

# データを企業の力に変える

## DX前にデータの民主化を成功させよう

ドーモ株式会社



FOR  
THE GOOD  
OF THE  
COMPANY™



# はじめに

あらゆる業界にデジタルトランスフォーメーションが要求される現在では、データの価値を企業価値に変えていく力が、勝者とそれ以外とを分ける要因になります。

デジタルトランスフォーメーションを推進するためには、データの民主化が欠かせません。

誰もがリアルタイムデータに簡単にアクセスでき、興味がある情報を検索、分析、検証でき、社内で情報共有ができるデータの民主化にはシステム部門やデータサイエンティストなど専門家の適切なサポートが必要です。

今回は、適切なサポートが必要な訳を分かりやすい例を交えつつ、データの民主化を促進するツールのポイントも合わせてご紹介します。



# データを積極的に活用したいビジネスユーザーの不満

企業に蓄積されているデータを積極的に活用していきたいビジネスユーザーにとって、システム部門やデータサイエンティストなど専門家の協力が欠かせません。しかしながら、思い通りにデータを入手できないことも多く、データに基づく意思決定や施策がタイムリーに実施できません。

リクエストしてから  
データを入手するま  
でに時間がかかる

期待していたデータ  
とは違う

必要な情報が網羅  
されていない

少し修正しても  
らうにも  
時間がかかる



# ビジネスユーザーの期待に応えられない状況

システム部門やデータサイエンティストなど専門家は、ビジネスユーザーからの依頼に応えたくても、迅速に対応できない現実があります。

人材が限られているので、常に人材不足

優先度の高い課題が山積している

増え続けるツールの習得に時間が取られる

セキュリティやアクセス権の課題

データの取得や整備に必要な抽出、変換、読み込み、加工が複雑で時間を取られる



ユーザーとのコラボレーション手段の不足

# データの民主化を目指して

ビジネスユーザーの不満、システム部門やデータサイエンティストなど専門家の業務負荷など、企業が抱える課題を乗り越えて、誰もがデータから価値を引き出せるようになることがデータの民主化です。

データの民主化の実現を支援するツールとして、『セルフサービスBI』が重宝されています。ビジネスユーザーが使いこなせるセルフサービスBIは、ユーザー自身が分析やレポート作成を行えるため、システム部門やデータサイエンティストなど専門家の業務軽減も期待できます。

一方で、『セルフサービスBI』が普及するにつれて、「すでにBIユーザーはデータサイエンティストよりも多くの分析を作成している」という誤った見方もあります。

セルフサービスという用語が、あたかもユーザー自身の裁量ですべてをコントロールできる印象を与えているのかもしれない。

“ *Gartner Says Self-Service Analytics and BI Users Will Produce More Analysis Than Data Scientists Will by 2019* ”

# セルフサービスという神話

セルフサービスとセルフサフィシェンシー（自給自足）を混同しないようにしましょう。

## Self Service vs Self Sufficiency



### 【例：ファミリーレストランのドリンクバー】

多くのファミリーレストランでは、以前カウンターの後ろにあったドリンクバーを移動して、顧客が自由に好きな飲み物を取れる『セルフサービス』方式を導入しました。

しかし、『セルフサービス』は、場所を移動しただけでは成立しません。

十分な炭酸とシロップが利用でき、適切なフレーバーが準備され、必要なカップ、スプーン、およびストローがきちんと用意された状態を保つには、その舞台裏に専門のスタッフが必要となります。

また、衛生要件を満たすためには、ドリンクバーの保守、修理、清掃も必要になります。

顧客は好きな飲み物を好きなタイミングで注ぐことができるため、スタッフの準備作業をつい忘れてしまいそうになります。



# データの民主化には適切なサポートが必要な訳 1

ファミリーレストランでドリンクバーが滞りなく提供できているのは、専任スタッフが入念な準備と管理を行っているからです。

セルフサービスBIツールも同様に、ビジネスユーザーがBIツールから情報を取得する権限を得ても、システム部門やデータサイエンティストなど専門家が適切なデータソースの選定やデータクレンジング、さらには、ソフトウェアの修正や更新作業を行わなければ、セルフサービスBIツールを導入してもその効果は十分得られず、データの民主化も進みません。



