

津田塾大学総合政策学部総合政策学科 | データ政策科学

イントロダクション

松本 崇斗(Takato Matsumoto)
takato.matsumoto0114@gmail.com

講義資料動画

■6/16の講義内容

- part1: <https://youtu.be/Q5K5GwlkOo8>
- part2: <https://youtu.be/VGT8OSJ3CwI>

■6/23の講義内容

- part1: <https://youtu.be/FFsk6gESlO0>
- part2: https://youtu.be/4B_y5rEgfeE

質問について



- sil.doで受け付けます
<https://www.sli.do/>
- Event code
SA202
- ミーティングツールで質問が可能であればそちらでも大丈夫です

コンテンツ

1. 自己紹介
2. データアントレプレナーフェロープログラム
3. データアントレプレナー実践論
4. データサイエンティスト特論
5. データ分析の目的、必要性

コンテンツ

1. 自己紹介
2. データアントレプレナーフェロープログラム
3. データアントレプレナー実践論
4. データサイエンティスト特論
5. データ分析の目的、必要性

自己紹介 | プロフィール



- 松本 崇斗(まつもと たかと)
- 静岡県磐田市出身
- 株式会社リコー 経営企画本部所属
- 東京農工大学工学府修了
 - 情報工学専攻
- インターン経験
 - ソフトウェアエンジニア
 - データサイエンティスト

自己紹介 | 今回ご縁をいただいた理由



- データアントレプレナーフェロープログラムに参加
 - 最優秀賞をいただきました
- 曽根原先生にお声をかけていただきました
 - 昨年もデータ政策科学を担当しました

コンテンツ

1. 自己紹介
2. データアントレプレナーフェロープログラム
3. データアントレプレナー実践論
4. データサイエンティスト特論
5. データ分析の目的、必要性



DATA ENTREPRENEUR
文部科学省データ関連人材育成プログラム
データアントレプレナーフェロープログラム

データサイエンスの
トップレベル人材を育成する

高度技術研修生
データアントレプレナーフェロー

第四次産業革命を推進する上で求められるAI、IoT、ビッグデータ、サイバーセキュリティ等のデータ関連技術を高度に駆使するデータサイエンスのトップレベル人材を育成する1年間のプログラムです。

基礎学習
データサイエンスに
必修となる3つの基礎科目を
e-Learningで学習

対面学習
データサイエンスの
高度なビジネス論と
技術論を対面で学習

実践学習
様々な分野の
データサイエンスを
実地で研修

特典
下記の講義室、ライブラリ、修了証授与の他、研修報酬金の提供（職を持たない学生が対象で最大50万円）や論文データベースへのアクセスなど様々な特典を提供します。

講義室
本プログラムでは、東京神奈川大学4階の研修室専用に本学全通の学習スペース ASA (Ambient Intelligence Agents) 内に、専らこの研修に利用されます。

ライブラリ
データサイエンスの分野に特化した書籍、雑誌、論文などを集めたライブラリが設置されています。

修了証
プログラムの修了条件を満たした学生には、修了証を授与します。

データアントレプレナー フェロープログラム

- データ人材育成プログラム
 - 電通大で開催されている
- 学べること
 - データを活用したビジネス理論, 政策
 - データ分析手法, 実装技術など

@Takato Matsumoto, 2020 9

データアントレプレナーフェロープログラム(Defp) | 講義内容

■ データアントレプレナー実践論

- 各企業が行なっているデータビジネスの実例を学ぶ
- 最終コマでピッチコンテストを行う
 - データを活用したビジネスプランを提言するコンテスト

■ データサイエンティスト特論

- 不動産データの分析, 機械学習モデル(AIエンジン)の実装
- 物件価格予測モデルの精度を競うコンペティションを行う

コンテンツ

1. 自己紹介
2. データアントレプレナーフェロープログラム
3. データアントレプレナー実践論
4. データサイエンティスト特論
5. データ分析の目的、必要性

