

# 商船三井客船株式会社

## 事例紹介

予約・実績データの分析システム構築にあたり Dr.Sum EA を導入  
顧客満足度向上につながる効果的なマーケティング施策を実現

### Interview



商船三井客船株式会社  
経営管理部総務企画グループ課長代理  
安全・サービス管理部  
安全運航グループ課長代理  
福島 剛 氏

### Company Profile

#### 商船三井客船株式会社

設立:1963年2月28日  
所在地:東京都港区  
事業内容:クルーズを通して「夢」と「感動」を創り、人々の豊かで潤いのある暮らしに貢献することを企業理念に「にっぽん丸」を中心とした新しいクルーズを提供。  
URL:<http://www.mopas.co.jp/>

#### 商船三井客船



### 導入背景

- 蓄積された顧客データの有効活用
- 効果的なダイレクトメールや広告展開

### 導入ポイント

- 「誰もが簡単に」分析できる直感的な操作
- コストパフォーマンスの良さ
- 容易なレポート作成

### 導入効果

- データの抽出／集計スピードの向上
- 顧客情報の迅速な分析

### Excelなどの使い慣れたインターフェイスを活用

#### さまざまな角度から顧客の情報を迅速に分析

#### 新しいクルーズ文化を創造する 伝統ある客船会社

商船三井客船は、クルーズを通して「夢」と「感動」を創り、人々の豊かで潤いのある暮らしに貢献することを企業理念に、創業から120年以上にわたり、一貫して客船運航を続けてきた日本で唯一の客船会社。2003年2月に第3次のリニューアルを終えた大型クルーズ船「にっぽん丸」を中心として、新しいクルーズ文化の創造を目指している。

同社では年間で約50種類に及ぶ各種クルーズを企画し、実施している。昨今、レジャーの多様化や高級志向からクルーズが再び脚光を浴びていることもあり、1クルーズあたりの利用者数も平均で約300名を超える。これまでに延べ1億人以上にさまざまなクルーズを提供している。

クルーズの提供においては、常に「おもてなしの心」を大切にし、顧客の喜びのために自己革新に挑戦、企業価値の向上はもちろん、安全の確保と環境の保全に全力を尽くす商船三井客船では、さらなる顧客満足度の向上とクルーズ客の利用拡大を目的に、データ活用ソリューション「Dr.Sum EA」の導入を決定した。

#### 顧客分析のためのデータ集計が 予約システムに大きな負荷を…

商船三井客船では、電話やウェブサイトなどから各種クルーズの予約を受け付け、その予約情報をシステムに入力し、さらにチケットを発券するまでの一連の処理を円滑に行うための「予約システム」を構築している。クルーズに参加するすべての顧客のクルーズ利用実績情報は、この予約システムの中で一括管理されている。

商船三井客船の経営管理部総務企画グループ課長代理および安全・サービス管理部安全運航

グループ課長代理である福島 剛氏は、「予約業務を行っているクルーズデスクでは、予約システムに蓄積されているデータを、これまで以上に有効に活用することで、ダイレクトメールの送付や広告展開などをより効果的に行いたいと考えていた」と語る。

予約データを効果的に活用するためには、地域、年齢、性別などの顧客関連軸や出航港、期間、キャビン種別、予約申込媒体別などのクルーズ関連軸など、さまざまな切り口でデータを分析することが必要になる。しかし予約システムに蓄積されたデータから、たとえば誰がどの期間に、どのツアーに参加しているかを分析するためのデータを抽出し、集計するためには現行の予約システムに大きな負荷がかかっていた。

福島氏は、「現状のやり方では、顧客情報の分析のための抽出や集計処理が本業であるクルーズ予約業務のパフォーマンスを悪化させてしまうという課題を抱えていた。そこで、顧客分析のための専用システムを新たに構築することが必要だと考えた」と話している。

#### 経営者から現場の担当者まで 分析に必要な各種ツールを提供

顧客分析システムは、2005年10月～2006年2月の1次フェーズと2006年8月～10月の2次フェーズの2段階で構築されている。同システムでは、経営者向けの経営分析システムに「Dr.Sum EA Visualizer」が、営業担当者向けの顧客分析システムに「Dr.Sum EA Reporting Server」が採用されている。

まず1次フェーズでは、顧客分析システムのための基盤を構築することが最大の目的。予約システムのデータが蓄積されているOracle Database 10gから必要なデータを抽出し、そのデータを集

計してデータマートを作成、CSV形式のデータに変換して、Dr.Sum EA用のデータウェアハウスにロードする仕組みを構築した。

次に2次フェーズでは、顧客情報を分析するためのビューやレポートの数を増加し、より深い分析が可能な仕組みを実現している。このフェーズでは、たとえばあるクルーズに参加した顧客が、次にどのクルーズに参加しているのかといったリピーターの動向を把握するための機能が搭載されている。

福島氏は、「顧客分析システムは、1度クルーズに参加した顧客に、またクルーズに参加してもらうためにはどのクルーズを提供すればよいのかといった企画を立案するためのツールとして利用している。1次フェーズではリピーターの延べ人数しか把握できなかつたが2次フェーズではリピーターの実数を把握できるようになった」と話す。

### 誰もが簡単に分析できる Dr.Sum EAの採用を決定

商船三井客船では「誰もが」「簡単に」分析できることをポイントにDr.Sum EAの採用を検討した。このときいくつかのビジネスインテリジェンス(BI)ツールを比較検討している。その結果、使いやすさやコストパフォーマンスなどを総合的に評価してDr.Sum EAの導入を決定している。

福島氏はまた、「1次フェーズ、2次フェーズで構築した定型レポートをひな形にすることで、誰でも容易にレポートが作れるのもDr.Sum EAを採用した理由の1つ。短期間の研修を受けただけで、営業担当者でも必要なレポートを作成することが可能だった。これにより情報がより取得しやすくなつたと営業担当者にも好評だった」と話す。

Dr.Sum EAを導入したことにより、「予約システムのデータを直接抽出し集計していた以前の方法より格段に処理スピードが速くなっている。たとえば、これまで集計に数時間必要だったデータにおいても、新しいシステムでは数秒で集計することができる」(福島氏)という。

さらに福島氏は、「Microsoft Excelなど、日頃使い慣れたインターフェイスを利用してさまざまな角度から顧客の情報を迅速に分析できることも効果的だった。Dr.Sum EAは、私が知る限りでは他にない優れたツールだと思っている」と話している。

### 利用者層の拡大と 商品データ分析が次の目標

今後、商船三井客船では、経営者、営業担当者あわせて20名程度が利用しているDr.Sum EAを活用した顧客分析システムの利用者層をさらに拡大していく計画だ。また、クルーズ予約情報の分析以外にも船内で販売している商品データなどもあわせて分析したいというニーズがあり、こうしたニーズに対応した新しい仕組みも追加していく。

福島氏は、「現在、顧客分析システムは、営業担当者の中でもマーケティング専門の担当者が中心に利用している。今後はこれをすべての営業担当者が利用できる仕組みに拡張したいと思っている。そのためには、より細かく“誰が何を”という情報を分析できるようにすることが必要。Dr.Sum EAの使いやすさに期待している」と話している。

### 導入製品

#### Dr.Sum EA Advanced

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

#### Dr.Sum EA ReportingServer

ウェブブラウザベースでドリルダウンやドリルスルーなどのデータの集計分析が可能なインターフェイスオプション。

#### Dr.Sum EA Visualizer

Dr.Sum EAの集計データを可視化してグラフィカルなイメージでポータルに表示させるビジュアライゼーションシステム。

