



# DWH ソリューション モデル

## ～非対面チャネルのコミュニケーション分析・可視化

近藤 知子

ソフトバンク株式会社

法人プロダクト&事業戦略本部 デジタルソリューション開発推進室

&クラウドエンジニアリング本部 PaaSサービス統括部 シニアテクニカルマネージャ

# スピーカー自己紹介



近藤 知子

ソフトバンク株式会社

法人プロダクト&事業戦略本部  
デジタルソリューション開発推進室  
&  
クラウドエンジニアリング本部  
PaaSサービス統括部  
シニアテクニカルマネージャ

ソフトバンクではセキュリティ コンサル、SE を経て、ホワイト クラウド立ち上げ、Google を始めとするパブリック クラウド ビジネスの立ち上げに従事。  
クラウドエンジニアリング本部で、パブリック クラウド全体の企画・技術の部隊をマネジメント。

現在は、事業戦略本部でソリューション型化を推進、クラウドエンジニアリング本部でオープンソース戦略の策定に関わる。



# Chapter 1

## はじめに

# ソフトバンク 法人部門のミッション

デジタルトランスフォーメーション(DX)で  
企業／社会のかかえる課題の解決を目指す



10 年以上の経験を積むリセラー & 全社利用するユーザー

パートナー

2020 Reseller Partner of the Year - Japan 受賞



ユーザー

Google Workspace 全社活用  
Google Cloud 100 以上のプロジェクト進行中

Google Workspace

Google Cloud



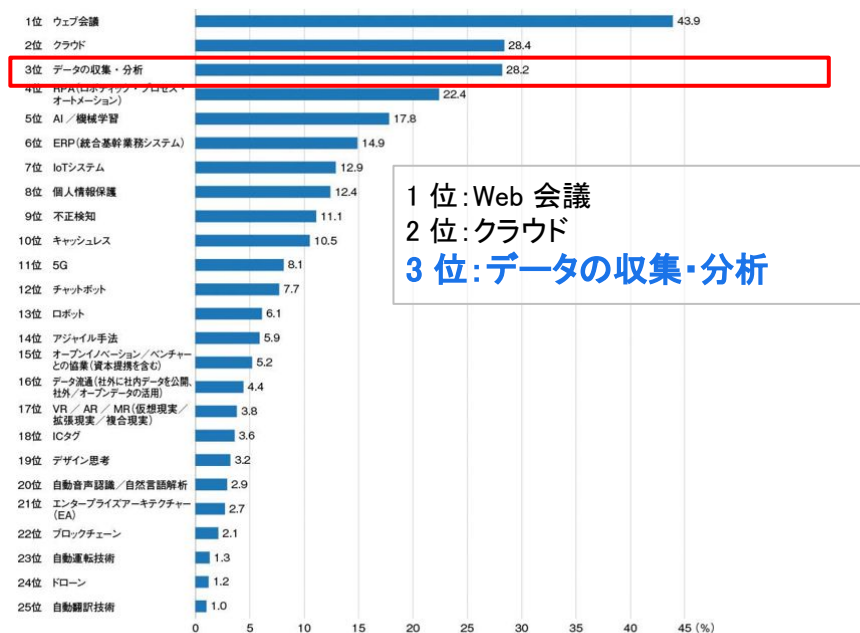


