

スモールスタートと人材育成で 利用定着化を促進

データにもとづく営業・マーケティングを可能とする環境を実現

20分の1

データクレンジング業務の月間の
所要時間が810分から35分に

19%削減

会議資料の作成業務の所要時間

K Mバイオロジクス株式会社
<https://www.kmbiologics.com>

健康にアイデアを



業 種：製造業

従業員数：2,029名（2023年6月現在）

資本金：100億円（2023年6月現在）

所在地：熊本県熊本市北区大窪1-6-1

事業内容：2018年、一般財団法人化学及血清療法研究所の医薬品製造販売業と新生児マスキューン事業を承継し、明治ホールディングス株式会社の連結子会社として設立。国内で唯一「ヒト用ワクチン」、「動物用ワクチン」、「血漿分画製剤」、「新生児マスキューン」の4事業を行っている。

導入前の課題

Salesforce 内の営業データの未活用と関連業務の属人化が課題

営業部門に Salesforce を導入して営業データを蓄積したものの、ダッシュボードでシンプルな指標を確認する程度の活用に留まっていた。データのクレンジング・加工・分析の業務が属人化し、データにもとづく意思決定がほとんど行われていなかった。

解決策

スモールスタートと人材育成で段階的に利用を拡大

スモールスタートでまずはデータクレンジング・加工業務を効率化し、その成果を踏まえて利用する部署と業務範囲を段階的に拡大。並行して教育プログラムを実施して人材を育成した。結果、ユーザーが自ら Tableau でデータを可視化・分析し、意思決定につなげられる環境が確立された。

導入後の効果

データクレンジング業務や資料作成の効率化、意思決定の迅速化を実現

データクレンジング業務の月間の所要時間を810分から35分へと20分の1に圧縮、会議資料の作成業務を19%削減。会議で Tableau ダッシュボードを見ながら議論を円滑に進められるようになり、意思決定のスピードアップにつながった。

選定理由

Salesforce 製品であること、データクレンジング・加工の効率化に優れていること

もともと Salesforce を利用していたため、同じ Salesforce ファミリーの製品なら運用・保守面で勝手がよく、社内部的に説明しやすかった。また、データクレンジング・加工業務の効率化を第一の目標としており、推進者がその点における Tableau の優位性を熟知していた。

導入時期：2020年11月

導入製品：Tableau Cloud、Tableau Prep、Tableau Desktop、Tableau Data Management Add-on

ライセンス数：Tableau Creator：5、Tableau Explorer：22、Tableau Viewer：42

主な利用環境：医薬営業本部の営業活動を中心にセルフ分析で利用中

導入に要した期間：1か月半



お客様プロフィール

お名前: 廣田 一薫 様 / **役職:** 部長
部門名: 企画管理本部 デジタルIT部
主な担当業務: 社内のDX推進およびITの導入・管理を担うデジタルIT部を統括し、サプライチェーンの最適化やデータ活用の促進、IT人材の育成などの施策を展開する。



お客様プロフィール

お名前: 黒瀬 駿 様 / **役職:** リーダー
部門名: 医薬営業本部 営業推進部 営業企画課 デジタルマーケティングチーム
主な担当業務: 中長期的な企業成長に向けて医薬営業本部のデータドリブンマーケティングや業務効率化を実現し、製品価値や営業利益の最大化を図るチームを率いる。



お客様プロフィール

お名前: 田端 晴香 様
部門名: 医薬営業本部 営業推進部 営業企画課 デジタルマーケティングチーム
主な担当業務: 医薬営業本部のTableau運用管理者として、データベースマネジメントから定型ダッシュボードの作成、リリース管理、

ユーザーサポートまで幅広く担当。社内のTableauユーザー向け教育プログラムやコミュニティ作りも主導。



お客様プロフィール

お名前: 山本 彩乃 様
部門名: 医薬営業本部 営業推進部 営業企画課 デジタルマーケティングチーム
主な担当業務: 医薬営業本部のSalesforceシステム管理者として、各種設定やシステム構築、円滑な運用を担当。Tableauダッシュ

