

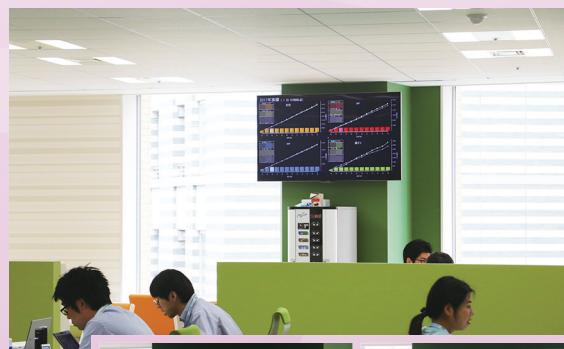
日発販売株式会社

事例紹介

データ集計→見える化→帳票出力に至るまで 包括的にサポートするBI基盤を構築 経営層から現場、さらに日報まで一貫したデータ活用・分析を推進

自動車および各種機械・機器類の部品、付属品販売を手掛ける日発販売株式会社では、既存のデータウェアハウスのパフォーマンスが限界に達したことを機に、エンドユーザー用のBIツールを含めた基盤を全面的に刷新した。

そこで採用したのがウイングアークのDr.SumとMotionBoardだ。データ抽出・集計のレスポンスの驚異的な短縮を実現するとともに、営業部門、管理部門、企画部門、経営層のそれぞれのニーズにあったユーザーインターフェイスを提供。さらにSVFとDr.Sumを連携させた日報作成・配布プロセスの完全自動化を実現し、全社的なデータ分析を推進している。



Company Profile



日発販売株式会社

設立 : 1959年5月14日

本社所在地: 東京都港区

事業内容 : 日本有数のばねメーカーとして知られる日本発条(ニッパツ)のグループ企業。自動車補修用部品卸売のオートパーツ事業、大手自動車部品メーカー、建機メーカー、住設メーカー等へ金属加工部品や樹脂成型品等を提供するプレジジョンパーツ事業、医療用機器、産業用機器、光通信部品等を取り扱う産業インフラ事業を3つの柱に、高付加価値の商品やサービスを提供している。

URL : <http://www.nippan-inc.co.jp/>

✓ 採用の背景

- 既存のデータウェアハウスの処理性能が限界に達した
- 既存のBIツールは自由度が低く、柔軟なデータ分析に対応できない

✓ 導入ポイント

- 大規模データを高速処理するDr.Sumのパフォーマンス
- 担当業務やBIリテラシーに応じて、2つのユーザーインターフェイスを使い分けることが可能

✓ 導入効果

- データ抽出および集計のレスポンスを十数分から4秒に短縮
- 売上、仕入、受発注、在庫など多様な切り口による柔軟なデータ分析を実現
- 日報作成および配布に費やしていた担当者の工数を“ゼロ”に削減

日発販売株式会社

より高速で、もっと使い勝手のよい データ活用・分析基盤に刷新したい

日本有数のばねメーカーとして知られる日本発条(ニッパツ)の販売子会社である、日発販売(以下、ニッパン)。主力の自動車補修用部品から精密加工品、医療器具用部品、産業機器などへと事業領域を広げ、いま取扱部品のマスターは24万件を超える。日本全国約40ヶ所に展開する営業拠点網をベースに独自の開発提案力を駆使し、多様なニーズに応える高付加価値の商品とサービスを提供することで成長を続けている。

このビジネスを支えているのが、徹底したデータドリブンの考え方。同社 企画管理本部 情報システム部の部長を務める井澤 正明氏は、「2000年初頭にデータウェアハウスを導入し、売上実績や各商品の在庫量などのデータをほぼリアルタイムに把握できる体制を整え、経営層から現場まで意思決定のスピードアップを図ってきました」と語る。

しかし、長期にわたって運用を続けてきたこのデータウェアハウスに限界が見え始めた。2013年5月、データソースとなっている基幹システムをERPパッケージにリプレイスしたところ、レスポンスが急速に低下してしまった。2000年当時と比べて扱うデータ量そのものが大幅に増大したこと、データ連携のインターフェイスが複雑化したことなどさまざまな要因によるものだが、目的のデータを抽出・集計するのに最短でも十数分、長ければ1~2時間を要するという状況に陥り、現場からも不満の声が噴出した。

