



会社概要

株式会社 QVC ジャパン

<https://qvc.jp/>

業種：テレビショッピング

従業員数：

1,500名 (2016年4月末現在)

資本金：11,500百万円

所在地：千葉県千葉市美浜区ひび野2丁目1番地1

事業内容：

QVC ジャパンは、米 QVC, Inc と三井物産株式会社の出資により 2000 年に設立された、テレビショッピングを主体とする通信販売業者。米 QVC は 1986 年にペンシルバニア州で誕生、Quality(品質)、Value(価値)、Convenience (利便性) を徹底して顧客に届ける理念が、そのまま社名となっている。QVC ジャパンが放送を開始したのは 2001 年。それ以来、QVC ならではの魅力的なショッピング体験を楽しんでもらうため、世界レベルのカスタマーサービスと魅力的な商品を提供し続けている。

導入製品

導入時期：2017 年 8 月

導入製品：

Tableau Creator ライセンス数：21

主な利用環境：社内 DWH、SAS

導入に要した期間：約 6 か月

顧客行動やロジスティックなどの莫大なデータをスピーディに可視化し、BI活用を推進 24時間いつでもTVショッピングでの最高のお買い物体験を目指す

Before 導入前の課題

20 ページのマンスリー分析レポートを社内 DWH から SAS でデータ抽出し、さらに Excel や PowerPoint でまとめたため、毎回アナリストが 1~2 日かかりきりになっていた。

After 導入後の効果

レポートが瞬時に作成されるようになり、警告サインの早期発見が可能になった。また業務の専門家によるデータの見える化や、ビジネスへの直感的な活用も容易になった。

導入の背景

株式会社 QVC ジャパンは、テレビショッピングを主体とした通信販売業界で世界有数のリーディングカンパニーである、米 QVC, Inc の日本法人です。QVC は米国本社と日本の他、ドイツ、イギリス、イタリア、フランス、中国でテレビショッピングを展開。世界 3 億以上の世帯に向けて番組を放送しています。日本国内でも「スカパー！」や「ひかり TV」、「J:COM」、「BS11」、「BS 日テレ」、「BS12 TwellV」などで番組を配信する他、全国各地のケーブルテレビ局も積極的に開拓。2018 年 12 月 1 日より、BS4K の 12 チャンネル (4K QVC) でピュア 4KHDR 放送を開始した。日本の隅々まで放送網を張り巡らせることで、多くの顧客のニーズに応えています。

「お客様に喜んでいただくには、お客様のプロフィールや購買行動、お客様の声などのデータを分析し、お客様を理解する必要があります」と語るのは、QVC ジャパン ファイナンス&ストラテジー コンシューマーインサイト&アナリティクスでアナリストを務める牧野 翠氏。そのため、顧客データなどを様々な観点からまとめた、分析レポートを作成している。

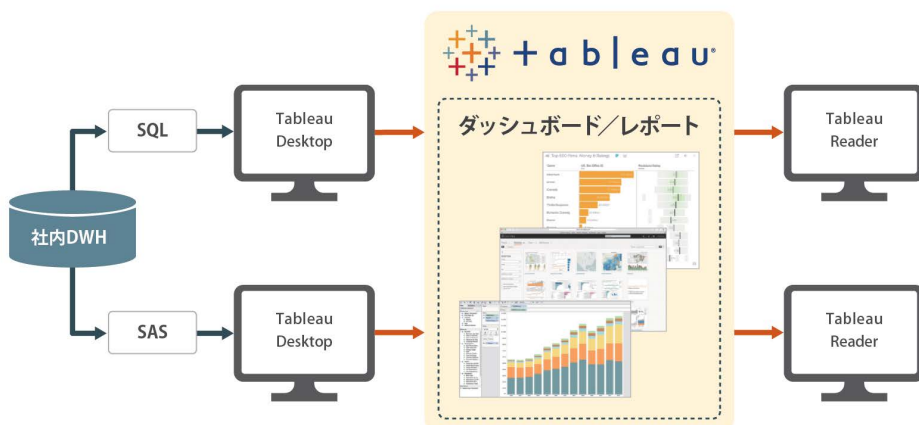
以前は、20 ページのマンスリー分析レポートを社内 DWH から SAS でデータ抽出し、Excel シート化、さらに PowerPoint でまとめていました。これを毎回 1~2 日、アナリストがかかりきりになって作成していたのです。

「しかしこのような方法ではデータ活用までに時間がかかるため、スピーディな意思決定が困難です。常に新しい価値を創造し、24 時間いつでもお客様に最高のお買い物体験をお届けするには、社内データを速く正確に可視化できる仕組みが必要だと考えていました」。

Tableau 導入・運用環境

スピーディな意思決定という課題を解決するために活用されているのが Tableau です。本格的な活用が始まったのは 2017 年 8 月。まずは Tableau Desktop を 3 ライセンス使用し、定例レポートを Tableau へと移行する取り組みが行われました。その後、顧客分析、商品分析、コールセンター、ロジスティック、マーケティング分析、編成データ分析などへと用途を拡大し、お客様満足度の向上やビジネスの効率化に取り組んでいます。

当初はアナリストを中心に活用を進め、Tableau の使い方を確立。2018 年 4 月からはアナリスト以外にもユーザーを拡大していきました。そのために Tableau 活用促進リーダーを立て、データ分析初心者向けの社内研修も開催。





お客様プロフィール

お名前: 牧野 翠 様

役職: アナリスト

部門名:
ファイナンス&ストラテジー コンシューマー
インサイト&アナリティクス

主な担当業務:
IT系企業でデータマネジメント業務に従事
した後、QVC ジャパンに入社。高度なデー
タ分析技術を活用し、顧客分析やアンケー
ト分析などを、SAS と Tableau によって行っ
ている。