ボードのSalesforce連携も主導し、「現場で活用しやすい」システム作り日々取り組んでいる。



お客様プロフィール

お名前: 佐伯 和音 様
部門名: 医薬営業本部 営業推進部 営業企画課 デジタルマーケティングチーム
主な担当業務: 医薬営業本部のTableau運用副管理者として、定型ダッシュボードの作成やリリース管理、ユーザーサポートを担う。

本部内外のTableauユーザー向け教育も実施中。

導入の背景

Salesforceに蓄積されたデータの活用が課題に

KMバイオロジクス株式会社は、熊本県熊本市に本社を置き、ヒト用ワクチンや血漿分画製剤の研究・開発・製造・供給、動物用ワクチンの製造などを手がける、国内唯一のバイオロジクス企業です。同社は、主に国内のビジネスユーザーを顧客として事業を展開し、これまでに世界初の製品を8製品、国内初の製品を18製品開発するなど、バイオテクノロジー領域に特化した高い技術力で知られています。

そうしたビジネスを進める中、社内で浮上したのが、データ活用に関する課題です。医薬営業本部 営業推進部 営業企画課 デジタルマーケティングチームリーダーの黒瀬駿氏は、「当社は営業とデジタルマーケティングの強化を目指して2017年にSalesforceを導入し、医薬営業本部で利用を開始しました。それによって営業に関するデータを収集する環境が整い、以降の数年間でさまざまなデータが蓄積されました。ところが活用に関しては、営業の活動データや売上データなどのシンプルな指標をSalesforceのダッシュボードやグラフで見て議論する程度に留まっていた」（黒瀬氏）

同社では当時、あるBIツールを利用していたものの、ライセンス体系上の制約により、アクセスできるのはごく一部の担当者のみで、データの加工や分析の業務は完全に属人化していました。各担当者が依頼を受けてExcelを使ってデータ分析し、必要に応じてグラフや資料を作成するという、個人のスキルやリソースに依存した状態だったのです。

企画管理本部 デジタルIT部 部長の廣田一薫氏は、2022年に入社した当時の状況をこう振り返ります。「営業以外のシーンで、データにもとづく意思決定はほとんど行われていませんでした。そもそもどこにどういうデータが蓄積されていて、どう使えるかもわかっていない、ゆえにニーズ

Q1. Tableauで感動したことは？

A1. データ読み込み・ビジュアル作成の速さや機能の豊富さ、直感的な操作性が魅力

「データの読み込みの速度やビジュアル作成の速さに驚きました。またビジュアルが美しく、使っていて楽しいです」（田端氏）、
「Salesforceとの連携機能や、見やすいダッシュボードを実現するための機能の豊富さが魅力です」（山本氏）、
「知識がなくても直感的な操作でデータハンドリングできるとつきやすさに感動しました」（佐伯氏）

Q2. Tableau導入後の変化は？

A2. データドリブン文化の醸成

「インタラクティブなダッシュボードで誰でも容易に深掘り分析できるようになったことで、データに対する社員の意識が高まり、分析結果をアクションにつなげるデータドリブン文化が社内に醸成されつつあると感じています」（黒瀬氏）

もない、という状態でした」(廣田氏)
 そうした状況を打破するため、同社は2020年、医薬営業本
 内にデジタルマーケティングチームを立ち上げ、データ分析力
 の向上に向けてTableauの導入に踏み切ったのです。

Tableau 導入・運用環境

スモールスタートと教育でユーザー・利用範囲を拡大

同社は、Tableauの社内定着化を円滑に進めるためスモール
 スタートを選択し、まずはデジタルマーケティングチームの業
 務に限定して利用を開始しました。同チームの山本彩乃氏は、
 Tableauに触ったときの印象についてこう語ります。

「従来のBIツールは、グルーピングの項目数やグラフの種類
 が限られている、自由にカスタムできる要素が少ないなど、で
 きないことがたくさんありました。それに対してTableauは、『ま
 さにこういうものを見せたかったんだ』というダッシュボードを
 簡単に作ることができる。触るのがすぐに楽しくなりました」(山
 本氏)

同チームは、Tableau Prepを利用し、従来手作業だったデー
 タクレンジングとデータ加工の業務の大幅な効率化に成功。黒
 瀬氏はいいます。

「取り組みが思いのほかうまくいったことで、当初は新たなツ
 ールの導入に対し少なからず抵抗感のあった社内からもTableau
 を評価する声が上がりはじめました。その小さな成功体験をも
 って上長を説得し、Tableauを利用する部署と業務範囲を段階
 的に拡大していきました」(黒瀬氏)

