

株式会社ランドスケイプ  
代表取締役社長 Co-CEO

高岡 亮氏

Ryo Takaoka

システム本部 マネージャー

松本 章氏

Akira Matsumoto

経営戦略チーム リーダー

藪 貴司氏

Takashi Sono

(取材日：2007年12月)



## ランドスケイプは、 アシストと共に DaaS (Database as a Service)を 確立します。

個人情報9500万件、法人情報750万件を保有する  
データベース・マーケティング会社、ランドスケイプに、データベースの正確性を  
維持するための工夫や新構想 DaaS(Database as a Service)について詳しく伺った。

※ CRM?

CRMとは、Customer Relationship Managementの略で、顧客満足度を向上させるために、顧客との関係を構築することに力を置く経営手法のこと。

日本最大級の  
データベースを保有する  
マーケティング・エージェンシー

ランドスケイプのサービスについてご説明  
明ください。

ランドスケイプは、データベース・マーケティングを支援する専門会社です。日本最大のデータベースを保有し、その構築ナレッジを活かしたデータベースの活用、顧客データの管理といったソリューションを提供しています。

最近では、ランドスケイプ社内で活用しているCRMシステム『DISH』の外販を開始しました。『DISH』は、机上の空論、理想論で構築したCRMシステムとは異なり、ランドスケイプ自身が数々の業務

ASHISUTO CUSTOMER  
株式会社ランドスケイプ





「DaaSをサービスとして確立します」高岡氏

## DaaS(Database as a Service)とは

DaaSとはどのような概念ですか。

DaaSは、Database as a Serviceの略称です。SaaS(Software as a Service)のデータベース版とお考えください。(ランドスケイプはDaaSを商標登録しています。商標登録第5093391号)

SaaSにおいては、ソフトウェアを機能単位のモジュール(サービス)に分解し、ユーザーはそれらモジュール群を自分の都合で任意に組み替えた上、インターネットを通じて必要な時に必要なだけを利用します。DaaSにおいても同様に、データベース

決まったので、むしろ進むべき方向性がしつかりしました<sup>※1</sup>。

そこでデータベースの専門会社であるランドスケイプは法令を遵守しながら、データベースやセキュリティの確立等も含めて、安全にマーケティングを行える社内体制を整えて参りました。

ワン・トゥ・ワン・マーケティングへの需要は年々増えていますが、一方で個人情報保護法遵守のためのセキュリティ負担、設備投資負担はなるべく減らしたいという要求もあります。ランドスケイプのここ数年の業績増には、こうした市場背景もあると推測しています。

今後は、DaaS(Database as a Service)という新しい概念をキーワードにして、お客様にさらに新たなマーケティング価値を提供したいと考えています。

れを使うためのシステムやノウハウを細分化し、ユーザーがそれを自由に組み合わせ、利用できるようにしていきます。

DaaSの価値は、「ランドスケイプのマーケティング・データベースを、クライアント側の売る仕組みに沿って最適化できること」、「データベースの維持運用(使用)コストを最小限にし、その一方で、マーケティング・ポテンシャルを最大化すること」と表現できるでしょう。

ランドスケイプは、これまではデータベースの「コンテンツ(個人、法人の顧客情報)およびアクティビティ(その情報を使ったマーケティング活動そのもの)」を提供する会社でした。今後は、データベース・マーケティングにおける「コンテンツ、システム、ノウハウ」を、組み合わせ可能なモジュールとして提供できる「サービス会社」として生

※1 一部では「個人情報保護法により個人情報をマーケティングに使うことは禁止された」と認識されていますが、これは誤りです。法が定めているのは、「個人情報は正しく保管し正しく活用しなければならない」ということです。

まれ変わるようになるでしょう。

そして、DaaSを単なるコンセプトではなく、実体のある商品サービスとして確立させるにはアシストの協力が不可欠になります。

## DaaS確立のために アシストに何を期待するか

DaaSの確立において、アシストに期待することは何ですか。

先ほど、DaaSは、「コンテンツ(データベース)、ノウハウ、システム」から構成されると述べました。その中で「コンテンツ」と「ノウハウ」の部分はランドスケープが確立します。もう一つの構成要素である「シス

マーケティングを目的とする法人データベースの場合、母数の多さ(網羅性)が重要になります。ランドスケープでは750万件の法人情報を保有しており、日本最大級の規模を誇り、資本関係の紐づけを行った形で管理を行っています。

### ③「情報の正確性」

いくら母数が多くても、情報の内容が古かったり、不正確であったり、ダブリが多いようでは、マーケティングには使えません。ランドスケープでは、様々な方法により情報の正確性、最新性を確保しています。ちなみに個人情報よりも法人情報の方が、情報の正確性の確保が困難な場合があります。

テム」、すなわちOracleデータベースの部分については、プロフェッショナルであるアシストに全面的に協力いただきたいと考えています。

直近の要望としては、Oracle 10gの機能をフルに引き出したい。Oracle 10gはすでに導入したものの、正直まだ使いこなせていません。DaaS構想を画餅に終わらせないためにも、Oracleのプロフェッショナルであるアシストには十全の技術サポートを期待します。