## Chapter 2

企業の意思決定に、  
データの統合と可視化を

# 世間的な DX の注目度

## 『DX の本質はデータ活用』と指摘する経営幹部が増加



1 位:Web 会議  
2 位:クラウド  
3 位:データの収集・分析

データドリブン経営の実現に向けて  
科学的な手法を取り入れる動きが活発化



データを活用して先を読み  
新たな価値を生み出すビジネスを



図2-15-3 DX関連技術・ソリューション25項目の重視度ランキング

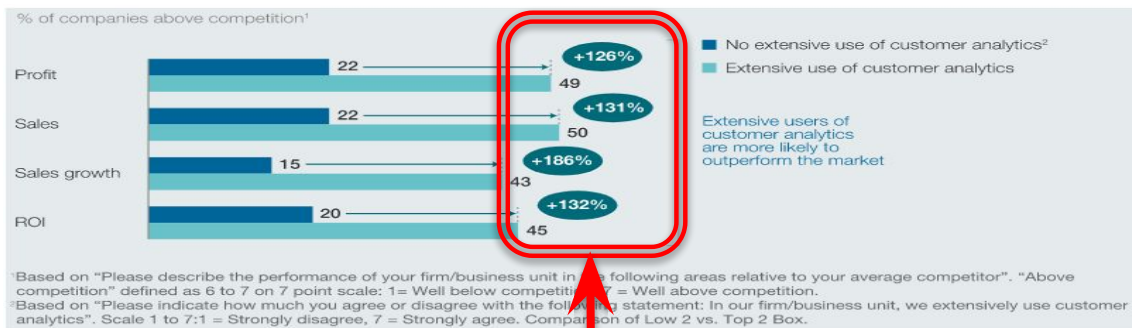
(n=665)

「以下の25項目のDX関連技術・ソリューションについて、With/アフターコロナ時代に生き残るために、貴社が重視しているものはどれですか」に対する回答結果（複数回答可、無回答は除外した） 出所：日経BP総研 イノベーションICTラボ

# データ活用の意義

## データ分析力の差が企業の利益と成長に大きな差を生みます

※マッキンゼー調査結果



顧客データ分析を

”積極的に行っていない企業”

- ❑ Profit (利益)
- ❑ Sales (売上)
- ❑ Sales growth (成長率)
- ❑ ROI (ROI)

全ての重要値で

決定的な差



# 企業が抱えているデータ利活用の課題

## 『データ利活用』 企業導入が進まない理由

データの整合性が取れず  
**業務最適化が難しく**なっている

重複作業が発生し  
**人的リソースが浪費**されている

作業環境(オンプレミス)の  
**運用費用が高い**

データが古くて  
使えない

競合状況知りたいが  
把握できない

データがバラバラ  
(サイロ化現象)