同社は、部内で特に高度なデータ分析力が求められる各製品
 のブランドマネージャーにTableau Explorerライセンスを付与し、
 3日間の教育プログラムを4か月間にわたって実施。基礎から
 実際の業務関連のダッシュボード作成までを学ばせる実践的

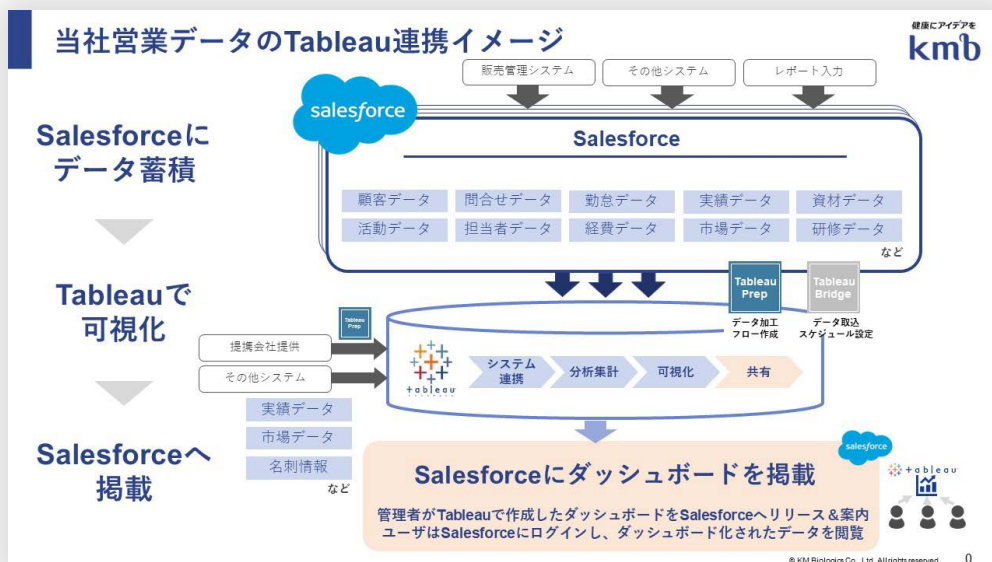
な内容でスキルを習得させました。また、相談会や勉強会、
 研修動画配信などを定期的に行い、ユーザーの拡大と定着化
 を進めました。

「Tableauのダッシュボードを見る方法は、これまで通り
 Salesforceにアクセスし、そこに貼りつけてあるリンクから飛
 ぶだけ。ですから実は営業のユーザーには、Tableauを使っ
 ているという意識はあまりありません。定着化のための工夫と
 して、新しいBIツールを使っていることを“あえて意識させない”
 ようにしたわけです。また、Tableauはオンライントレーニング
 やTableauコミュニティの活動も充実しているので、地方企
 業という地理的なハンディを感じることなく、短期間でスキル
 習得や社内展開を進めることができました」(黒瀬氏)

その結果、Tableauの総ユーザー数は、導入から1年弱で69
 名まで増加しました。現場の営業担当者がそれまでと同様に
 Salesforceを通じてTableauダッシュボードを閲覧できるシス
 テムを構築したこととも相まって、Tableauの利用は医薬営業
 本部全体に拡大。データドリブンな営業・マーケティングの
 実現に向けて大きく加速したのです。

医薬営業本部では、自社品の販売実績データなど、社内に蓄
 積された営業活動に関するさまざまなデータを多くの社員が自
 らTableauで可視化・分析し、タイムリーな打ち手につなげら
 れるようになりました。また、医薬品の市場データなどの社外
 のデータをTableauに取り込むことで、たとえば販売実績の伸
 びているエリアを日本地図上の色の濃淡で表現するなど、従
 来は難しかった多角的な可視化・分析が可能になりました。

「医薬営業本部では現在、現場の営業担当者から上級管理職
 まで、多くの社員がTableauを用いて意思決定しています。会
 議では、以前のように手間をかけてExcelのデータをもとに資
 料を作成することなく、Tableauのダッシュボードで鮮度の高
 いデータを見ながら議論し、経験や勘だけに頼らない営業・マー