## ランドスケープの 法人データベースの優位性

ここから先は、「ランドスケープの保有する法人データベースの優位性」についてお

聞きたいと思います。最初の質問です。マーケティングのためのサービスを提供する会社は世の中に多くあります。ランドスケープはそれらの会社に比べ、どこが違い、どう優っているのですか。

ランドスケープと他の法人データベースを保有している会社との違いは、以下の3点であると考えます。

### ①「マーケティングに特化していること」

法人データベース保有会社の多くは、与信調査のために活用されています。一方、ランドスケープは、マーケティング用のデータベースとしてお客様にご活用いただいています。

### ②「母数の多さ」

The screenshot shows the LBC Labo website interface. At the top, there's a navigation bar with 'HOME', '利用規約', '目次', '個人情報保護ポリシー', 'お問い合わせ', 'ランドスケープについて', and 'LBOとは'. Below this is a main banner with the text '法人顧客 DB 構築、運用に携わる皆様へ' and '法人データベース 750 万件の構築・維持ノウハウを公開'. The main content area is divided into several sections: '法人DB構築の留意', 'LBC750万件を検索したい', 'LBCの活用事例を見たい', and 'LBC750万件の構築状況を見たい'. Each section contains specific search criteria and options. For example, 'LBC750万件を検索したい' includes '法人顧客DB構築にあたって', 'LBCの管理手法\*', 'LBC項目の紹介\*', and 'LBCメンテナンス手法\*'. The 'LBC750万件の構築状況を見たい' section shows a table with columns for 'データ総数\*', '項目別網羅率\*', and '更新件数(月次)\*'. The bottom of the page has a copyright notice: 'Copyright (c) 2007 Landscape Co., Ltd. All Rights Reserved.'

法人DB750万件の構築・維持ノウハウを公開するWebサイト「LBCラボラ」



「個人情報保護法の制定により業界が健全化されました」 菌氏

## なぜ法人情報は正確性の維持が困難なのか

個人情報よりも法人情報の方が情報を正確に保つのが難しい、ということですが、それはなぜですか。

例えば「個人の名前」と「法人の企業名」について考えてみます。山田太郎(花子)さんの名前が変わる機会は、結婚(離婚)などで一生に一度あるかないかです。そして山田太郎(花子)さんは、通常は本名を名乗ります。一方、法人の名称は頻繁に変更されます。また本名ではなく通称を常用する企業も多くあります。

法人の顧客情報の不正確(バラツキ)を招く要因(Ⅱ名寄せを困難にする要因)は、以下のように列挙できるでしょう。

### ⑥ 通称と正式名称の違い

例1、「キリンビール」の正式名称は「麒麟麦酒株式会社」です。

例2、「日本IBM」の正式名称は「日本アイ・ピー・エム株式会社」です。

なお移転、分社、合併においては、それに伴い「住所変更」と「電話番号変更」が発生します。これらの情報もデータベース上で更新しなければなりません。

## 陳腐化させない、法人情報の正確性維持のコツ

それら「法人情報の不正確(バラツキ)」に対し、ランドスケープではどう対処しているのですか。

### ① 社名変更

### ② 起業、合併、分社、倒産

### ③ 社名の書き方の慣習の違い

例、社名の中に支店名まで含めるか含めないか。外資系の場合は冒頭に日本をつけるかつかないかの違いなど(例、IBMか日本IBMか)。

### ④ 誤記

例、キヤノンがキャノンと誤記される例があります。キヤノンのヤは「小さいヤ」ではなく「大きいヤ」です。

### ⑤ 旧漢字か新漢字かの違い

例、「新日鉄」か「新日鐵」か。

ランドスケープでは、法人情報の正確性を確保するために、「目検部隊による目視検査」、「複数のデータベースの確保」、「電話回線の生き死にチェック」などを行っています。

第一の「目視検査」について。似たような名前の会社が二つある時、例えば、ABC株式会社と日本ABC株式会社がある時、それが同じ会社なのか別の会社なのかを判断しなければなりません。そして、そのようなグレーゾーンの区別については、コンピュータよりも人間の方が優秀です。

ランドスケープでは「目検部隊」を配置しており、日々、データの目視検査と判断を行っています。

第二の「複数のデータベースの確保」について。法人データベースのソース元として有価証券報告書をはじめ、商工会議所データ、地図情報、HPなど複数のソース元か

ら情報の収集を行っています。

第三の「電話回線の生き死にチェック」について。データベース内の電話番号が正しいかどうか(現在も使われているのかどうか)は、究極のところ、実際にかけてみないことにはわかりません。

ランドスケープでは、相手の電話を鳴らさずに信号だけを飛ばすやり方で、電話回線の生き死にチェックを行います。

冒頭でDataS構想を説明しましたが、この構想を形あるものにするためには、サービスの根本価値を成す「法人情報の正確性」を十分に確保しておかなければなりません。ランドスケープはこれまでのノウハウに基づき、法人情報の正確性確保により、他社との差別化を実現しています。

