

KPIの可視化と分析で 意思決定・業務改善が 大幅に迅速化

ユーザーのアクションにつながる
データ環境の確立を目指す

30倍

経営陣への数値報告が月1回から毎日になったことで増えた、意思決定・業務改善の機会

70%

可視化前3%にとどまっていた、顧客へのお礼メールの実施率

バリュエンスジャパン株式会社

<https://www.valuence.inc/group/japan/>

Valuence
Circular Design Company

業 種：リユース業

所 在 地：東京都港区南青山五丁目6番
19号 MA5

事業内容：2019年9月設立。バリュエンスグループの一員として、ブランド買取専門店「なんぼや」「BRAND CONCIER（ブランド コンシェル）」、骨董・美術品買取専門店「古美術八光堂」、プレオウンド・ブランドショップ「ALLU（アリュウ）」、BtoB ネットオークション「STAR BUYERS AUCTION（スターバイヤーズオークション）」などを運営。同グループには、実物資産管理アプリ「Miney（マイニー）」の開発やグループ全体の取引データを集約するシステムの整備等を担うバリュエンステクノロジー株式会社などがある。

導入前の課題

数値報告のブレにより、経営が意思決定しづらいなどの問題が浮上

各種数値の定義を統一しないままビジネスが拡大。経営に報告される数値が部署ごとに異なり、どのレポートを参照するかで経営判断が違ってくる、不要なコミュニケーションが発生するなどの問題が表面化。

解決策

KPIを可視化、日次で分析レポート作成して社員に自動通知

営業部門全体の実績を Tableau Cloud で可視化。仕入れ金額や接客数などのKPIを表にまとめ、誰でも日次で見られる環境を整備。各部署・各層の業務で求められる観点から分析レポートを毎日作成し、メールで自動通知する仕組みを構築。

導入後の効果

意思決定や課題特定・解決のスピードが飛躍的に向上

経営陣がデータにもとづいて迅速・的確に意思決定できるようになった。現場においても、課題の特定・解決のスピードが飛躍的に向上。データ活用に対する社員の積極性が高まり、改善アクションにつながるケースが増加した。

選定理由

美しさと使いやすさ、コミュニケーションの手軽さを高く評価

店頭スタッフが関心を持って自ら活用できるよう、ビジュアルの美しさや使いやすさ、コミュニケーションの手軽さなどを重視。システム面でも、データの取り込みから可視化までをスムーズに行える利便性を評価した。

導入時期：2021年3月28日

導入製品：Tableau Cloud

ライセンス数：603

主な利用環境：買取事業本部などで利用中

導入に要した期間：約1年2か月

お客様プロフィール



お名前：武田浩則 様
役 職：副本部長
部 門 名：バリュエンスジャパン株式会社 買取事業本部
主な担当業務：顧客との関係構築や各種数値の分析、予算の策定などの本部機能を幅広く担当し、副本部長として買取部門全体の業績を管掌



お名前：松岡重亮 様
役 職：マネージャー
部 門 名：バリュエンステクノロジーズ株式会社 開発一部
主な担当業務：データチームに所属し、グループ全体のデータ活用の推進や、データにもとづく意思決定の支援に携わる

導入の背景

ビジネス拡大でデータ利活用の課題が表面化

ブランド買取専門店「なんぼや」や「BRAND CONCIER」などのリユース事業を中核として急成長し、業界を牽引する存在として注目を集めるバリュエンスグループ。躍進の要因のひとつとされるのは、確かな査定力をもつ「バリューデザイナー（鑑定士）」と呼ばれるスタッフが、洗練された設計の店舗で顧客に寄り添って対応するという、競合他社にはない顧客体験の提供を重視してきたこと。そしてもうひとつ、Webマーケティングや顧客管理の有用性にいち早く着目し、DXを積極的に推進してきたことも、同グループが短期間でブランドリユース市場のトップへ上り詰めるのに寄与したとされています。

ただ、データ利活用に関しては、ビジネスの拡大にともなってさまざまな課題が表面化してきた、とバリュエンスジャパン株式会社 買取事業本部 副本部長の武田浩則氏はいます。

