

LINEリサーチ「ライトコース」 にTableauを導入

より手軽かつ直感的なアンケート調査分析が可能に

0分

全クロス集計データを納品するのに
2〜3日かかっていた集計時間は
0分に

付加価値向上

オプションだった全クロス集計を
標準サービスにすることで
サービスの価値が向上

LINE 株式会社

<https://linecorp.com/>



業 種：インターネット関連事業

従業員数：2,800名（LINE 株式会社単体、
2021年10月末時点）

資本金：342億100万円
（2021年3月末時点）

所在地：〒160-0004
東京都新宿区四谷1-6-1
四谷タワー23階

事業内容：家族や友人・恋人など、身近な大切な人との関係性を深め、絆を強くするコミュニケーション手段として、2011年6月にコミュニケーションアプリ「LINE」のサービスを開始。「CLOSING THE DISTANCE」をコーポレートミッションに、世界中の人と人、人と情報・サービスとの距離を縮めるため、さまざまなサービス・事業を展開中。

導入前の課題

時間がかかっていた人力での集計作業

マクロは組んでいたものの、以前はexcelで人力での全クロス集計をオプションで提供しており時間がかかっていた。もっと自動化してスピードアップしたかった。

解決策

ライトコースへのTableauの組み込み

過去の調査経験から設計したアンケートの集計設計を生かし、Tableauで分析・可視化できる仕組みを組み込んだ。

導入後の効果

スピードとサービス価値の向上

集計結果の提供までの時間が大幅に短縮。またオプションだった集計を標準提供とすることで、サービスそのものの価値も向上した。

選定理由

ビジュアルのわかりやすさと直感的な操作性

調査の専門家でなくても使える、ビジュアルのわかりやすさと直感的な操作性を評価。また熱心なtableauファンが多く、アクティブなことも魅力の1つとなった。

導入時期：2020年4月

導入製品：Tableau Desktop、Tableau Server

主な利用環境：LINEリサーチ「ライトコース」のアンケート調査結果の分析・可視化

導入に要した期間：約半年



お客様プロフィール

お名前：地福 節子 様
 役 職：室長
 部門名：インサイトリサーチ室
 主な担当業務：LINEリサーチ
 事業全体を統轄



お客様プロフィール

お名前：齋藤 祐子 様
 役 職：マネージャー
 部門名：インサイトリサーチ室
 企画チーム
 主な担当業務：LINEリサーチ
 のアンケートシステムの企画・
 運営を担当



お客様プロフィール

お名前：葛貫 辰憲 様
 部門名：インサイトリサーチ室
 企画チーム
 主な担当業務：LINEリサーチの
 企画、ライトコースのTableau
 ダッシュボードの開発を担当

導入の背景

セルフ型の調査が可能なLINEリサーチの「ライトコース」

リーチできる調査対象が幅広く、多くのWEBアンケート調査では難しい若年層の回答収集も容易という特徴を持つ「LINEリサーチ」。LINEアプリの月間アクティブユーザー数は約8,900万人（2021年9月時点）に達しており、活動年代人口の大半を占めています。LINEリサーチのモニターも559万人（2021年10月時点）に上っており、「日本市場の縮図」といっても過言ではありません。

「LINEがスタートしたのは2011年ですが、2013年にはLINEリサーチの前身となるアンケートの仕組みは立ち上がっていました。」と振り返るのは、LINE株式会社（以下、LINE）のインサイトリサーチ室で室長を務める地福 節子氏。その後、約3年間は社内向けに運営されていましたが、2016年11月にはLINEリサーチとしてリサーチサービスの外販が始まったと説明します。

ここでまず提供されたのが、調査のプロが課題ヒアリングを行い、調査設計や集計分析まで対応する「サポートコース」でした。これに加えて2017年11月には、調査をセルフ型で行える「ライトコース」のβ版を開始。これも2018年2月に正式リリースしています。

