

総合化学メーカーが “情報のサイロ化”から脱却!

Tableauで分析・報告・意思決定が大幅に迅速・効率化

ゼロ

毎日約10分かかっていた進捗報告の時間、
および月報作成の時間がゼロに

旭化成株式会社

<https://www.asahi-kasei.com/jp/>

AsahiKASEI

業種：化学

従業員数：46,751名（連結、2022年3月末現在）

資本金：1,033億8,900万円

所在地：100-0006

東京都千代田区有楽町1-1-2
日比谷三井タワー

事業内容：1922年、旭絹織株式会社として創業。「マテリアル」「住宅」「ヘルスケア」の3領域で事業を展開する総合化学メーカーである旭化成グループの中核を担う。2022年4月、「基盤マテリアル事業本部」「パフォーマンスプロダクツ事業本部」「スペシャリティソリューション事業本部」「旭化成エレクトロニクス」から成る従来のマテリアル領域の組織を市場軸で見直し、「環境ソリューション事業本部」「モビリティ&インダストリアル事業本部」「ライフイノベーション事業本部」を設立。

導入前の課題

情報サイロ化で多角化企業の強みを発揮できず

営業活動が製品・事業部ごとに実行され、顧客軸・市場軸での戦略や複合的な価値提案が難しかった。情報もサイロ化して十分に活用できておらず、多角化企業の強みを発揮できていなかった。

解決策

データをリアルタイムに可視化して業務改善に活用

売上等のデータをダッシュボードでリアルタイムに可視化し、分析や報告、意思決定などに活用。日本地図をグラフィック化して各都道府県のシェアや営業の活動量を把握、製品の在庫状況等を一元化して物流につなげるなどの施策を展開。

導入後の効果

分析・報告・意思決定等が大幅に迅速・効率化

データを取得・集約・共有する作業が自動化され、またユーザーが各種データを共通のダッシュボードで切り口を変えて見られるようになり、分析・報告・意思決定などが大幅に迅速・効率化された。

選定理由

使いやすさと表現力、Salesforceとの連携性

Tableau Prepによるデータ整備の自動化、優れたUIなどで実感できる使いやすさと、ワクワク感のある表現力とデザインに魅力を感じた。また、同時に導入したSalesforceとの連携性の高さも選定の決め手となった。

導入時期：2021年

導入製品：Tableau Creator, Tableau Viewer

主な利用環境：ライフイノベーション事業本部などで利用中



お客様プロフィール

お名前: 宇高 道尊 様
役 職: 戦略推進部長
部 門 名: モビリティ&インダストリアル事業本部
主な担当業務: 自動車をはじめとする一般産業向けに素材を販売する上で、横断的マーケティングやグローバル連携などの戦略立案、事業支援などの業務を管掌。

る一般産業向けに素材を販売する上で、横断的マーケティングやグローバル連携などの戦略立案、事業支援などの業務を管掌。



お客様プロフィール

お名前: 児嶋 和生 様
役 職: 課長
部 門 名: ライフイノベーション事業本部 デジタルイノベーション推進部
 デジタルマーケティング推進室

主な担当業務: 30以上の製品の営業・マーケティング、およびDX推進を担当。SalesforceとTableauの統一的な導入、利用の定着化をミッションとする。



お客様プロフィール

お名前: 栗林 祐介 様
役 職: 主査
部 門 名: マーケティング&イノベーションセンター マーケティング企画戦略室

主な担当業務: 旭化成グループ全体の情報基盤構築を目的に、「oneAK Salesforce」の立ち上げや各事業のDX推進支援、営業活動のコンサルティング等に従事。