そこで2014年に入り、同社はデータウェアハウ

スを刷新すべく検討を開始。企画管理本部 情報システム部 主査の森田 敏男氏は、「エンドユーザー用に導入していた既存のBIツールも自由度が低く、扱いづらいことが問題となっており、より高速で、もっと使い勝手のよいデータ活用・分析の基盤を導入したいと考えました」と語る。

Dr.Sumの導入とその効果

十数分を要していた データ抽出・集計のレスポンスを わずか4秒に短縮

先述のような狙いを掲げSIパートナーの内田洋行に相談を持ち掛けたところ、提案を受けたのがウイングアークのDr.Sumである。「実データを用いたデモを見せてもらい、その圧倒的なパフォーマンスに驚きました」と森田氏は語り、すぐに導入を決定したという。

さらに、使い勝手の観点からDr.Sumを高く評価するのは、同部 主査の村田 健也氏だ。「実績データを定型的なビューで素早く確認したい営業担当者にはDatalizer for Webを、より自由な切り口でデータを深く分析する必要がある本部の企画担当者にはDatalizer for Excelをというように、ユーザーの担当業務やBIに対するリテラシーに応じて使い分けられる2つのインターフェイスが用意されていることも大きなポイントでした」と語る。

こうして2014年9月より運用を開始したDr.Sumは、同社のデータ活用・分析にどんな効果をもたらしたのか。

Surprise!

Dr.Sum

Before

「既存のデータウェアハウスは目的のデータを抽出・集計するのに最短でも十数分を要しており、現場からも不満の声が噴出していた。また、エンドユーザーに提供していた既存のBIツールも自由度が低く、扱いづらいことが問題となっていた」

まずは「圧倒的」と評価するパフォーマンスだが、「従来のBIツールでは十数分を要していたデータ抽出・集計のレスポンスを、Dr.Sumはわずか4秒に短縮しました」と森田氏は強調する。加えて売上、仕入、受発注、在庫など多岐にわたる項目による柔軟な集計を実現するとともに、以前は大きなストレスを感じていたデータのスピーディーな並び替えを実現した。具体的には、並び替えの都度必要だったデータの再抽出を不要とし、商品別、部門/支店別、部署別、担当者別、得意先別、年/月/日、予算比といった自在な軸で、ユーザーの思考を止めないデータ分析を支援している。

また使い勝手については、全社的に実施したBIアンケートを例にとり、同部の酒井 裕之氏が、次のような結果を示す。

「Dr.Sumを日常的に活用しているユーザーは、主にDatalizer for Webを利用している現場の一般ユーザーと、Datalizer for Excelを利用してさらに詳細な集計を行うパワーユーザーをあわせて約150名で、そのうちの80%から『満足している』という回答を得ることができました。内訳を見てみると、特に『操作性』『集計結果』『レスポンス』といった項目について、ほぼ全員が肯定的な答えを返しています」

「実のところDr.Sumを導入するにあたってユーザー向けの説明会や研修などは行っておらず、ポータルサイトに簡単なマニュアルを掲載しただけで『どうぞ使ってください』と始めたのですが、すぐに利用が広がりました。彼らにとって、Dr.Sumの操作性は感覚的にも非常に合っていたようです」と村田氏も語る。

MotionBoardの導入とその効果

経営層向けのダッシュボードのほか デジタルサイネージとしても活用

Dr.Sumがビジネス現場に定着し始めると、同社はBI環境のさらなる高度化に向けて間髪をおかずに次の手に打って出た。同じくウイングアークの



企画管理本部 情報システム部のみなさん

写真左から、部長 井澤 正明氏、小峯 綾奈氏、酒井 裕之氏、大石 都子氏、主査 村田 健也氏、主査 森田 敏男氏

After

「Dr.Sumを導入したことでデータ抽出・集計のレスポンスをわずか4秒に短縮。加えて売上、仕入、受発注、在庫など多岐にわたる項目での柔軟な集計を実現するとともに、ストレスのない高速なデータの並び替え、帳票出力にも対応し、ユーザーの思考を止めないデータ分析を支援している」

