



7iDを軸とした各種データをTableauで可視化 最終的には現場部門でのデータドリブン文化定着を目指す

会社概要

株式会社セブン&アイ・ホールディングス

<https://www.7andi.com/>

業種：小売業

従業員数：
138,808名（連結、2020年2月末現在）

資本金：500億円（2020年2月末現在）

所在地：〒102-0084 東京都千代田区二番町8-8

事業内容：
株式会社セブン&アイ・ホールディングスは、セブン・イレブン・ジャパン、イトーヨーカ堂、そごう・西武、セブン銀行などを傘下に持つ、日本の大手流通持ち株会社。国内だけで約22,500店舗を展開し、人々の暮らしに寄り添いながら、新たな価値を提供し続けている。またグローバルビジネスも積極的に推進しており、世界18の国と地域で71,000店舗以上を展開。グループ売上は11兆9,976億円に達している。

導入製品

導入時期：2018年6月

主な利用環境：『7iD』を核とした社内データから抽出された各種KPIのダッシュボード

導入に要した期間：約1年間

Before 導入前の課題

各種データが事業会社毎にバラバラに管理されており、グループ横断での分析ができていなかった。また顧客起点で分析できるデータも少なかった。

After 導入後の効果

7iDを軸にデータを統合しTableauのダッシュボードで各種KPIを可視化することで、グループ横断での分析や顧客起点での分析が容易になった。



導入の背景

国内のセブン・イレブンだけで約2万店のネットワークを持ち、コンビニエンスストアやスーパーストア、百貨店、専門店、金融サービスなど、多彩な業態を展開しているセブン&アイ・ホールディングス。お客様一人ひとりに満足してもらえる質を追求することで、新たな価値を提供し続けています。

「昨今は国内人口が減少し続けている中、既存のお客様のロイヤリティを高め、ライフタイムバリューを最大化していくことが、重要な課題になっています」と語るのは、同社グループDX戦略本部DX統括部でシニアオフィサーを務める伏見一茂氏。そのためにはリアルだけではなく、デジタルの接点も増やすとともに、顧客毎の購買情報を複数のチャネルを統合した形で把握する必要があると説明します。「以前はPOSデータや電子マネーnanacoのデータなど、お客様に関するデータがバラバラな状態で管理されていました。これらをすべて7iDに統合し、事業会社を横断した新しい世界を作ってきました」。

もちろん統合されたデータ群をもとに顧客への理解を深めていくには、ビジネス現場でのデータ分析が欠かせません。

「現在では多くのデータが公式アプリのIDである『7iD』と紐付けられており、コンビニなどから得られる日々の膨大な買い物データが蓄積されています。このデータを活かすことで、顧客体験の改善が可能になるはずですが、しかしこれまでは、データ活用が十分に進んでいるとは言えない状況でした」(伏見氏)。

Tableau 導入・運用環境

そこでセブン&アイ・ホールディングスは、2016年にデータ活用を推進するための取り組みに着手。7iDを軸に顧客データを分析する仕組みの確立に向けた検討が進められています。



お客様プロフィール

お名前: 伏見 一茂 様

役職: シニアオフィサー

部門名:
グループ DX 戦略本部 DX 統括部

主な担当業務:
DX 統括部の CRM 推進やグループの ID 統合、それを使った分析とマーケティングの推進など。

Tableauについての質問

Q1. Tableau で感動したことは？

「自分で Tableau を操作してデータを視覚化できたときは感動しました。学べば学ぶほど可能性が広がっていくことを実感できます。Tableau は直感的に使えるだけでなく、利用者の成長とともに奥行きが広がっていくツールだと思います」

Q2. Tableau 導入後の変化は？

「Tableau を使うことで、確実に数字を追えるようになりました。今では毎朝ダッシュボードを開き、指標を頭に入れた上で仕事を進めています」

Q3. Tableau でしたいことは？

「社内に Tableau のコミュニティを作りたいと考えています。Tableau のワークショップなどのスキルアップできる場があれば、楽しみながらデータ分析を行うメンバーがもっと増えるはずですよ」

Tableau の活用が始まったのは 2018 年 6 月。これは 7iD のローンチと同じ時期です。この 2 つを同時にスタートしたことで、データ活用を一気に推進することが可能になったのです。

分析で使用するデータは基幹系システムなどから抽出、これをもとにデータマートを作成した上で、そこから必要なデータを Tableau Server に取り込み、各種指標 (KPI) を確認するダッシュボードを作成しています。具体的には、7iD 会員数の推移、事業会社毎の購買金額、エリア別購買金額、月別購買金額、各社アプリのアクティブ率などが計測されています。

Tableau 選定の理由

それではなぜ Tableau の活用を決めたのでしょうか。その理由について伏見氏は以下のように説明します。

「Tableau はデータを数字の羅列ではなく、グラフなどの形で可視化したダッシュボードを作りやすく、そのダッシュボードをユーザー自身が加工しやすいツールです。そのためデータからの気付きが得られやすく、グループ内にデータドリブンの文化を創出しやすいと評価しました。可視化の方法もグラフだけではなく、地図や空間へのマッピングなども可能です」。

実際にこのマッピング機能を活用し、売上の変化を地図上にプロットする、といった使い方も行われていると伏見氏。これによって、新型コロナウイルス感染症拡大期の外出制限や在宅推奨などで人々の消費行動がどのように変化していったのか、空間と時間の 2 つの観点から可視化できたと説明します。「これまでは不可能だったことが Tableau で実現できました」(伏見氏)。

このような Tableau そのものの特徴に加え、教育の仕組みがしっかりしている点も高く評価されています。

「DX 統括部のメンバーは Tableau の研修で使い方を学びました。またコミュニティ活動やユーザーによる情報発信も活発で、わからないことがあればすぐに調べることができます」。

Tableau 導入効果

実際に Tableau を活用することで、次のような成果が得られつつあります。

データ活用のスピードアップ

7iD 会員に関する月次レポートは PowerPoint で 7&I グループ各社に共有されていますが、それに先立つ形で Tableau のダッシュボードとしても提供されています。このダッシュボードを利用することで、レポートが展開される前にいち早く、マーケティング担当者が月次での変化を把握できるようになっています。

意識の変革

Tableau のダッシュボードを日常的に見ることで「物事の見方も少しずつ変わりつつあります」と伏見氏は指摘します。単に売上の増減を見るだけでなく購買状況を ID 単位で見ることや、データを根拠にして施策を考えることの重要性への認識が、事業会社にも徐々に根付いてきたと説明します。

今後の展開について

「最終的に目指したいのは、データドリブン文化の定着です」と伏見氏。現在はまだ基本的な KPI をダッシュボードで提供するにとどまっていますが、今後は現場の担当者自身が自分たちに必要なデータを選び、それを自由に分析できる環境を整備していきたいと語ります。

「お客様の問題点や変化を、自分自身で行うデータ分析で見えてくるようになれば、施策立案やその実施も、より自信をもって行いやすくなるはずです。将来はこのような『データドリブン型の現場』を実現していきたいと考えています」。

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 Software (Email: japan@tableau.com)