導入の背景

製品・事業部ごとに分断された営業活動、情報のサイロ化が課題

旭化成グループは、DXの取り組みを4つのフェーズ「デジタル導入期（2018年～）」「デジタル展開期（2020年～）」「デジタル創造期（2022年～）」「デジタルノーマル期（2024年～）」に分け、デジタル変革を推進しています。その一環として2021年4月、グループの中核企業である旭化成株式会社では、新たに「デジタル共創本部」を設立しました。その狙いは、グループの強みである人財・技術・事業の多様性を最大限に活用するため、デジタル技術でビジネスを変革させ、共創によって新たな価値を創造することにあります。

さらに2022年4月、旭化成グループは大規模な組織改編を実施。グループで事業を展開する3領域の1つ「マテリアル」領域について、石油化学製品や合成ゴムなどの製品軸で設置されていたそれまでの組織を見直し、市場軸を強く意識した組織、すなわち「環境ソリューション事業本部」「モビリティ&インダストリアル事業本部」「ライフイノベーション事業本部」への改編を行いました。

「いいものをつくれれば売れる」という従来のメーカーの思考から脱却して、市場の動向を注視し、顧客のニーズに応える製品・サービスを提供する。もちろんそれを実践する上では、事業横断的な情報の共有と活用が不可欠であり、これまで推し進めてきたDXが重要な役割を果たします。

モビリティ&インダストリアル事業本部 戦略推進部長の宇高道尊氏は、そのように近年、旭化成がグループを挙げてDX戦略に取り組んできた背景には、多角化企業の多くに共通して見られる課題があった、と話します。

Q1. Tableau で感動したことは？

A1. 使いたくなるワクワク感

「気に入っているのは使いやすさと表現力の高さ。UIだけでなく、デザインも含めて使いたくなるようなワクワク感があります。また、会社としてビジュアルライゼーションの知見が豊富で、それを共有しながらサポートしてもらえる点にも感謝しています」

Q2. Tableau 導入後の変化は？

A2. 効率化で時間が削減され本来の業務に集中

「データの取得・整理などの効率化で削減された時間を、データにもとづく営業活動など、本来の業務に割けるようになっていきます。ベテランの従業員からも、自分の過去の活動の情報をデータ化して見える形で次の世代に渡したい、という意識の変化が起きています」

「営業活動は製品・事業部ごとに実行され、顧客軸・市場軸での戦略や複合的な価値提案が難しい状況でした。また、情報もサイロ化し、十分に活用できていませんでした。たとえば経営層から『今度このメーカーの方と会うけど、今うちとどんな取引やトピックがあるの?』と聞かれても、それをどう調べればいいのかさえわからない。多角化企業の強みを発揮しているとはいえない状態だったわけです」(宇高氏)

Tableau 導入・運用環境

利便性重視の導入を心がけ利用定着化を促進

経営・マネジメント層が経営情報をタイムリーに把握し、的確な判断を下す。品目別・地域別に予実を管理して現況を把握しながら、課題を発見して迅速に意思決定する。そうしたことを可能にするため、2021年、Tableauを導入しました。ライフインノベーション事業本部 デジタルイノベーション推進部 デジタルマーケティング推進室 課長の児嶋和生氏は、導入にあたって注意した点について、次のように説明します。「多くの従業員が利用することになるので、マニュアルがなくても見ただけで直感的に使えるよう、Tableauの機能や表現力を活かしながら、ダッシュボードの構築などを工夫しました」(児嶋氏) 一方、マーケティング&イノベーションセンター マーケティング企画戦略室 主査の栗林祐介氏によると、Tableauの利用定着化に役立ったのが、同時に導入したSalesforceとの高い連携性です。「営業のデータはすべてSalesforceに入っているんで、たとえばTableauのデータを見て気になった取引先をクリックすれば、Salesforce側の関連情報へ瞬時に飛ぶことができます。ユーザーからすれば、いろいろなツールを開く必要があったり、動線がバラバラだったりすると、どうしても使うのが面倒になるので、TableauとSalesforceの連携性は大きな強みだと感じました」(栗林氏)

