

全社を巻き込んで経営を支援する Databricks のデータ活用事例

— ショップジャパンの各種 KPI 達成状況を横断的に可視化するレポートシステムで社内利用を活性化 —

株式会社 NTT データ ニューソン（以下、NTT データ ニューソン）は、ビッグデータ領域における構築・開発業務で培ってきた知見を活かし、オンラインショッピングサイト「ショップジャパン」を運営・管理する株式会社オークローンマーケティング（以下、オークローンマーケティング）に対して、Databricks を用いてデータ活用による部門横断的な会社への貢献状況を可視化し、全社への浸透を支援しました。

■ 背景

データドリブン経営のための更なるデータ活用

オークローンマーケティングは、テレビや新聞、e コマースや店頭販売、カタログショッピングなど、さまざまなチャネルで商品やサービスを提供しています。創業以来、データウェアハウスに蓄積してきたビッグデータを用いたチャネルごとの KPI 管理を推進してきましたが、既存システムは画像や音声などの非構造化データまでは対応できておらず、KPI レポートもエクセルで運用されていました。

このようななか、経営層から従来以上に DX 推進が求められ、Databricks を導入しましたが、人員リソースなどの兼ね合いで十分にデータ活用できていないことが課題となっていました。

IT Division IT Planning Function で「達人」の肩書を持つ斎藤氏は、「既存システムから Databricks にデータを移行したものの、既存システムとの並行稼働も多く、また、Databricks に詳しいメンバーが社内におらず、十分に新環境を使いこなせていなかった。」と振り返ります。

外部の専門家を入れて活用を促進するために、Databricks 社に相談したところ、NTT データ ニューソンを紹介され、データ活用に向けた取り組みをはじめました。



株式会社オークローンマーケティング
IT Division IT Planning Function
斎藤 俊博氏

■ 開発

KPI レポートを日々自動配信する機能を構築

オークローンマーケティングでは、Databricks の活用を進めるうえで以下を重視しました。

- 既存のシステムでは扱えなかったデータの蓄積と活用
- Databricks から自動で日次・週次レポートを配信する機能の構築
- レポート配信を契機に社内で Databricks に好印象をもってもらうこと

既存のシステムでは画像や音声などの非構造化データは活用できなかったため、それらの蓄積・活用を推進しました。斎藤氏は、「データ量が膨大で他システムへの影響もあったため、パフォーマンス向上に向けて負荷の掛かりにくい処理に調整しました。」と語ります。

NTT データ ニューソンでも、既存システムのコードを読み解きつつ、レポート出力を見据えてテーブルやデータの持ち方、出力時に必要となる項目の精査を実施しました。

また、これまでは既存のシステムからエクセル出力したレポートを各チームに展開していましたが、作成から配信まで Databricks で完結できるよう構築しました。

「レポートでは各チームの KPI の達成状況をまとめますが、設定する KPI はチームごとに異なります。例えば、受注の受け皿であるチャネルチームはコンバージョン数や受注単価、メディアチームは入電数やアクセス数、リテールチームは店舗への卸売数、CRM チームは顧客へのコンタクト数、などです。そういった情報に加え、既存システムではなかった要素として、全社の履歴を可視化できるようにしました。例えば、KPI がよく会社の利益に貢献したチームのランキングなども提供しています。」(斎藤氏)

■ 効果

社員が Databricks に好印象を持ち、活用の幅が広がる

日々配信するレポートを通じて、社員が Databricks に好印象を持ち、Databricks を活用していくマインドも醸成しています。「最近、社内でも作りたいシステムや機能について Databricks で出来ないかという声が挙がるようになってきました。実際に、これまではスクラッチで開発してきたものを Databricks の機能で開発する動きも出てきています。例えば、新聞広告に載せる内容を過去の反響をもとに手作業で進めていましたが、一連の業務を Databricks でシステム化して自動で掲載商品のリコmendを出すようにもしました。」(斎藤氏)

■ 将来

天気予報や株価などの外部データを繋ぐ AI 開発も検討中

オークローンマーケティングでは、今後さらに Databricks を活用していく予定で、外部データを生成 AI で可視化するプロジェクトを検討しています。

斎藤氏は、「ショップジャパン内のデータを活用する RAG 構築や、外部データの経営活用を検討しています。外部のデータについては、社内データを外部に繋げて一般的な情報と照合して分析していくという活用法や、天気予報や株価などの外部のデータを社内のデータと組み合わせて分析するなど、複数の検討を行っています。」と展望を語りました。

また将来的には、非 IT 部門の社員も Databricks を直接活用する状態を目指すといいます。斎藤氏は、「1 人ひとりが必要なデータを自由なかたちで使えるようになって欲しい。そのためにアンテナを張り続けて最新の情報をキャッチアップしていきたいですし、NTT データ ニューソンからも専門家の立場として、タイムリーな情報や社内の人間だけでは気が付けないことについて意見をいただきたい。」と語りました。



株式会社オークローンマーケティング

NTT ドコモグループで、お客様のより豊かなライフスタイルの実現に向けて世界中の選りすぐり商品を日本国内で販売するオンラインショッピングサイト「ショップジャパン」を展開。テレビや新聞、e コマース、店頭販売など様々なチャネルで商品やサービスを提供している。

<https://www.oaklawn.co.jp/>

■ NTT データ ニューソンについて

株式会社 NTT データ ニューソンは、情報システムの企画、設計、開発、保守をしています。1974 年に設立以来、システムインテグレータとしてソフトウェアとハードウェアの融合を行っております。2017 年に NTT データグループの一員となり、2024 年に創立 50 周年を迎えました。

NTT データ ニューソンは、NTT データグループの各社と連携し、“情報技術で、新しい「しくみ」や「価値」を創造し、より豊かで調和のとれた社会の実現に貢献すること”を目指しています。

NTT データ ニューソンに関する詳細な情報については、<https://www.newson.co.jp/> をご覧ください。

< 本件に関するお問い合わせ先 >

株式会社NTTデータ ニューソン 経営企画部 アライアンス推進担当

E-mail : pr_newson@newson.co.jp