

データガバナンスと活用を両立させ、 データドリブン経営を可能にする基盤とは？

2021年3月4日
日本電気株式会社
山川 聰

Orchestrating a brighter world

NECは、安全・安心・公平・効率という
社会価値を創造し、
誰もが人間性を十分に發揮できる
持続可能な社会の実現を目指します。

本日お話すこと

- データドリブン経営とは
- データドリブン経営のプロセス
- データドリブン経営を実践するうえでの課題
- データドリブン経営を支えるプラットフォーム

自己紹介：山川 聰（やまかわ さとし）



プロフィール

- 日本電気株式会社 ディジタルビジネスプラットフォームユニット
ディジタルビジネスオファリング本部 シニアマネージャー

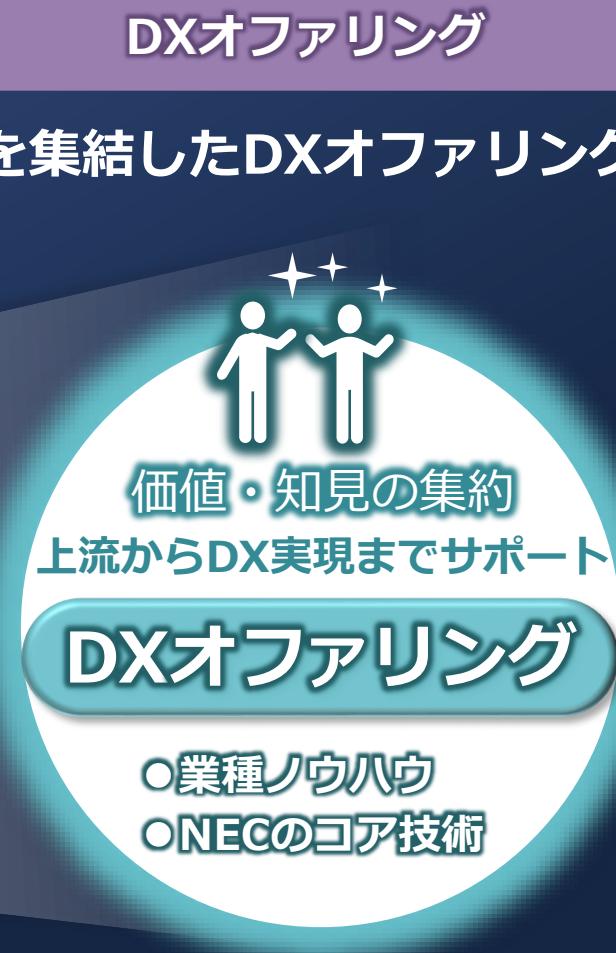
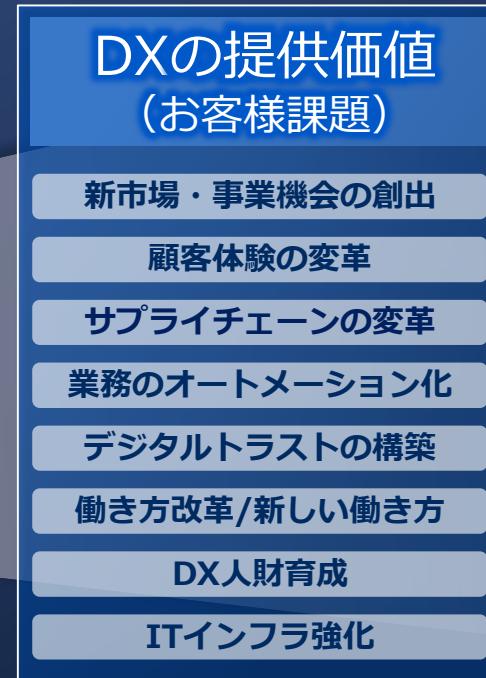
経歴

- データストレージ・データマネージメントシステム事業を中心に20年の経験
- ストレージシステムの仮想化・分散型システム化・省エネ運用等に関わる研究開発
- Hadoopを中心としたシステム基盤事業、ソリューション開発事業の立ち上げ
- システムアーキテクトとしてデータ活用基盤の導入支援・保守運用支援を主導
- 2020年4月～ 現職



