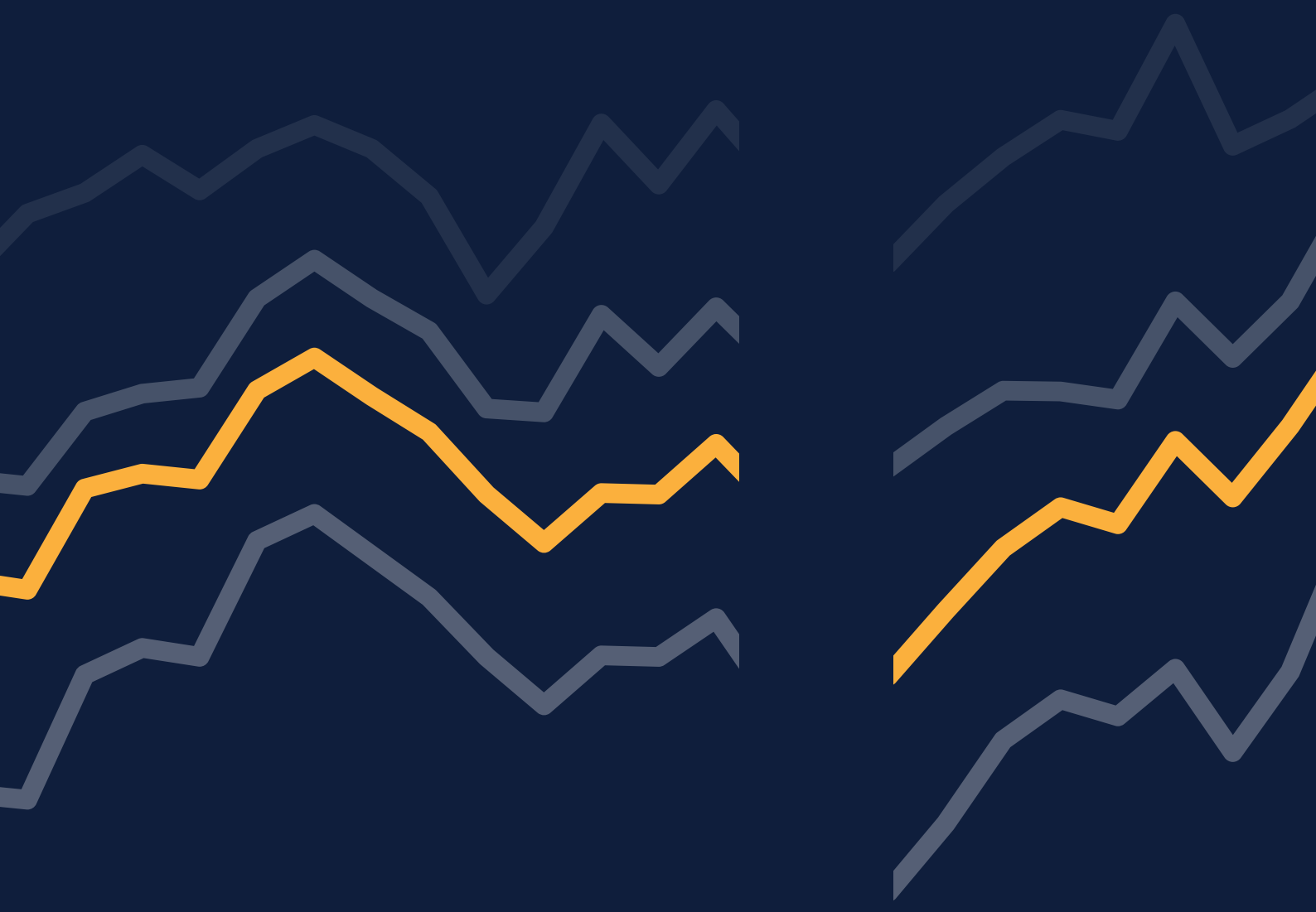


日本のデータ格差： データドリブン企業の優位性を 理解する

ユビキタス分析の新時代を生き抜くために、
企業は文化やマインドセットを再考する
必要があると調査により示されています

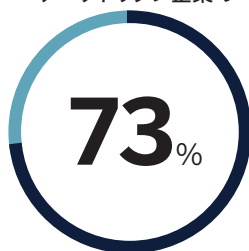


はじめに

重要なメッセージ:最近のYouGov社(英国/独立系調査会社)とTableauの調査結果によると、データを有効活用するデータドリブン企業は、パンデミックの際に優位であったことが判りました。パンデミック発生時における企業のデータ活用状況を把握するために、調査ではアジア太平洋地域と日本のさまざまなビジネスリーダー(経営者やIT担当者)2,500名以上に回答を求めました。これらの結果によってデータ格差の実態が明らかになりました。データドリブン企業は、パンデミック時に将来のビジネスの健全性についてより楽観的で、有力なメリットがあったとされています。

