

“秋の空”を味方につけよう

株式会社ウェザーニューズ 代表取締役社長 石橋 博良



「売り上げが思ったように伸びなかったのは、夏の天候不順のせい」「どうせ天気予報は当たらないから、最初からあてにしない」「女ごころと秋の空」といいますが、このようなお話を耳にすると、長年、気象ビジネスの世界に身を置いてきた私は、少々辛い気持ちになります。まだまだ努力が足りないのかとも思います。

「あなたの气象台」を目指す

私自身が気象ビジネスに関わるようになったきっかけは、ある海難事故でした。天候の急変が現場に伝えられなかったために起こった事故でした。このとき、情報はあつたが、それが必要な時に必要な人に伝わるシステムがないのではないか。それならば、船乗りの命を守るために気象情報を提供する仕事をしよう、とこの世界に入ったのです。

その後、仲間を得て設立したウェザーニューズは、「あなたの气象台」として1日24時間、1年365日、休まずお客様に向けてサービスを提供してきました。その対象は船乗りから、陸上や空で仕事をされる人々へと広がっており、私たちの気象情報が、ビジネスでの意思決定のお役に立つ場面は確実に増えています。

予報ではなく「RC サービス」を提供

個々のお客様にとっての「あなたの气象台」になるため、私たちが行っているのが「リスクコミュニケーション (RC) サービス」です。実際にお

客様が必要としているのは、詳細な気象予測ではなく、それに基づいた、「では、どうすればよいのか」という対応策、打開策です。ビジネスにおける危機（危険と機会）を伝えるという意味での「RC サービス」です。

例えば、建設現場では「東京の明日の天気は晴れのち曇り、ところによりわか雨」という予報だけでは、作業を行うかどうかの決定はできません。現場の真上の天気がどうなるのか、雨が降るのか、降るなら何時から、どの位の量が、何時まで降るのか。風はどうか、風向、風速、時間は。また降水量が3ミリと言われても、どの程度の雨か想像がつく方は少ないでしょう。RCサービスの担当者(RC=リスクコミュニケーターと呼ばれています)は、ある作業が可能な気象条件(=気象限界条件“weather window”と呼んでいます)はどのようなものを把握しており、明日の作業の可否を的確にアドバイスしています。

S & S

この結果、作業の安全が確保できると同時に、作業員や資材、機材の手配を効率的に行うことも可能になります。私たちは、これを「S&S (Safety & Scheduling)」と呼んでおり、サービス・コンセプトの柱のひとつにしています。

建設現場やレジャー施設など天気が直接影響する分野のほか、売れ行きが天気と関係している流通業や製造業でも、RCサービスは利用していた

だけです。例えば、小売業では気象、曜日、店舗の立地などを説明変数にした来店客数予測や個々の商品の販売数予測ができます。これで販売員の手配や仕入の計画を立てることができ、売れ残りや品切れを少なくすることができます。

さらに最近では、ハイテク工場など、一見天気とは関係が薄いように思われる業種でも RC サービスがお役に立っています。工場で怖いのは雷です。直接、工場に落雷がなくても、電気の供給が瞬断したり、電圧が下がったりしただけで、製品の品質に影響があります。雷一発で1億円のロスになることもあるそうですが、あらかじめ予測ができれば、自家発電に切り換える等の警戒体制をとることができます。

お客様のノウハウとの「合わせ技」

RC サービスは、私たち気象会社の知識と技術だけでは創り出すことはできません。私たちが持っているのは気象データと予測技術、それにデータを収集、処理・分析して情報として伝達するノウハウです。RC は自らの気象の知識に加えて、お客様の業務についての知識を深め、気象予測をお客様の言葉に置き換えてお伝えしています。いわばお客様と RC との「合わせ技」でサービスが成り立っているのです。さらに RC サービスは一発勝負ではありません。最初に出した予報から状況が変化した場合は、直ちに連絡します。また何時までに情報を伝えればお客様の最終判断に間に合うかも RC は理解しており、その時点で得られるすべてのデータを使ってアドバイスしています。

さらに、お客様にご提案しているのが EVPI(完全情報期待値: Expected Value of Perfect Information) という考え方で、MIT などで提唱されているものです。まず100%正確な情報が与えられると仮定した場合のシステムを作り、それから情報の精度が90%ならどう対応するか、80%ならどうか、と段階的に考えていくというものです。気象情報はあてにならないから、と全く考慮に入れないのではなく、精度が100%ではない場合の

contingency プランを用意しておくことで、より効果的なビジネスプランができるわけです。

コンピュータ屋と気象屋の「合わせ技」

「あなたの气象台」であるためには、情報の内容、タイミングに加えて、どのように伝えるかも考えなくてはなりません。ウェザーニュースには予報担当者(社内では「気象屋」と呼んでいます)約150名とシステム開発者(「コンピュータ屋」)約100名がおります。コンピュータ屋は「DCE 開発者」であり、D(データベースの開発)、C(通信に関する開発)、E(エキスパートシステム開発)の3つに分かれてあらゆるシステムの開発を自社内で行っています。より良いサービスを提供するために、気象屋とコンピュータ屋が「合わせ技」で RC サービスを作っているのです。

私は日頃から、社員に対して「ロマンとファンは利益に先行する」と言っています。また気象屋とコンピュータ屋には、1年間に手がける案件を100とすると、そのうち5%はまだ注文は取れていないが自分達のやりたいものをやれ、と言っています。最近では「明日の雲を見せたい」と考えた気象屋がいて、「明日のひまわり」という雲分布の予想画像を開発してしまいました。現在、それを営業がテレビ局などに売り込みに行っており、上々の反応をいただいているようです。

総合情報会社を目指して

情報は、漢字で「情(なさけ)」に「報(むく)いる」と書きます。お客様の役に立ちたい、期待に応えたい、という気持ちは、無機質な「データ」では伝わりません。このことは気象情報以外のものにも当てはまるのではないのでしょうか。

情報化社会を迎えて、ウェザーニュースは気象情報を基盤に、様々な情報を扱う総合情報会社として、一人ひとりの RC になりたいと考えています。ただ、「女ごころ」のリスク・コミュニケーションまでは、なかなか難しいとは思いますが。