「営業等に関する大まかな数値は、各部署から経営陣へ定期的に報告されていました。しかし、各種数値の定義や計算式を統一せず、同じ項目の数値でも部署ごとに微妙に異なる状態のまま会社が大きくなった結果、データの収集・分析に時間がかかって意思決定が遅くなる、どの部署から上がってきたレポートを参照するかで経営判断が違ってくる、といった問題が目につくようになりました」（武田氏）

バリュエンステクノロジーズ株式会社 開発一部 マネージャーの松岡重亮氏によると、同グループでは早い段階からBIツールを導入していたものの、活用できていなかったそうです。

「BIツールやデータの取り扱いに長けた人材がいなかったため、非常に複雑化していたシステム・BI環境に誰も手をつけられませんでした。

した。また、各種数値の定義が部署ごとに異なるため、『今回はA部署にとって好都合なこの数値を正としよう』『それなら次回はB部署の数値を採用しよう』といった、健全とはいえない不要なコミュニケーションが発生していました」（松岡氏）

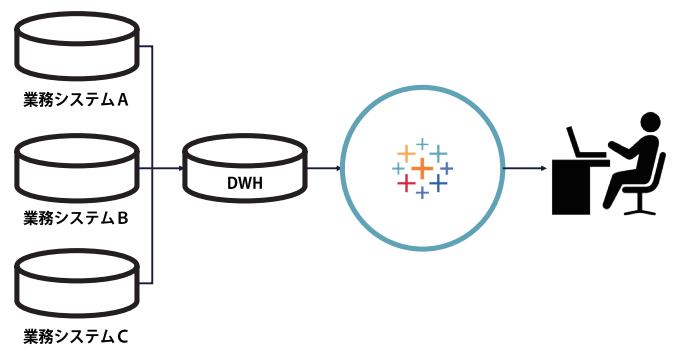
Tableau 導入・運用環境

KPIを可視化して分析レポートを自動通知

そうした問題は今後の成長の足かせとなりかねない、と危機感を抱いた経営陣は、BIツールをTableau Cloudへ乗り換えることを決断。そして2021年3月、1ライセンスから利用を開始しました。

「Tableau Cloudの得意なことやできることを見極めながら業務に落とし込み、ユーザーへのヒアリングや要件定義を行ってデータマートを構築し、一方で新ツール導入に対するユーザーの理解を求めた。そういう多くの作業を並行して進める必要があったので、負荷の小さいスモールスタートを選択しました。結果的に想定通りの2022年5月、全バリューデザイナーへのTableau Cloudの展開までこぎつけることができました」（松岡氏）

同グループは、営業部門全体の実績をTableau Cloudで可視化。仕入れ金額や接客数などのKPIを表にまとめ、誰でも日次で見られ



るようにしました。Tableau Cloudはクラウドベースなので、社員はいつでも、どこからでもダッシュボードでKPIを確認できます。また、主要なKPIについては、各部署・各層の業務で求められる観点から分析レポートを毎日作成し、必要とする社員にメールで自動的に通知する仕組みを構築しました。

「従来月1回だった経営陣への数値報告が毎日届くようになったというのは、意思決定や業務改善の機会が約30倍になったのと同じことで、非常に大きな成果だと思っています。また、顧客管理システムからデータをCSVでダウンロードして加工・展開するという作業が不要になり、たとえば営業部門なら社員間のコミュニケーションなど、より重要なことに時間を割けるようになったのは本当にありがたいですね」（武田氏）

Tableau 選定の理由

優れたビジュアルとコミュニケーション機能が決め手

既存のシステム環境が複雑で、BIツールを入れ替えるなら一から作り直さなければならない状況だったという同グループ。そこでさまざまなBIツールを比較検討し、最終的に選んだのがTableau Cloudでした。選定の第一のポイントとなったのは、優れたビジュアルとコミュニケーション機能です。

「店頭のスタッフが日々の成績を自ら確認して意思決定する、という形で使ってもらいたいというのが前提条件でした。Tableau Cloudは、ビジュアルがきれいで使いやすく、分析レポート等をユーザーにメールで手軽に通知できる機能を備えており、最適なツールだと感じました」（武田氏）