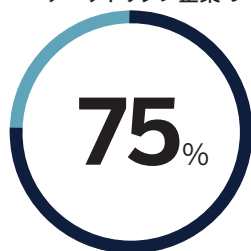
しかし、日本企業では、スキル開発や戦略資産としてのデータ認識への課題が山積みである可能性を示す結果も出ています。日本では、データドリブンと言われる企業でさえ、データスキルへの投資予算額の比率は他国より低くなっています。ユビキタス分析時代に突入した今、非データドリブン企業は、データに対する考え方を早急に見直し、データを実践的に利用することが、これまで以上に重要になってきています。今こそが、データ利用へと切り替えるべき時なのです。

データドリブン企業の



データドリブン企業の73%が、従業員のデータスキルやトレーニングへの支出を継続または拡大することに真剣に取り組むたいと考えています

データドリブン企業の



データドリブンな企業の75%が、パンデミック下においてデータは重要な利点であると考えています

危機の際の レジリエンス： データのメリット

データドリブン企業は、パンデミック発生時にデータが優位性をもたらしたと述べています。これは、パンデミックや不透明な将来に対処する中で、データドリブンに徹底することが日本の企業にとってどれほど重要かを示しています。

自分の会社がデータドリブンであると考えている日本のビジネスリーダーの比率：

51%

データドリブンである

40%

データドリブンではない

新型コロナウイルスを乗り越えるための データの役割

日本のデータドリブン企業の75%が、パンデミックの際にデータがビジネス上の有力なメリットを提供したと回答しています（一方、日本を除くアジア太平洋全体では、82%）。

38%

38%が、データがチーム間のコラボレーションを増加させたと回答しています

36%

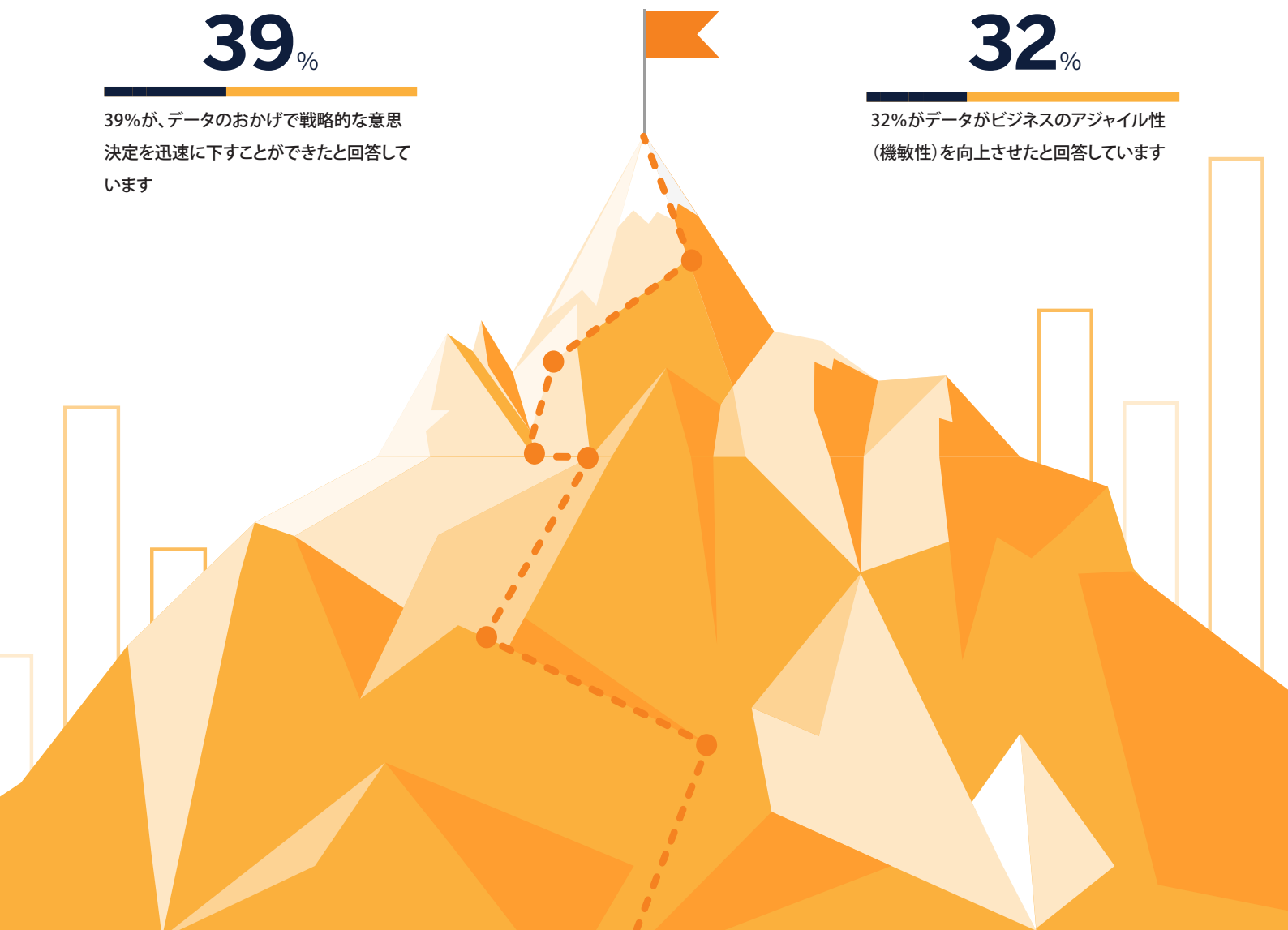
36%が、データにより関係者とのコミュニケーションがより効率的になったと回答しています

