

新しい幸せを、わかすこと。



散在するデータをDataSpiderで集約し、CDPを実現 顧客一人ひとりに寄り添ったサービス提供を目指す

温水空調分野を中心とした住宅設備機器の製造、販売、サービスを展開し、約40%にのぼる国内シェアを誇る株式会社ノーリツ(以下、ノーリツ)。従来の売り切り型販売モデルから「安心・安全でお客様とつながる」モデルへシフトし、一人ひとりの課題解決につながる付加価値の高い商品・サービスの提供を目指している。その成長戦略の要となるのが、デジタルトランスフォーメーション。長く自社製品を利用している顧客を適切にサポートするために、顧客情報を一元化するCDP(Customer Data Platform)の構築を決めた。CDPの成功は既存の様々なシステムから、どのようにデータを集め、どうつなぐのかが鍵を握る。このデータ連携を担うETLツールとしてDataSpiderを採用し、ファーストステップとして必要なデータを集約した基盤を整備。今後はこのデータを利用したマーケティング活動を進めるほか、異なる観点のデータの紐づけなどを行うことで、さらにきめ細かな顧客サポートが可能な体制を整えていくという。

課題

散在するデータを集約し、顧客情報をまとめたCDPを構築したい

導入効果



複数システムからCDPへの
**データ連携を
スムーズに実現**



今後のシステム追加といった、
**拡張性の
高さにも期待**



**デジタルマーケティング
を推進する
基盤を実現**

背景

デジタルトランスフォーメーションを推進し、One to Oneでの対応を目指す

ノーリツが提供する給湯機器やキッチン機器などをはじめとする住宅設備機器は、10～15年と長期的に利用する製品が多い。業界としてこれらの長期使用機器の品質を保証する取り組みを進めており、2009年から所有者登録を推奨してきた。「施工会社などを経由して商品をご購入いただいたお客様に、所有者登録のハガキをお送りいただく形からスタートしました」と

マーケティングを担当する松崎氏は振り返る。10年が経過し、点検の案内をスタートするタイミングで、顧客とコミュニケーションする場として「マイページ」を立ち上げることに。NTTテクノクロス社のCRM「MarketingAuthority」を活用して構築したが、既存のシステムとのデータ連携は道半ばで、マイページから確認できる情報が限られていた。「お客様の問い合わせに

One to Oneでスムーズに対応するためには、点検や修理を施工会社経由で依頼しても、コンタクトセンターに問い合わせても、すべてマイページで情報を確認できることが理想です(松崎氏) 全社でデジタルトランスフォーメーションを推進するためにも、顧客情報をまとめた基盤が必要だと、CDP構築を進めることとなった。

導入

AWS上に構築するCDPと、既存システムの連携にDataSpiderを採用

CDP構築のために、多機能な専用製品を導入するとなるとコストがかなり高額になってしまう。「検討を進めると、時間が経つほどに要件も増えてしまい、なかなか定まりません。大規模なソ

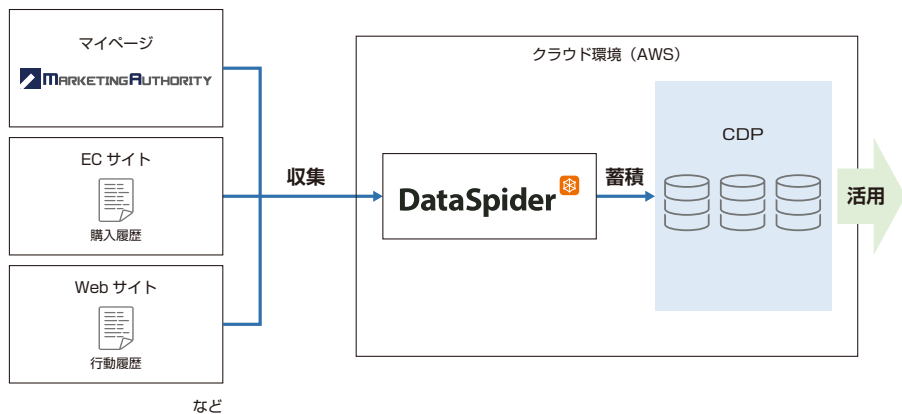
リューションは投資額も大きくなり、不確定要素が大きいなかで導入するのはリスクがあります。まずはAWS上に“箱”となる環境を作り、そこにデータを集約しよう、ということになりました」