Tableauについての質問

Q1. Tableau で感動したことは？

「多様なダッシュボードやレポートを簡単に作成できることです。最初は操作方法がわからなくても、触っているうちに理解できます。またビジュアルも非常にきれいです」

Q2. Tableau 導入後の変化は？

「分析結果を Excel や PowerPoint でまとめた頃はケアレスミスが発生しやすかったのですが、Tableau に移行してからはこのような問題が解消されました。データ更新を行うだけで、最新の分析結果を正確に提供できます」

Q3. Tableau でしたいことは？

「今後は Tableau Server も導入し、分析結果の提供を完全に自動化したいと考えています。これによってビジネススピードはさらに向上するはずですが、意思決定につながる仕事では、正確さと速さが不可欠です。最終的にはリアルタイムでデータを可視化し、経営判断に直結する仕組みの確立を目指します」

Tableau Desktop のライセンスも追加し、現在ではアナリティクス部門、ファイナンス部門、マーケティング部門、マーチャンダイジング部門などで、計 21 ライセンスが利用されています。また Tableau レポートの参照を希望する社員には Tableau Reader を配布。Tableau の全社展開を積極的に推進しています。

現在のデータの流れは図に示す通りです。まず社内 DWH から SQL または SAS でデータを抽出。そこから CSV ファイルで Tableau Desktop へとデータを移し、あらかじめ作成されたダッシュボードやレポートを更新します。更新されたダッシュボードやレポートは、社内に約 60 台ある Tableau Reader 端末からも参照可能です。

Tableau 選定の理由

データ分析や可視化のツールとして Tableau を選んだ理由は、大きく 4 点あったと牧野氏は説明します。

第 1 は Excel と PowerPoint の作業をひとつのツールで行えること。

第 2 はマネージメントのレポートシステムが老朽化し、将来的に Tableau をレポートシステムとして使えると考えたこと。

第 3 はユーザーフレンドリーであり、アナリストでないユーザーでも手軽にデータ分析できること。

第 4 はビジュアルの美しさ。「Tableau の表示は完璧で、他のどのツールにも負けないと思います」と牧野氏は語ります。

個人的には、「戻る」ボタンをクリックすることで、どこまでも戻れることが非常に嬉しいです。「操作した結果うまくいかなかったとしても、いつでも元に戻せるという安心感があります。そのため気軽に様々なことを試せます」。

Tableau 導入効果

Tableau の導入は、以下のような効果をもたらしています。

警告サインの早期発見が可能に

以前は時間がかかっていたレポート作成が Tableau 導入後は、「更新」ボタンをクリックするだけで、瞬時に作成が完了します。作成作業の手間がかからなくなった結果、警告サインの早期発見ができるようになりました。数値の異常を発見した時は深堀分析を行い、原因を瞬時に明らかにし、より優れた意思決定へと繋げています。また Tableau は強力なフィルタリング機能を装備しており、閲覧者がこれを利用することで自由にビューを変更できるため、レポートのページ数も半分程度に削減され、レポート参照者にとっても効率的に現状が把握できるようになりました。

業務の専門化による業務に直結したデータの見える化に成功

Tableau は、BI 活用を行いたいアナリスト以外の社員にとっても手軽に使える分析ツールだと思います。例えばファイナンス部門では、ファイナンスの専門家自らが、Excel のレポートを Tableau に置き換えることで、データ集計に費やされる時間を 8 割近く削減しています。以前はアナリストが SQL で抽出したプログラムを実行し、Excel でレポートを作っていました。Tableau 化するにあたり、業務を熟知したファイナンスの専門化たちが DWH のデータを理解し、レポート設計を行っていることから、業務に直結したレポート作成に繋がり、アナリストが間に入って作成するレポートよりも価値のあるレポート作成を可能にしています。

データを直感的にビジネスに活用可能

Tableau の美しいダッシュボードはデータを直感的に理解できるため、ビジネスにも素早く活かせるようになっていきます。システム開発のような大掛かりなステップを踏まずに、タイムリーで美しい定例レポートが作成できることも Tableau の優れたところだと思います。

例えば、顧客行動がひと目でわかるようになり、お客様のことをより深く理解できるようになりました。キャンペーンを行う場合、その結果を日次で分析し、翌日には次の手を打つ、といったことも可能になりました。また顧客アンケートの結果を Tableau で分析するようになってからは、顧客満足度の変化や問題点も感覚的にわかるようになっています。

今後の展開について

今後は Tableau Server を導入し、データ更新の完全自動化を目指しています。

「データ分析のように意思決定につながる業務では、正確さと速さが不可欠です」と牧野氏。データ更新の完全自動化が実現できれば、よりの確な意思決定を、短時間で下すことが可能になるといいます。「お客様行動などをリアルタイムで可視化できれば、お客様に満足していただける商品やサービスの提供もよりスピーディに行えるようになります。最終的には、データの力を最大限に発揮できる Tableau のアウトプットを、経営判断に直結できる仕組みを確立していきたいと考えています」。

「何よりも私達の強みは、24 時間のテレビショッピングのデータが豊富に揃っていることです。これはデータ活用をする上でとても恵まれた環境であり、まだまだ高度なデータ活用が可能です。お客様一人ひとりに心から喜んでいただけるサービスをデータから導き出して、提供するために Tableau 活用を開拓し、チャレンジし続けたいと思います」。

無料トライアル版をダウンロードして、ぜひ Tableau をお試しください。

<http://www.tableau.com/ja-jp/trial>

Tableau Japan 株式会社 (Email: japan@tableau.com)