snowflake®
DATA DRIVERS
WINNER
2024

塩野義製薬株式会社

DATA DRIVER OF THE YEAR

Snowflakeでデータのサイロ化を打破しバリューチェーン全体を変革。データ駆動型経営でヘルスケアの未来を拓く

受賞理由

塩野義製薬は、Snowflakeを活用してデータの可視化と高度解析の基盤を構築しました。「セントラルデータマネジメント構想」のもと、オンプレミス環境からSnowflakeのデータクラウドに移行し、大規模データ解析の時間を大幅に短縮。これにより、データサイエンティストらの生産性向上やモチベーション維持に貢献し、ヘルスケアソリューションの早期提供を可能にしました。

インタビュー

Q　Snowflake導入の背景と活用の現況を教えてください。

A 外部環境が変化する中、グローバル企業としての成長を図る上で、意思決定の重要性は日々増しています。当社は経営戦略の立案から日々の業務に至る、多様な意思決定を十分な情報に基づいて行う目的で、重要データを一元管理するCentral Data Management (CDM)構想を推進していますが、その基盤としてSnowflakeを採用しました。現在は財務や人的資本など、経営の根幹となる情報を可視化し的確な経営判断を行う目的で、Snowflake上のデータの経営判断への活用を開始しています。(畑中氏)

Q　Snowflake を選んだ理由は？

A Snowflakeの強みは、クラウドベースであり、高速でパワフルなパフォーマンスとスケーラビリティが担保される点にあると考えています。特に、リアルワールドデータのようなビッグデータの解析では、抽出や解析スピードだけでなく、クラウド上でのデータの授受の簡便さに優位性を感じました。またデータ管理に必要なコストやリソースを大幅に軽減することも高く評価したポイントです。(北西氏)

Q　データ利活用の課題と課題解決のアプローチを教えてください。

A バリューチェーンのサイロ化が進み、データが散在していることが最大の課題です。社内のデータを幅広く横断的に活用し、バリューチェーン全体をデータドリブンな形に変えていく上では、社内外の多様なデータを一元管理し、その品質、鮮度、量を確保する必要があります。またデータの横断的な利用促進には、検索性と透明性を兼ね備えたデータカタログが重要になると考え、内製で構築しているところです。そのポイントは、データ活用にあたり目的を明確にして利用申請を義務付けた点で、同様に分析や解析の成果を報告することも必須にしました。利用状況まで含め、可視化することで、新たな発想を促し、同じような解析が効率よく行えるようになると考えています。(北西氏)

Q　今後のデータ利活用の方向性とSnowflakeへの期待は？

A 現時点では社内において局所的、散発的なデータ活用が進み始めた段階です。今後、Snowflakeを中核としたデータ利活用を全社規模で推進したいと考えています。また今後は、Healthcare as a Service(HaaS)の一環としてデータを活用したビジネスにもチャレンジしたいと考えていますが、その際にはSnowflake の革新的ソリューションが大きな役割を担うはずです。またグローバルでの事業展開を進める中で、各地域の法規制に準拠し、患者さんのプライバシーに十分に配慮しながら、セキュリティやデータガバナンスについても手厚く対応していく必要があります。それらに対してシステマティックに対応する上でSnowflake が提供するセキュリティや管理機能には大いに期待しています。(出口氏)

上席執行役員
コーポレート管掌
兼経営戦略本部長
畑中 一浩氏

執行役員 DX
推進本部長
出口 昌志氏

データサイエンス
部長
北西 由武氏

●代表取締役会長兼社長 CEO 手代木 功様より受賞コメント

この度は「DATA DRIVER OF THE YEAR」を受賞することができたこと、心から感謝申し上げます。塩野義製薬は、「新たなプラットフォームでヘルスケアの未来を創り出す」ことを SHIONOGI Group Vision として掲げています。データの一元管理に優れた Snowflake を活用し、塩野義製薬のデータ基盤の核とすることで、目的に応じた適切なデータ収集・管理を行い、効率的にデータを活用してまいります。これにより、社会に対して新たな価値を、一日も早く提供できるよう努めてまいります。