児嶋氏の所属するライフインノベーション事業本部でTableauを利用するのは、経営層および営業・マーケティング部門の従業員数百人レベルで使用で、事業部全体の経営に関する最新のデータをダッシュボードで確認し、経営判断や意思決定などに活かす態勢を整えました。

Tableau 選定の理由

使いやすさと表現力、Salesforceとの連携性が決め手に

Tableauの導入前、営業・マーケティング部門ではBI製品をほとんど利用しておらず、データ分析には主にExcel等を利用していました。製品の選定にあたって児嶋氏は、5社の製品を実際に使い、比較表を作成したそうです。

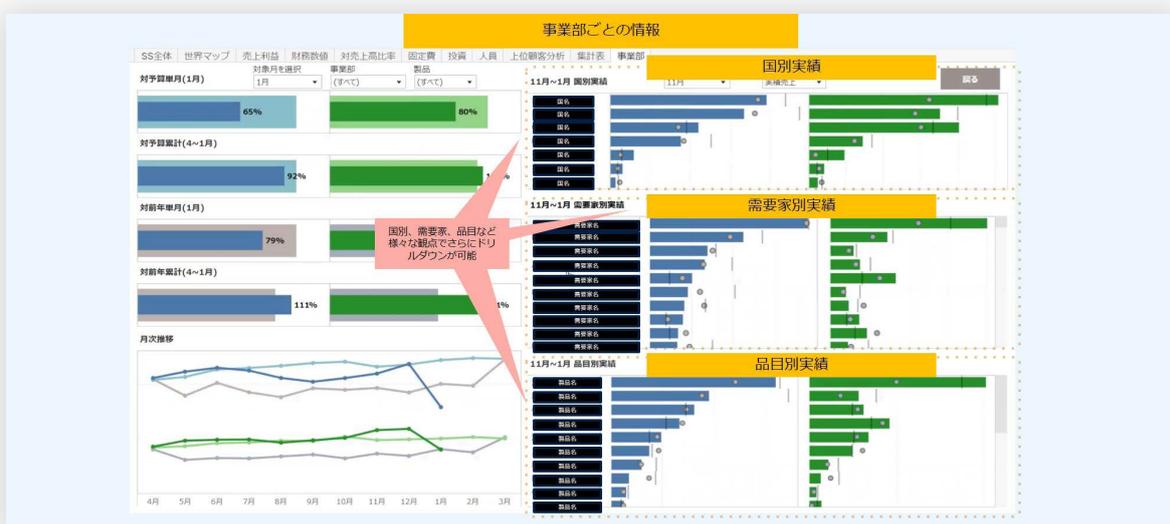
「Tableauの優位性としてまず感じたのは、使いやすさと表現力です。BIを使う上で一番大変なのはデータ整備なので、そこをTableau Prepで自動化できるのは大きい。また、ダッシュボードをうまく使えなかったり、表現に魅力を感じなかったりすると利用が定着せず、製品の効果を最大限に発揮できませんから」(児嶋氏) もう1つの決め手になったのが、Salesforceとの連携性の高さだ、と栗林氏はいいます。

「BIと同時にSalesforceを導入することが決まっていた、営業のデータはすべてそこに蓄積されるので、連携のしやすさは重要なポイントでした。やはりその点は、同じ企業グループの提供するサービスの強みだと感じました」(栗林氏)

Tableau 導入効果

分析・報告・意思決定等が大幅に迅速化・効率化

ライフインノベーション事業本部の現場では、日次で更新される売上などのデータをダッシュボードで可視化し、分析や報告などの作業を行っています。



「以前は、ERPなどからデータを取得して集約し共有する、という作業を全部署で同じように行っているという無駄の多い状況でしたが、Tableau Prepによってそうしたデータ整備が自動化されました。その上で、実績の速報などの各種データを、部署や担当者それぞれの見たい切り口で見られるので、そこから多角的に分析を進めて意思決定する、月報などの資料にまとめて社内共有する、という作業が大幅に迅速化・効率化されました」(児嶋氏)

