

# 「クラウド型 データマネージメントサービス」

①トレジャーデータ株式会社（東京）

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



マーケティングディレクター  
堀内 健后 様

## 1. 会社概要

本 社 名	/	Treasure Data, Inc.	COMPANY INFORMATION
設 立	/	2011年12月	
所 在 地	/	2565 Leghorn St. Mountain View, CA 94043 United States ソウルオフィス：#3046, 30F, ASEM Tower 517 Yeondong-daero, Gangnam-gu Seoul 135-798, Korea	
Founder & CEO	/	芳川 裕誠	
事 業 内 容		データマネージメント事業	
従 業 員	/	120名	
日 本 法 人	/	トレジャーデータ株式会社	
設 立	/	2012年11月	
住 所	/	東京都千代田区丸の内2-4-1 丸の内ビルディング34F 代表者：三橋 秀行	
代 表 者	/	三橋 秀行	

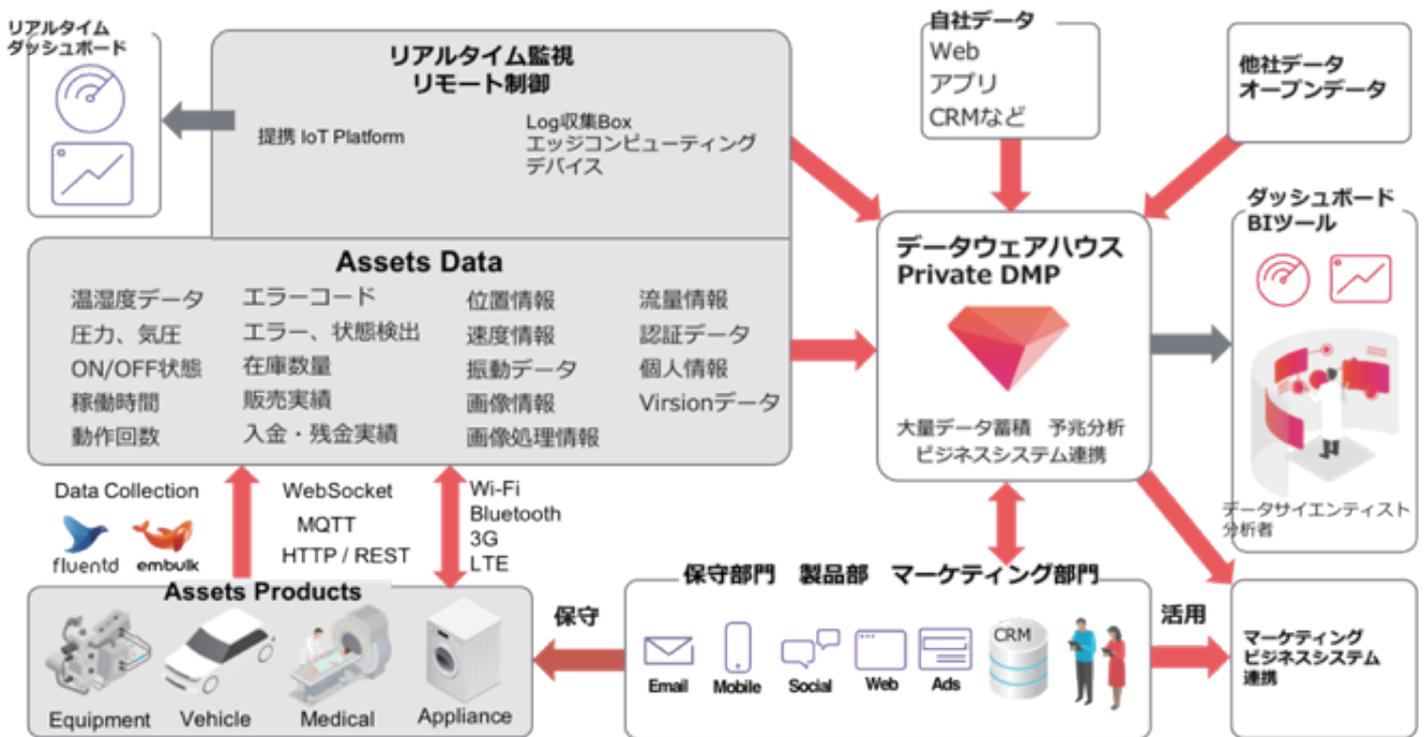
## 2. 事業概要

### クラウド型プライベート DMP（データマネージメントプラットフォーム） およびデータマネージメントサービス

トレジャーデータ(株)は、クラウドやOSSなど先進技術をフルに活用したクラウド型のデータマネージメントサービス「トレジャーデータサービス」を2012年より提供を開始しています。2016年には、同サービスを使ったデジタルマーケティング向け「TREASURE DMP」というプライベートDMPソリューションを発表しました。