39%

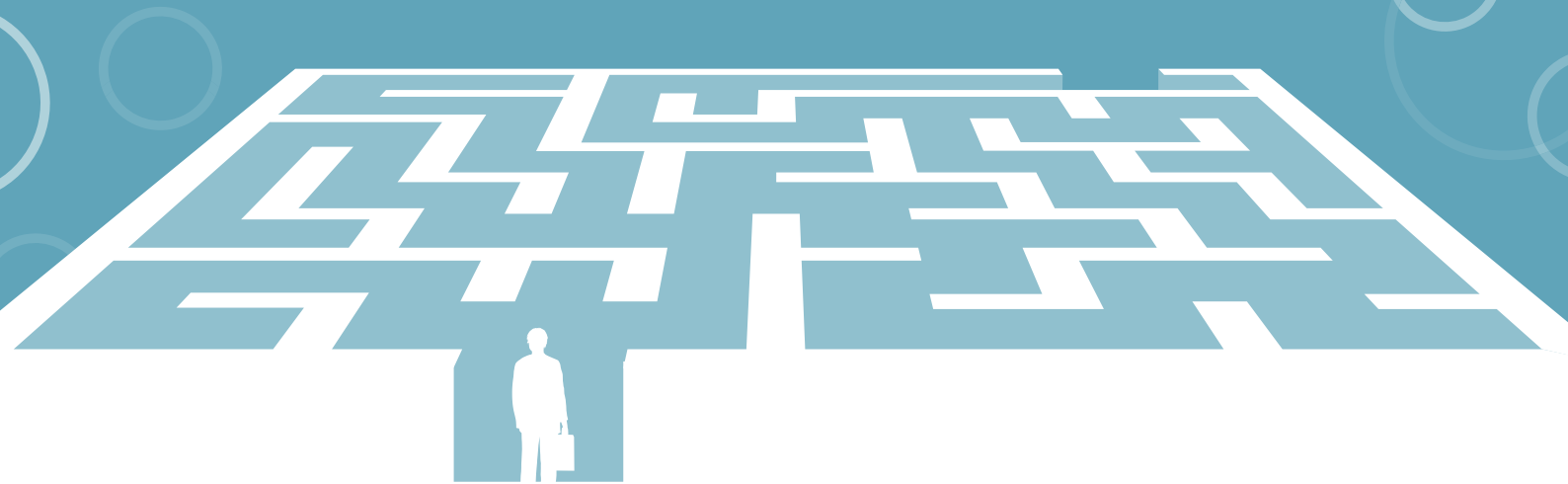
39%が、データのおかげで戦略的な意思決定を迅速に下すことができたと回答しています