「昨今の専門人材の人手不足から、調査のコンサルが可能な人を確保することは容易ではありません。サポートコースのビジネスは、LINEリサーチ立ち上げの当初から、最終的にはハイスペックに向かうだろうと感じていました」と地福氏。そこ

Q1. Tableau で感動したことは？

A1. ビジュアルの美しさ

「まず感動したのはビジュアルが非常にきれいなことです。またデータの絞り込みなどを直感的に行えることにも驚きました。これなら事前知識がない人でも、問題なく使えると感じました」

Q2. Tableau 導入後の変化は？

A2. 集計設計・作業が不要に

「以前はExcelマクロを使って人力で動的な非定型データの集計作業を行っており、その作業とダブルチェックで2～3日かかっていました。作成されたファイルは数十以上、それらをZIPでまとめてメール送信しておりました。いまではこれらの作業がゼロになっています」

で専門家でなくても、誰もが手軽かつ直感的に分析できる、しかし調査としての価値を損なわない仕組みも同時に必要になると考えていたと語ります。「ライトコースはこの考えにもとづいてサービス化したものです」。

Tableau 導入・運用環境

自動化とスピードアップのため Tableau を導入

ライトコースの立ち上げに向けてまず行われたのが、社内リサーチャーへのヒアリングと、それにもとづくアンケート設計でした。

数パターンの質問セットや、配信・回収には「誰もが手軽かつ直感的に分析できる、しかし調査としての価値を損なわない仕組み」の思想が導入されています。

「当初は必要最小限として、アンケートを行った後の回答の生データと、簡単なトータル表を提供していました。しかし、設問間クロスは標準では提供ができていませんでした」と言うのは、LINEのインサイトリサーチ室 企画チームでマネージャーを務める齋藤 祐子氏。

これに対応するため各設問と分析軸の全クロス集計表をオプションで提供することになりましたが、そのデータを生成する作業に時間がかかる、そして見方も複雑、という問題が発生していたと語ります。「誰もが手軽に」というには集計周りはまだこなれていないなという自覚はありました」（齋藤氏）

「もっと自動化してスピードアップするため、BI機能を自社開発することも考えました。また複数のBI製品の比較検討も並

行して進めていました。その中で、ユーザーから『分析にTableauを使いたい』というご要望も数多くいただいていた。そこでライトコースにTableauを導入してはどうかという話になったのです」（地福氏）。

導入に向けた検討が本格化したのは2020年3月。Tableauの担当者とミーティングを行った上で、翌月には検討プロジェクトがキックオフされます。

「私は2020年5月に参加したのですが、すでにPoCが始まっていました」と言うのは、LINEのインサイトリサーチ室 企画チームの葛貫 辰徳氏。ここでTableauの経験を持っていた葛貫氏がいくつかのVizを作成し、その使い勝手などを検討した結果、2020年6月には正式に採用が決定したと振り返ります。