ビジネスプロセス

- お客様の経営課題や顧客価値を基にNECの知見を集結したDXオファリング
- スピーディーにお客様のビジネス変革を実現



- DXを実現するグローバル共通デジタルプラットフォーム
- グローバルで統一したアーキテクチャ（設計思想）





- 多様な顧客行動、モノの動きをリアルタイムで把握、見える化や分析シミュレーションを行い、データドリブンを加速

容易なデータアクセス・分析

非接触認証、多様な行動・状況の把握

リアルタイムデータの即時活用



活用 シーン





データドリブン経営とは

本日の想定視聴者



CxO



事業部門



DX部門



データ分析部門



IT部門

データドリブン経営とは

データ (Data) と業務 (Ops) を結び付けた
価値創造サイクルが定着化している経営



『ビジネス課題の正解』は繰り返しの中にのみ

これからの大規模なデータ活用の潮流

政策でのEBPMの適用、DataOpsへの対応増によって、データを用いたPDCAへの取り組みがますます重要に

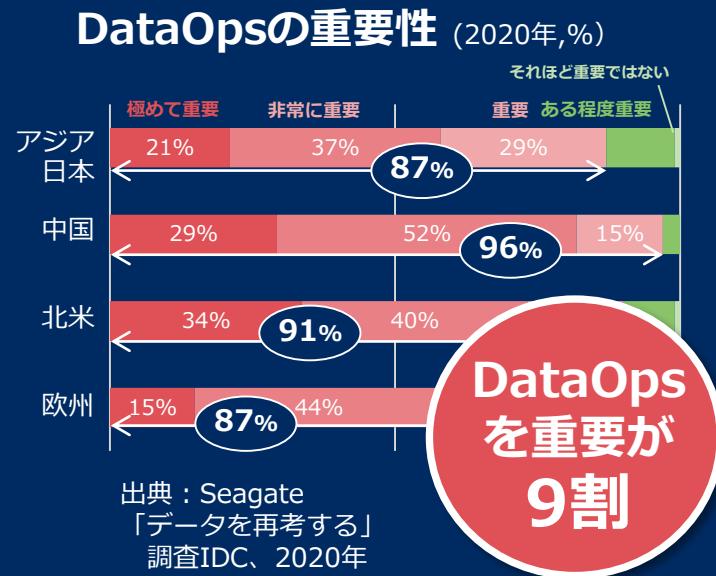


Evidence-Based Policy Making

統計データや各種指標等、客観的エビデンス(根拠や証拠)を基にして、政策の決定や実行を効果的・効率的に行うこと

「ランダム化比較試験」
を採用した研究が2019年
ノーベル経済学賞受賞

政策効果をバイアス(偏り)なく
測定するために、政策を与える人
と与えない人をランダムに決めて
両者の比較を行う



データドリブンの実行はしんどい

Not データドリブン

この施策で、売上を10%アップすることを目指したいと思います。

それは本当にできるのか

今このサービスを10%伸ばすことは、今期の業績にとっても重要なので、何が何でもやり遂げるべく、全力で取り組みたいと思います。

勘と経験

データドリブン

売上アップのための本施策は成功確率80%で、20%はうまくいかない可能性があります。

リスク要因として、①XXX ②XXX ③XXX があり、それぞれにこういう対策を打ちます。

その結果、見込まれる売上増は、5%となります。

データに
裏付けられた施策



データドリブン経営のプロセス

ビジネス課題の解決に向けた「数値」に基づく施策実行と効果検証の繰り返しサイクル

