



NTTコミュニケーションズ株式会社

<https://www.ntt.com/index.html>

業種：情報・通信システム

従業員数：9,000人

(NTT Comグループ：16,850人)

※2022年7月現在

資本金：2,309億円

所在地：〒100-8019

東京都千代田区大手町2-3-1
大手町プレイスウエストタワー

事業内容：NTT（日本電信電話株式会社）のグループ会社として1999年に設立。国内電気通信事業における県間通話サービス、国際通信事業、ソリューション事業などを展開。企業のデジタルトランスフォーメーション実現に貢献する「DX Enabler」として、ICTの活用による顧客企業の経営課題の解決やスマートな社会の実現に取り組んでいる。

Tableauによる データの可視化で、 データドリブン経営の 文化と人材を育む



3000

作成したダッシュボードの数



2000人

社内コミュニティの参加人数

導入前の課題

サービスや業務の改善にデータを活かす

大小合わせて1000近くあるシステムに大量のデータが存在しており、データを単に管理するだけではなく、分析してサービスや業務の改善に活かしたかった。

解決策

セルフサービスBIができる Tableau を選択

データを分析活用できる人材を増やすためのセルフサービスBIのプラットフォームとして Tableau を選択。全社のデータを統合した分析基盤の上で、データのカatalogであるデータマートを作り、そのデータマートを Tableau で可視化した。

導入後の効果

データ活用の文化が社内に根付く

3000以上のダッシュボードを作成。会議で資料を見せる際にも、ダッシュボードを提示するケースが増えてきており、分析・可視化の文化が社内に根付いた。

選定理由

柔軟で、細かいところで融通が利く

NTTグループのマーケティング担当者から Tableau が使いやすいと聞き、実際にルック&フィールなどを確認。Tableau には柔軟さがあり、細かいところで融通が利き、触っているうちにダッシュボードできあがる感覚がある。

導入時期：2016年

導入製品：Tableau Desktop

Tableau Prep Builder

Tableau Server

導入に要した期間：3か月



お客様プロフィール

お名前：松本 貴宏 様
役 職：担当部長（グループリーダー）
部 門 名：デジタル改革推進部
DX戦略部門
主な担当業務：
CDO(Chief Digital Officer) の Change Managementを遂行するChange Agentとして活動。全社DX戦略策定や、DXの風土醸成にむけたボトムアップ施策(イベント等)を実行



お客様プロフィール

お名前：駒走 聡昭 様
役 職：担当部長
部 門 名：デジタル改革推進部
DX戦略部門
主な担当業務：
データ活用人材の育成を目的としたデータサイエンティストCoEのメンバーとして活動。データ分析関連の研修企画と運営を担当。DATA Saberとして後進の育成にあたる。

導入の背景 / Tableau選定の理由

大量のデータを可視化するために必要だったセルフサービスBI

NTTコミュニケーションズ（以下、NTT Com）におけるデータ活用の取り組みは、2016年に遡る。当時の同社システム部は、大小合わせて1000近くのシステムを管理しており、そこには大量のデータが存在していた。このデータを単に管理するだけでなく、分析してサービスや業務の改善に活かすべく組織横断的なプロジェクトが立ち上がった。

分析環境として、セキュアに分析できるようデータ分析用の仮想環境を用意し、顧客データなどは利用者PC端末にダウンロードできない仕組みにした他、膨大なデータの中から目的のデータを探しだしやすく「データカタログ」も整備した。そうした中で、データを分析・活用できる人材を増やすためのセルフサービスBIのプラットフォームとして選択されたのが「Tableau」だった。

「可視化ツールをいろいろ調べていたところ、NTTドコモのマーケティング担当者からTableauが使いやすいと聞き、実際にルック&フィールなどを確認して選びました」と話すのは、当時、システム部第三システム部門の担当部長で、現デジタル改革推進部担当部長の駒走聡昭氏だ。

駒走氏はTableauについて、「他のBI製品がブロックを組み上げる印象だとすると、Tableauは粘土のような柔軟さがあります。細かいところで融通が利いて、触っているうちにダッシュボードできあがる、そのような感じですよ」と評する。

