

# NEWS RELEASE



報道関係者各位

2020年3月18日  
株式会社ブレインパッド

## ブレインパッド、本質的なDXの取り組みや業界別事例を発表したカンファレンス「DOORS –BrainPad DX Conference–」の開催レポートを公開

株式会社ブレインパッドは、DX（デジタルトランスフォーメーション）、データ活用をテーマに開催した創業初のカンファレンス型イベント「DOORS –BrainPad DX Conference–」（本年2月19日開催）の事後レポートを公開いたしました。

このカンファレンスは、DXにどう取り組んでいけば良いのかに悩みを持つ企業の皆さまに向けて、各業界の最新の取り組みや成功事例に触れていただく「扉」となることを願い開催しました。当日の来場者は300名を超え、20名のメディア記者が来場する注目度の高いイベントとなりました。

### ■事後レポート：DXの今とこれから～『DOORS』が残した“DX成功のための10のTips”～

前編 <https://blog.brainpad.co.jp/entry/2020/03/18/111348>

後編 <https://blog.brainpad.co.jp/entry/2020/03/18/111402>

### ■登壇企業一覧（順不同）

株式会社ブレインパッド／株式会社ファミリーマート／  
グーグル合同会社／日本マイクロソフト株式会社／アマゾン ウェブ サービス ジャパン株式会社／  
株式会社日本経済新聞社／株式会社デジタルガレージ／キューピー株式会社／  
合同会社ユー・エス・ジェイ／エイバックス株式会社／株式会社高島屋／株式会社三陽商会



## ■DXが「豊かな小国」を築くカギとなる

カンファレンスの幕開けは、当社代表取締役社長の草野隆史が、日本におけるDXの位置付けと、日本がDXで目指すべき世界について語りました。

草野は、労働人口が減りゆく日本において、持続可能な社会の実現のためにはビジネスのデジタル化が避けて通れないと語り、ITがビジネスに不可欠だと認識している日本企業のトップは未だ10%しかないという調査結果に触れながら、

「DXは新しいマーケットを生み出す可能性があるはずだが、そもそも日本企業ではITを“攻め”に使うシーンが限定的である。それは、高度IT人材を自社内に多く抱える海外企業に比べ、日本企業はITを外注し、“守り”のために使ってきた歴史があるからだ。」

と日本企業の歴史的な課題を示しました。そして、

「ビジネス上の鉄板の勝ちパターンや正解があった時代とは違う世界になっていると自覚することが大切。これからは激しい環境変化の中で目を凝らし、データの中から“機会”を見つけて判断していかなければならない。

データの中から機会を捉え変化に対応することで豊かな小国を築くのが、これからの日本の成長イメージなのではないかと思う。

そして、これからのブレインパッドは、データ活用のパートナーとして、『データを用いた新しいビジネスモデルを協創する／高度IT人材という足りないピースを埋める』ことで、日本企業のトップ・ボトム双方からDXの実現にコミットしていきたい」

と自社のミッションを宣言しました。

## ■レガシー事業にメスを入れてこそDX

草野に続いてキーノートに登壇したのは、ブレインパッド取締役の関口 朋宏（ビジネス統括本部長）と、安田 誠（プロダクトビジネス本部長）です。

まず関口は、DXの活用が新規事業にとどまりレガシー事業は放って置かれている現状であるという課題を指摘し、11.7兆円ものソフトウェア投資がなされた過去20年間でも労働生産性の向上が進まなかったのは、経営の“神経系統”を貫くような「データ駆動型」のIT変革が実現できなかったからだという仮説を述べました。

そして、製造業が多数を占める“ものづくり大国ニッポン”においては、これまでのように売り切ることを前提とした大量生産・大量流通のあり方から、各企業が横断的に消費者データを用いて連携していく“協創バリューチェーン横断でのデータ流通”へ転換することが必要だと続け、その理由について、

「例えばGAFAが強大なのはBtoCで得たデータを広告ビジネスとして流通させているから。顧客データを保有するプレイヤーを、どうバリューチェーンに参加させれば良いか。つまり、競争ではなく“協創”が大事になってくる。データ流通で手をつないでいくという新しいwin-winの形をつくれたら、日本も大きな変革への新しい一歩を踏み出せるのではないか」