MotionBoardを導入したのである。

「主に経営層に向けて、さまざまなKPIの推移をより視覚的かつリアルタイムに把握できるダッシュボードを提供したいと考えました」と森田氏はその狙いを語る。

そして現在、MotionBoardの活用法は当初の想定を超えて大きく広がり始めている。一例が、デジタルサイネージとしての活用だ。

「オフィスの目立つ場所に大型ディスプレイを設置し、基幹システムとMotionBoardを連動させることでニッパンの経営理念や毎月の売上実績の推移をはじめ、重点的な拡販対象に設定している特定商品の売上速報などを1時間おきにリフレッシュして表示しています」と酒井氏は説明する。

「実際にこのデジタルサイネージを通じて『あと〇〇個で販売目標を達成できる』といったエモーショナルな状況をつかみ、『見込みの高いお客様をいまず訪問してきます』と行動を起こす営業担当者も現れており、社内の雰囲気はずいぶん変わってきました」と村田氏も手応えを示す。

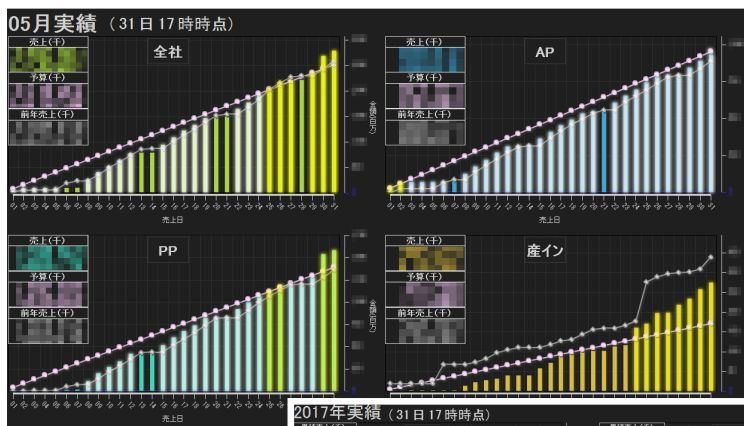
SVFとDr.Sumの連携とその効果

SVFとDr.Sumを連携し 日報の作成から配布までのプロセスを 自動化

さらに2016年後半以降の新たな施策として始まったのが、帳票ツールSVFとDr.Sumの連携だ。

同社が扱う伝票は顧客ごとに細かな指定があり、同じ内容でも一部だけ違う、同じ伝票でも出す項目が違うなど複雑かつ煩雑な対応が求められる。そこで10年以上前に導入されたのがSVFで、現在ではトータル2,000種を超える帳票デザインの設定体を作成・運用しており、すでに幅広い業務に深く根付いている。このSVFにDr.Sumからデータを取り込むことで、日報の作成から配布に至る煩雑な作業を効率化できないかと考えたのだ。

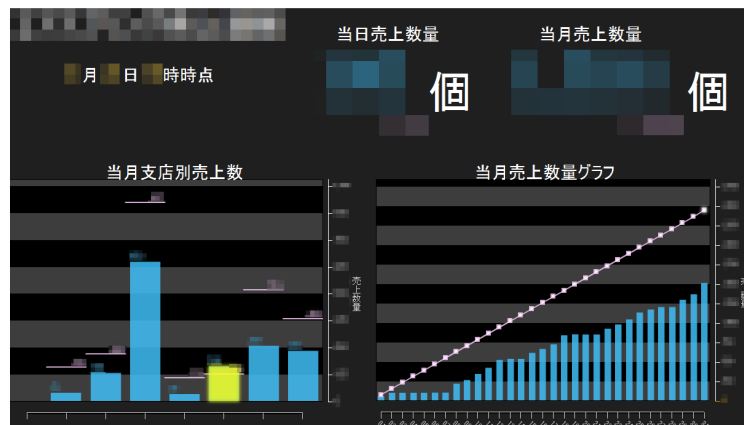
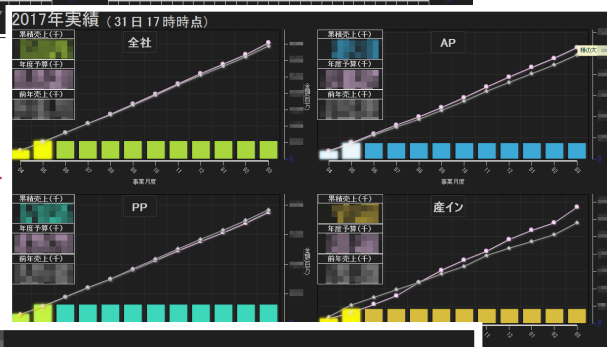
実際にどんな苦労があったかという、各営業所の担当者が毎日手動で基幹システムから売上明