ケティング戦略を立案・実行できるようになっています」(黒瀬氏)

Tableau 選定の理由

Salesforce ファミリーの製品であること、データクレンジング・加工を効率化できること

データの読み込みやビジュアルの作成の速さ、ビジュアルの美しさ、使ったときの楽しさなど、同社が Tableau 選定時に高く評価したポイントの中で、特に重視したのは2つ。1つは、Salesforce ファミリーの製品であることです。

「社内には、いろいろなベンダーのシステムが乱立するのは、運用・保守面で勝手がよくない、という意見がありました。当社ではBIツールの刷新に先行してSalesforceを導入・利用していたので、同じパッケージとして使えるTableauなら社内的に説明しやすいと考えました」(黒瀬氏)

もう1つ決め手になったのは、黒瀬氏自身が前職でTableauの優位性を目の当たりにしていたことだったといいます。

「Tableauを全社で利用しているクライアントと仕事をした際、Tableau Prepを使えば大容量データを簡単にクレンジング、加工できることを知りました。まさにその業務を効率化したいというのが、BIツールの刷新を検討するきっかけでしたから、候補としてTableauが真っ先に思い浮かびました」(黒瀬氏)

Tableau 導入効果

データクレンジングの作業時間を20分の1に圧縮、資料作成業務を19%削減

デジタルマーケティングチームの田端晴香氏と佐伯和音氏は、Tableau 導入による定性的な効果についてこう話します。

「以前のBIツールでは、1つのデータソースを使った分析しかできない、複数使う場合にはベンダーへの依頼が必要などの制約がありましたが、Tableauによってさまざまなデータを自由に組み合わせて分析できるようになりました」(田端氏)

「私はもともとデータを扱うスキルをまったく持っていませんでしたが、Tableauならデータの取り込みやグラフの作成をドラッグ&ドロップなどの簡単な操作で行えます。実作業が大幅に効率化されたことで、相手に伝わりやすいデータの見せ方について試行錯誤するなど、本来の業務に時間を使えるようにな

りました」(佐伯氏)

Tableau 導入の効果は、数字にもはっきりと現れています。まず、従来手作業で月間810分かかっていたデータクレンジング業務は、Tableau PrepとRPAツールを組み合わせたシステムの構築によりほぼ自動化され、月間35分、実に20分の1に圧縮されました。また、Tableau ダッシュボードを見ながら会議を進める文化が定着しつつあることによって、手作業で行われていた資料作成の業務が平均19%削減されるという効果が出ています。

「同時に、会議の場で経営層を含めて議論を進めやすくなり、意思決定のスピードが速くなりました。たとえば経営層から、ある経営指標について質問があったとき、以前なら『来月の会議までに調べます』とその場で回答できないケースが多々ありました。現在では、Tableauでさまざまな切り口から瞬時に答えられますから、それだけで少なくとも1か月のスピードアップにつながるわけです」(黒瀬氏)

Tableauによる売上への効果を算出するのは簡単ではありませんが、影響を感じさせる事例は出てきています。たとえばある製品の売上が、Tableau導入以降、目標を超過達成し続けているのは、その製品を担当するブランドマネージャーがTableauの勉強と活用に積極的に取り組んでいることと無関係ではない、と黒瀬氏は分析しています。

今後の展開について

Tableau 全社展開でデータドリブン文化の定着化を目指す

医薬営業本部での成果を踏まえ、同社では生産本部など、他部門でのTableauの活用が始まっています。廣田氏は最後に、今後の展望についてこう語りました。

「経営層に『Tableauでこんなことができますが、全社展開してはどうですか?』とアイデアベースで提案したところ、とても前向きな反応で、総論として反対する人はいませんでした。一方で当社はまだ、全社でデータを活用していくための体制を整えられておらず、経営管理ダッシュボードといえるようなものも存在しません。経営管理部門と一緒にKPIを検討するとともに、体制づくりを進め、経営層を含めてデータに触れられる環境を実現する。それによってデータドリブン、つまりデータから得られる事実にもとづいて物事を決断する、という文化を社内に根づかせたいと考えています」(廣田氏)

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