日々のビジネスで大量に発生する、ログデータ、たとえばWeb・アプリのログ、広告配信ログ、センサーデータなどのデバイスログなどの時系列データをリアルタイムにクラウドに収集、利活用しやすい形でスケーラブルに保管・分析・連携が可能となっています。

SaaS形式のフルマネージドサービスであり、顧客企業はデータの分析と活用だけに集中することが可能で、システムの導入・運用・他システムへの連携などに対する投資の大幅な削減を実現しています。同時に、データ集計、分析、セミリアルタイムでのデータ更新などにより、迅速な経営判断の実現を可能としました。活用シーンとしては以下に述べる3つが主流となっています。



(トレジャーデータサービスを活用したIoTシステム例)

## 1) データ分析・BI 領域

レポートから統計解析・機械学習に至るまで、データ分析を活かして経営をサポートしビジネスを加速させるには、データだけでなく様々なスキルの人材、ツールが必要となります。ログデータの収集から保管・分析を迷うことなく、一気にサービスとして利用できるのはトレジャーデータサービスの強みです。また、収集したデータは Hivemall という機械学習のライブラリを使うことによって分析、あるいは他の分析ツールとの連携が容易にできます。

## 2) IoT 向けデータ基盤領域

トレジャーデータサービスは、最終製品から利用ログを収集、製品企画や予防保全などの新しい取り組みに活用するための基盤となっています。

モノがインターネットに繋がることにより、ユーザーが製品をどのように利用しているのかを、センサーから取れるデータで分析し、分析結果を次世代製品にフィードバックして製品の改善を実施します。業務機器であれば、大量データの分析によりパーツ交換やメンテナンスの時期の把握、ノンストップ稼働の実現、保守サービスの向上など様々な分野での活用が進んでいます。

## 3) デジタルマーケティング領域

マーケティングの領域では、顧客企業がその先にいる生活者の思考を知り製品を設計したり、コミュニケーションをとることが必須になります。広告ログ、Web サイトの閲覧履歴、モバイルアプリのアクションログ、さらに位置情報などリアル行動のログを収集し統合することが可能になるプライベート DMP を活用して顧客企業は、DMP 上のネットとリアル行動ログから興味関心を捉え、適切なセグメントに対してコミュニケーションをとっていくという統合マーケティングを実践しています。

