



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・共感を呼び起こすこと。」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た
- 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

i.JTB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





北山 幹夫 氏

株式会社JTB
Web販売部
販売担当部長

誰もがタイムリーにデータ活用し、即座にアクションをとれるようにこれまで標準管理ができていなかったデータソース13種、26億件の膨大なデータをDomo上に集約。経営層から一般社員まで同じダッシュボードでリアルタイムにビジネスデータを確認できる環境を整備した結果、商材を跨いだ売上や予約などの実績を翌日にグラフで一目で確認できるまでに短縮しました。

「Domo導入前に使用していた月次の表形式レポートは膨大な数値の羅列にすぎず、データを日々の業務改善に活かせていました。データをわかりやすく視覚化できるDomoにより、誰でもほぼリアルタイムでビジネスの状況を共有でき、社内会議も効率的に進められるようになりました」(北山氏)

また、Domoによって商材を横断してビジネスの状況を見渡せるようになり、これまで気が付かなかつたような業務最適化の施策も取れるようになりました。

「例えば、海外航空券は売れているのに、ホテルは低調。当然ホテルはもっと売れるはずです。これまで商材別に縦割りでデータを見ていただけでは気づかなかつた売上機会をDomoでタイムリーに把握し、売上増加の手立てを即座に打てるようになりました」(北山氏)

さらに、緊急事態にいち早くアクションがとれるように、アラート機能を活用。販売目標に達していない営業担当者や、予約サイトのシステムエラー発生時にはIT担当者にアラートが届くので、いつでもどこでも即時対応でき、機会損失の低減が可能となりました。

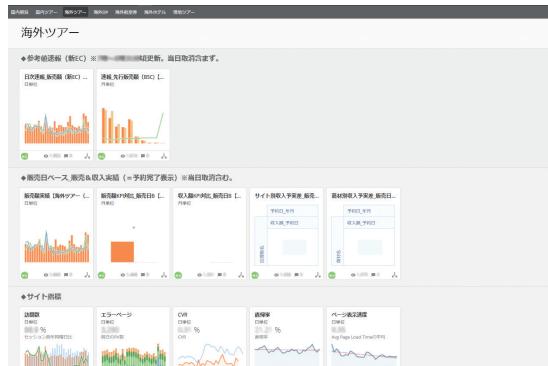
Domoを共通言語に、データドリブンな文化を醸成

現在は、Domoを共通言語に経営層、事業部門、IT部門を横断したデータ共有とコラボレーションが進み、データドリブンな文化が生まれつつあります。

「導入時、各種データをDomoでしか見られないように徹底しました。強硬策かもしれませんのが、使ってみれば簡単なことが分かってもらえます。今ではDomoを共通言語としてビジネスを進めることが当たり前となりました」(北山氏)

JTBでは2018年4月に、グループ会社や地域子会社を統合する組織変更が行われました。

「Domo導入によるデータの一元化も組織内の柔軟な連携を目指すもの。今後は、顧客DBとの連携も含め、データ活用をさらに推進していきたいと考えています」(北山氏)



時間のかかっていた実績集計も翌日には確認できるほか、フォーマットが統一され、商材を横断した売上向上のアクションが可能になった。



営業担当者やシステム担当者が中心となりDomoのアラート機能を活用している。画面は営業担当者に届いた目標額未達成のアラート。

※この資料の記載内容は2018年5月現在のものです。