
データドリブンな組織になるための秘訣とは？

～グローバル1万社が実践するデータ活用のポイント～

株式会社 日立製作所 アプリケーションクラウドサービス事業部
アプリケーションサービス第2本部 サービス事業戦略部

水島 和憲

本日のスピーカー



水島 和憲

株式会社 日立製作所
アプリケーションクラウドサービス事業部
担当部長

ASEAN中心に長年デジタルビジネス創生・パートナー開拓に携わる。休日にはアナログな陶芸に没頭中。



花房 能章

FUSIOTECH HOLDINGS SDN BHD
VICE PRESIDENT

日立製作所にて北米・日本向けソリューションサービスの戦略立案に従事した後、本年7月より現職。

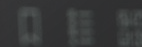
- マスク・消毒液不足、デマ拡散によるトイレットペーパー不足
- 学校休校によるオンライン授業
- 在宅勤務・リモートワーク
- 旅行・外食・娯楽の自粛
- オンラインサービス利用拡大

- ロックダウン・緊急事態宣言
- 給付金・助成金
- 渡航制限・入国拒否
- 東京オリンピック・パラリンピックの延期
- 景気減退、倒産、廃業、閉店

データドリブンに関連した変化も....

新型コロナウイルスがもたらした変化

- 毎日データを眺めて考察
- データに基づいて議論
- 各メディアが視聴者・読者に
分かりやすいようにデータを可視化



RUSSIA

MONGOL

CHINA

Total Deaths

4.720

Total Recovered

68.324

3.056 deaths
Hubei China

827 deaths
Italy

429 deaths
Iran

66 deaths
Korea, South

55 deaths
Spain

48 deaths
France France

31 deaths
Washington US

50.318 recovered
Hubei China

2.959 recovered
Iran

1.289 recovered
Guangdong China

1.249 recovered
Henan China

1.197 recovered
Zhejiang China

1.045 recovered
Italy

999 recovered
Hunan China

出典: Johns Hopkins University



* マイケル・ルイス著 原題 "Moneyball: The Art of Winning An Unfair Game"

10,000+社*

データ活用を実践

* 2019年度のFusionex GIANT利用社数(日立調べ)

データドリブンな組織になると・・・

23倍

お客さま獲得

6倍

お客さま維持

19倍

利益向上

何故パフォーマンスが上がるのか？

出典： McKinsey & Company 「Five facts: How customer analytics boosts corporate performance」
<https://www.mckinsey.com/business-functions/marketing-and-sales/our-insights/five-facts-how-customer-analytics-boosts-corporate-performance>

データドリブンでパフォーマンスが上がる理由

変化に敏感

ビジネス状況がデータに現れるので、変化の兆しを迅速に捉えることができる

成功確率UP

何に集中すると最も効果が出るのかが分かり、成功確率が上がる

再利用

蓄積されたデータ活用が資産となり、意思決定の再利用ができるようになる

ロイヤルカスタマープログラムの改善

データドリブンで効果を上げた衣料品リテール会社の事例

- 6万人のお客さまデータベースを持っていたが、うまく活用できていなかった



ロイヤルカスタマープログラムの改善

データドリブンで効果を上げた衣料品リテール会社の事例

- 6万人のお客さまデータベースを持っていたが、うまく活用できていなかった



- お客さま属性(年齢、ジェンダー、購入履歴)、購入単価、来店頻度、プロモーションに対する反応感度などのデータを繰り返し分析
- その結果、会員数が3倍の18万人
新会員の85%がクーポンの2倍の金額を消費
効果的なプロモーションでお客さま開拓に成功