32%

32%がデータがビジネスのアジャイル性（機敏性）を向上させたと回答しています



パンデミックからの教訓： スキルとマインドセットの改善が必須



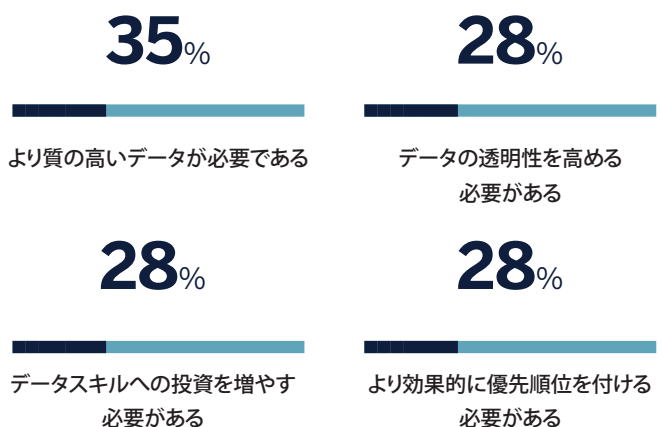
データドリブンであることは非常に有力なメリットになると思われませんが、戦略資産として企業がデータを活用する能力の格差である「データ・ディバイド（データ格差）」が依然存在すると調査結果は示しています。これは国によって異なりますが、データスキル、データリテラシー（データ活用能力）や総合的なデータカルチャーを築き上げていくことが、日本の多くの企業にとって最大のハードルになると思われま

新型コロナ禍から企業はどのような教訓を学びましたか？

新型コロナ禍におけるビジネス上の課題トップ3

- 1 将来の計画・予測 (67%)
- 2 製品やサービスの効率的な提供 (62%)
- 3 スキル開発の評価と向上 (62%)

4つの教訓



インサイト:

データカルチャーの重要性

これらの教訓と課題の多くは、データカルチャーの必要性を示しています。このような組織文化の中で、分析はすべての従業員の意思決定に影響します。デジタル・インフラ、分析用プラットフォーム、およびガバナンスの枠組みによって、個人がデータに基づき、正確性と安全性に自信を持って意思決定できるようになります。組織の構造上、分析を特定のチームに依頼することはなくなり、重要な情報がボトルネックに陥ってしまうことがなくなります。顧客の状況が急速に変化しているような場合は、これが極めて重要なメリットとなります。

事例:

株式会社ADKマーケティング・ソリューションズ

日本大手広告・マーケティング会社として、株式会社ADKマーケティング・ソリューションズ(以下、ADK)は、世界中のさまざまなクライアントにサービスを提供しています。そして、ADKのクライアントはそれぞれ独自の多様なデータソースを持っています。根拠に基づいたアドバイスやサービスを提供するために、増え続けるデータからビジネスインテリジェンスを実現させなければなりません。莫大なデータをこれまで以上の速さで解析する必要があったため、ADKは小規模な社内プロジェクトでTableauを何回か試した後、同社を正式に採用しました。使いやすいインターフェースで簡単に統合できるため、ADKはバックエンドの運用と顧客サービス全体にこの分析の活用を拡大することができました。これによって、より多くの部署で、多種多様なクライアントデータを迅速かつ簡単に分析できるようになり、クライアントの満足度が向上し、その上これまでデータ処理に費やしていた手作業を削減することができました。ADKの全従業員のデータスキル強化やデータカルチャーの促進、不透明な経済が継続する中での方向性の判断やユビキタス分析新時代に向けたビジネスのありかたなどを検討する際に、データ分析の活用がADKの経営陣の支えになっています。

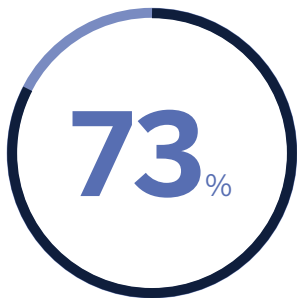
[ADKマーケティング・ソリューションズがどのようにデータを活用しているかについては、こちらをご覧ください](#)



データリテラシーと認識のギャップを埋める

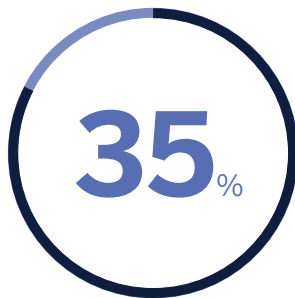
パンデミックの大きな教訓として浮上してきたデータスキルの必要性にもかかわらず、データ格差は確かに存在します。