「今までは事業部や支店ごとに報告の仕方がバラバラで、見ている数字が違ったり、二重報告などの無駄が発生したりするという問題がありました。その点Tableauは、共通の動的なダッシュボードでユーザーが切り口を変えればいだけ。経営側・現場の双方がメリットを実感しています。今では分析手法の型を作って事業部ごとに横展開しています」(栗林氏)

毎日10分ほどかかっていた進捗報告の作業、さらに月報作成の作業が自動化で不要になっただけでも、従業員数を考えればコスト削減効果は大きい、と栗林氏はいいます。

さらに旭化成では、複数軸での分析を容易に実現できるTableauの利点を活かすことで、膨大な製品群と顧客データの横断的な分析にもとづく改善事例が次々に出てきています。

「各製品の市場のシェアとSalesforceの営業活動レポートをかけた分析によって、重要な市場においてシェアの伸びていない原因が営業活動量の不足にあることがわかり、営業人員を増やしたという実例があります。

また現在、建材・メディカル領域へのTableau導入を試験的に進めています。たとえば、日本地図をグラフィック化して、各都道府県のシェアや営業の活動量を見たり、製品の在庫状況等を一元化して物流につなげたりするなどの新たな施策を展開しています」(栗林氏)

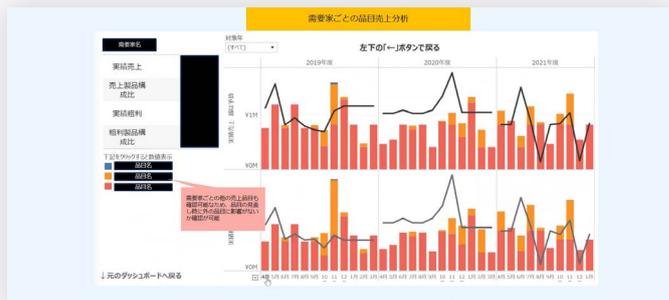
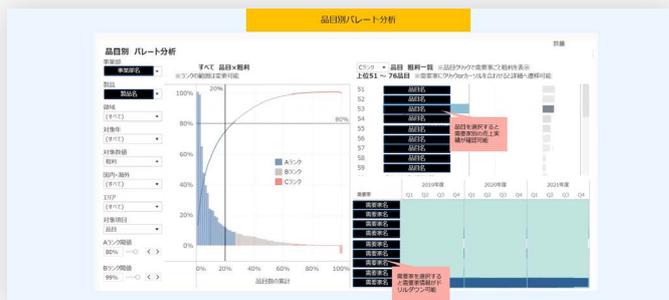
今後の展開について

情報資産を最大限に活用してビジネス変革に邁進

全社を挙げてDXを推進し、業務のみならずビジネスそのものを変革させつつある旭化成グループ。宇高氏は最後に、今後の展望についてこう語ります。

「今までの私たちは、実直にいいものをつくれれば売れる、お客様のおっしゃることにただ従っておけばいい、という仕事のやり方でした。しかしこれからは、市場がどう動き、お客様が本当はなにを考え、それに対してなにをすべきかを理解した上で、営業・開発の戦略を変えていかなければ、過当競争に巻き込まれ、会社として衰微してしまいます。

そういう危機感を持った上で、ではなにが必要かといえ、現実を示すデータと、それを蓄積・共有・活用するプラットフォームです。今後も私たちは、グループ内の多様な情報資産を最大限に活用し、ビジネスを変革していきたいと考えています。またその上で、SalesforceやTableauといった優れたソリューションを提供してくれるだけでなく、豊富な知見と一緒にビジネスを進めてくれるセールスフォース・ジャパンおよびTableau Japanの支援にも大いに期待しています」(宇高氏)



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・ジャパン Tableau 事業統括