## (ア) Web/ アプリのログ分析

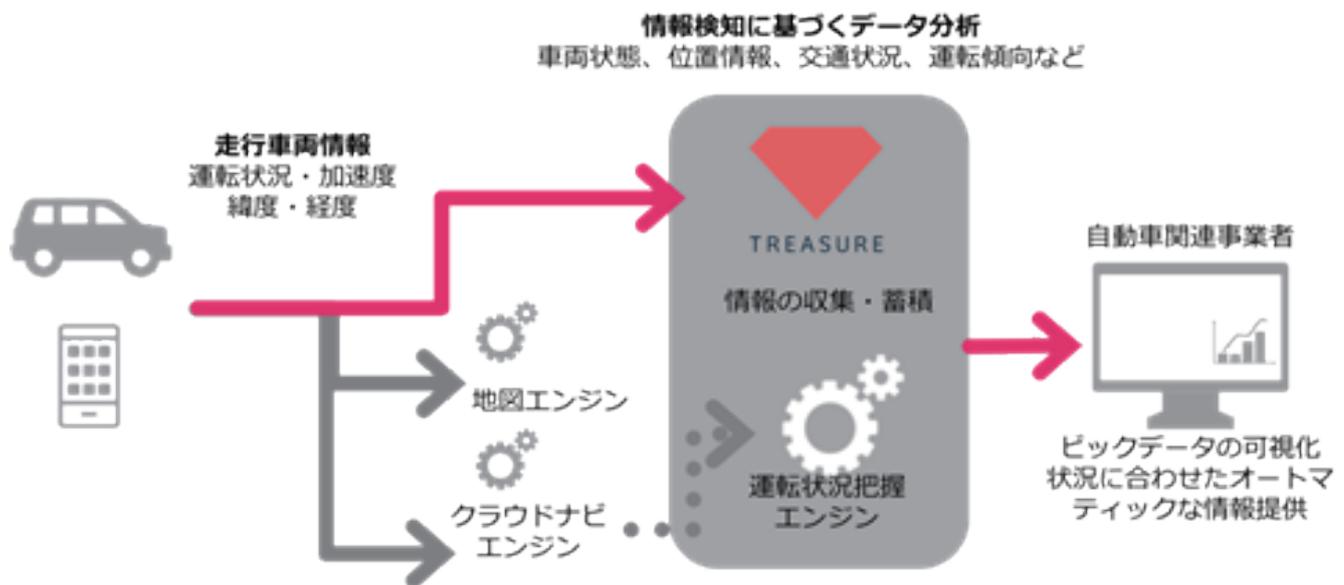
内部施策として、Web/ アプリのログ分析があります。デジタルの世界は、多くのユーザーが使えば使うほどログの量は膨大に増えていきます。TREASURE DMP は、秒間 100 万件にも及ぶログデータを書き込むことができ、また、80 兆件を超える大量のログデータを保管し、数々の分析者が分析している基盤となり、分析者が安心して分析に集中する事が可能です。ゲームや、サービスアプリ、キャンペーンアプリ、オムニチャネルのソリューションに至るまで様々な場所に点在している多くのデータを分析するための基盤として活用されています。

## (イ) アドテック・マーケティングオートメーション連携

進化の早いアドテック業界はデータ活用が最も進んでいる業界の1つであり、プライベート DMP の基盤として活用されることの多いトレジャーデータサービスは、広告ログや Web ログを蓄積、媒体や広告主へのレポートに活用されています。また、プライベート DMP として活用することにより、広告などの配信システムへのデータの受け渡し容易で、同様に、マーケティングオートメーションとの連携では、マーケターは手間のかかるツール間のオペレーションに忙殺されることなく、主業務であるマーケティング施策の実施に集中することが可能になります。

## 2. 事例

### 1) テレマティクスシステム



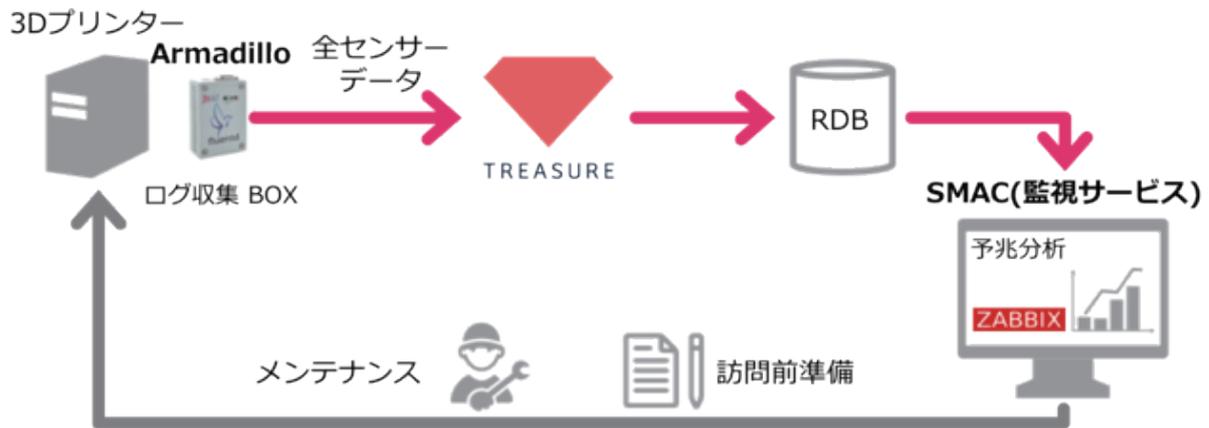
#### <課題>

- ・ 車載器販売だけでなくサービス提供できるビジネスモデルの提供
- ・ 顧客の要望に合わせたスピーディな提供を実現するためにクラウドを活用
- ・ 実現化したシステム
- ・ 3G を活用し、リアルタイムでデータをクラウドに収集、蓄積
- ・ 大量データの分析、BI システムとの連携を実現