データ加工に  
時間がかかる



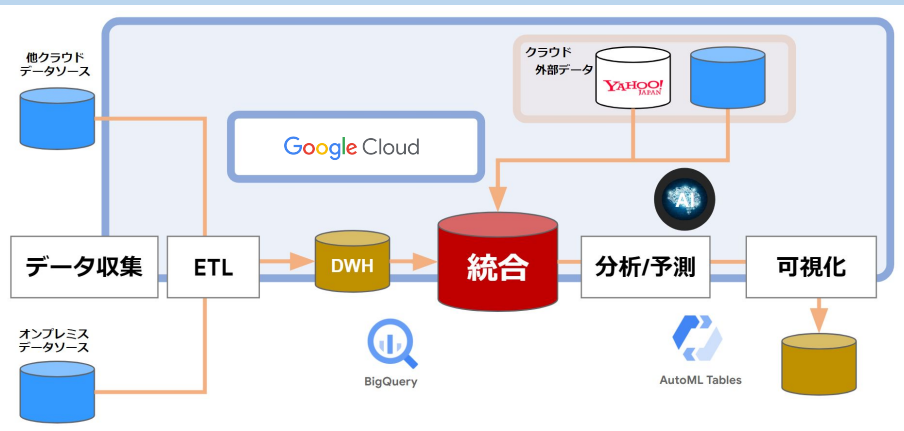
# 課題解決のためのキーワード

データの整合性が取れず  
業務最適化が難しくなっている

重複作業が発生し  
人的リソースが浪費されている

作業環境(オンプレミス)の  
運用費用が高い

## 課題解決のキーワード『データ統合』



### データ統合による『意思決定の迅速化』

- ❑ クラウド上にデータ分析プラットフォーム整備

### データ統合による『人的リソースの最適化』

- ❑ クラウドで提供されているマネージド サービスを利用し人的リソースを削減

### クラウドへの全面移行(コストの最適化と再投資)

- ❑ クラウドでインフラを整備し、インフラコストを最適化
- ❑ データ分析サービスを駆使し、新たなマーケティング施策を見出す

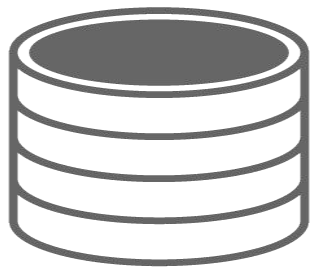
# データ統合の本質とは



データは集めただけでは意味がありません  
『活用して初めて価値を生み出す』ものです

# データ活用のための「見える化」

ダッシュボードを構築し”データの可視化”を行うことで  
“経営の迅速な意思決定”を可能に



Google Cloud



気づき/発見



予測

会計・販売・営業・在庫等  
様々なデータをクラウドに

ダッシュボード上に表示  
リアルタイムで可視化

意思決定に活用



# Chapter 3

非対面チャネルの

コミュニケーション分析・可視化

# 課題解決に対するソリューション型化の取り組み

ニューノーマルな時代に合わせて、お客様の課題解決を  
インダストリー毎に共通する課題を型化された汎用的なソリューションで、  
解決することを目指した取り組み

## 個別ソリューション

プロダクトの組み合わせで課題解決

プロダクト

....

プロダクト

プロダクトの標準外対応 or 開発で個別要件対応

標準外対応

OR

開発

個別運用建付け



- ✓低コスト導入
- ✓クイック導入
- ✓検証された導入効果
- ✓導入ユーザー負荷低減

## 型化ソリューション

型化されたソリューションで課題解決

アプリ

SaaS

基盤

(NW,Cloud,Device)

プロダクト

ソリューションとして個別要件対応

運用

# お客様の課題

既存が対面営業を軸とした営業プロセスを持つ企業にとって、コロナ禍の  
**顧客接点の減少**は**対外活動**における課題の1つ  
**顧客接点を増やし、非対面商談の利活用**を促進することが重要

新規獲得

継続フォロー

提案

対  
外  
活  
動

## コロナにて接点が減少

- 企業訪問がコロナ禍で制限、接点が減少。toB向け提案が進まない
- 対面でのコミュニケーションが社会的情勢により実施できず、顧客接点が減少している

## リーチできる対象が限定的・アプローチの方法非効率

- 人脈を生かした紹介に依存し、リーチ対象が狭い
- 紹介以外の経路からの獲得に向けては、有望度が判断できないまま1件ずつ荷電し、非効率になっている

## 適切なタイミングでの顧客フォローができていない

- 営業職員の顧客アプローチ タイミングが適切に管理できていない

## 顧客のニーズにあった商品の見極めが困難

- 顧客のライフステージの変化をスピーディーにキャッチアップできない為、適切なタイミングで顧客提案が出来ない

社  
内  
活  
動

## 社内コミュニケーションの活性化

- 汎用的な提案書・設計書がセキュアな環境で渡せない
- 支部長が営業担当の顧客ステージを管理統制しており、工数が掛かっている。営業データをベースにフォローが必要となる。

## 商品知識・営業スキルの獲得が必要

- 製品が多様化し求められる知識レベルがあがる一方、経験の浅い社員が増加している
- 教育システムが不十分かつ、ベテラン社員が教育に時間を割けられず、成功事例の横展開が十分にできていない



