ビッグデータ活用へ連携

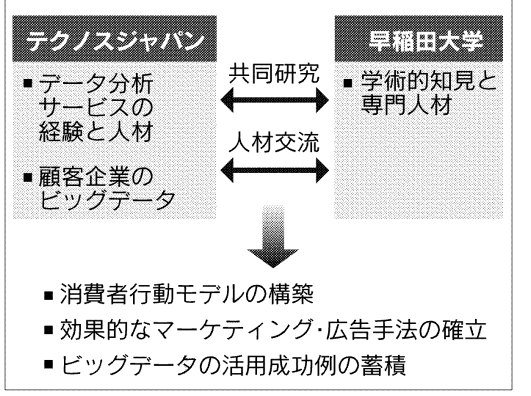
テクノスジャパンと早大

購買データ使い 行動モデル構築

ジャスダック上場でシステム開発のテクノスジャパンと早稲田大学はビッグデータの活用で共同研究に乗り出す。テクノスジャパンが持つ顧客企業の実際の購買データを生きた題材として使い、消費者行動モデルを構築したりマーケティングや広告の効果的な実施手法を探ったりする。将来的には産学連携ベンチャーの設立も検討する。

テクノスジャパン子会社でビッグデータ分析サービスを提供するテクノス・データ・サイエンス・マーケティング（TDSM、東京・渋谷、城谷直彦社長）と、早大総合研究機構プロジェクト研究所のマーケティング・コミュニケーション研究所（恩蔵直人所長）が共同研究契約を締結した。来年4月をめどに研究テーマを固め、1年以上を

産学連携でビッグデータ活用を研究



かけて研究を進める。

クラシエホールディングスや学研ホールディングス、ビックカメラといったテクノスジャパンの顧客の協力も得て、各社の購買や顧客データを使う。日本消費者行動研究学会会長などを務める同研究所の守口剛商学学術院教授らを中心に、消費者と企業の関係性を改善する行動モデルなどを構築し、実証していく。

実証実験を通してビッグデータの活用成功例を蓄積する。活用事例を生かしてTDSMは事業を拡大させ、収益は研究費に還元する。ベンチャー企業を共同で設立することも検討する。

研究の一環で人材育成も進める。TDSMはマーケティング・コミュニケーション研にデータサイエンティストを派遣し、研究所もTDSMやテクノスジャパンに大学院生らをインターンシップに出す。

両者はビッグデータ分析ビジネスにはIT（情報技術）や統計分析、ビジネス、マーケティングなど様々な分野の専門家の知見が必要であるとの見解で一致。互いの強みを生かし、産学の共同研究に至ったという。

(C)日本経済新聞社 無断複製転載を禁じます。