#### <効果>

- ・ 短期間でのシステム提供を実現
- ・ 新規ビジネス創設への足がかりに

## 2) 3Dプリンターの予防保守



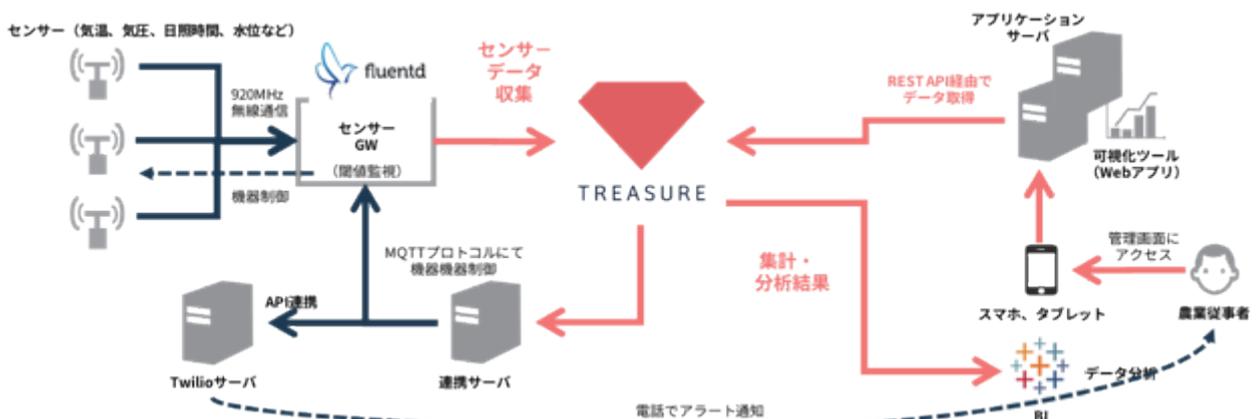
### <課題>

- ・ 頻繁な故障による、保守コストの急増
- ・ 競争力向上のため、プリンターを販売に負荷したサービスの実現
- ・ 既存ネットワークへの負荷の考慮
- ・ 実現化したシステム
- ・ 3G を活用し、既存ネットワークとは別系統で、
- ・ データをクラウドに収集、蓄積
- ・ 監視センターで分析することで傾向を把握

### <効果>

3D プリンターをノンストップで活用することができるようになり、機会損失や余計な事務作業を削減することを実現

## 3) 農業センサー監視



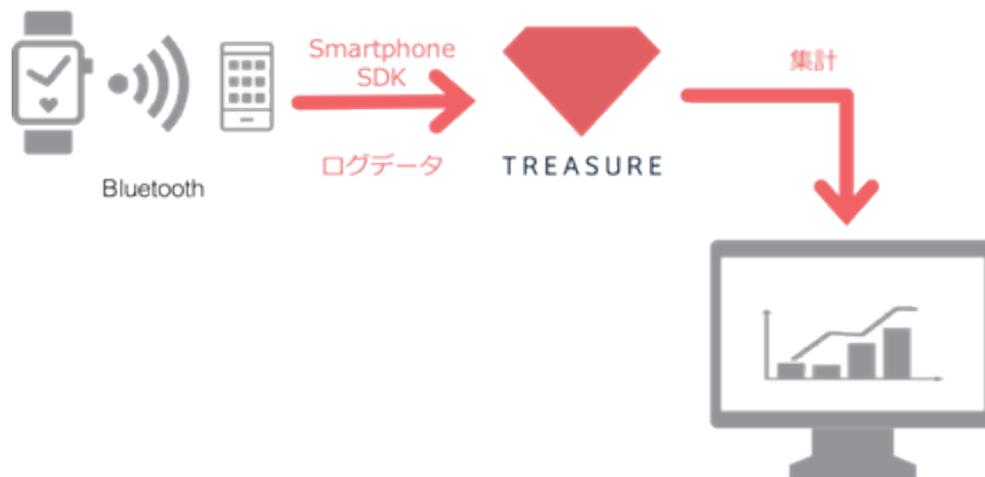
### <課題>

- ・ スピーディなシステム提供の実現
- ・ 機械学習基盤など将来的なシステムの拡張
- ・ 実現化したシステム
- ・ リアルタイムでデータをクラウドに収集、蓄積、モニタリング
- ・ 大量データの分析、BI システムとの連携
- ・ 機械学習基盤の構築 ( 予定 )