# ソリューション ステップ全体像

非対面チャネルのコミュニケーション データの分析・可視化から着手、今後レコmendまで提供を想定

## 課題

コロナ渦で  
既存が対面主体の営業活動のため  
**顧客接点が減少**

非対面商談でのコミュニケーション・  
交渉スキルや顧客ニーズを把握する  
**営業能力に格差**

非対面のコミュニケーションの特性を活かし  
**お客様の求めるところの一步先を  
フォローアップしたい**

## 解決策

LINE WORKS による  
顧客コミュニケーション  
チャネルのデジタル化

LINE WORKS トークログ に  
活動履歴、成果情報等を掛合せ  
分析・可視化  
コミュニケーション カルテとして  
View サイトを提供

機械学習を用いて、  
商談ステータスや顧客属性等に応じた  
トーク提案シナリオ / 情報レコmend

**顧客接点のデジタル化**  
双方向コミュニケーション

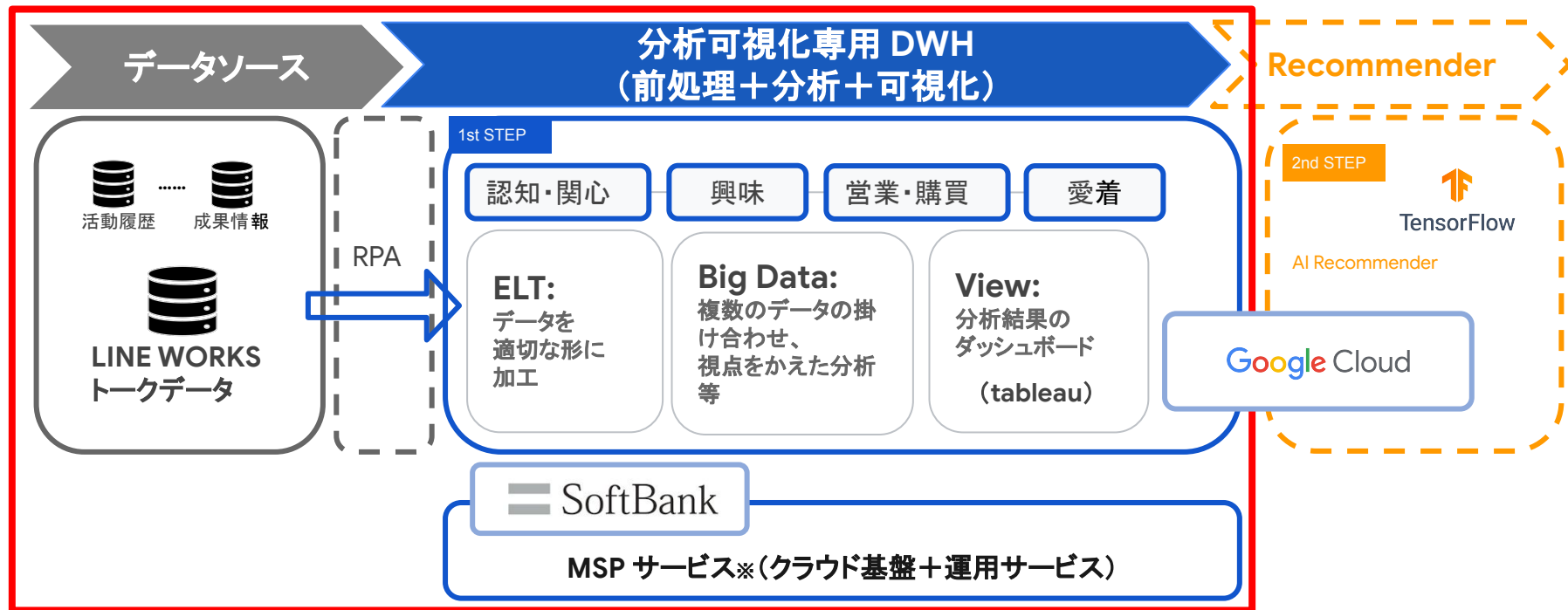
**データ活用**  
コミュニケーション分析・可視化

**AI Recommender**  
コミュニケーションアドバイザー



# ソリューション概要

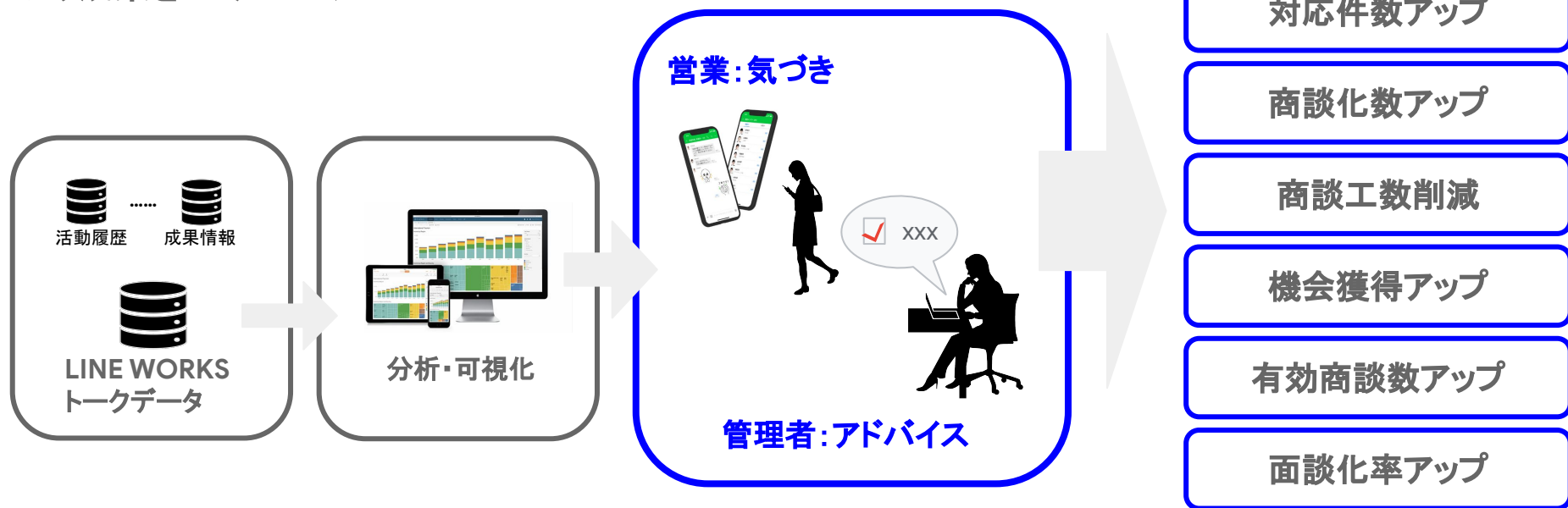
非対面コミュニケーション データとして LINE WORKS トークデータと活動履歴・成果情報等を掛け合わせ、コミュニケーション カルテという形でViewを提供します



※MSP for GCP からスタート、順に MSP for Azure/MSP for AWS 対応。  
運用対象は、IaaS / PaaS。クラウド上で開発したアプリは SI が運用・保守。

# 期待される効果

コミュニケーションカルテという形が、  
営業自身のコミュニケーションについて気づきを、  
管理者はフォローアップの施策を即時検討することで、  