▲ MotionBoard
日々推移画面

▶ MotionBoard
月々推移画面

▼ MotionBoard
特定商品売上速報画面



科目	予算	実績	差異
01 売上	1000000	980000	-20000
02 売上	500000	490000	-10000
03 売上	300000	290000	-10000
04 売上	200000	190000	-10000
05 売上	100000	95000	-5000
06 売上	50000	48000	-2000
07 売上	20000	19000	-1000
08 売上	10000	9500	-500
09 売上	5000	4800	-200
10 売上	2000	1900	-100
11 売上	1000	950	-50
12 売上	500	480	-20
13 売上	200	190	-10
14 売上	100	95	-5
15 売上	50	48	-2
16 売上	20	19	-1
17 売上	10	9.5	-0.5
18 売上	5	4.8	-0.2
19 売上	2	1.9	-0.1
20 売上	1	0.95	-0.05

▲ Dr.Sum 予算実績集計画面

科目	定義
01 売上	売上金額
02 売上	売上金額
03 売上	売上金額
04 売上	売上金額
05 売上	売上金額
06 売上	売上金額
07 売上	売上金額
08 売上	売上金額
09 売上	売上金額
10 売上	売上金額
11 売上	売上金額
12 売上	売上金額
13 売上	売上金額
14 売上	売上金額
15 売上	売上金額
16 売上	売上金額
17 売上	売上金額
18 売上	売上金額
19 売上	売上金額
20 売上	売上金額

▲ Dr.Sum 定義ファイル画面

細表、仕入明細表等の帳票を出力し、上長は全ページの内容を確認の上で承認印を押印、保管を行っていた。このような多大な工数をかけながらも、基幹システムからデータを抽出する際の条件をカスタマイズすることは容易ではなく、結果として提供する情報の内容や粒度はビジネス現場のニーズから乖離してしまっていた。担当者レベルのユーザーが毎朝確認する内容としては、セグメント別の売上や粗利率など大まかな傾向をつかむことができる情報があれば十分だったのだ。

「基幹システムからすでにDr.Sumに展開済みのデータであれば、必要項目の設定や加工も自由自在。こうしてカスタマイズされた日報をオンラインで配布すれば、現場はその情報をより便利に活用することができます」と酒井氏は語る。

例えば、「アラート(異常値)にすぐに気が付いて対応したい」「セグメント別の売上高や粗利率など大まかな傾向をつかみたい」といった要望に応えるため、日報を毎朝各営業所のプリンターに自動で出力している。あわせてPDF形式の日報にセグメント別の内訳を確認するために明細を出力し、ファイルサーバー内の部門別フォルダに自動で作

成している。

当初、この連携の仕組みづくりはかなりの困難が予想されたが、ニッパン自身が帳票作成にあたり、内田洋行がデータベース構築をサポートするという役割分担により、わずか2ヶ月ほどの短期間で展開することができた。

「SVF Connect SUITEを使ってスケジュールを組み、SVFとDr.Sumを連携させることで、日報の作成から配布にいたる一連のプロセスを完全に自動化することができました。これまでのように各営業所の担当者が手作業で対応しなくても、現在では必要な日報が毎朝確実に関係各部門や全国の営業拠点に届きます」と森田氏は話す。