DATA DRIVER OF THE YEAR

最上位のこのカテゴリーでは、データドリブンの意味を完全に体現している企業を表彰します。受賞者は、クラウドデータアナリティクス戦略を適切に実行することでどのようにイノベーションが促進され、ビジネスアジリティが高まり、市場投入までの時間が短縮され、カスタマーエクスペリエンスが強化されるかを示す事例として扱われることになります。

三菱商事株式会社

COLLABORATION

データ共有でグループシナジーを加速。
データシェアリングが生み出す新たな共創価値

受賞理由

三菱商事グループは、Snowflakeを活用した「DATA SMART」プロジェクトを通じて、グループ全体のデータ活用を促進しています。複数の関係会社のデータをデータシェアリング機能で繋げることで、新たな可能性を創出しています。レンタルのニッケンでは、管理指標を自動算出し、三菱商事と共有することで連携を強化しました。また、三菱食品ではSnowflakeをデータ統合プラットフォームとして採用し、多角的なデータ分析を推進しています。

インタビュー

Q　DATA SMARTプロジェクトの概要を教えてください。

A 中期経営戦略2024で当社は、MC Shared Value(MCSV)の創出を目指す姿として設定しました。分かりやすく言うと、三菱商事グループの総合力強化による社会課題の解決を通し、継続的に創出されるスケールのある共創価値を生み出すことがその狙いです。三菱商事本体及びグループ各社が保有するデータを蓄積し、共有促進を図るDATA SMARTは、こうした取り組みを側面から支援する取り組みです。その基盤としてSnowflakeを採用し、グループ各社への導入支援を通し、グループ全体のデータ基盤整備を推進しています。当社は幅広い領域でビジネスを展開すると共に1300を超える連結対象会社を擁しています。ビジネスで得た多様な情報をグループ各社で共有することは、新たなシナジーを生むことにつながると確信しています。

Q　Snowflakeを選んだ理由はどこにあったのでしょう。

A Snowflakeの強みであるデータシェアリング機能が、まさに我々がDATA SMARTで実現したいことと合致していたことが最大の理由です。またストレージとコンピュートが分離されているため、まずはデータを投入した上で活用を考えるというプロセスがコストを意識することなく行えることも魅力でした。この特長は、グループ企業への展開のハードルを下げるという観点でも大きな意味を持つものと期待しています。

Q　DATA SMARTの構築では、どのような点を強く意識しましたか？

A 重視したのは、グループ全体への展開をどのように図るかという点です。まずはDATA SMARTを自社のデータ分析基盤として活用した上で、次のステップとしてデータ共有を図るという順序を想定し、準備を進めてきました。特に意識したのは、グループ企業とはいえ全体へのデータ共有はハードルが高いという声への対応です。そのためデータの性質に応じて、共有相手を制限することが可能な仕組みを構築しています。

Q　三菱食品とレンタルのニッケンがまっさきに参画された理由を教えてください。

A 両社ともデータ分析基盤の利用ニーズがあり、さらにデータ共有による価値創造の可能性が大きかったことが参画の理由です。レンタルのニッケンの場合、収益性の向上を目的にセールスに関する膨大なデータを体系的に整備し、それを三菱商事と共有することで、ビジネス改善に成功しています。三菱食品の場合、同社の経営計画MS Vision 2030で掲げるデータ活用基盤を整備しAIを徹底活用するという目標実現に向け、基幹システムの見直しを進める中、DATA SMARTとの連携が最も合理的という判断があったと聞いています。

Q　今後の展望を教えてください。

A 中計で掲げるMCSV創出の実現に向け、一社でも多くの三菱商事グループ企業の参画を図りたいと考えています。自社のデータ基盤として活用いただくことからスタートし、各社がDATA SMART上に蓄積したデータを共有し合い、自社の課題解決につなげるコラボレーションを促進したいと考えています。最終的にはこのようにして集積された各社のデータやユースケースを、能動的な共有のみならず、各ビジネス現場の皆様が図書館のようにDATA SMARTに立ち寄り、有意なデータを発見できる環境をマネタイズの仕組みを含めて構築することが今後の目標です。

執行役員
IT サービス部長
本田 尚孝氏

COLLABORATION
JAPAN & APJ

管理されたライブデータをお客様やビジネスパートナーと簡単かつ安全に共有して収益化することにより、データを戦略的な事業資産として活用し、自社の事業に変革を起こしている企業を表彰します。