データアントレプレナー実践論 | 概要

■ 各企業が行なっているデータビジネスの実例を学ぶ



<http://www.feg.co.jp/>

<https://www.is.nri.co.jp/>

<https://www.sony.jp/>

<https://www.fujitsu.com/jp/>

<https://nightley.jp/>

<https://www.hitachi.co.jp/>

<http://d-m-l.jp/>

<https://www.fujixerox.co.jp/>

データアントレプレナー実践論 | Nightleyのデータビジネス



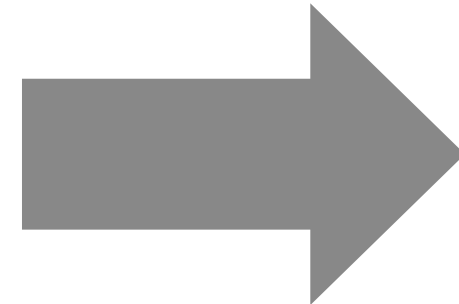
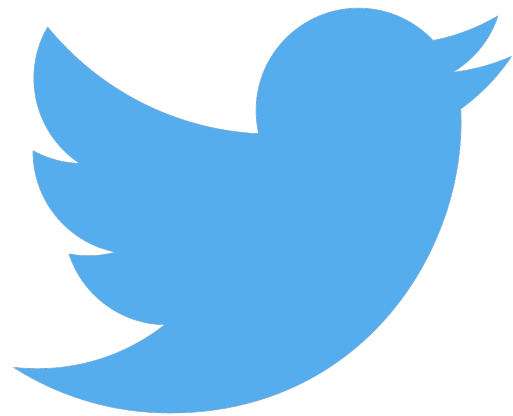
<https://nightley.jp/>

- ロケーションデータサービスを提供するベンチャー企業
- インバウンド対策サービスを提供
 - 訪日外国人観光客の分析, 可視化
 - Twitter, InstagramなどのSNSデータから訪日外国人の消費傾向, 旅行傾向などを分析
- 宿泊数予測やインバウンド政策立案などに効果的