## データの民主化には適切なサポートが必要な訳 2

また、ビジネスユーザーが正しい情報に基づいて意思決定を行えるように、システム部門やデータサイエンティストなど専門家のサポートが必要な例として、混同されやすい相関関係と因果関係の概念があります。

### 【例：アイスクリームと夏の関係】

アイスクリームの売り上げと水泳による死亡率が同時に増減するという事実は、アイスクリームが溺死を引き起こすということを意味するわけではありません。2つの傾向には「夏」という共通の相関関係があるのです。

システム部門やデータサイエンティストなど専門家は、ビジネスユーザーがデータの不十分な理解により誤った判断をしないように防止策をとる必要があります。

正しいデータを活用することがデータの民主化への近道です。





# データの民主化を促進させるBIツールとは

**組織独自のさまざまな要件に対応できるような柔軟性を備えていること**

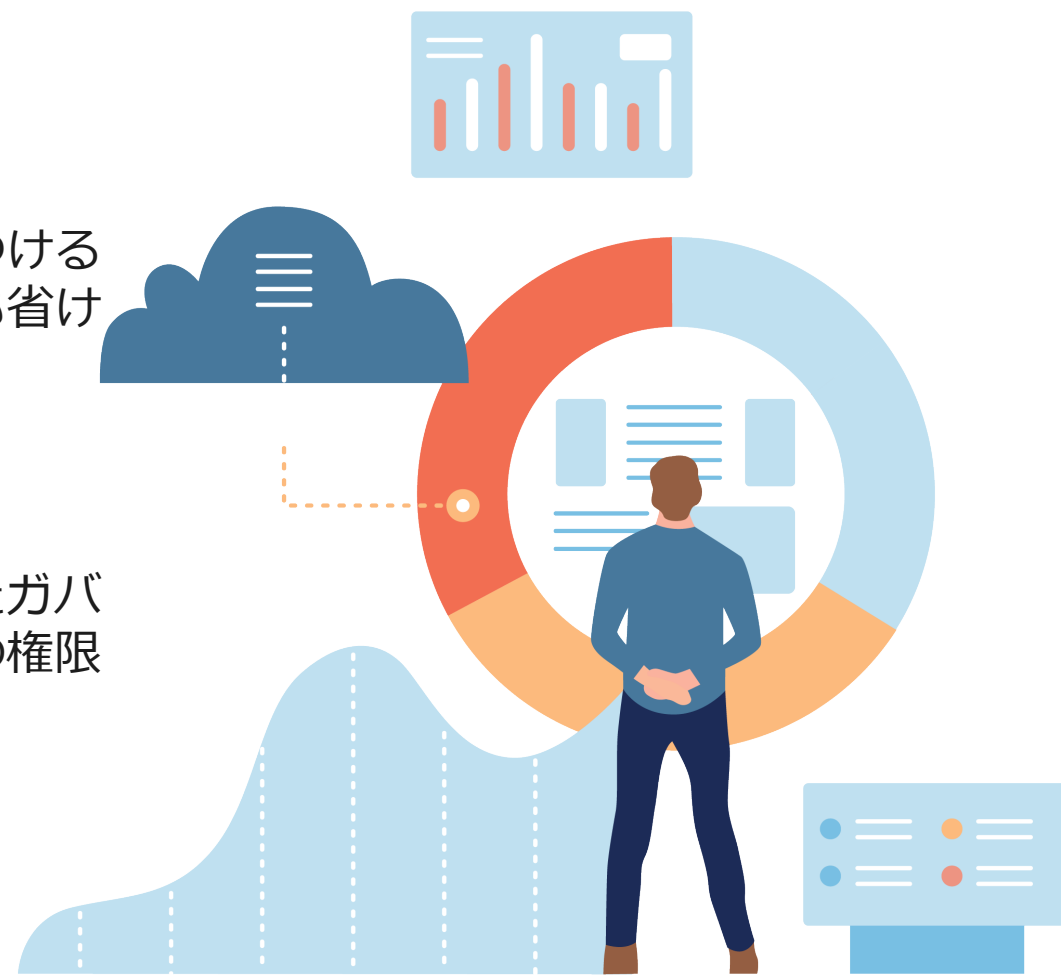
- 組織の要望に柔軟に対応できるBIツールを活用することで、システム部門やデータサイエンティストなど専門家は優先度の高い課題に集中して取り組めるようになります。