トヨタ自動車株式会社　大栄 義博 様

DATA HERO OF THE YEAR

プライバシーガバナンスを重視したペタバイト規模のデータ活用基盤を構築。可用性を両立する取り組みを国内外に広める

受賞理由

トヨタ自動車は、コネクティッドカーのデータ活用基盤（日本）にSnowflakeを採用し、日米で予想される年数百ペタバイト規模のデータを活用しています。特にプライバシーガバナンスを重視し、ビジネスでの利用を推進しています。「Data Hero of the Year」は、自社にデータクラウドを導入した先駆的な個人に送られる賞となり、情報通信基盤開発室 室長 大栄氏は、国内外のSnowflakeイベントを通じて、データ利活用促進やビジネス課題解決に向けた取り組みを共有し、Snowflakeの価値を広めることに貢献されました。

インタビュー

Q　コネクテッドカーのデータ利活用におけるSnowflakeの役割は？

A トヨタ自動車は車両のセンサーデータをグローバルで収集し、さまざまな目的に利活用しています。現在、世界では2000万台近くのコネクテッドカーが稼働し、増え続ける処理コストに悩んでいたというのが前提としてあります。また個人情報保護の観点でも、課題は山積していました。例えば「忘れられる権利」に応じ、2000万の中の1台のデータを速やかに消去するというようなこともできていませんでした。私たちがSnowflakeに注目した第一の理由は、こうした個人情報保護に関連する優れたソリューションを活用したいと考えた点にあります。それと共に、当然ながら膨大なデータを利活用する基盤としての役割も担っています。

Q　Snowflakeを採用した理由を教えてください。

A 当社にとり、個人情報保護への対応はまさにクリティカルな問題で、以前のデータ基盤ではファイル形式の関係上、個人の特定につながる車両識別番号だけを消すことができず、対応にはデータ基盤をゼロから再構築するほかありませんでした。それであれば外部の優れたソリューションを導入するべきと判断したことがSnowflakeを採用に至った経緯です。また先行して、一部のチームがSnowflakeを利用していたことも後押しになりました。

Q　個人情報保護におけるSnowflakeの優位性は？

A 個人情報保護に関するルールは各国で異なります。日本のヘッドクォーターはデータ基盤の仕様を定める役割こそ担いますが、各国の法規への対応まで日本側で対応しているわけではありません。一方、Snowflakeには、EU一般データ保護規則（GDPR）をはじめ、各国法規に対応するノウハウやソリューションを持っています。それを自社開発するよりも早く、安く、上手に使えることがSnowflakeの優位性と考えています。

Q　コネクテッドカーならではのデータ利活用の課題を教えてください。

A コネクテッドカーは現在、定周期でデータをセンターにアップロードしていますが、トンネル内などではいったんデータを溜め、通信が可能になったタイミングでまとめて送信することになります。そのためデータが必ずしも時系列に沿って並ぶわけではありません。データ利活用の観点ではそれが一番の問題点です。またクルマの進化に応じて、アクセルやブレーキの踏み方は変わってきます。データ利活用を継続的に行う上で、差分を調整していく必要がある点も難しさの一つですね。

Q　今後のデータ利活用の方向性を教えてください。

A 近年、個人情報を含むデータの国や地域を跨いだ移動は大きく制限されるようになっています。今後はデータ活用も地産地消が前提になる一方では、コンプライアンスと可用性を両立するデータシェアリングのような仕組みはこれまで以上に大きな意味を持つはずです。Snowflakeには、先ほどの時系列に沿わないデータの処理を含め、私たちが直面するビジネス課題の解決に共に取り組んでいただけることを期待しています。

情報通信基盤開発部
データ活用基盤開発室長
大栄 義博氏

DATA HERO OF THE YEAR

自社にデータクラウドを導入した先駆的な技術者を表彰します。

日清食品ホールディングス株式会社　成田 敏博 様

DATA EXECUTIVE OF THE YEAR

生成AI時代のデータ基盤を構築。データリテラシー向上とデータ統合で実現する日清食品のデータドリブン文化

受賞理由

日清食品ホールディングスのCIO成田氏は、Snowflakeデータクラウドを活用して食品業界のデータ活用をリードし、企業のデータ戦略を加速させる取り組みを行っています。Snowflakeのイベントを通じて、経営者目線のデータ戦略についての価値や体験を共有しました。また、業界内で新境地を切り開くリーダーを表彰する「Data Executive of the Year」に選ばれました。

