

業界トップクラスのポジション確立の原動力になったデータ分析への取り組み 経営をはじめ、開発・製造・販売に至るすべてのプロセスでDr.Sum EAを活用 客観的な数字に裏付けされた意思決定と行動が定着

国内4,000億円の規模に成長したペット関連市場において、株式会社ヤマヒサのペットケア事業部(現：株式会社ペティオ)は、食品、生活用品、玩具といった多様なカテゴリーで業界トップクラスのポジションを確立している。このビジネスを支えているのは、データ分析への絶え間ない取り組みだ。2007年にDr.Sum EAを導入して以降、経営層をはじめ、営業部門や経営管理部門、開発部門、品質管理部門などの様々な部門のユーザーが、それぞれの業務で見たいデータを見たいタイミングで参照し、柔軟な切り口から分析できる環境を整え、客観的な数字に裏付けされた意思決定と行動を支援している。



Company Profile

Petio

株式会社ペティオ

設立 : 2016年10月

所在地 : 本部 東京都港区
商品本部 大阪市淀川区

事業内容 : ペットケア用品・ペット用食品の開発・
製造・販売

URL : <http://www.petio.com/>



✓ 採用の背景

- 基幹業務システムのデータを活用する際に要していた、データ抽出やデータの二次加工の煩雑な手間を解消したい
- 経営者や営業部門のユーザーが、見たいデータを見たいタイミングで参照できる環境を提供することで、客観的な分析に裏付けられた意思決定を支援したい

✓ 導入ポイント

- 経営層をはじめ、営業部門や経営管理部門、食品用品開発部門、購買・物流部門、QC部門、生産工場など、ペットケア事業部内のあらゆる部門をまたいだデータ活用を実現できる
- 2万アイテムを超える商品に関するデータ量は、6,000～7,000万件の大規模なものとなっているが、データ検索や集計の快適なレスポンスを維持できると判断した

✓ 導入効果

- ホスト (IBM AS/400) 上で運用している基幹データはもとより、代理店の販売データや大手小売店のPOSデータも統合したデータ分析が可能となった
- ユーザーにより多くの“気づき”を与えるデータ活用の基盤となる、ダッシュボード実現のための足場を築いた

**見たいデータを、見たいタイミングで、
見たい角度から分析できるBI環境を構築**

ヤマヒサのペットケア事業部は、ペットケア事業を『いのちの産業として、真摯に見つめ、ペットと人が幸せに暮らせる共生社会の創造を目指す』をスローガンに、様々な商品を開発・提供している。メインブランドである「Petio」のほか、ペットの高齢化・長寿命化が進む中で需要が高まるシニア犬向けの商品を取り揃えた「zuttone」、ペット専門店などのプロショップ向けの商品を独自チャンネルで供給する「Add.Mate」の3つのブランドを展開している。

「私たちヤマヒサ ペットケア事業部は、今年で設立27年を迎え、ワンちゃん、猫ちゃん、小動物、そして昆虫に至るまで多くの商品の企画販売をしています。商品数は、過去の商品も含めると2万アイテム以上に膨れあがっています。商品を開発していく上で、これら多くのアイテムのデータをいかに分析し、消費者の動向に合わせた売れ筋商品を提供するかが重要になります。今まで以上にマーケティング機能を強化しながら、より良い商品をお客様にお届けしたいという思いで、Dr.Sum EAの導入に踏み切ることになりました」と語るのは、同社の取締役副社長 ペットケア事業部長 兼 マーケティング本部長の山田 武史氏だ。

同社ペットケア事業部では、HOSTコンピュータ (IBM AS/400) を基盤とする基幹業務システムのほか、オープン系の社内ポータルやグループウェアなど、様々なシステムをオンプレミスで構築・運用し、ビジネスを支えている。

そこにDr.Sum EAを導入したのは、2007年のことだ。同社ペットケア事業部 経営管理部 情

報システム課の係長である加藤 隆嘉氏は、当時をこう振り返る。

「従来は、営業部門から各商品の販売状況を知りたいという依頼を受けた際に、その都度システム部門や営業管理部門がデータを抽出・加工して提供しており、煩雑な手間と時間がかかっていました。経営会議などのために定期レポートも配信していましたが、内容は定型的なものでした。また、販売先、仕入先などの関連企業は約300社、これまで開発してきた商品のアイテム数や商品カテゴリー、シリーズも多岐に及び、それら多くの情報を見たいタイミングで、見たい角度から分析できる情報分析ツールの導入が必要と考え、Dr.Sum EAを選定しました」