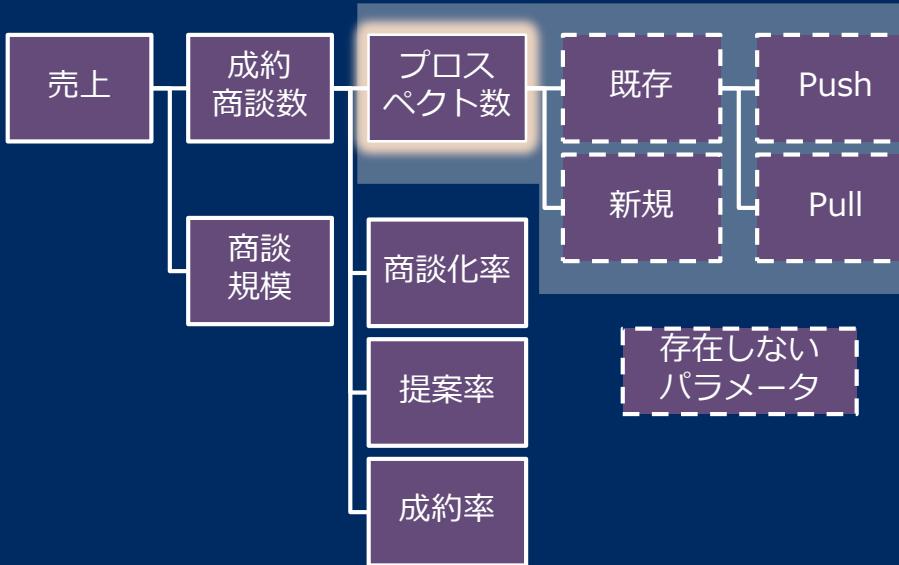


販促活動の基本である「数値意識」を根付かせる

ビジネス課題定義

- プロスペクト拡大
50件→90件
- 「数値意識」希薄。
場当たり的な活動
になっている

ビジネス構造のKPI化



施策検討

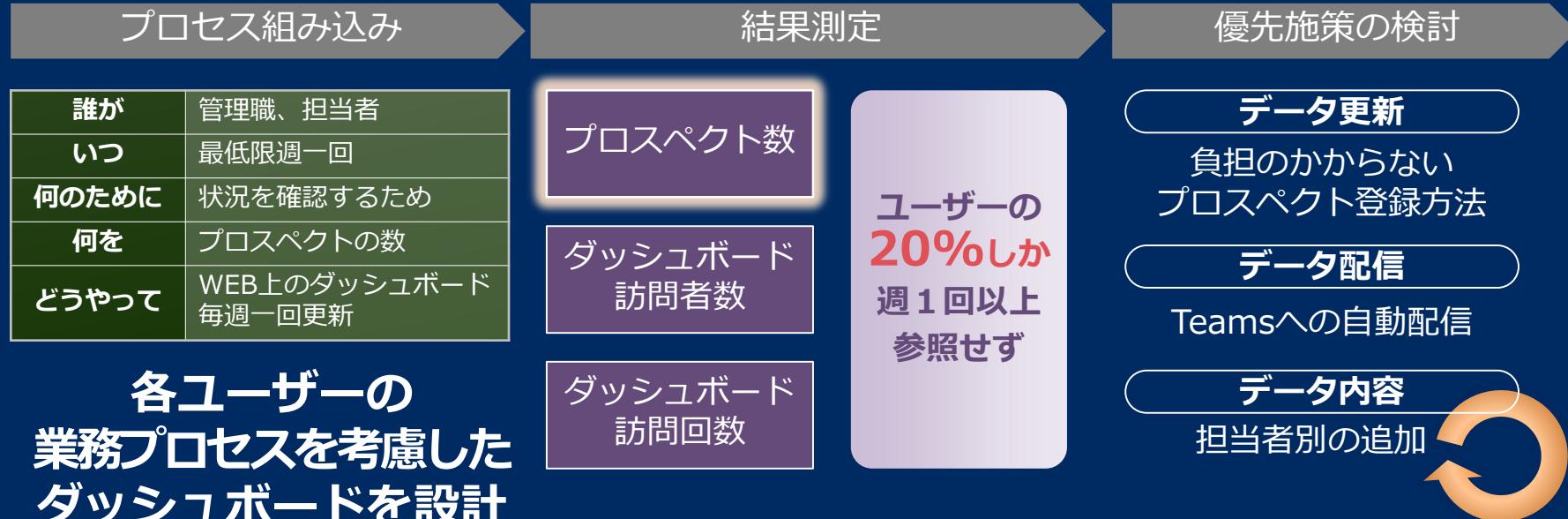
ダッシュボード
制作

報告を数値で行う

査定を数値実績で
行う

「数値意識」を根付かせる工夫

実行/仮説検証サイクル





データドリブン経営を実践するうえでの課題

データ活用が経営戦略のカギとなることを理解し、実際の取り組みを始めようとした時、いくつもの壁に直面



プラットフォーム観点

別の業務領域にある
データへのアクセスが困難

多様なデータの
取り込み加工・分析処理に
時間がかかる

部署やシステムごとに
ツールがバラバラ

データ観点

データ活用のスキルが
一部のメンバーに属人化

期間・粒度・連続性が異なり
データ品質が担保できない

データの入力率・
正確性が低い

ビジネス観点

データ収集が目的化し
今後の方向性が見いだせない

施策が単発バラバラで
PDCAサイクルが回らない

現場の理解を得られず
業務サイクルが定着しない

データの入手が大変

どこの誰がデータを保有しているか、ようやくわかった後…



全社セミナーと各事業ラインで開催しているセミナーの集約状況と満足度を比較し、改善施策をまとめるように言われています。セミナー関連情報を提供いただけませんか？



そのデータを提供すると、どのような効果的な結果が出ますか？効率が悪いということになって、あとで問題になると困るので



効果はデータを見てみないとなんとも言えなくて、ご迷惑を掛からないように気を付けますので。



上司に確認してから回答しますね。

なんとかデータを入手した後、データを確認してみると…



既存データと入手したデータで**企業名や業種の記載がバラバラ**でデータをまとめて集計できない…



入力ミスやデータの欠落が多くて使えるデータがほとんどない…



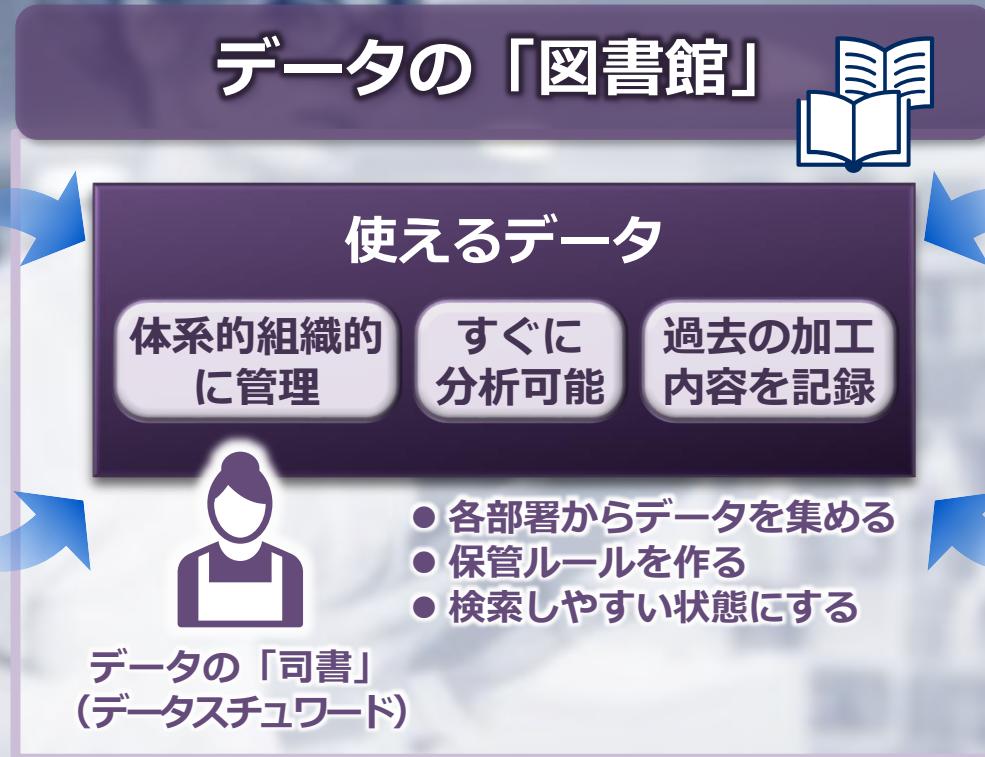
既存データと入手したデータで**顧客IDが揃っていない**ためデータを結合できない…