インタビュー

Q　データ基盤としてSnowflakeを選んだ経緯を教えてください。

A 日清食品は、全社的にデータによって判断し、データによって意思決定をする、いわゆるデータドリブン企業になりたいという思いを経営トップが持っていました。その一方で社内の多様なシステムが連携しておらず、データ利活用が制約される状況が続いていました。こうした状況を改善するため、3、4年前ほどからデータ統合と従業員のデータリテラシー向上の2方向から、全社的な取り組みを進めてきました。その一環として、私たちはデータが利活用しやすい状態を実現するにはどんなプラットフォームが適切なのかを検討してきました。各社のサービスを比較検討し、より先進的な思想を持つSnowflakeが、我々がデータ利活用を進めるプラットフォームとして最適であると判断し、導入に至りました。

Q　現在のSnowflakeの利用状況を教えてください。

A ユースケースとしては、営業領域、マーケティング領域のデータ分析が多いことは間違いありませんが、資材調達や製品開発といった領域のデータ利活用に貢献する事例も徐々に現れつつあります。我々はあらゆる業務領域のデータをSnowflakeに集約し、データ分析ニーズが生じた際はどのような目的であれSnowflakeに見に行けばいいという世界を実現したいと考えています。現在は、主要なデータ分析対象である業務システムのデータのSnowflakeへの集約をようやく終えましたが、ユーザーがデータに直接アクセスできるようにするには、データの整形や加工というプロセスが必要になるため、実現にはまだ数年掛かると考えています。どれだけ時間が掛かってもやる価値はあると我々は考えています。

Q　今後のデータ利活用の方向性を教えてください。

A データドリブン企業への移行を目指す当社の取り組みはこれまで、Snowflake上にデータを集約し、その中身を皆が見に行ける環境を整備すれば自ずとデータ利活用も進むという想定のもと進めてきました。しかしここ1年ほどの間に、当初の想定を超えるデータ利用の可能性が新たに現れています。それはLLM領域での活用です。現時点では生成AIがデータベースの中身を覗きに行き、自動でレポーティングまで行うにはまだ限界があります。しかし今後生成AIモデルの進化が続けば、データベースをAIが常時監視し、変化に応じて有意なレポーティングを自動で行うという世界が必ず来るはずです。
いずれこうした時代が来た時、データをいかに集約しているか、自分たちが持つデータをいかに使える形で整理できているかという点がデータ分析を行う上で大きなカギになることは間違いないでしょう。定期的なレポーティングはもちろん、データの変化に応じてアドホックに通知を行うような仕組みを実現するには、自社がどのようなナレッジを潜在的に保持しているかを理解した上で、それらのデータをすぐに活用できるように整理しておけるかが企業としての競争力を左右するようになるはずです。おそらく5〜10年後には、これまでの企業のデータ基盤整備の取り組みが評価される非常に面白いフェーズが来ると考えています。

執行役員CIO
成田 敏博氏

DATA EXECUTIVE OF THE YEAR

戦略リーダーとして重要な役割 （CTO、CIO、副社長レベル）を担い、社内にクラウドデータアナリティクスを導入し、業界内で新境地を切り開いている個人を表彰します。受賞者は、データを利用してお客様、パートナー、従業員に対するビジネス価値を生み出す際の新たな基準を設定したことになります。

株式会社 GROWTH VERSE

POWERED BY SNOWFLAKE

コスト平準化とセキュリティ強化を実現しAIマーケティングサービスを進化。データシェアリングで未来を創造

受賞理由

GROWTH VERSEは、汎用AIを活用して顧客DXを支援するサービスを提供しています。従来のパッケージ版からSaaS版へ移行し、Snowflakeをバックエンド基盤として採用。これにより、機械学習やAI機能を含む高度なデータ活用が可能となり、運用性やコストパフォーマンスを向上させながら、顧客に利便性の高いサービスを提供しています。