全社横断プロジェクトにおいて、社内での分析事例の紹介、分析

受付窓口の設置、トレーニング講座の開催などの活動を行うことで、NTT Com社内でデータ分析・可視化の文化が次第に醸成されていく。

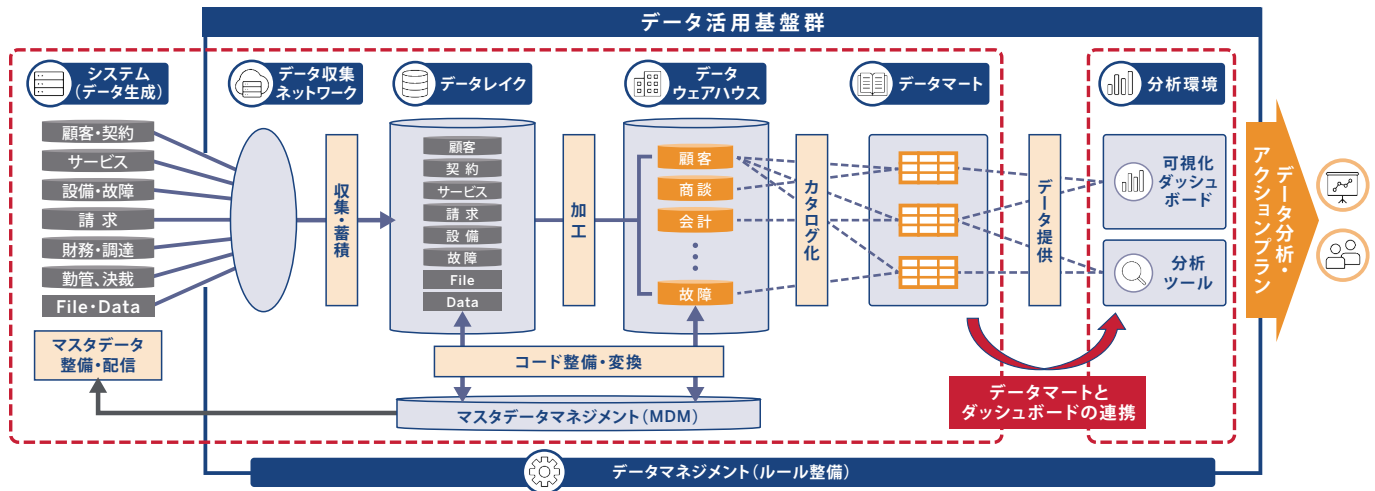
Tableau 導入・運用環境 / 展開プロセス

デジタル改革推進部主導で、データ活用の統合基盤を整備

こうした中、2019年NTT Comでは全社DX推進体制が立ち上がり、副社長がCDO（Chief Digital Officer）を兼任し、社内の全組織にDO（Digital Officer）が設置された。当時、経営企画部オペレーション戦略部門に所属していた現デジタル改革推進部担当部長の松本貴宏氏は、社内のDX推進の動きに合わせて、2020年4月にデジタル改革推進部にはデータドリブンマネジメント推進部門も創設されて新組織としてスタートした。

デジタル改革推進部は、セールス、サービス、オペレーションなどの業務を跨いだ全社DX施策の実行マネジメントや、NTTグループ各社との連携窓口という役割を担う。共通施策として、「プロセス改革」「ワークスタイル変革」「データドリブンマネジメント」が掲げられ、特にデータドリブンマネジメントにおいては、「経営指標の可視化 / データドリブン経営」や「システムの在り方の抜本的見直し」をテーマとして取り組むことになった。

「全社のデータを統合した分析基盤の上で、データのカatalogであるデータマートを作り、そのデータマートをTableauなどのBIプラットフォームを使って可視化して、全社でデータを活用できるようにした。統合したデータは、可視化だけでなく、機械学習や他のITシステムとの連携も容易にできるようになっている。また、上流からできるだけ綺麗なデータを流すという思想のもと、マスターデータマネジメント（MDM）にも着手した」（松本氏）