より成果を上げていく



# ソリューション提供にあたって

1 か月間の有償 PoC を提供することにより、ニーズを明確にして本番導入につなぎます

## 有償 PoC

アウトプット	①所定トークデータの分析・可視化※ ②本番利用可否を含めたディスカッション
期間	1 か月 ※①: 2 週間、②: 2 週間
対象データ	10 名のユーザーの方の 1-3 か月間の LINE WORKS トークデータ
お客様作業	LINE WORKS 管理画面から対象データのダウンロードとソフトバンクへの引渡し
環境	お客様ご契約の Google Cloud 環境

- ✓ 低コスト
- ✓ 短期間
- ✓ お客様に負担をかけない
- ✓ 実データを使った体験の提供
- ✓ 本番導入可否の早期見極め
- ✓ 本番に向けての要件定義

本番

- ✓ 短期提案
- ✓ 綿密な運用調整
- ✓ 掛け合わせたいデータ、ニーズに合わせた View のご提供
- ✓ 本番提供までの時間短縮

※分析・可視化作業はお客様から受託サービスとしてお受けいたします。  
また、お客様からお客様の顧客様にトークデータを御社の品質向上のため利用するとの断りをされていらっしゃることを前提いたします。

## 期待: 商談工程の工数短縮

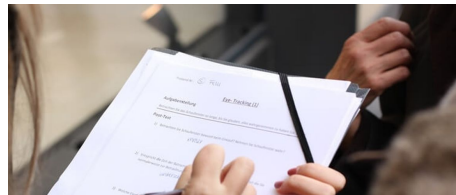
お客様の住まいづくりにおいて、重要なポイントとなる、  
「**土地さがし・プラン図面策定・住宅仕様の決定**」部分の  
コミュニケーションを LINE WORKS **トークの利活用**により、  
お客様に寄り添う形で円滑なものとし、  
**建築計画お申込みから工事着工開始までを早期完了**できるようにしたい。



## PoC 概要



LINE WORKS 導入: 2021/10  
期間: 2021/12-2022/2  
対象者: 営業の方  
対象データ: トークデータ  
策定された利用ルール: 有



