



感動のそばに、いつも。

社名:
株式会社JTB**所在地:**
東京都品川区**ウェブサイト:**
www.jtbcorp.jp/jp/**業種:**
旅行業

1912年の創業以来、1世紀にわたりツーリズム産業の発展に寄与。2018年4月より新たな事業ドメインとして「交流創造事業～JTBならではのソリューション（商品・サービス・情報および仕組み）の提供により、地球を舞台にあらゆる交流を創造し、お客様の感動・共感呼び起こすこと。」を掲げ、グループをあげて第三の創業にチャレンジしている。

主なデータソース



Google Analytics



Excel

*自社開発の各種システムよりデータを接続

導入前の課題

- ・ 様々な商材・ブランドを横断してビジネスを最適化できるデータ活用基盤を求めている
- ・ 経営層から、ビジネスの全体像をスピーディに把握したいというニーズが高まっていた
- ・ 様々なシステムのデータを集約・集計するには、多大な工数と時間がかかっていた

導入結果

- ・ 商材を横断してデータに基づいたタイムリーな意思決定とアクション実施が可能になった
- ・ 経営層が各部門のパフォーマンスを把握し経営資源を最適化することができるようになった
- ・ Domoを共通言語にビジネスを進めることでデータドリブンな文化が醸成できた

Domoを選んだ理由

ツアー、航空券など商材ごとにデータがバラバラで、顧客分析もままならない

1912年に創業したJTBは、時代の要請に応えながらリアル店舗からオンライン販売、オムニチャネル化、デジタルトランスフォーメーションを進めてきました。しかし、国内ツアー、ホテル、高速路線バス、海外ツアー、海外航空券など10種の商材ごとにシステムとデータがバラバラで、顧客分析をしようにも、商材を横断した分析には非常に時間がかかる状態でした。

「もともとはリアル店舗の予約システムをベースに、新しい商材が出るたびにシステムを継ぎ足し開発・使用してきた状態。そのため、データ品質や統合に課題があり、実績の最終確定には翌月の後半までかかってしまう状況でした」（北山氏）

経営層から現場まで誰もが使いやすいデータ活用基盤を構築

iJTBでは経営層の強いニーズを受け、予約・販売データからビジネスの全体像までをタイムリーに把握できる仕組みづくりに着手。経営層から事業部門やIT部門まで誰もが日々簡単にデータを共有できるように、複雑化していたデータ基盤の再構築に乗り出しました。

「当初、自社でのデータ基盤の再構築や分析担当アナリストが使用するBIツール活用も考えましたが、再構築に必要な時間と費用が膨大なこと、既存のBIツールでは機能しないことがわかりました。そこで、データを一元管理できるようなクラウドサービスの利用を検討したのです。Domoは分析担当者だけではなく、ビジネスユーザーや経営層でもわかりやすいインターフェースで、データの共有とコラボレーションがしやすい仕組みだったため、導入を決めました」（北山氏）

“ 経営層から事業部門やIT部門まで、誰もが同じダッシュボードで協業。Domoを共通言語にコラボレーションし、タイムリーに意思決定とアクションができるようになりました ”

北山 幹夫 氏

株式会社JTB
Web販売部
販売担当部長