図：データ活用のための基盤を整備

データを統合し、分析する上で、マスターデータの統一は重要な意味をもつ。例えば、工事の計画番号や決裁番号、お客様のID、ビル番号などのデータが各システムでバラバラになっていると、システムを跨いだ分析をする際に、変換が必要などかなりの手間がかかってしまうからだ。また、データドリブン経営をサポートするための「マネジメントダッシュボード」も作成している。作成開始から1年が経過し、セールス、サービス、オペレーションという部門をまたいで可視化できるダッシュボードが、いつでも利用できるようになっている。なお、ダッシュボードごとに閲覧権限を設定することで、経営層はもちろん、従業員まで全社のメンバーが参照できるようにしている。

代表的なダッシュボード／Tableau導入の効果

社内コンテスト「ダッシュボードEXPO'22」を開催し、ボトムアップを図る

統合基盤の整備やマネジメントダッシュボードの作成など、全社にまたがる抜本的な改革をトップダウンで進める一方で、社員の自発的な変革を促し「クイック・ウィン」で成果を出すボトムアップによるアプローチにも力を注いだ。

その一例が、社内コンテスト「ダッシュボードEXPO'22」だ。これは、NTT Com内でそれまでに作成した3000にもものぼるダッシュボードの中で、優れたものを提案していただき、表彰するという取り組みだ。

例えば、このコンテストで賞を受賞した「クライアントビジネスマップ」は、顧客のIT投資額をポテンシャルと推定し、そのポテンシャルにどれだけNTT Comやグループ会社の営業が関与しているかを可視化して営業戦略を策定。ここに寄与するのがTableauのダッシュボードだ。優れたダッシュボードは特別サイトで公開し、全従業員が閲覧できるようにすることで、「自分もダッシュボードづくりをしてみたい」と感じてもらい、DXが「楽しい」「ワクワクする」ものだと思ってもらえることを目指している。

「こうした成果もあって、業務の効率化・可視化は、かなり進んだと感じています。会議で資料を見せる際にも、パワーポイントへのグラフ貼り付けではなくダッシュボードを提示するケースが増えてきています。これも、分析・可視化の文化が社内に根付いてきているからだと思います」と、松本氏は手ごたえを感じている。

社内コミュニティづくりにも注力

コンテストの開催と並行して、社内でのコミュニティも盛んになってきている。2019年ごろから、社内のコラボレーションツール上にあつたデータ分析のコミュニティを引き継ぎ、2022年には2000人近くが参加する規模にまで成長している。また、デジタル改革推進部のメンバーやTableau社の担当者のセミナーを開催することで、データ分析スキルを社内に広げる施策も展開している。

コミュニティの育成について駒走氏は、「Tableauに限らず、ツ

ルを社内で普及しようとする、『まず、つくってほしい』と依頼がきて、それに応じると次もまた作成依頼が来てしまうということになりがちです。これでは、社員はいつまでたっても成長しません。そのためにも、社員同士が自発的に助け合うためのコミュニティの育成は重要だと考えています」と話す。

今後の展望

データ活用に適した 「データマート」を公開していきたい

また駒走氏は、今後について、データ活用に適した「データマート」を次々と公開していきたいと意欲を示している。具体的には、管理

会計ベースの売上データや、Salesforceから取得できる営業活動の商談件数といったデータマートを順次公開することで、可視化や分析に役立てていく方針だ。例えば、商談に関するデータを、サービス開発担当者が見ることができれば、自分のサービスがどんな顧客にどのくらい売り込まれているのかが分かり、顧客を意識したサービス開発ができるようになる。NTT Comの目指しているセールス、サービス、オペレーションという部門を跨いだデータ活用が可能になるわけだ。

最後に松本氏は、Tableauへの評価として、「ツールの提供だけでなくコミュニティの育成にも協力いただき、データ活用文化の醸成に大きく役立っています。これからも活用を促進していきますので、引き続きサポートいただきたいです」とエールを送ってくれた。

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