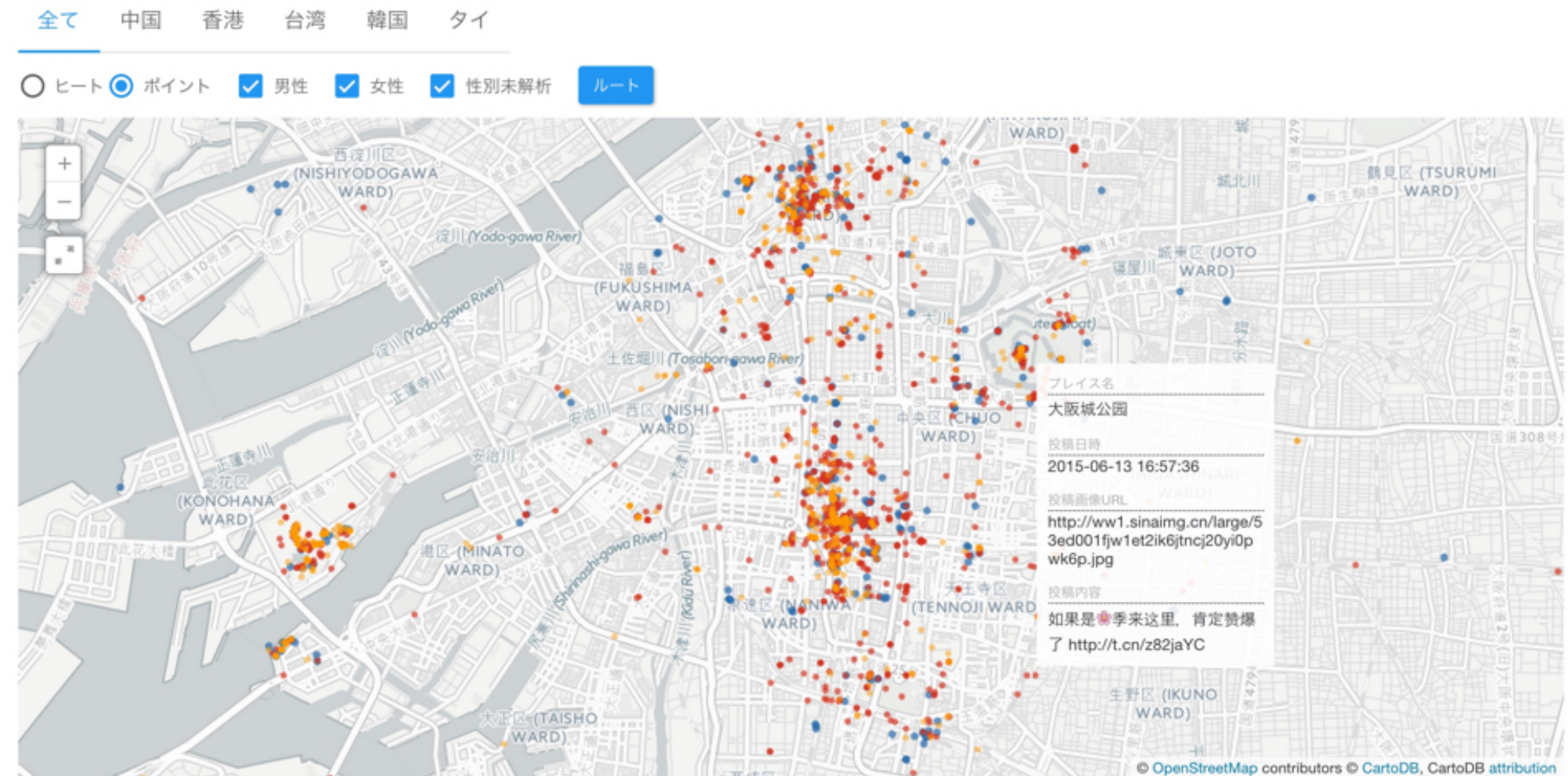
データアントレプレナー実践論 | Nightleyのデータビジネス



Location



Text
Tag



ユーザ数
5,164人

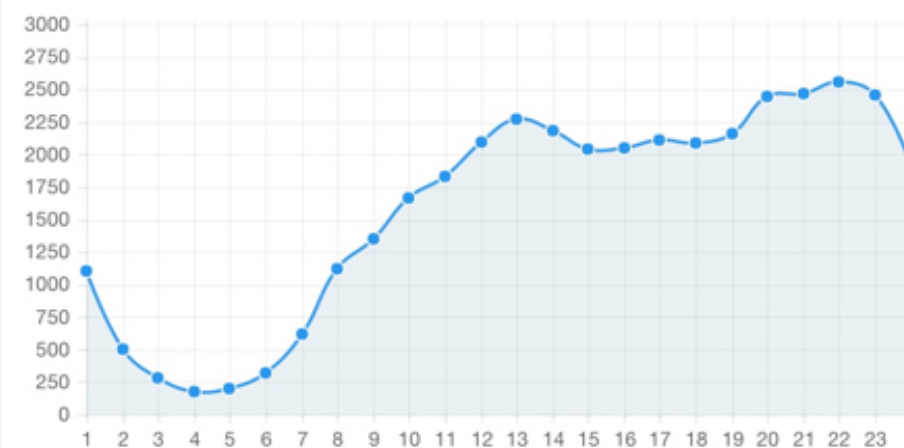


データ件数
37,984件

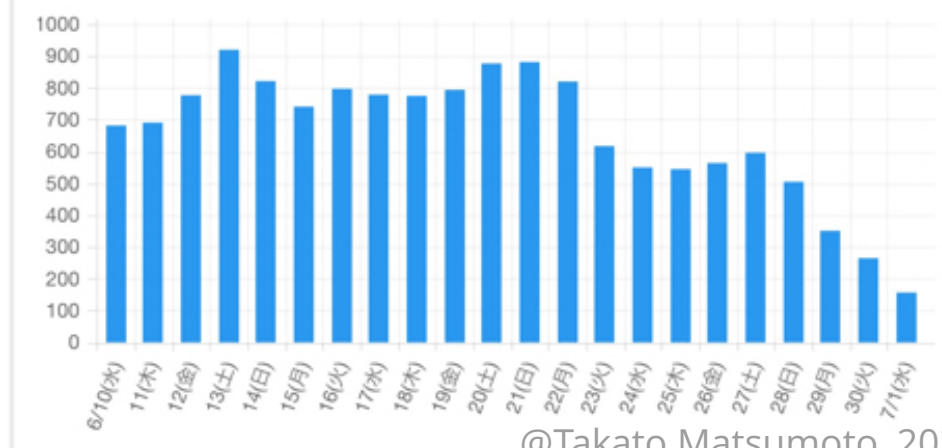


集計期間
2015/05/23 ~ 2015/07/02

時間別行動量(全て)