6万 → 18万
会員数 3倍

データドリブン化への課題

課題

1. 人財と組織

- ・ 業務部門とIT部門が一体となった体制
- ・ データサイエンティスト(DS)の確保と専門組織化

IT部門もDSもない

2. ITシステム

- ・ 業務要求に柔軟に対応可能な分析基盤構築

時間とコスト
がかかる

3. 定着化

- ・ 全社レベルのコミットメント
- ・ 業務プロセスへの組み込み

浸透せず
途中で頓挫

データドリブン化への課題

課題

1. 人財と組織

- ・ 業務部門とIT部門が一体となった体制
- ・ データサイエンティスト(DS)の確保と専門組織化

IT部門もDSもない

2. ITシステム

- ・ 業務要求に柔軟に対応可能な分析基盤構築

時間とコスト
がかかる

3. 定着化

- ・ 全社レベルのコミットメント
- ・ 業務プロセスへの組み込み

浸透せず
途中で頓挫

人財と組織の思い込み

データ分析のための専門家や
組織が必要



10,000+社が採用するアプローチ



高度な分析ではなくても、
十分効果が出る

感染データを眺めてやっていたことは

- 変化・トレンド
- 比較
- 異常値



- データを基に
- 原因を考察
- 施策と効果の関係

Total Deaths

4.720

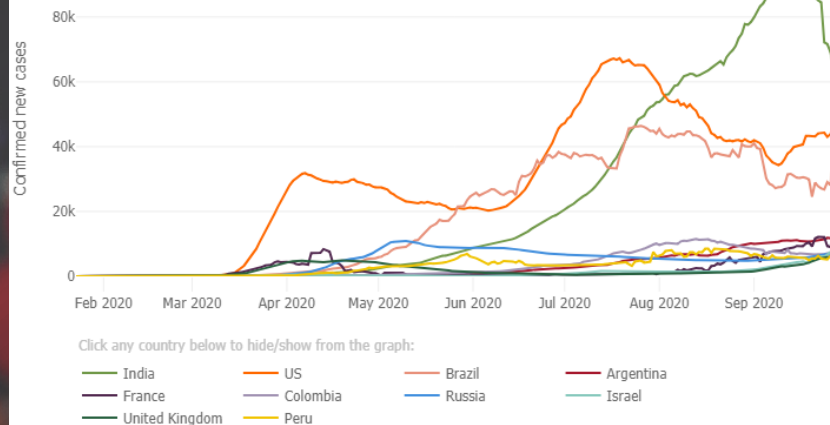
3,056 deaths

Total Recovered

68.324

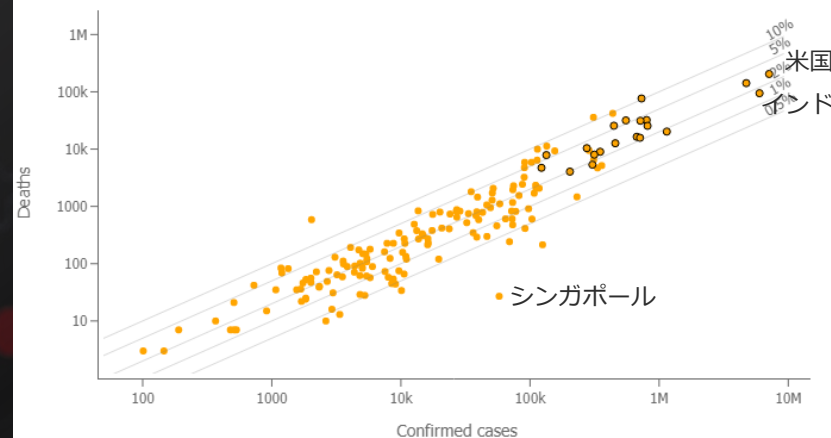
50,318 recovered

国別感染者数推移



Observed case

感染者数と死者数の比率



データドリブン化への課題

課題

1. 人財と組織

- ・ 業務部門とIT部門が一体となった体制
- ・ データサイエンティスト(DS)の確保と専門組織化

IT部門もDSもない

2. ITシステム

- ・ 業務要求に柔軟に対応可能な分析基盤構築

時間とコスト
がかかる

3. 定着化

- ・ 全社レベルのコミットメント
- ・ 業務プロセスへの組み込み

浸透せず
途中で頓挫

ITシステムの思い込み

分析をするには、IT投資が必要



10,000+社が採用するアプローチ



既製のテンプレートを使えば
SIレスで安価に素早く始められる

▶ 10,000+社のデータドリブン化を加速させたツール

FUSIONEX[®]
experience.excellence

GIANT



- 業種ごとのテンプレート
- 主要なデータソース対応
- 直感的操作性で導入が容易
- SIレス



*Fusionex、Fusionexロゴ、およびFusionex GIANTは、マレーシアおよびその他の国におけるFusionexの商標です。
<https://www.fusionexgiant.com/>

