連携** (Business Data Integration)
- 1日1億記録のアップロード** (100 Million Records Upload)
- データに依る組織変革のマネジメント** (Management of Organizational Change Driven by Data)
- II 業務効果とデータの結びつけ** (Linking Business Effectiveness and Data)
- 成果物②** (Deliverable 2)
- データ連携の標準** (Data Linkage Standards)
- データ連携の標準 (複製・プロセス・プロセスデータ)** (Data Linkage Standards (Replication, Process, Process Data))
- 成果物③** (Deliverable 3)
- 外部組織との連携** (External Organization Collaboration)
- データとプロセスの基本構築** (Basic Construction of Data and Processes)
- 成果物④** (Deliverable 4)
- 成果物⑤** (Deliverable 5)
- データ連携の標準** (Data Linkage Standards)
- 成果物⑥** (Deliverable 6)
- 成果物⑦** (Deliverable 7)
- 成果物⑧** (Deliverable 8)
- 成果物⑨** (Deliverable 9)
- 成果物⑩** (Deliverable 10)
- 成果物⑪** (Deliverable 11)
- 成果物⑫** (Deliverable 12)
- 成果物⑬** (Deliverable 13)
- 成果物⑭** (Deliverable 14)
- 成果物⑮** (Deliverable 15)
- 成果物⑯** (Deliverable 16)
- 成果物⑰** (Deliverable 17)
- 成果物⑱** (Deliverable 18)
- 成果物⑳** (Deliverable 20)



Realize

Make IT Real Business