直近3週間の行動量(全て)



@Takato Matsumoto, 2020

データアントレプレナー実践論 | ピッチコンテスト

- データから価値創造, 事業創生を意識し, 実例を学びながら自らの調査, 視点に基づきビジネスプランを提案する
- 評価項目
 - データから価値創造できているか
 - 自らの調査や視点に基づいているか
 - 新規性
 - 社会的インパクト
- 3分で各企業の方や講師陣にプレゼンを行う

データアントレプレナー実践論

IoT冷蔵庫を利用したマーケティング高度化

Takato Matsumoto

Tokyo University of Agriculture and Technology

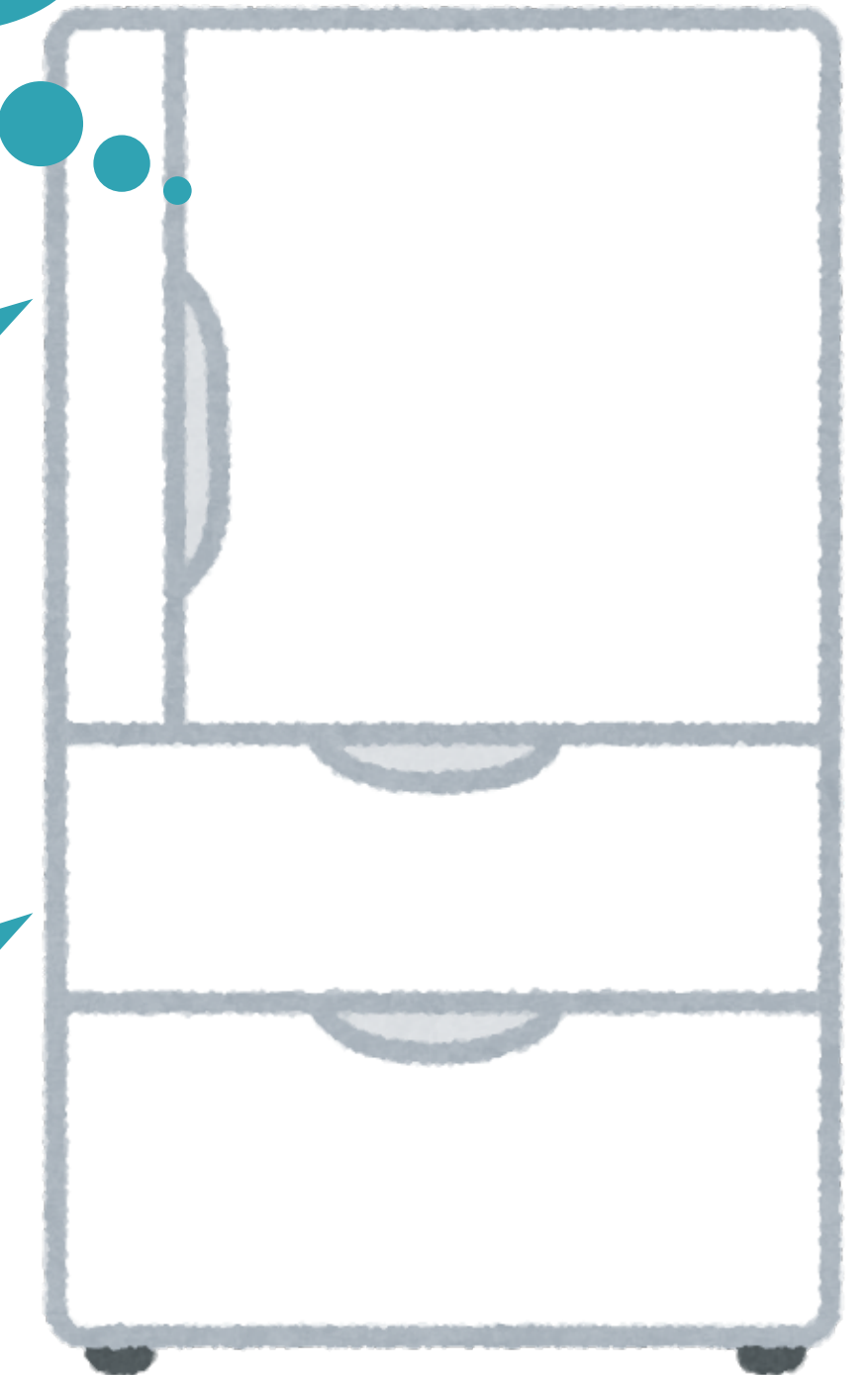
IoT冷蔵庫とは

- インターネットに接続された冷蔵庫
- 画像や重さなどから庫内の食料品を推定