**約7年間でペットケア事業部の
あらゆる部門に利用が拡大
約200名の社員の80%が利用**

その後、同社はDr.Sum EAを2.4から3.0へバージョンアップし、2013年8月には最新のDr.Sum EA Premium Ver.4.0を導入した。

最初の導入から約7年間で、Dr.Sum EAのユーザーは、経営層をはじめ、営業部門や経営管理部門、開発部門、品質管理部門など、ペットケア事業部内のあらゆる部門に広がり、約200名の社員の80%に利用されている。「サーバーライセンスによって定額で利用できるDr.Sum EAだからこそ、こうした広範囲な展開が可能でした」(加藤氏)

さらに、Dr.Sum EAのもとに統合されるデータソースも飛躍的に拡大した。「当初から取り込んできた基幹業務システムのデータに加え、各代理

Surprise!**Before**

「営業部門から各商品の販売状況を知りたいといった依頼を受けた際に、その都度システム部門や営業管理部門が基幹業務システムからデータを抽出して加工しており、煩雑な手間と時間がかかっていた。社内でデータを有効活用するための環境が十分ではなかった」

店 (卸業者) の販売データや、契約を結んだ大手流通・小売業のPOSデータなど、社外から集められたデータも同じ仕組みで公開しています」(加藤氏)

このように社内外のデータソースを統合することで、サーバーに蓄積された総データ量は6,000～7,000万件に達している。しかし、データ検索や集計のレスポンスには何の問題も起こっていない。加藤氏は、「各部門のユーザーに対して、快適なデータ活用の環境を提供できています」と、Dr.Sum EAのパフォーマンスを高く評価している。

**社内のあらゆる部門でデータ分析が定着
～各部門での活用事例～**

現在同社では、社内ポータルサイトから直接Dr.Sum EAへログインできるようにしている。Dr.Sum EAのメニューも部門ごとに分かりやすいように配置し、見たいデータを柔軟な切り口で参照したり、分析したりできる仕組みを提供している。ここでは、3つの部門の活用事例を紹介する。



取締役副社長 ペットケア事業部長 兼 マーケティング本部長
山田 武史 氏



経営管理部 情報システム課 係長
加藤 隆嘉 氏

Dr.Sum EA導入後の驚きの声!

After

「経営者や営業部門などのユーザーは、社内ポータルメニューをたどり、見たいデータを見たいタイミングで、柔軟な切り口で参照できる。これにより、変化する市場や顧客ニーズの動向、営業活動における課題などを客観的に把握できるようになった」

●営業部門での活用例

「営業部では当社の販売実績はもちろん、販売先である問屋企業の販売データや小売企業のPOSデータなども、Dr.Sum EAで集計・分析できるようになっています。それらの販売データから売れ筋商品や店舗への導入状況などを分析し、営業活動での企画・提案に役立てています」(マーケティング本部 広域量販部 川本 つくみ氏)

また、グループウェアからは各営業担当者の活動スケジュールや訪問実績などの履歴データも集められ、一定期間内にどの顧客に対して、どの担当者が何度コンタクトをとったのかを確認できるようにするなど、Dr.Sum EAの活用が進んでいる。



営業部門では社内データに加え、POSデータなどの社外データを統合して分析している
(マーケティング本部 広域量販部 川本 つくみ氏)

●開発部門での活用例

食品企画開発課では、新商品の開発時や商品のリニューアルを行う時に、Dr.Sum EAを利用している。マーケティング本部 食品企画開発部 食品企画課の酒井 陽子氏は次のように話す。

「新商品開発の時には、過去の類似品などからシリーズ展開するアイテムを選定することに役立っています。またリニューアルを行う時には、実績データを基に、売り上げが減少しているもの、利益が減少しているものなどを選別するなどして、リニューアルを行う商品を決定します。Dr.Sum EAが導入されるまでは定型的な実績データと経験を基に行っていた作業も、より正確



社内のあらゆる部門で、Dr.Sum EAが活用されている

なデータ分析を基に企画・開発が行えるようになりました」



新商品開発やリニューアルには正確なデータ分析が欠かせない
(マーケティング本部 食品企画開発部 食品企画課 係長 酒井 陽子氏)

●購買部門での活用例

購買部では、仕入実績や出荷実績の確認、突発的なトラブル対応時の確認をDr.Sum EAで行っている。

「購買部では、毎月の仕入計画を立てる際にDr.Sum EAを利用しています。その他にも、商品の欠品や在庫が過剰気味になるなどのトラブルに対して、その原因を追及するために様々な角度から膨大な情報を抽出できるDr.Sum EAを有効活用しています」(商品本部 購買部 購買課 武 尚史氏)



