

# 特集にあたって

矢島 安敏 (株式会社ブレインパッド)

「ビックデータ」という言葉に代表される「データから価値を生み出す」流れはますます加速し、その広がりとはとどまるところを知らない。「ビックデータ」はバズワード、との指摘は単なる表面的な単語の流行り廃りの問題で、本質的には「データ」が経済活動のアセットとして活用され続けていくと考えられる。このような時代に、データから価値を創り出す科学や技術の総称が「データサイエンス」であり、実際に価値創造を担う人材が「データサイエンティスト」である。

本特集ではデータサイエンティストを取り巻く今を、企業の側から紹介させていただいた。ビジネスの最前線で、データサイエンティストが今どのような活動をしているのか、また、どのような技術や能力を持った人材が求められているのか、といったことを6編の論文で紹介をしたい。

高田氏、小松氏には、インターネット広告分野でしごを削るデータサイエンティストの活躍を紹介していただいた。インターネット広告の背後では「アドテクノロジー」と呼ばれる高度な仕組みを使い、広告効果を最適化するデータサイエンティストの活躍があることが紹介されている。リアルタイムビディングと呼ばれる最先端の仕組みを支えるため、高度なIT技術を駆使できる人材が必要であることが述べられている。

小林氏には、米国のIT企業であるPivotal社のデータサイエンティストチームについて、採用プロセスから日々の業務、職場の雰囲気など、分析組織のメンバーでなくては語るができない、貴重な話題を紹介していただいた。ビジネスから数理学にわたる、多彩な専門領域を持った人材の融合が、データ分析プロジェクトの成功の鍵であると述べられている。

角田氏には、国内で最大級のデータを扱うYahoo! Japanにおけるデータ利活用の実際の様子を報告していただいた。データの特性に合わせて複数のシステムを適切に使い分け業務が行われていることが紹介されている。また、セントラライズされた環境に格納されたデータに、全社員のアクセスができるよう管理されており、これにより、データに基づく意思決定が習慣として浸透していることが述べられている。

尾崎氏、中村氏には、製造業におけるデータサイエンティストの観点からご執筆いただいた。近年の製造業では多くの企業がIOTやM2Mへの取り組みを始めており、たとえば、スマートファクトリやスマートメンテナンスなど、多様な分野へ展開が試みられ、M2Mの分析は、製造業での中核分野だと述べられている。そのうえで、データサイエンティストに必要なスキルや組織、あるいは人材育成に関する取り組みを紹介していただいた。分析手法やITスキルに重点が置かれたものとなっており、機械学習手法を俯瞰したマップの一部を掲載していただいた。

工藤氏他は、日米のデータサイエンティストを取り巻く環境の比較の上に立ち、今後我が国の人材育成のあるべき方向性を述べている。データサイエンティストを排出する教育環境では、我が国は量的な面で米国に大きく水をあけられていることは残念であるが、技術革新とともに常に成長し続けるマインドを持った人材がデータサイエンティストには求められていると述べられている。

大黒氏、田中氏には、人材の育成を専門に行っている企業の立場から、日立製作所における人材育成の取り組み事例をご執筆いただいた。データ活用のプロセスを「ビジョン構築」「活用シナリ策定」「実用化検証」および「システム導入」の4段階と捉え、特に最初の2段階で必要とされる「分析思考力」の能力開発を進めるための具体的な教育プログラムや研修の事例について述べている。本文中では、データサイエンティストに求められる知識を整理した「分析思考力体系」が紹介されている。

本特集を通じて、ビジネスの現場でのデータサイエンティストの活躍一端を、ORの読者の皆様にお伝えできれば幸いである。ORを知る人材は、まさにデータサイエンティストそのものであり、今後ORが新たな価値創造の牽引車になると強く確信をしている。

著者の方々には、お忙しい中時間を割いてご執筆いただいたことに心より感謝いたします。また、著者の方々をご推薦いただいた、一般社団法人データサイエンティスト協会にも御礼を申し上げます。