

2018/03/01

ニュース&レポート

ヤフー新体制、データを武器に 事業創出の「お助け隊」目指す

玉置 亮太 = 日経コンピュータ

日経コンピュータ
NIKKEI COMPUTER

2018年6月に就任する川辺新社長による体制が事実上始動した。「データドリブン」という新方針の下、企業の事業創出を後押しする。思惑通りデータを価値に変えて成長につなげられるか。



2018年6月に社長に就く川辺氏が主導する

ヤフーは自社のビッグデータと人工知能（AI）技術を使って企業や団体の新規事業創出を支援するビジネスを2019年度に始める。これまで自社で使うのみだったヤフーの様々なデータを他社に開放。製造業の新商品企画や需要予測の精度向上、公共交通機関

の渋滞緩和、自治体の防災活動など幅広い事業を支援する。2018年6月に社長に就く川辺健太郎副社長兼COO（最高執行責任者）が掲げる新方針「データドリブン経営」に沿ったヤフーの具体策が姿を見せ始めた。

ヤフーが持つネット検索や閲覧、決済などのビッグデータと顧客企業が持つデータを組み合わせて分析し、結果を顧客の事業に生かすビジネスを始める。新商品やサービスの企画・開発から生産、物流、マーケティングまで、企業や団体の活動全般を対象にする。例えばネット検索のデータを分析して消費者のニーズを把握したり、地域ごとの検索やeコマースの傾向を分析して商品の値付けを柔軟に変更したり生産量を調節したりできるとみる。

ヤフーが生データを他社に引き渡すのではなく、API（アプリケーション・プログラミング・インタフェース）などを経由して分析結果を提供する。当初は統計処理を施して個人を特定できないようにしたデータを使う。今後個人のデータを使う場合は「法令を順守し利用者の同意を得たうえで、サービス利用規約やプライバシーポリシーを開示する」（チーフ・データ・オフィサーの佐々木潔執行役員）。

新ビジネスの事業開始に先行して日産自動車や江崎グリコ、日本プロサッカーリーグ（Jリーグ）などと実証実験に取り組んだ。例えば日産との間ではヤフーの検索データと日産の市場調査データを組み合わせて、自動車の販売台数予測の精度向上やブランドイメージの把握などの実験を手掛けた。

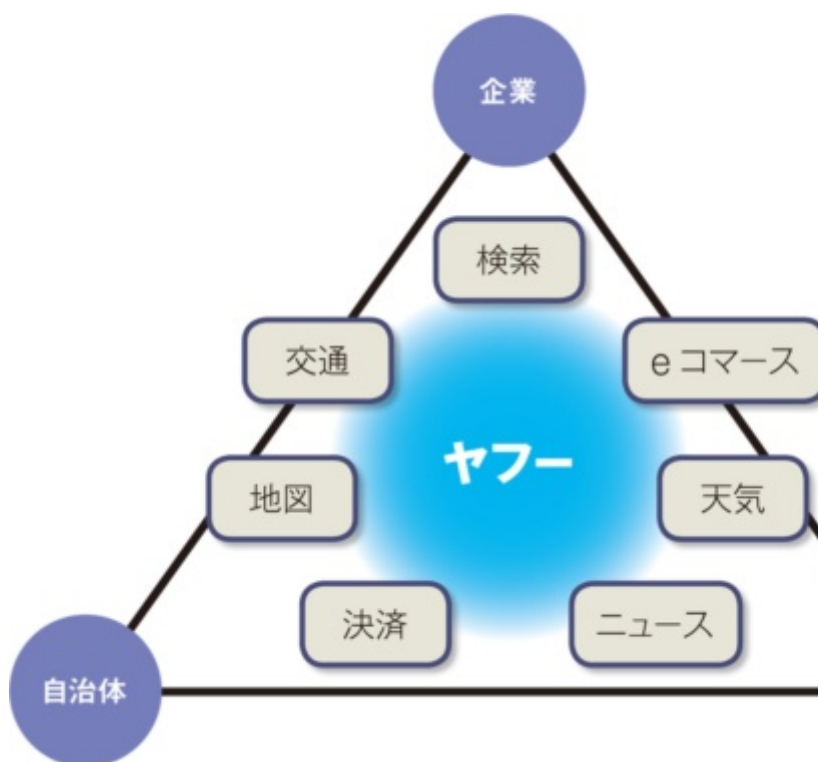


図 ヤフーが取り組むデータ活用事業の構想

多様なデータを事業の柱に

[画像のクリックで拡大表示]

板挟みの船出

「データの力を解き放って我々のビジネスをより強くしていきたい」。川辺副社長は自身が舵取りしていくヤフーの姿をこう表現する。「爆速」「スマホシフト」に続いて2016年ごろから同社が掲げてきた経営方針の

「データドリブン」を、宮坂学社長から継承。具体策の第一弾が今回のビジネスだ。

前途は平坦ではない。「気鋭のベンチャーから突き上げられ、上には（米グーグルや米アマゾン・ドット・コムといった）テックジャイアントがいる。両ばさみになっているのが経営課題」（川辺副社長）。既存事業であるスマホ向けサービスやeコマースでも「課題は山積」（同）だ。既存事業が揺らぐと多様なデータを持つ強みが崩れ、戦略の前提が変わってしまう。学生時代にベンチャー企業「電脳隊」を創業した川辺氏は、ネットの雄の立場を維持しながら事業創出の「お助け隊」への変身を目指す。