と、“協創”の意識が日本のDX改革を進める鍵になり得ると語りました。

## ■DXの本質、それは「データ活用」である

続いて登壇した安田は、ブレインパッドにて16年間データ活用に携わっている立場から、“DXは本質的にはデータ活用である”とDXの定義を展開し、

**「DXをブームで終わらせてはいけない。DXを今後の自社ビジネスに取り入れ牽引していく立場にある各社のCDO（最高デジタル責任者）のミッションを、ブレインパッドはカバーしていきたい」**

と意気込みを語りました。

そして、DXで企業課題を真に解決するには、分析結果から気づきをもたらす機械学習にとどめるのではなく、その後の意思決定（最適解）につなげる数理最適化（\*1）までを行う必要があると語り、この「最適化」をブレインパッドの今年の重点テーマの一つに位置付けました。

また、自社開発の「Rtoaster（アールトースター、\*2）」を、デジタルマーケティングだけでなく、より広範囲のビジネスシーンで使えるデータビジネスプラットフォームとして進化させた新バージョンが近日リリースされることを予告し、

**「最適化とデータビジネスプラットフォームが、2020年にブレインパッドが新たに提供する2つの大きな軸となる。日本企業のDX推進パートナーとして、これからもデータ活用のアップデートを支援していきたい」**

と締めくくりました。

これらのキーノート終了後は、三大クラウドベンダーによるAIの民主化の実現に向けたセッション、老舗百貨店・株式会社高島屋とアパレルメーカー・株式会社三陽商会による小売業界のDX活用例、株式会社日本経済新聞社・株式会社デジタルガレージ・ブレインパッドのデータサイエンティスト3者によるデータ分析の発展的な可能性を問うセッション、キューピー株式会社が食の安全のために挑戦したAI原料検査装置の開発と食品業界の共通課題解決への取り組みなどの豪華セッションが展開され、満員御礼のうちに「DOORS -BrainPad DX Conference-」は幕を閉じました。

事後レポートの全容は、こちらからご覧ください。

## ■事後レポート：DXの今とこれから～『DOORS』が残した“DX成功のための10のTips”～

前編 <https://blog.brainpad.co.jp/entry/2020/03/18/111348>

後編 <https://blog.brainpad.co.jp/entry/2020/03/18/111402>

今後も、ブレインパッドは、アナリティクスとエンジニアリングを駆使し、日本企業のDX推進パートナーとして、データ活用をトータルサポートしてまいります。

（\*1）数理最適化とは、現実の問題を「ある与えられた条件下において、最適な解を数理的に求めること」に帰着させて、解決する技術や方法のこと。

（\*2）「Rtoaster」は、ブレインパッドが開発する国内トップクラスのレコメンドエンジン搭載プライベートDMP。<https://www.rtoaster.com/>

■ご参考情報

●株式会社ブレインパッドについて <https://www.brainpad.co.jp/>

(東京証券取引所 市場第一部：証券コード 3655)

本社所在地：東京都港区白金台 3-2-10 白金台ビル

設立：2004年3月

代表者：代表取締役社長 草野 隆史

資本金：523百万円（2019年12月31日現在）

従業員数：307名（連結、2019年12月31日現在）

事業内容：企業の経営改善を支援するビッグデータ活用サービス、デジタルマーケティングサービス

■お問い合わせ先

●製品・サービスに関するお問い合わせ

株式会社ブレインパッド

TEL：03-6721-7002 e-mail：[info@brainpad.co.jp](mailto:info@brainpad.co.jp)

●本ニュースリリースに関するお問い合わせ

株式会社ブレインパッド

コーポレート本部 総務部 広報担当

TEL：03-6721-7700 e-mail：[marcom@brainpad.co.jp](mailto:marcom@brainpad.co.jp)

\*本ニュースリリースに記載されている会社名・商品名は、それぞれ各社の商標または登録商標です。

\*本ニュースリリースに掲載されている情報は、発表日現在の情報です。

以上