入手先部門のセキュリティポリシーが厳しく、**欲しい情報が削除**されている…



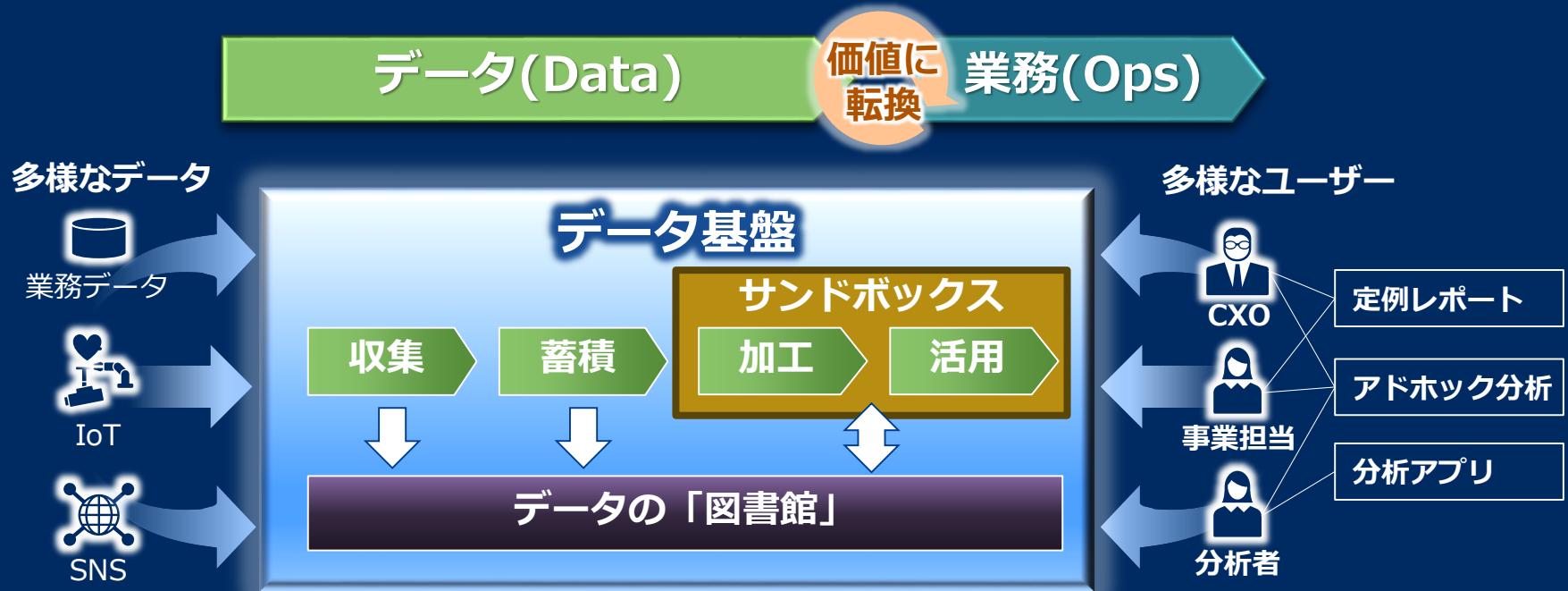
『使えるデータ』を管理するデータの「図書館」



使いたい人が、使いたいときに、使いたい形で 自由にデータを利用



多様なデータが使える状態で管理され、 多様なユーザーが共同で分析できるプラットフォーム



ケース 1

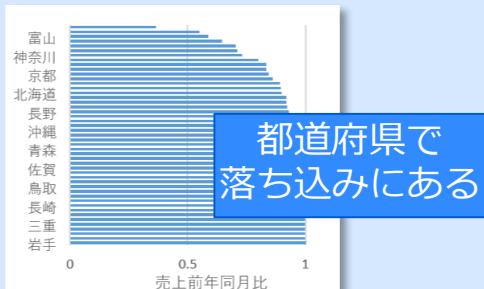
関係者でデータを見ながら、分析を試行錯誤できる
サンドボックスの活用により、意思決定を迅速化

ケース 2

分断していたデータを「使えるデータ」とすることで、
マーケティング費用配分を最適化



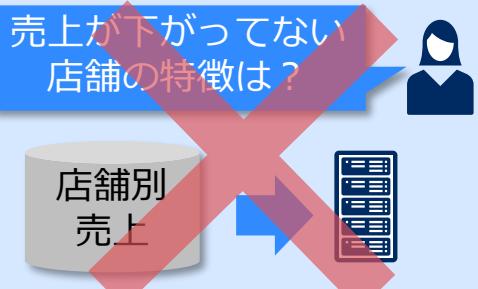
都道府県別売上 (前年比)