### <効果>

- ・ 短期間・低コストでのシステム化
- ・ 新規ビジネス創設への足がかりに

#### 4) ウェアラブルデバイスデータの分析



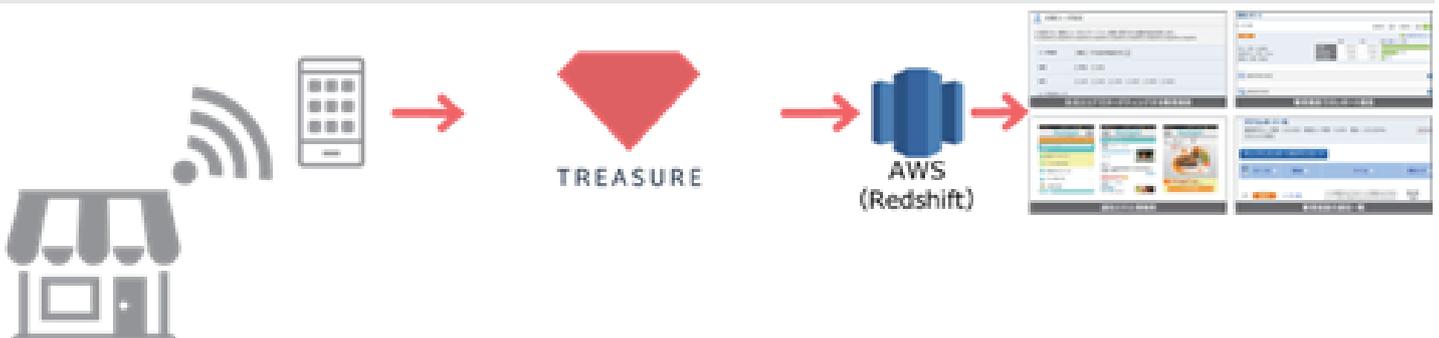
##### <課題>

- ・ 自社開発システムの高負荷な保守の負荷低減
- ・ アプリデータなど従来取得できなかったログの容易な収集
- ・ 実現化したシステム
- ・ SaaS 活用によるマネージドサービスにより運用負荷の大幅低減
- ・ Smartphone SDK の活用により容易にデータ取得
- ・ 各種ツールによるマイグレーションコストの低減

##### <効果>

- ・ 性能情報をすばやく製品改善・サポートに反映
- ・ アプリ利用ログから新たなマーケティング展開が可能に

#### 5) 位置情報（ビーコン・GPS）による店舗来店分析



##### <課題>

- ・ 高コストの自社開発システムの構築・運用が困難
- ・ 複雑な他システムへの連携
- ・ 実現化したシステム
- ・ SaaS 活用によるマネージドサービスにより、開発・運用負荷の大幅低減
- ・ Smartphone SDK の活用により容易にデータ取得
- ・ 外部システムとの容易な連携性を実現

##### <効果>

- ・ 早期の来店者分析サービスの実現
- ・ Treasure Data の連携先とのビジネスコミュニケーションを実現

## 4. 成功のポイントと苦労したところ

### 1) ビジネス上での成功のポイント

顧客企業の必要とするサービスからのデータインポート、データアウトプットを重視した開発、ビジネス連携の強化。情報システム部門に拘らず、実際のサービスユーザーである製品部門やマーケティング部門へのシフト。

### 2) 苦労したところ

ユーザーのクラウドサービスへの抵抗感。サービス利用者の教育。

## 5. 今後の展望

### 1) システム追加機能

ユーザービリティの向上のために各種 UI 機能（ダッシュボード機能や、セグメント分析用画面）の強化、リソースの有効活用機能を検討中。

### 2) 今後のビジネス展開

「ライブ・データ・マネージメント（Live Data Management）」領域に注力し、世界中の事業会社にとって喫緊の課題となっているデジタルトランスフォーメーション、特にデジタルマーケティング領域や IoT 領域におけるデータの利活用に関して、新たなビジネスを創出。

### 3) 今後の課題

ユーザーにとってより利用しやすく安定したサービスの提供。