 - 食料品の消費動向をデータ化しサーバーへアップロード
- ユーザーに対しいくつかのサービスを提供する
 - 庫内の食料品を管理するサービス
 - 献立を提案するサービス
 - 遠隔地から、庫内の食料品を確認できるサービス

人参,豚肉
ジャガイモの
期限が近い...

肉じゃがの
レシピは
こちらです

納豆は
後一つ残って
います



食料品消費動向データ分析によるマーケティング

■ IoT冷蔵庫を**広告媒体**として利用

- 食料品の広告に適した媒体

■ ユーザーが**繰り返し購入**している食料品の特定

- ユーザーの囲い込み戦略
- ユーザーのリピート買いの確率の向上

■ 食料品の**使い切りタイミング**の特定

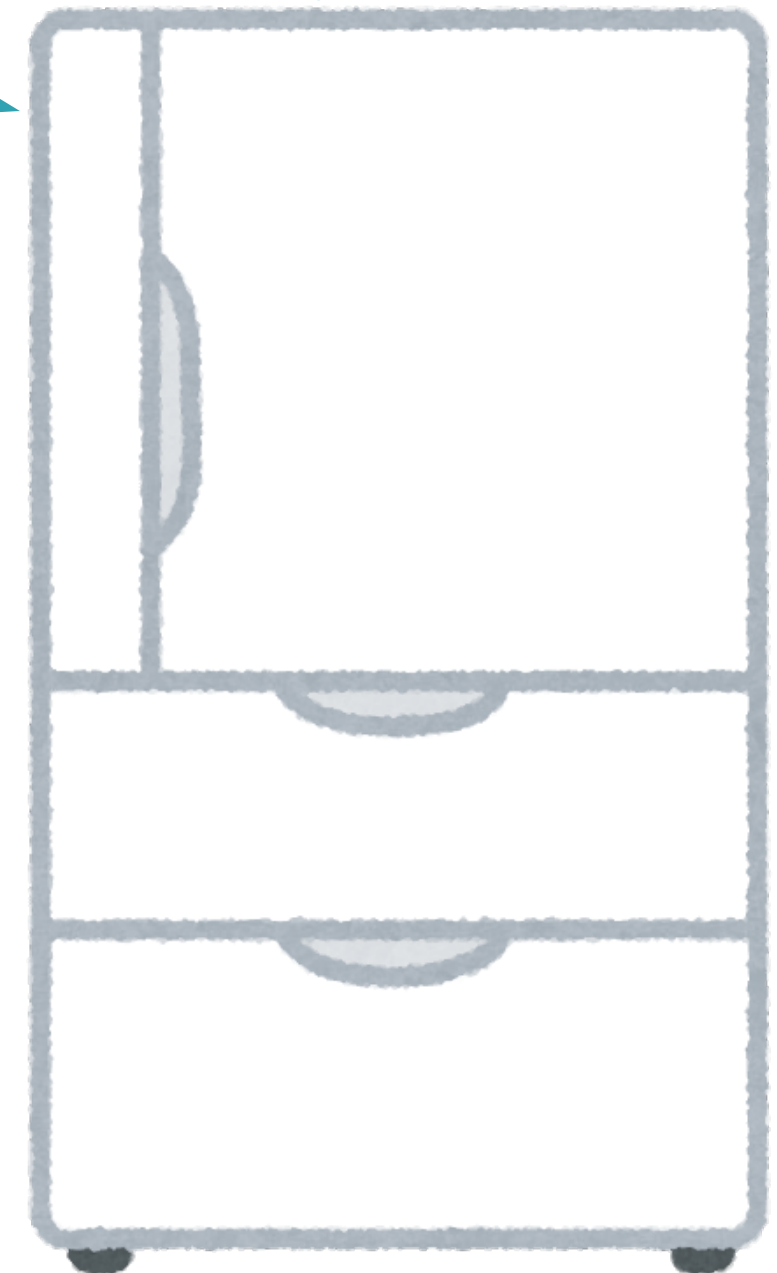
- 消費者のニーズが高くなるタイミングでのアプローチが可能
 - B社は競合他社のユーザーに介入できる