売上-感染者数の関係分析



ある県のドリルダウン



定型レポート中心で、変化に応じた柔軟なデータ分析ができない

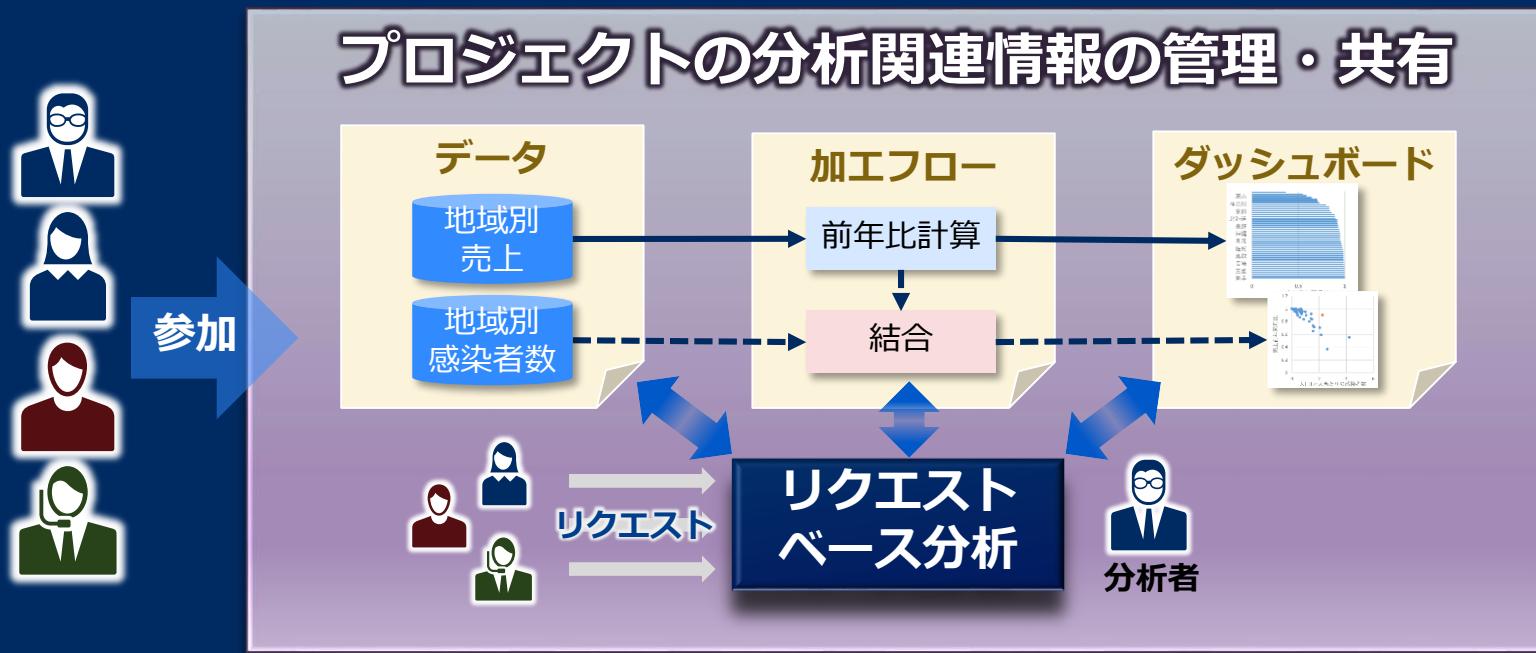
課題：データ保有者と調整が必要で、データ入手に時間がかかる



課題：関係者の分析要望に対し、すぐに試行できない



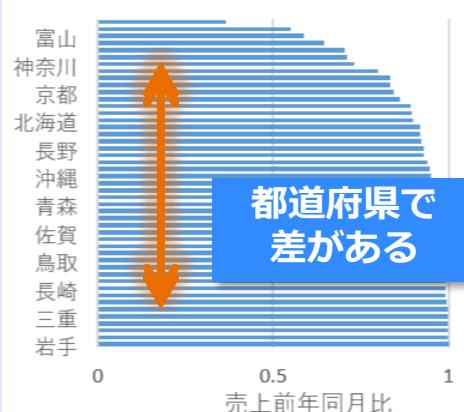
プロジェクト単位に分析を試行錯誤できる 『 サンドボックス 』の活用



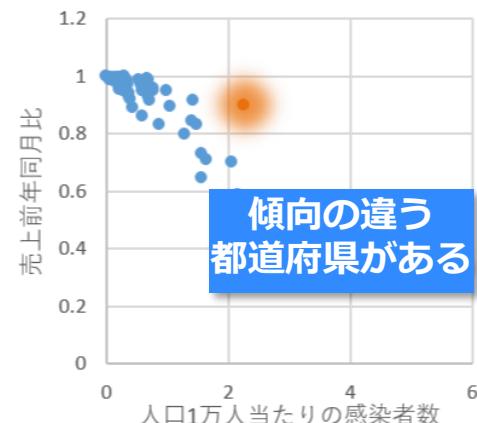
ケース1: 商業店舗における施策の検討

結果

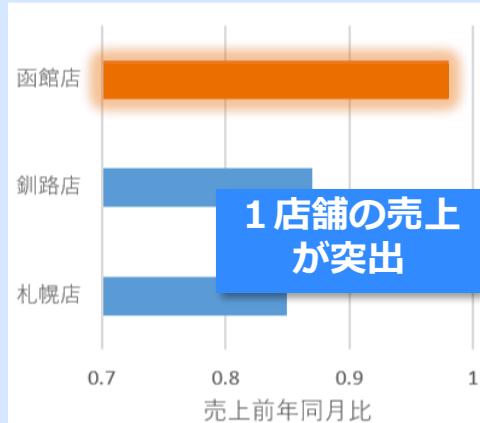
都道府県別売上 (前年比)