**ビジネスユーザーの使いやすいBIツールであること**

- ビジネスユーザーが実際に試して、新しい使い方を見つけることができれば、新たに開発するための技術者の手間も省けます。

**セキュリティとガバナンスの要件を満たしていること**

- 強力なセキュリティと監査制御とを組み合わせた優れたガバナンスにより、機密データを保護しながら、ユーザーの権限と関心に即したデータを活用させることができます。



# まとめ

BIツールを導入しただけでは、データの民主化は実現しません。

たとえセルフサービスBIを導入しても、システム部門やデータサイエンティストなど専門家の支援なくして、正確で安全なデータは整わず、データの民主化は進まないでしょう。

また、データが整ってからも、最新のデータを維持し続けるためにメンテナンスが欠かせません。データ量はデータ活用が進むにつれて、ますます増大していきます。それらのデータを適切に管理、メンテナンスするにはビジネスユーザーのサポートも必要です。

データの民主化を成功させるには、適切なBIツールを活用し、ビジネスユーザーとシステム部門やデータサイエンティストなど専門家の協力と連携が重要です。



# Edrington-Beam Suntory

## 社内プロセス合理化により、生産性72%アップを実現

### ■導入前の課題

- Edrington社とBeam Suntory社の合併会社であるEdrington-Beam Suntory社は、大量の外部データの統合の不備、長時間にわたる手作業でのレポート作業、さらに、古くなった営業データからではビジネスに活かせるインサイトが得られない、という課題を抱えていました。
  - レポート作成に膨大な時間がかかる
  - 日数が経過した営業データからでは正しい売上傾向を把握できないため、機会損失を招く
  - 販売店経由で入ってくるデータの正確性や信用性が低い上に、統合されずにサイロ化している
  - 各ブランドの営業チームからのデータをまとめて見ることができない

### ■導入効果

- 以前は3日間かかった月次売上レポートを、1時間以内に作成できるようになった
- 個々のブランドに関する売上データとマーケットシェアに関する情報を、リアルタイムに詳細なレベルで把握できるダッシュボードを構築し、ブランドごとの成績管理、販売戦略に役立てている
- 社内プロセスを合理化することで、生産性を72%向上させ、顧客とのやり取りに費やす時間を40%近く増やすことができた



社名：Edrington-Beam Suntory

所在地：U.K

URL：[www.edrington-beamsuntoryuk.com/](http://www.edrington-beamsuntoryuk.com/)

業種：小売

「ザ・マッカラン」をはじめ、スコットランドを代表するスコッチウイスキーを持つスピリッツメーカーEdrington社と「ジムビーム」などの蒸留酒生産者であるBeam Suntory社との合併会社。UKにおける営業販売、マーケティング、ディストリビューションを展開しています。



# テーラーメイド ゴルフ

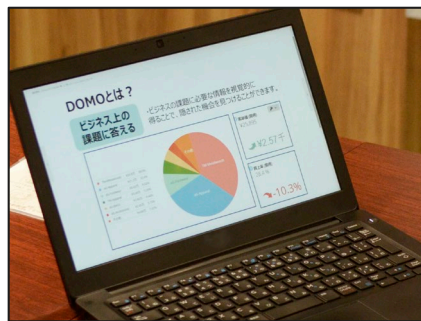
## 経営陣から店舗スタッフまで徹底したデータドリブン組織への変革に成功

### ■導入前の課題

- ・ 売上の実績など現状を確認するための資料作りに工数がかかりすぎていた
- ・ リアルタイムの売上把握ができていなかった
- ・ 資料作成者によって集計結果が異なることがあり、適切な意思決定ができていなかった

### ■導入効果

- ・ データ集計のための工数が不要になり、その分、データから得られる情報を基に考え、行動する習慣がついた
- ・ 店舗ごとの売上を15分単位で把握でき、適切な接客対応に活かせるようになった
- ・ 売上目標の達成度合いを店舗間で比較できるようになり、スタッフのモチベーションが向上した