インタビュー

Q　GROWTH VERSE のビジネスモデルと Snowflake導入の経緯を教えてください。

A 当社は主に通販、アパレル、金融といった領域の顧客企業のカスタマーデータをお預かりし、AIを活用しながらマーケティング施策を最適化するというサービスを提供しています。お預かりしたデータを基に、どのようなユーザーがロイヤルユーザーになるのかであったり、どういうアクションを打てば離脱が回避できるのかなどをAIで分析し、アクションの優先順位を付けたり、最適な施策を導きだすことで顧客の売上と利益を伸ばすことがサービスの概要になります。当社は以前からサービスの基盤となるCDPとマーケティングオートメーションの仕組みをオンプレミスで構築し、顧客ニーズに合わせたプラットフォームで運用してきましたが、データ量の増大もあり、その負荷も極めて大きくなっていました。こうした状況を受け、2021年に SaaSに切り替える判断をしましたが、各社のデータウェアハウスを比較検討した際、私たちのサービスモデルと最もよく適合したのがSnowflakeでした。

Q　Snowflakeを選定した際の背景や、その決定に至った理由についてお聞かせください。

A ポイントは大きく二つあります。一つはコストの観点です。当社サービスは顧客自らが分析できる形で提供している関係上、クエリに応じた従量課金制では顧客の利用状況に応じて毎月のコストが変動してしまいます。SaaS移行では、毎月のコストをできるだけ安価に平準化することが課題の一つでしたが、コンピューティングリソース使用量に応じて課金されるSnowflakeの場合、リソースを調整することでコストの平準化が可能です。顧客により安価でサービスを提供する上で、この特徴は大きなメリットがあると判断しました。もう一つはセキュリティの観点です。私たちは将来的に、顧客データを共有したり、顧客企業間のアライアンスを推進することでデータにさらなる価値を生んでいきたいと考えています。こうした方向性とセキュアなデータ共有が可能な Snowflakeのデータシェアリング機能がマッチしたことも重要なポイントでした。

Q　サービス向上という観点で、Snowflake移行はどのようなメリットがありましたか？

A データシェアリング機能もそうですが、そのほかSnowflake Marketplaceでサードパーティデータが簡単に共有できる点は大きいと感じています。当社では、例えば天気のデータなどを分析に活用し、成果を挙げています。またコネクタ類が充実している点も高く評価しています。顧客とのデータ連携には、自分たちで作ったコネクタのほか、Snowflakeのコネクタも使わせてもらっています。

Q　今後のSnowflakeの活用について教えてください。

A 今計画しているのはSnowflakeに集まるデータをAIに食わせて、精度を高める取り組みです。データシェアリング機能とも関連することですが、今後、企業が独自の汎用AIを開発しようとする場合、中核にSnowflakeを置き、アライアンスを組む企業間でデータをシェアしていく考え方が今後一般的になるのではないかと感じています。私たちとしても、今後こうした取り組みをぜひ進めていきたいと考えています。

代表取締役CTO
南野 充則氏

Snowflake を利用して最も革新的なデータドリブンアプリケーションを開発している企業を表彰します。

POWERED
BY SNOWFLAKE

株式会社 Agoop

DATA FOR GOOD

「データの孤立化」を克服し数千万人規模の人流データで観光振興・都市整備のDXを加速

受賞理由

Agoopは、同意を得たスマホユーザーの位置情報データを秘匿加工し、流動人口データを収集・分析して企業や自治体のDXを支援しています。Snowflakeを用いて大規模データ分析基盤を構築し、柔軟なスケーリングとニアゼロメンテナンスでデータアクセス環境を実現。また、Snowflakeマーケットプレイスを通じて提供するデータベースを活用し、観光振興や都市整備などのDXに貢献しています。