売上-感染者数の関係分析



ある県のドリルダウン



COVID-19の影響は出ているか？



売上の落ち込みは感染者数と相関がありそう

北海道だけ売上が下がっていないか？

その店舗は、BOPISの試行店ですね



BOPISを全店舗に展開しよう！



マーケ担当

成約に繋がりやすい優良顧客を
獲得できる施策に費用を集中し、
投資対効果を向上させたい

マーケティング部門

事業部門

営業部門

部門ごとに個別のKPI管理を実施しており、集客コストと成約の関連が不明

Before



KPI: 会員獲得コスト

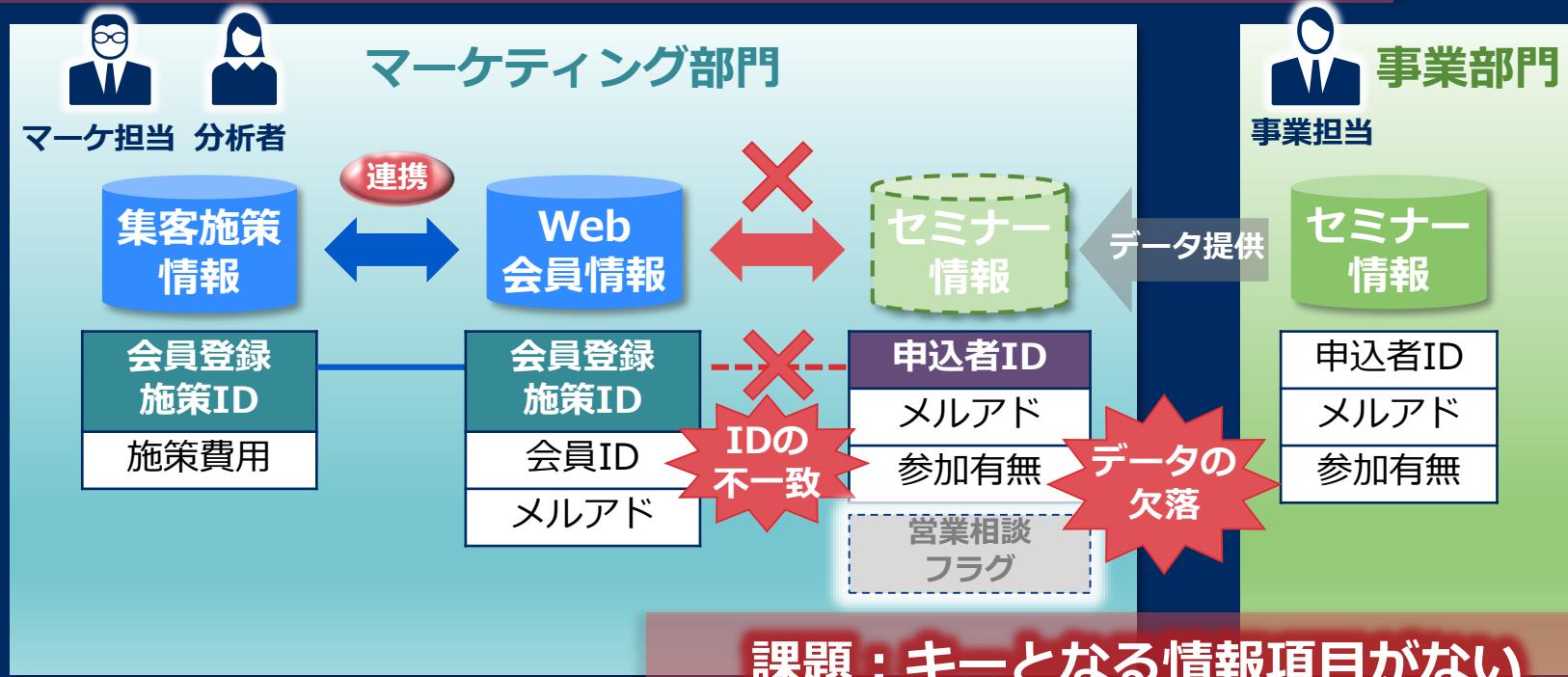
部門を超えたKPI管理を実施し、成約に対する貢献で集客コストを最適化

After

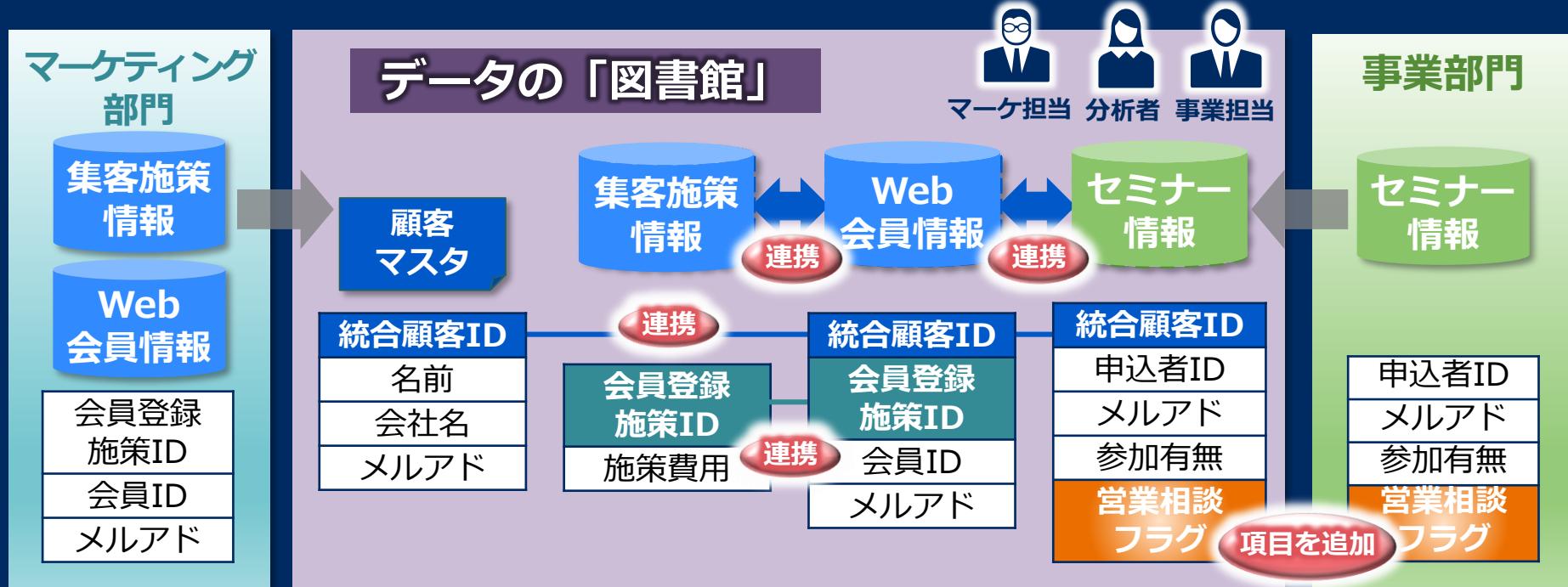


KPI: 案件獲得コスト

課題：他部門のデータがつながらず、一気通貫で見られない



データ管理基盤でデータを一元管理 顧客マスタを設けデータを紐づけ



営業案件獲得コストを元に動画広告への配分を増やして最適化し、費用あたりの獲得営業案件数を20%向上

KPI:会員獲得コスト
ベースのランキング

1. リスティング広告
2. ディスプレイ広告
3. SNS広告
4. **動画広告**

⋮

広告形式	会員獲得コスト	獲得案件数	費用あたりの獲得案件数
リスティング広告	1,200	100	1.2
ディスプレイ広告	1,500	80	1.875
SNS広告	2,000	60	3.33
動画広告	3,000	120	2.5