とシステム担当として基盤構築のリーダーを担当した辻氏は語る。散在する情報を整理しながら、Amazon RDSやAmazon S3などそれぞれ適したサービスにデータを貯めていく形だ。

[裏面に続く]

その際に必要となるのがMarketingAuthorityをはじめとする各システムからデータを適切な形式で集めてくるETLツールである。ツール選定に際し、NTTテクノクロス社から提案されたのがDataSpiderだった。MarketingAuthorityとの連携についても検証済みで、導入実績もある。そのほか対象となるシステムにもすべて対応できた。「AWSのサービスを組み合わせ

データ連携の仕組みを構築することもできますが、その場合、障害対応などもすべて自分たちで担保しなければなりません。DataSpiderならばあらかじめ障害ポイントを減らした状態で製品として提供されています。カットオーバーが迫っていたこともあり、短期間で構築できることも魅力でした(辻氏)」



開発は順調に進み、スケジュール通りに稼働開始

開発はテストを含めて7ヶ月、NTTテクノクロスが実作業を担当した。MarketingAuthorityのほか、ECサイトの購入履歴や、10個ほどのWebサイトの行動履歴などのデータを連携したが、大きな問題はなく、スケジュール通りに進行。「CDP構築はECサイトのリニューアルも含めた複数システム開発と並行して行っていました。新型コロナウイルスの感染が拡大し、対面での打ち合わせがほとんどできないなか、NTT

テクノクロスには全体のスケジュール、課題の意識あわせなどを積極的に調整いただき、不安なく進めることができました(辻氏)」

DataSpiderは標準で数多くのアダプタが提供されており、AWSを含めて一般的な製品・サービスを網羅している。MarketingAuthorityとの親和性も高く、安定したデータ連携を実現。2020年9月、無事にカットオーバーを迎えた。

効果 マーケティングやサービス向上にデータを活用できる環境が整った

カットオーバー後は順調に稼働しており、今後はこれらのデータを活かしたマーケティングなどを進めていく予定だ。「購入いただいた製品の点検・修理という観点だと、接触ポイントは10年に1度ですが、Webの行動履歴はリアルタイムに把握できます。登録いただいたお客様の行動を追跡するにはこういったデータが重要になり、Webサイトをご覧いただいた結果、実際に修理したのか、製品を購入したのかを紐づくことで、サービス向上につながると考えています(松崎氏)」まずは従来型のターゲティ

ングメールから一歩進め、One to Oneでの施策やキャンペーンの実施から取り組みを進めていく。「将来的には、連携システムを増やし、製品の利用頻度や状態から、さらにお客様の暮らし、実際の相談・悩みのデータまで紐づいていくことで、新たなサービスが提供できるようになると考えています。長くお使いいただいた方に愛着を持っていただくためにも、こういったサービスを、段階を踏んで進めていければと思います(松崎氏)」

株式会社ノーリツ

1951年設立。給湯機器、キッチン機器、温水暖房機器など住宅設備機器の製造・販売を手がけ、国内シェア約40%を誇る。「新しい幸せを、わかすこと。」をミッションに掲げ、IoTなどの最新技術も積極的に取り入れ、付加価値の高い商品・サービスを提供。世界で戦えるノーリツグループを目指し、グローバル展開を進めている。



株式会社ノーリツ
マーケティング本部 マーケティング企画部
ブランドマーケティング推進室
松崎 努氏



株式会社ノーリツ
企画管理本部 IT推進部 推進G
辻 訓廣氏
※部署名は取材当時のものとなります

NTT テクノクロス株式会社

〒220-0012 横浜市西区みなとみらい4-4-5
横浜アイマークプレイス
E-mail: dsc.info-ml@ntt-tx.co.jp
製品URL: <https://www.ntt-tx.co.jp/products/dataspidercloud/>

導入製品

DataSpider Servista

株式会社 セゾン情報システムズ

HULFT 事例 URL www.hulft.com e-mail info@hulft.com

このカタログの記載内容は、2021年4月現在のものです。本カタログの記載内容は予告なく変更することがあります。

● HULFT、その他HULFT関連製品は、株式会社セゾン情報システムズの登録商標または商標です。
● 記載されている会社名及び製品名は、各社の商標または登録商標です。
● 記載されているシステム名、製品名などには、必ずしも商標表示(T.M.、®)を付記していません。