インタビュー

Q　Snowflakeを採用した理由を教えてください。

A 合意を得た数千万人のスマホユーザーの位置情報データを収集し、解析結果を顧客に届けることをコア事業に位置付ける我々にとり、データ分析基盤はなによりも重要な存在です。以前の基盤は大きく４つの問題が生じていました。それはパフォーマンスとコスト、メンテナンス性、そして私が「データの孤立化」と呼ぶ問題です。データ処理量の急速な増加は、処理速度の低下や障害発生頻度の増加につながりました。さらに以前の基盤は、処理速度低下に対応してリソースを増やすにはいったんすべての処理を停止する必要がありました。小さなミスが業務に大きな影響を及ぼすような状況は、スタッフがデータから距離を置くという状況を招きました。それが「孤立化」です。この課題を改善するために注目したのが、コンピューティング能力が随時変更でき、ニアゼロメンテナンスをうたうSnowflakeでした。

Q　他社クラウドサービスからSnowflakeへ移行した成果を教えてください。

A 移行によりパフォーマンスは約７倍高速化し、コスト面では34%の費用削減が図られています。同様にメンテナンスについてもまさにニアゼロメンテナンスが実現されましたが、それ以上に大きな成果と言えるのは、データ分析になにか手違いがあっても、すぐにリカバリーできるようになったことが「孤立化」の解消につながった点です。35名のスタッフが日々、自由に人流データにアクセスし、誰に遠慮することなくデータを利用した創造的な取り組みに打ち込める環境は、私たちのビジネスにとってなによりも大きな意味を持ちます。効果はすでにビジネスにも表れています。当社では「マチレポ」という人流分析サービスを提供していますが、データ反映に時間が掛かるという問題が解決できずにいました。Snowflakeに触れたあるエンジニアが発案したのは、サービスをSnowflakeに最適化し再構築するアイデアでした。結果として、その取り組みはこれまで5分掛かっていた処理をわずか 5秒に短縮し、「マチレポ」のビジネスとしての伸長に大きな役割を果たしました。これはSnowflakeが高速というだけでなく、その存在がエンジニアの創造性を刺激したからこそ実現できたものと受け止めています。

Q　昨年、Marketplaceで人流データサンプルの提供を開始した狙いは？

A 人流データは皆さん興味をお持ちですが、「高そう」「難しそう」というイメージから利用を躊躇されることが珍しくありません。このハードルを乗り越えるため、私たちは二つの取り組みを行っています。一つは今お話したダッシュボードの再構築です。そしてもう一つが、Marketplaceにサンプルを上げ、試したいときに簡単に試せる環境を用意することでした。各社のSnowflake環境からMarketplaceの人流データにボタン一つでジョインできる状況は、人流データ利活用促進につながると考えています。

Q　Snowflake活用の今後の展望を教えてください。

A 現在取り組んでいるのは、人流データとAIの掛け算による新たな価値創出です。将来的にはプロダクトとして提供したいと考えていますが、その際には欲しい時に欲しいものが手に入るMarketplaceをぜひ活用したいと考えています。

代表取締役社長 兼 CEO
加藤 有祐氏

DATA FOR GOOD

データアナリティクスを利用して世界中の生物や環境の保全、発展、改善を支援している企業を表彰します。

2024年度 Data Drivers Awards 受賞者

DATA DRIVER OF THE YEAR	COLLABORATION JAPAN & APJ	DATA HERO OF THE YEAR	DATA EXECUTIVE OF THE YEAR	POWERED BY SNOWFLAKE	DATA FOR GOOD
塩野義製薬 株式会社	三菱商事 株式会社	トヨタ自動車 株式会社 大栄 義博 様	日清食品 ホールディングス 株式会社 成田 敏博 様	株式会社 GROWTH VERSE	株式会社 Agoop

2023年度 受賞者

REVISIO 株式会社	株式会社 インテージ	日本電気 株式会社	KDDI 株式会社	株式会社 フライウィール	今村商事 株式会社

2022年度 受賞者

株式会社 NTTドコモ	Tangerine 株式会社	日産自動車 株式会社	中外製薬 株式会社	ノバセル 株式会社	INSIGHT LAB 株式会社

Data Drivers Awards とは

Snowflakeによる、データクラウド分野におけるトップクラスのアワードが「DATA DRIVERS AWARDS」です。データドリブンな取り組みにより人々の暮らしを一変させたり、新たなデータエコノミーを構築したりと、革新的かつ先駆的なテクノロジー企業や技術者を6つのカテゴリーで表彰します。

© 2024 Snowflake Inc. All Rights Reserved