松岡氏は、システム面での優位性も決め手のひとつになった、と語ります。

「私たちデータチームにとってもっとも大変で時間のかかる作業は、データを整備することなのですが、Tableau Cloudならデータの取り込みから可視化までをスムーズに行うことができます。時間をそこに割くことなく、肝心の高度なデータ分析に費やせるというのは非常に魅力的でした」（松岡氏）

Tableau 導入の効果

KPIにもとづく迅速な意思決定・業務改善が可能に

本格稼働から間もない現時点でも、Tableau Cloud導入の効果を



確実に実感している、と武田氏は喜びます。

「どの数値を信頼すればいいかわからない、会話の前段としてどこから取ってきたデータなのかを説明しなければならないといった状況から脱却して、経営上の課題を的確に把握し、統一された認識のもと迅速に意思決定できるようになりました。待ちに待ったBI環境がようやく整い、本当に嬉しいです」（武田氏）

Tableau Cloudは現場にも多くのメリットをもたらしている、と松岡氏はいいます。

「『この数値はなぜこんなに急に下がったのか?』という気づきが常にあり、課題の特定や解決のスピードが格段に上がりました。毎週月曜朝に皆で数値を見て議論し、前週の課題をその場で解決できるようになってきています」（松岡氏）

実際に武田氏は、データに対する社員の意識と行動が明らかに変わってきたと感じているそうです。

「自分に直接関係あるものだけでなく、より広範囲の数字に関心を示す社員が増えて、『自分の営業エリアだけでなく、東日本全体のデータを見られるようにできますか?』など、Tableau Cloudに対する要望がどんどん出てきています」（武田氏）

さらに、同グループが創業時から大切にしてきた顧客体験価値の向上においても、Tableau Cloudは威力を発揮し始めているようです。

「お客様とのエンゲージメントを高める施策のひとつにお礼メールの配信があるのですが、その実施状況を可視化したところ、実施率は3%であることがわかりました。そこで実施の徹底を現場に

指示した結果、実施率が一気に70%にまで伸びました。Tableau Cloudによる分析が、お客様に響く可能性のある改善アクションに直接つながったわけです」(松岡氏)

今後の展開について

ユーザーのアクションに自然とつながる データ環境の整備

Tableau Cloudの導入により、数値の可視化と正確性・即時性の向上、業務の省力化を実現した同グループ。次に目指すべきステップについて、松岡氏はこう話します。

「データ分析に求められる内容は、業務やレイヤーによって大きく

異なります。ゆえに、それぞれに適したものを作ること、ユーザーのアクションに自然とつながるような環境を整えることが、次の重要なミッションだと考えています」(松岡氏)

同様に武田氏も、ユーザーが自らアクションを起こせるよう、Tableau Cloudの活用を進化させたいとした上で、こう締めくくりました。

「見えないものを見えるようにし、それを必要とする人にきちんと届けられるようにする。可視化の領域についても、ブランドリユース事業だけでなく、後発の車買取事業や不動産事業、力を入れて取り組んできたサステナビリティの活動などへどんどん拡大していく。Tableau Cloudなら、そういうデータの民主化を必ず実現できると期待しています」(武田氏)

Q1. Tableau で感動したことは？

A1. Vizの美しさやデータ取り込み・可視化の速さ

美しいVizを簡単に作れることです。見た目がいいとユーザーの関心を惹きやすく、かつエンジニアやアナリストがあまり得意でない領域なので、とてもありがたいですね。また、データの取り込みから可視化、デリバリーまでのスピードが非常に速いことにも感動しました。

Q2. Tableau 導入後の変化は？

A2. 課題特定・意思決定のスピードの飛躍的向上

ビジネスの状況が可視化され、課題特定や意思決定のスピードが飛躍的に向上したことです。社長からは「実績が思ったより低かったなどの正確なビジネス状況を毎日見られるようになって、胃が痛いよ」というお褒めの言葉がありました(笑)。

Q3. Tableau でもっとしたいことは？

A3. アクションにつながるダッシュボードの開発

ビジネス状況の解像度がさらに上がるようなダッシュボードを開発し、「数値がこうだからこう動いて」と現場に働きかけられる、経営の意思決定に貢献できるようになることが、次に目指すべきフェーズだと考えています。

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