「データのパーティショニング」という手法を採用しました。データベースの基本的な管理単位は「県」であるため、一つの表を県単位で分割することにより、検索およびバックアップの高速化を図りました。このデータ・パーティショニングはアシストの提案を採用して取り入れたものです。

高速処理が可能になったことで、具体的にはどのようなメリットが生まれたのでしょうか。

大量データ処理の高速化は、ビジネス面でのスピードアップを実現します。データベースの情報分析、条件検索処理が効率的になることで、提案や検討の幅を上げたり、データ分析の精度を上げるなど、様々な効果につながりました。例えば、お客様か

らご依頼があった各種条件に合致するマ

ケティング顧客を抽出するための検索時間を短縮できたことで、以前は翌日に回答していた提案内容を即日提供することが可能になりました。その結果、お客様が戦略部分の検討に時間を費やすことができるとなりました。

また、大量データ処理の高速化は我々にとつても、お客様へのご提案の幅を拡げることにつながります。具体的には、リピーターのお客様には、過去のマーケティング実績から、次のアプローチ提案を、複数の条件から切り出したり、多面的な期待効果をシミュレーションしたりした上で提示するなど、より深く分析した提案内容を提示することが可能になったのです。

2テラのデータベースを維持運用してい

## Oracle 1構成(2テラ)でデータベースを管理

続いて、ランドスケープのデータベースのシステム構成についてお聞きします。個人情報9500万件、法人情報750万件を収めるデータベースはどのような構成でしょうか。

個人情報、法人情報共にOracleデータベース一基に格納しています。ハードディスク・サイズは、2テラバイトに及びます。現状の検索速度については、「電話番号を入力して結果出力を得るまでに1秒以内」といった指標です。

こうした高速処理を実現するために、どのような工夫をされたのでしょうか。

く上で、大変な点は何かですか。

2テラという大規模なサイズのデータベースの場合、バックアップに長時間を要するが大変です。しかし、アシストの協力の下に構築したOracleのオンラインバックアップ機能により、業務時間中でもバックアップを取ることが可能になり、段取りが良く便利になりました。

Oracle以外には、Citrix Presentation Server(旧MetaFrame)というアクセスインフラ製品をアシストから導入されているようですが、この製品はどのような目的のために利用されているのでしょうか。

この製品は、個人情報保護法の施行を背

景に、情報漏洩対策の一環として導入を決定しました。クライアント／サーバ型で動いていたデータベース検索アプリケーションをサーバ側に集約し、クライアント側にはアプリケーションの画面情報のみを送ることで、物理的に個人情報をダウンロードさせたり、個人情報をクライアント側に残さず利用できるようにしました。これは営業マンがモバイル環境でノートPCを利用する場合も同様です。Citrix Presentation Serverは、ランドスケイプのようなデータベースを扱うビジネスにはなくてはならない製品です。

Oracle 構築パートナーとしてのアシストへの評価をお聞かせください。

アシストには「有言実行の会社」という

印象を持っています。当初、Oracle は様々なSII会社から購入していました。購入前に「トラブル発生時の対応体制、対応能力」について各社に質問したところ、どの会社も「万全の体制です」と回答してきました。しかし、実際にトラブルが起きた時に、当初の回答通りの対応をしたのはアシストだけでした。現在は、Oracle の購入元はほぼアシストに一本化しています。

## 今後の期待

アシストへの今後の期待をお聞かせください。

ランドスケイプの最も重要な会社資産は9500万件の個人情報と750万件の

法人情報です。それらの情報(資産)はOracle データベースに格納されています。そして、そのOracle の構築、管理はアシストに一任しています。このように表現すれば、ランドスケイプがアシストに負うところ、期待するところがいかに大きいかがお分かりいただけるのではないのでしょうか。

アシストには、ランドスケイプの根幹インフラであるOracle データベースのプロフェッショナルとして、技術面、サポート面での倍旧の支援を期待します。冒頭でも述べましたが、Oracle 10gについては、まだまだ10gの強みを享受しきれていないと思っていますので、弊社の業務をよく理解した上で、10gの活用方法をご提案いただきたいと思っています。今後とも、よろしくお願いたします。



「アシストには DaaS 確立のための支援を期待します」松本氏

※記載されている会社名、製品名は、各社の商標または登録商標です。

担 当 者 の

ASHISUTO MEMBERS

声

「日本最大級のマーケティング用データベース」をキーワードとして、圧倒的差別化を展開されているランドスケイプ様。  
この絶対的戦略製品であるデータベースを武器とした、新たな「DaS」構想の実現と確立のためにも、今まで以上の期待に応えられるよう、努力し続けて参ります。



ランドスケイプ様 支援メンバー

現在、ランドスケイプ様で  
ご利用いただいている製品、サービス

- リレーショナル DB
- 統合運用管理ツール
- パフォーマンス管理ツール
- アクセス・インフラ
- BI ツール
- システム監視ツール
- 各種プロダクト・サポート