標準化されたテンプレートの例

■ 手持ちのデータ

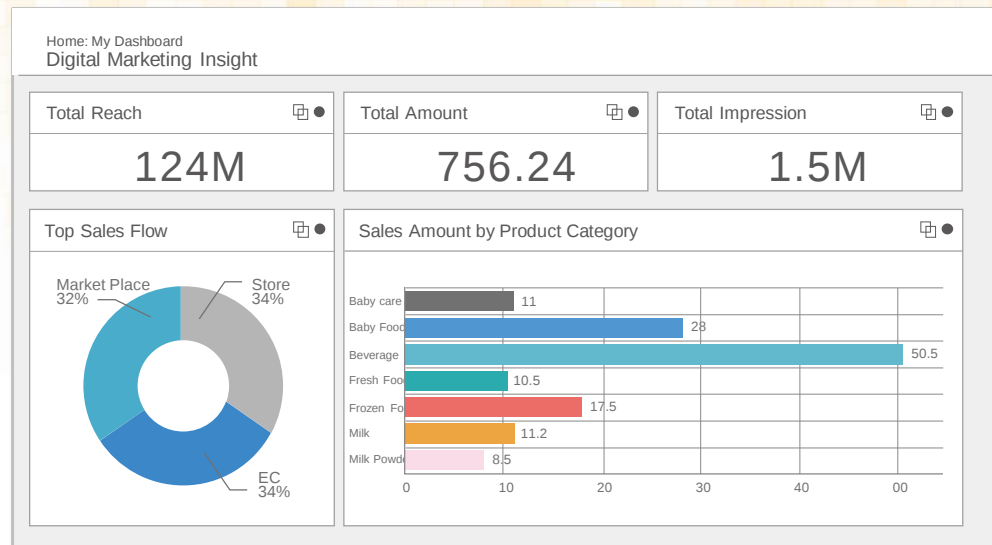
- 売上データ
- 在庫データ
- マーケティングデータ
- 配送データ
- ...

■ 可視化したいチャート

- 商品ごとの販売動向
- マーケティング効果
- 配送状況把握
- 物流会社比較
- ...

**Drag
&
Drop**

テンプレートとして用意済み



データドリブン化への課題

課題

1. 人財と組織

- ・ 業務部門とIT部門が一体となった体制
- ・ データサイエンティスト(DS)の確保と専門組織化

IT部門もDSもない

2. ITシステム

- ・ 業務要求に柔軟に対応可能な分析基盤構築

時間とコスト
がかかる

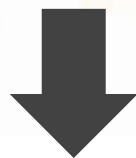
3. 定着化

- ・ 全社レベルのコミットメント
- ・ 業務プロセスへの組み込み

浸透せず
途中で頓挫

定着化の思い込み

業務プロセス化して
全社のコミットメントがないと困難



10,000+社が採用するアプローチ



まずスモールスタートで
効果を示す



データドリブンな組織化



データに基づく意思決定を
徹底し繰り返す



- チームや課など**小さな組織から始める**
- メンバーが必ず「**データに基づいて意思決定**」するよう徹底
- データドリブンの**効果が出てきたら、全社展開**

本日のまとめ

10,000+社が採用するアプローチ

思い込み

データ分析のための専門家や
組織が必要



分析をするには、IT投資が必要



業務プロセス化して
全社のコミットメントがないと困難



高度な分析ではなくても、
十分効果が出る



既製のテンプレートを使えば
SIレスで安価に素早く始められる



まずスモールスタートで
効果を示す



データに基づいた意思決定を徹底

本日のまとめ

データドリブンな組織化による効果

変化に敏感

ビジネス状況がデータに現れるので、変化の兆しを迅速に捉えることができる

成功確率UP

何に集中すると最も効果が出るのかが分かり、成功確率が上がる

再利用

蓄積されたデータ活用が資産となり、意思決定の再利用ができるようになる

予測のたてにくい時代だからこそ、データドリブン



Total Deaths

Total Recovered

変化を捉えて
適切な意思決定を
行うためには
**データドリブン化が
重要**



END

データドリブンな組織になるための秘訣とは？

～グローバル1万社が実践するデータ活用のポイント～

株式会社 日立製作所 アプリケーションクラウドサービス事業部
アプリケーションサービス第2本部 サービス事業戦略部

水島 和憲

Hitachi Social Innovation is

POWERING GOOD

世界を輝かせよう。

HITACHI
Inspire the Next 