リテールオペレーションの畠山氏は販売員が次のアクションを考えられることを目指し、研修を実施。データに基づく意思決定を行うというDomo導入目的をしっかりと伝え、データを元に判断できる体制を整えた。



売上を伸ばしている店舗の秘訣を聞き他店舗でも展開。店舗間のコミュニケーションを通して切磋琢磨する風潮も生まれた。また、売上の影に隠れていた客層、来店時間、購入金額が可視化。



社名：テーラーメイド ゴルフ株式会社

所在地：東京都江東区青海

URL：[www.taylormadegolf.jp/](http://www.taylormadegolf.jp/)

業種：小売業

2019年に創立40周年を迎えるテーラーメイドゴルフ株式会社は、ゴルフ用品やスポーツウェアなどの開発、製造、販売を手がけている。歴史あるスポーツであるゴルフ業界において革新的な商品を次々と生み出し続け、一般のプレイヤーだけでなく著名なプロゴルファーからも信頼の厚いゴルフ業界のトップブランド。

“例えるならDomoは自動車のメーター。導入以前はメーターを表示させるためのデータ集めに苦労していました。今は、Domoを見れば走行状況や車の状態を把握できるので、行き先や安全運転など本来注力すべきことに気を配れるようになりました。無駄を省いて、売上を上げるための施策を考える時間を増やせたこと、従業員の意識が変わったことからDomoを高く評価しています。”



# ローソン

## 優れたユーザビリティで即座に効果検証と改善アクションが可能に

### ■導入前の課題

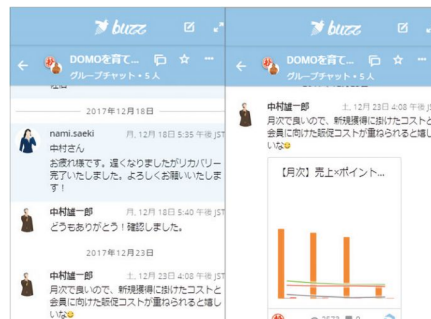
- 意思決定に必要なデータの加工やレポートの作成に多大な時間と手間を費やしていた
- 会議が単にレポート確認の場となっており、建設的な議論ができていなかった
- 新規ユーザー獲得キャンペーンの結果が見えるのが遅く、適切な改善が行いにくかった

### ■導入効果

- 役員が自らモバイルでデータをリアルタイムに確認し、データドリブンな組織文化を形成
- 社員が直接データへアクセスして検証した仮説を持ち寄り、会議が施策を議論する場になった
- 効果検証と改善アクションをリアルタイムに実行し、注文数10倍を達成



「モバイルでも使うことで、時間や場所を問わずビジネスの現状を簡単に把握できるようになりました」中村本部長は通勤や出張の移動中にも頻繁に活用するという。



リーダー自らがBuzzを活用することで、スピーディにデータ共有だけでなく、チームのデータに対する意識を高めている。



# LAWSON

社名：株式会社ローソン

所在地：東京都品川区

URL：<http://www.lawson.co.jp/>

業種：コンビニエンスストア「ローソン」のフランチャイズチェーン展開

「私たちは“みんなと暮らすマチ”を幸せにします。」が企業理念のローソン。少子高齢化が進む日本の中で、人々の生活にとって「なくてはならない」存在のコンビニエンスストアを守り続け、商品力、売場力、新店力の強化を進めるとともに、次世代システムへの投資など店舗生産性の改善にチャレンジする。

“役員自ら毎日モバイルでデータに触れながら仮説検証ができ、これまで負荷の大きかった検証も今ではリアルタイムに行え、施策の精度が大きく向上しました”

中村 雄一郎 氏  
株式会社ローソン  
理事執行役員  
ラストワンマイル事業本部長  
兼 ロピック商品部長





# DOMOはデータの民主化をワンパッケージで支援するBIツール

データの民主化に成功した企業が導入しているのは、クラウド型BIツールDomo（ドモ）です。

数あるBIツールの中でもDomoは、分析を専門に行うアナリストのためのものではなく、ビジネスリーダーが意思決定を行うために開発されたソリューションです。





無料でDomoを試してみよう

Domo 無償トライアル : <https://www.domo.com/jp/start/free>

お問い合わせ先 : [info-jp@domo.com](mailto:info-jp@domo.com)