ビッグデータ活用を推進し 経営とビジネスの イノベーションに貢献する

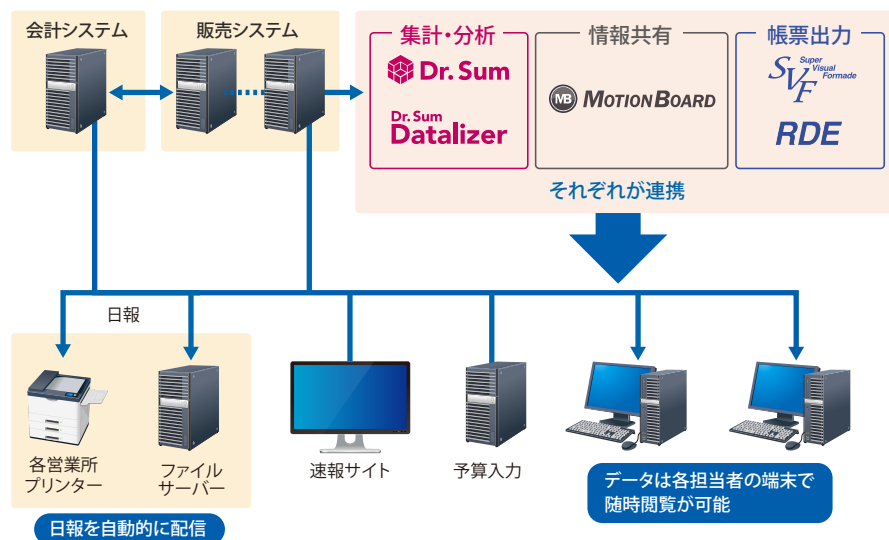
こうした成果を踏まえつつ、同社はDr.Sum、MotionBoard、そしてSVFを三位一体としたデータ活用・分析の取り組みを、さらに前進させていく計画だ。

「現状ではデータウェアハウスであるDr.Sumに集約・蓄積しているのは基幹システムをソースとするデータが中心ですが、ほかにも社内ではさまざまな業務システムを運用しており、そこでも多くの有益なデータが扱われています。さらに社外に目を向ければ、お客様がWebサイトで公開している情報やソーシャルデータ、オープンデータなど、入手可能なデータはまさに無限大に広がっていきます。今後はこうしたデータもDr.Sumに集め、統合的なデータ分析を実現することで、経営とビジネスのイノベーションに貢献していきたいと考えています」と井澤氏は今後を見据えている。

また、現場レベルでのBI活用の高度化という観点では、「例えばMotionBoardのダッシュボード上でヒートマップによるデータの可視化を行うなど、より直感的な示唆を与える仕組みを整えていきます(井井氏)」「営業先でスマートフォンを使って確認できるような仕組みにしたい(村田氏)」といったアイデアも次々に生まれている。

試行錯誤を続けながら、同社の情報活用は着実な歩みを進めている。

システム概要図



導入製品・サービス

Dr.Sum

大容量のデータを部署間や全社規模で集計分析するための多次元高速集計検索エンジン。

MotionBoard

企業内外に溢れる情報を統合可視化し、PCだけではなくスマートフォンやタブレットPCから、いつでもどこでも情報入手を可能にする情報インフラストラクチャ。

SVF

膨大な帳票開発の効率化と多様な出力要件に応えるための、帳票開発支援ツール。

SVF Connect SUITE

一元的な帳票サーバーを短期間に構築できるように、さまざまなシステム環境に適用できるインターフェイスを提供するスイート製品。

RDE

拠点に分散する印刷システムの集中化とホストプリンターに替わる大量帳票処理を可能にする、統合スプールサーバー。

ウイングアーク1st株式会社

www.wingarc.com [本社] TEL: 03-5962-7300 [大阪] TEL: 06-6225-7481 [名古屋] TEL: 052-562-5300 [福岡] TEL: 092-292-1092
E-mail: tsales@wingarc.com [仙台] TEL: 022-217-8081 [札幌] TEL: 011-708-8123 [新潟] TEL: 025-241-3108 [広島] TEL: 082-535-5291