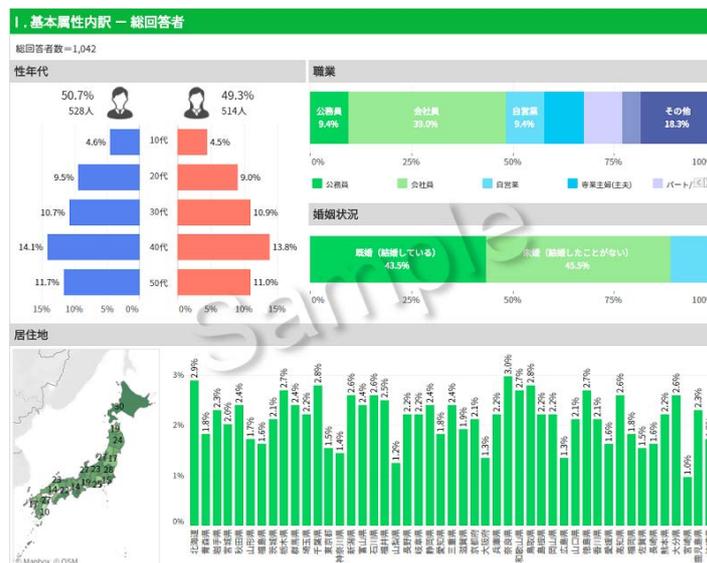
Tableau 選定の理由

ビジュアルのわかりやすさと直感的な操作性を評価

Tableauの採用の決め手になったのは、ビジュアルのわかりやすさと、直感的な操作性です。

「Tableau採用に行き着くまでには様々なBI製品を検討しましたが、アンケート調査という動的な非定型データを柔軟に見せたいという、当社の要望にかなう製品はなかなか見つかりませんでした」と地福氏。このような中、Tableauはこの要望に対して柔軟に対応でき、しかも優れたビジュアライズ機能があることがわかったと言います。「これなら調査の専門家でなくても、スピーディに分析と可視化ができると判断しました」。

ダッシュボードイメージ



これに加え「BI業界でメジャーであり、熱心なファンから寄せられる情報が多いことも、魅力の1つです」と指摘するのは齋藤氏です。「実はLINE社内にもTableauの熱烈なファンがおり、目の前でパツとVizを作って見せてくれるなど、積極的な勧誘を受けました。このようなファンがいることも高く評価しました」。

Tableau 導入効果

Tableauによって高まったサービスの価値

ライトコースにおけるTableau提供が始まったのは2020年12月。現在は以下の4種類のダッシュボードが提供されています。

- ・基本属性項目
- ・設問毎の回答数グラフ
- ・自由回答記述のフィルタリング表示
- ・複数設問のクロス集計表

これによって次のような効果が得られています。

レポート納品までの期間短縮

以前はアンケートが終了してから集計結果の納品まで、人力による作業が必要だったため、2~3営業日必要でした。現在ではTableauで自動集計を行っているため、集計作業は必要なく、アンケート終了後に、他のすべての納品物と共に集計結果が利用可能。「スピードを求めるお客様にはたいへん好評です」（齋藤氏）

サービスの付加価値向上

これまでオプションとして提供していた設問間クロス、属性クロスからなる「全クロス集計」を、標準機能として提供することが可能になりました。その結果サービスそのものの付加価値が向上し、顧客に満足いただけるようになり、繰り返しご利用いただける方も増えました。

顧客層の拡大

「Tableauをライトコースに組み込んでからは『Tableauを使いたい』という理由で、お申込みくださるお客様も増えています」

と齋藤氏。Tableauで可視化したグラフをキャプチャーし、それをプレスリリースに使うケースもあったと言います。「最近では、サポートコースでもTableauを使えないか、というお問い合わせもいただくようになってきました」。

今後の展開について

今後もTableauでライトコースを拡充

「このようなお問い合わせもありますが、まずはライトコースにおけるTableau活用の拡充を進めていきたいと考えています」と地福氏。ライトコースで提供するダッシュボードの数を増やしていくことで、顧客にとっての価値は間違いなく高まるからだと言います。

「すでに新しい情報の追加されたダッシュボードの提供を検討中です」と言うのは葛貫氏。新しい情報というのは、LINEならではの広告に連動する要素。LINE広告ではターゲティング用にみなし属性として趣味・関心項目を保有しており、近い将来にはこれらの項目も調査結果に紐づけて、LINEリサーチのTableauのダッシュボードに組み込んでいく予定だと言います。

「今後はユーザーニーズに応じて、トラッキング調査のテンプレート化やカスタマイズされたワークブックの提供も視野にしています。これからも多くのお客様に共通するパターンをライトコースに取り込み、手軽かつ直感的なアンケート調査が可能な環境を拡充していきたいと考えています」（地福氏）。



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>

株式会社セールスフォース・ドットコム Tableau (Email: japan@tableau.com)