KPI:案件獲得コスト
ベースのランキング

1. リスティング広告
- 2. 動画広告**
3. ディスプレイ広告
4. SNS広告

⋮

データドリブン経営～定着のための3つのポイント

キーマンの 早期巻き込み

成功体験の共有

仕組み化

データドリブン型
経営を進めるという
意思表示

データ活用効果の
体感

業務プロセスへの
組み込みにより
あたりまえに

改善を
繰り返す

データの
根拠を問う

データで
目標を設定

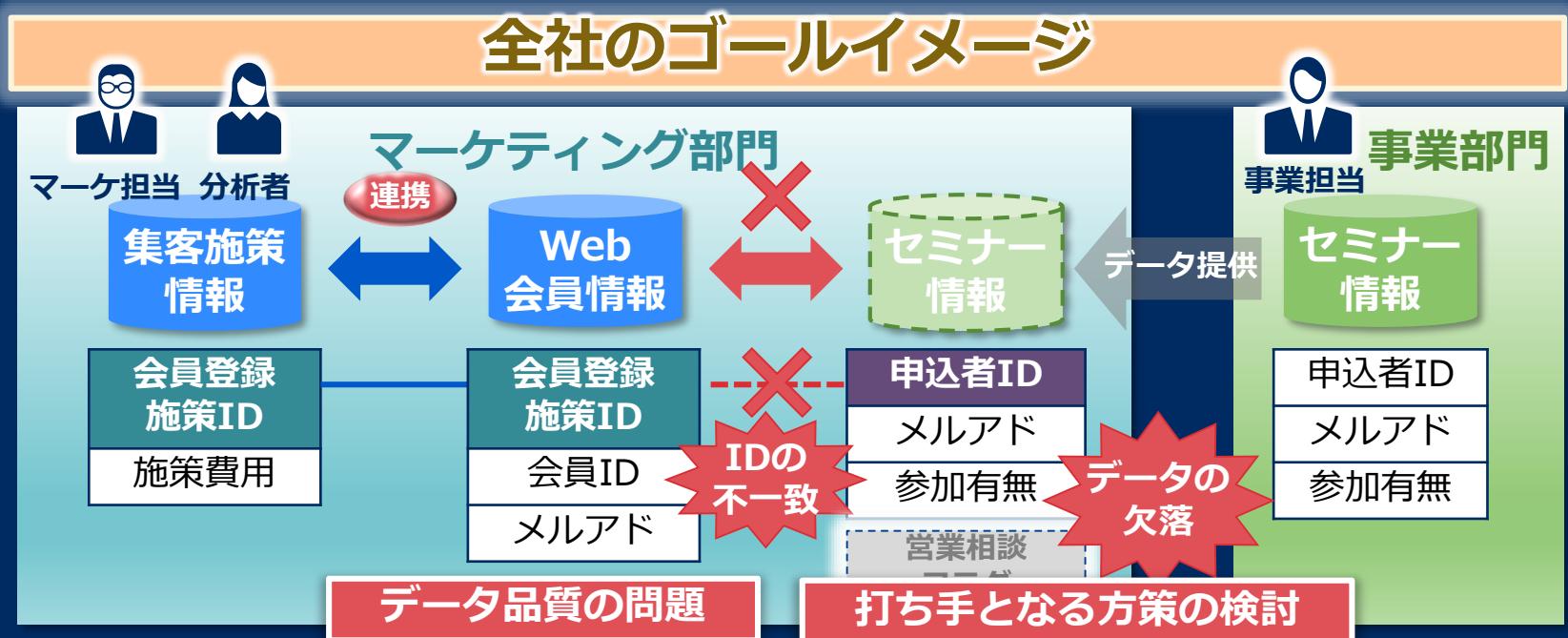
ポイント1：キーマンの早期巻き込み

全社のゴールイメージを共有し、ほかの部門へのデータ提供に合意できるキーマンのいる部門から進める



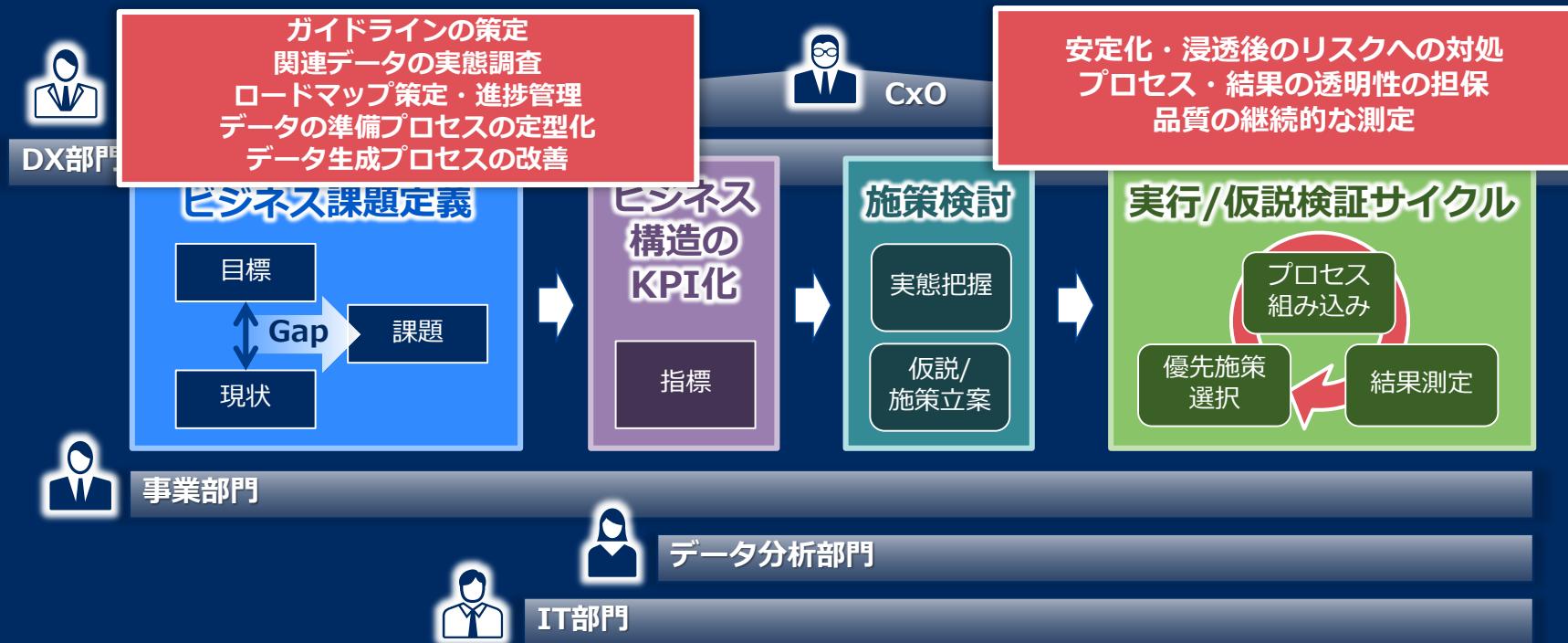
ポイント2：課題の洗い出し・成功体験の共有

データの連係は地道な作業。ある程度の割り切りで、
できる範囲から成功体験を積み重ね
次の活動につなげるための課題を明らかにする



ポイント3：仕組み化

データドリブンな成功体験が増えるためのルール化・
仕組み化。必要であれば業務自体も変えていく





データドリブン経営を支えるプラットフォーム

データドリブン経営を支えるプラットフォーム

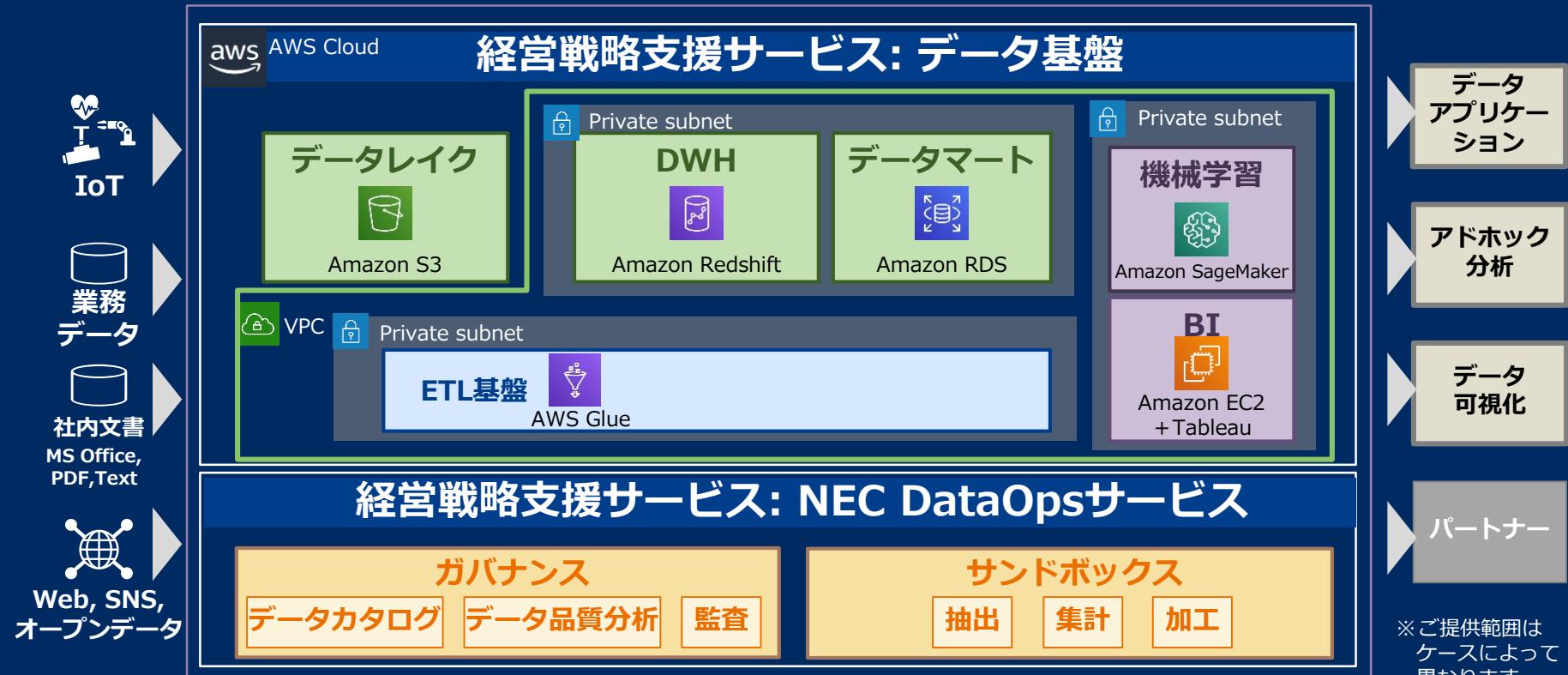


仕組みを支える実行基盤

業務を改善・実行に回す人

両面をターゲットとした支援

データドリブン経営戦略を支える実行基盤



システム運用の負担を軽減する統合マネージドサービス

経営戦略支援サービスの活用で運用コストを40%削減

一般的なデータ基盤

機能ごとの個別運用サービス



IT部門による運用統括：必要

経営戦略支援サービス

基盤全体のマネージドサービス



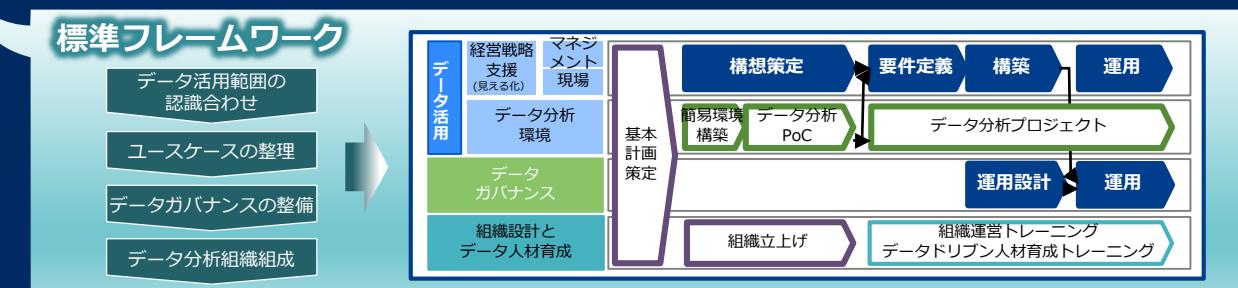
IT部門による運用統括：必要なし

データドリブン経営をワンストップでご支援

戦略策定から、データ活用の基盤構築、組織の立ち上げ、分析人材育成までの実行、定着化を継続的に支援



是非
ご相談ください！



お客様のDXを推進する環境整備に向けた全体構想企画を行う 『データ活用基盤導入企画支援サービス』を提供

課題と現状

データ
収集