毎月の仕入計画にDr.Sum EAを活用
(商品本部 購買部 購買課 武 尚史氏)

分析によって変化する市場やニーズに対応
データ分析が業界トップクラスの
ポジションを築く原動力に

ペットケア用品、ペットフード、ペット生活用品を合わせ、4,000億円を超えるといわれる日本のペット関連市場で、同社は「ササミ巻きガム」に代表されるコーティング食品(食材を巻き付けたスナック)やササミジャーキーなどをいち早く開発し、新たな商品ジャンルとして開拓してきた。コーティング部門の市場規模も、2013年度実績で105億円規模に達しており、同社はその約30%のシェアを占めるトップメーカーに成長している。

また、近年では便の消臭効果のあるリモナイトを使用したフードや食物アレルギーに配慮したものの、プラセンタを配合したものなど様々なバリエーションの商品を提供している。

「Dr.Sum EAの導入以前、売上拡大のためのマーケティングやデータ分析は、やりたくてもできないのが実情でした。まったくのゼロからのスタートでしたが、Dr.Sum EAを活用することで、変化する市場や顧客ニーズの動向、営業活動における問題点などを客観的に把握できるようになった意義は非常に大きいと考えています。こうしたデータ分析への取り組みがなければ、業界内における今日の当社のポジションは、築くことができなかったかもしれません」(加藤氏)

経営層が求める将来予測のために MotionBoardの導入検討を開始

約7年間にわたってDr.Sum EAを活用してきた実績と成果を踏まえつつ、同社はその使い勝手をさらに向上させていく考えだ。特に強化したいと考えている最大のポイントが、分析結果のグラフ化などを実現するビジュアルイゼーション機能だ。

「現在でも、主に経営層に向けて、全社の売上実績の推移や対前年度比較などをグラフ化して提示しています。これをさらに一歩進め、多様なKPIを直感的に“見える化”するとともに、状況変化に即して気になるデータを臨機応変に深掘りできる経営ダッシュボードを提供できればと考えています」(加藤氏)

そうした中で、同社は新たにMotionBoardの導入検討を開始した。

「データ分析から見ることは、あくまでも過去の結果です。経営層や営業部門のユーザーが本当に求めているのは未来予測であり、その要求に応えるためにも、計画/実績のリアルタイム比較やシミュレーションなどの機能を提供していく必要があります。様々な部門のユーザーに、より多くの“気づき”を与えるデータ活用環境を、Dr.Sum EAとMotionBoardで実現していくことが、今後のテーマです」と、加藤氏は次のステップに向けたシステム拡張への構想を膨らませている。「今後の事業発展にはこうした情報をいかに正確に迅速に、より分かりやすく分析することがとても重要なことだと思っています。ヤマヒサ ペットケア事業部は、ペットケア事業をいのちの産業と考えていますので、今後も安全でより良い製品をお客様の元へ届けるべく、こうした努力を続けていきたいと考えています」(加藤氏)

導入製品・サービス

Dr.Sum EA

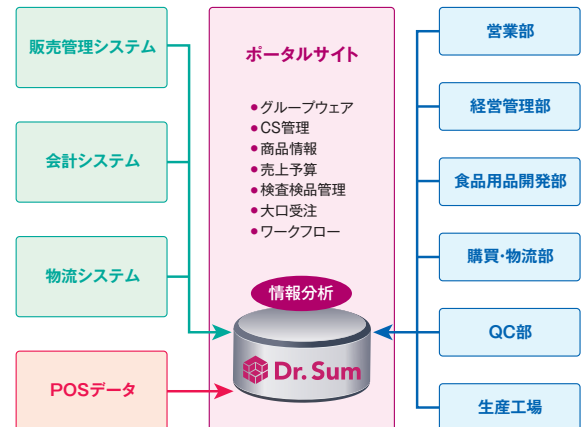
大容量のデータを部署間や会社規模で集計分析するための多次元高速集計検索エンジン。集計・検索、レポート生成、データ統合・更新などの機能を、目的に合わせて優れたコストパフォーマンスで実現する。

Dr.Sum EA Datalizer for Web

業務上必要としている定型レポートやデータ検索画面を、ノンプログラミングで手軽に作成・登録可能。見たいレポートメニューをクリックするだけで、誰もが簡単にデータを取得できるため情報を素早くビジネスに生かせる。



社内ポータルから誰でも分析結果を参照できる



多様なデータソースを分析し、すべての部門で参照