日本のデータドリブン企業の



アジア太平洋全体のデータドリブン企業の82%がデータスキル、トレーニング、開発に投資しているのに対し、日本では、73%のみが投資の継続、増加と回答

日本の非データドリブン企業の



35%が、今後6か月間でデータスキルトレーニングと開発への投資を中止または削減

認識のギャップとマインドセットは、有効なデータカルチャーを築く上で障害になる可能性があります

非データドリブン企業のうち、データを有力なメリットと考えている企業は僅か

33%

日本のビジネスで決定権を持ち、意思決定においてデータ活用が重要であると考える人は、パンデミック前と比較して減少(71%から66%へ)。

ここでは、日本とシンガポールがリードしていますが、見直しを変更した人の割合はわずかであったとはいえ、認識やマインドセットの向上が必要であることを示しています。

インサイト:

データリテラシーとスキルの重要性

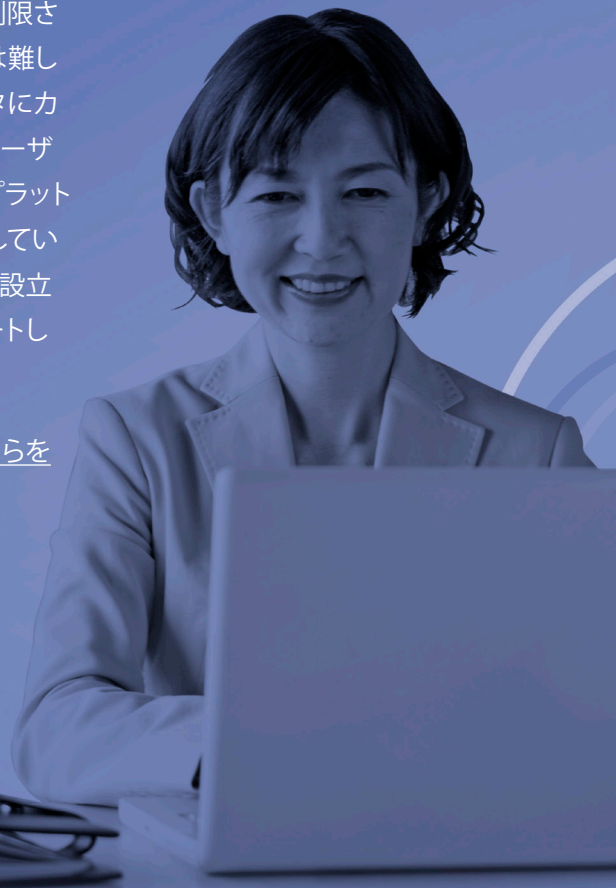
データリテラシーとデータ優先の習慣は、互いに依存しており、データカルチャーを浸透させるための基盤です。ビジネス分析の解釈と適用の方法を従業員が理解していれば、データドリブンのメリットについての認識が増える可能性が高くなります。同様に、トレーニングが不足していたり、活用可能な情報が不足していたりすると、認識を高めることが困難になります。データカルチャーを築くには、デジタル投資、トレーニング、および構造改革の間で、上手くバランスをとることが必要です。

事例:

株式会社NTTドコモ

日本を代表する無線ネットワーク事業者である株式会社NTTドコモ（以下、NTTドコモ）は、数百万人の顧客にさまざまなサービスを提供しています。全顧客を把握するために、通信業界の大企業であるNTTドコモは、何年間もデータを集約していました。しかし、従来の報告書や複雑なインターフェース、アクセスが制限されたデータベースでは、全従業員がデータに基づいた意思決定をするのは難しい状況でした。NTTドコモは、データカルチャーの成功は信頼できるデータにカギがあることを知っており、分析データの利用者基盤を拡大し、すべてのユーザーが使いやすいインターフェースを実現しました。現在、毎月11,000人がプラットフォームを活用しており、誰もがより良い意思決定のためにデータを活用しています。また、NTTドコモはTableauと協力して「アンバサダー・アカデミー」を設立し、従業員やその他の人々が分析データをよりよく活用できるようにサポートしています。