課題：蓄積された就業履歴データや勤怠管理データを
活用した現場の「労務安全モデル」構築など
データ活用の促進

現状：データの欠損、統合キーがないなど品質の問題
でせっかく蓄積したデータが利用できない

解決への取り組み

ユースケースベースでの設計と検証



【提供成果物】

- ・ 代表ユースケース
- ・ データ活用システムアーキテクチャ
- ・ データアーキテクチャ
- ・ データ管理例と手順書
- ・ システム検証結果報告

お客様とともに
データドリブン経営を推進していく中で
多くの経験を積み重ねてまいりました

NECは、この長年培った実績とノウハウに
新たな技術や保有する研究技術を組み合わせ
お客様の経営戦略を支援いたします

経営者必見！データドリブン経営の勘所～ビジネスを成功に導く、データ活用とは～

経営戦略につなげるデータ活用、データドリブン経営が注目されています。しかし、

どこから手をつければよいのか分からない

ツールを導入し、データを集めたものの、うまく活用できない
という相談の声を多くいただいている。

データもあれば、分析ツールも導入したはずなのに、なぜ多くの企業は、データを活用して価値を
生み出すことができていないのでしょうか？

今回は、データドリブン経営を始めた方、始めたものの課題をお感じの方に向け、事例を紹介
しつつ、お客様のビジネスを成功に導くデータ活用の方法について、対談形式で迫ります。
この機会にぜひご参加ください。

開催概要

日時 2021年3月16日（火） 14:00～15:00（受付開始 13:30）

会場 Webセミナー

※開催URLや接続方法はお申込みいただいた方にご案内します。

※本セミナーは「Zoom」を利用して開催します。

主催 日本電気株式会社 参加費 無料（事前登録）

定員 200名

対象 全社のデータを統合し、業務への活用をお考えの方。
データドリブン経営にご興味のある方
※同業のお客様は、お断りさせていただく場合がございます

お申込み方法

下記にアクセスの上、お申し込みください

URL <https://jpn.nec.com/event/210316datadriven/>
QRコード



お申し込み締め切り 2021年3月15日(月) 12:00

\Orchestrating a brighter world

NEC