50円引きで
定期購入できます
どうですか？

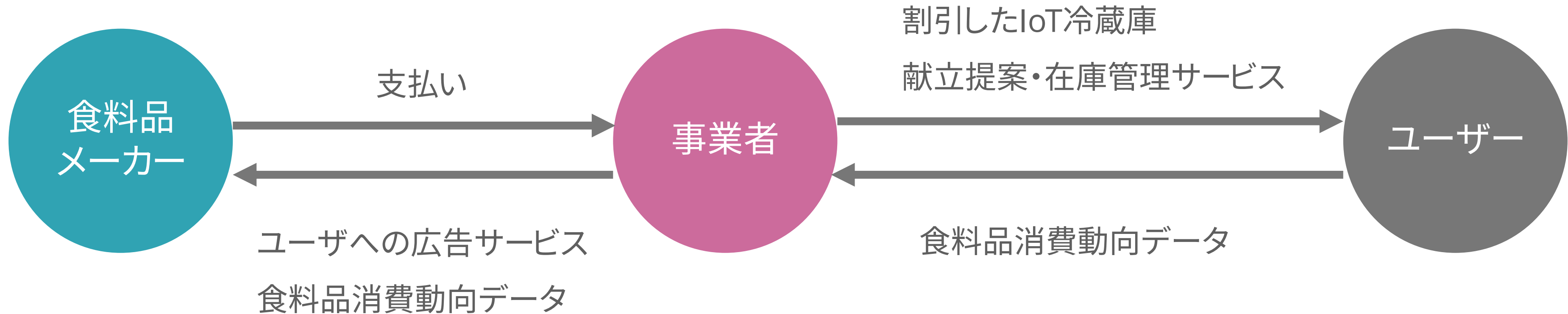
A社の
マヨネーズを
使い切った

B社のマヨネーズが
お安くなっています
購入しますか？

牛乳を毎日
飲んでいる



本ビジネスモデルのエコシステム



事業者と契約した食料品メーカーの優位性

適切なタイミングでユーザーへアプローチをかけられるため競合他社への優位性を持つ
消費動向データの分析により,新たな食料品の開発支援に役立つ可能性

コンテンツ

1. 自己紹介
2. データアントレプレナーフェロープログラム
3. データアントレプレナー実践論
4. データサイエンティスト特論
5. データ分析の目的、必要性

データサイエンティスト特論

■ 実際の不動産データを分析する

- アメリカ, ワシントンDCの実データを分析した
- データを分析して, データの特徴や, 不動産の知識をつかむ

■ 物件価格の予測をする

- 機械学習モデルを用いて, 精度の高い予測モデルを作ることがコンペティションの目標
- 40人クラス / 5人チームでのグループワークを行なった

■ 演習で実際に行なってみましょう!

コンテンツ

1. 自己紹介
2. データアントレプレナーフェロープログラム
3. データアントレプレナー実践論
4. データサイエンティスト特論
5. データ分析の目的、必要性

データ分析の目的、必要性

■ 目的

- 意思決定の質を向上させる

■ 必要性

- 多くの人に論理的に説明ができる
- 経験や勘に頼らず、定量的な分析によって戦略を考える事ができる
- 戦略や施策の効果を検証できる
- データから意思決定のための気づきを得る事ができる

データ分析の目的、必要性

■ウォルマートの例

- ハリケーンの前にストロベリーポップタルトが多く売れる

<https://www.nytimes.com/2004/11/14/business/yourmoney/what-walmart-knows-about-customers-habits.html>



<https://www.walmartjapanseiyu.com/>



https://www.kelloggs.jp/ja_JP/home.html