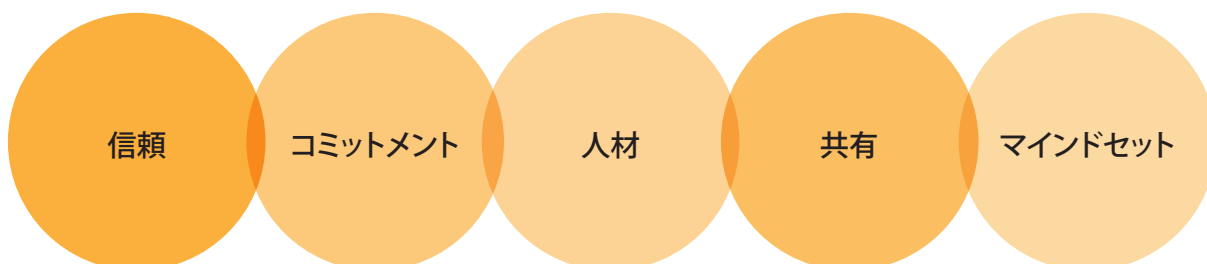
[NTTドコモがどのようにデータカルチャーを築いているかについては、こちらをご覧ください](#)



データリテラシー、スキル、 マインドセットを強化するには どのようにすべきか？

データスキルとマインドセットの問題は、正確な予測や先が見えない場合の方向性の決定など、ビジネス上の問題と高い関連性を持っています。ここでは、意思決定をより効率的にし、アジリティを高め、顧客にとってより良い結果をもたらすためにデータカルチャーがどのように貢献できるのか、その方法をご紹介します。

データカルチャーの要素





信頼

信頼はデータカルチャーの最も重要な要素の一つです。従業員はデータを信頼し、リーダーは従業員を信頼し、チームはお互いを信頼します。持続的なビジネス、及び今後の見通しについて、違う部署同士が協力し合い、より良い解決法を見出します。信頼は顧客やその運営にもっと総合的な情報を提供することにつながります。



コミットメント

正しいデータカルチャーは、データをあらゆるレベルで戦略資産として扱います。データを利用してより良い決定をするというデータドリブンの姿勢をまず経営陣が示し、それをトップダウンの形で反映させていきます。つまり、組織構造から標準化されたプロセスまで、すべてにおいてこのデータドリブンの姿勢が表れていることを意味します。



人材

新しいデータスキルを導入することは重要なステップです。しかし、有効なデータカルチャーにとって、人材採用、人材開発、人材維持など、人材管理のあらゆる面でデータリテラシーを優先させることが必要です。安心して分析概念について話すことができ、それを適用する人が多くなれば多くなるほど、他の人の支援や指導に徹する人も増え、好循環が生まれます。



共有

企業や顧客の状況が急激に変化すると、事業の継続や正確な予測が困難になります。これらは複雑な問題であり、解決には共同作業が必須です。データカルチャーは、ビジネス目標を中心にチームを統合し、共有されたデータソースと評価基準によって、チームの共同作業を促します。



マインドセット

正しいデータカルチャーの環境では、データの実践とデータの習性が全体的なマインドセットを形成します。このマインドセットにおいては、改善と発展のために新しい実績が必要だと考えます。良い方向に変わるのであれば、間違っていることも決して悪いことではありません。継続的な改善に向けたデータドリブンへの意欲は、企業が新型コロナウイルスの危機から脱却するために必要なアジャイル性(機敏性)とレジリエンスを、これまで以上に強く推進することでしょう。



詳細情報

弊社の連絡先

データカルチャーに関する詳細情報

tableau.com/trialで無料トライアルをダウンロードできます。是非Tableauの素晴らしい性能をお試しください。

Tableauについて

Tableauは、データ分析の分野における信頼できるリーダーとして、従業員や企業のデータ活用の向上を支援します。Tableauのプラットフォームは、円滑に統合されており、幅広く深みのある機能によって、最大規模のグローバル企業のニーズにも対応可能です。とはいえ、Tableauがデータ戦略を決定することはありません。比類のない柔軟性と選択性によって、最も厳しいガバナンス要件とセキュリティ要件を満たしながらも、御社の環境に適応できるように設計されています。Tableauはパワフルで使いやすく、大勢のお客様がTableauを愛用しています。ビジュアル言語と自然言語を使ってデータを探索・分析、あらゆるスキルレベルのお客様に対応し、根本的に今までとは異なるユーザー体験をお試しいただけます。現代のビジネスユーザーにとって、Tableauはデータ分析における標準言語となっています。Tableauは分析業界で最も熱意のある熱心なユーザーコミュニティを持ち、何万もの企業に務める何百万人ものユーザーを抱える顧客基盤と共に、顧客中心のイノベーションに対する深い献身で、業界をリードし続けています。

YouGov®

 + a b | e a u®