①事前アンケートとトーク利用  
についてのディスカッション

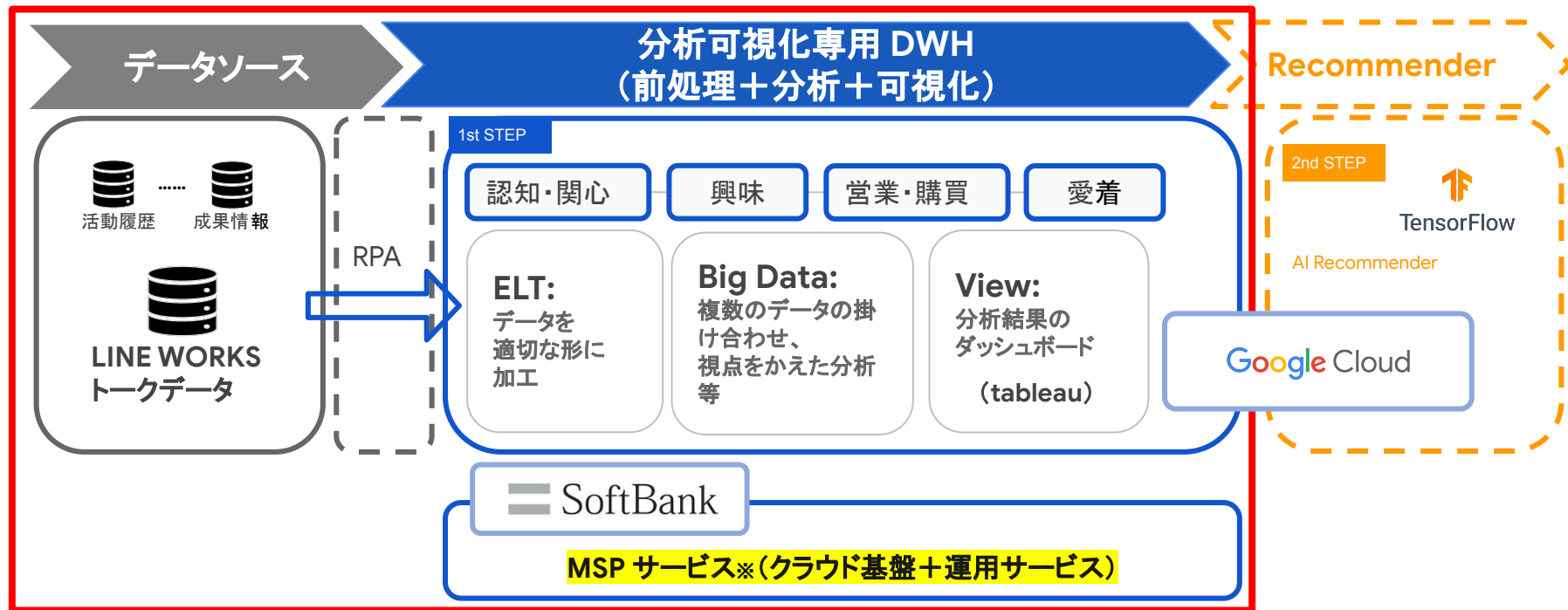




# Chapter 4

## 最後に

非対面コミュニケーションデータとして LINE WORKS トークデータと活動履歴・成果情報等を掛け合わせ、コミュニケーションカルテという形で View を提供します



# ソフトバンクが提供する MSP サービス

ソフトバンクのクラウド エンジニアが各フェーズに沿った支援をします

## 現状分析

### コンサルティングサービス

#### アセスメント

分析・評価  
導入プランや運用フローの策定  
PoC 支援

ソフトバンクは  
Google Cloud MSP 認定を取得



Google Cloud  
**Partner**

Managed Service Provider

## 導入

### 導入支援サービス

#### システムデザイン

クラウド アーキテクチャ設計  
アプリケーション設計  
データベース設計

#### プロビジョニング インテグレーション

新規構築  
既存環境からの移行

## 運用・改善

### マネージド サービス

#### モニタリング

24 時間 365 日のシステム監視

#### オペレーション

定型 / 個別作業の代行  
インシデント対応  
TAM

#### ライフサイクル マネジメント

コスト最適化  
ワークロード最適化

### サポート サービス

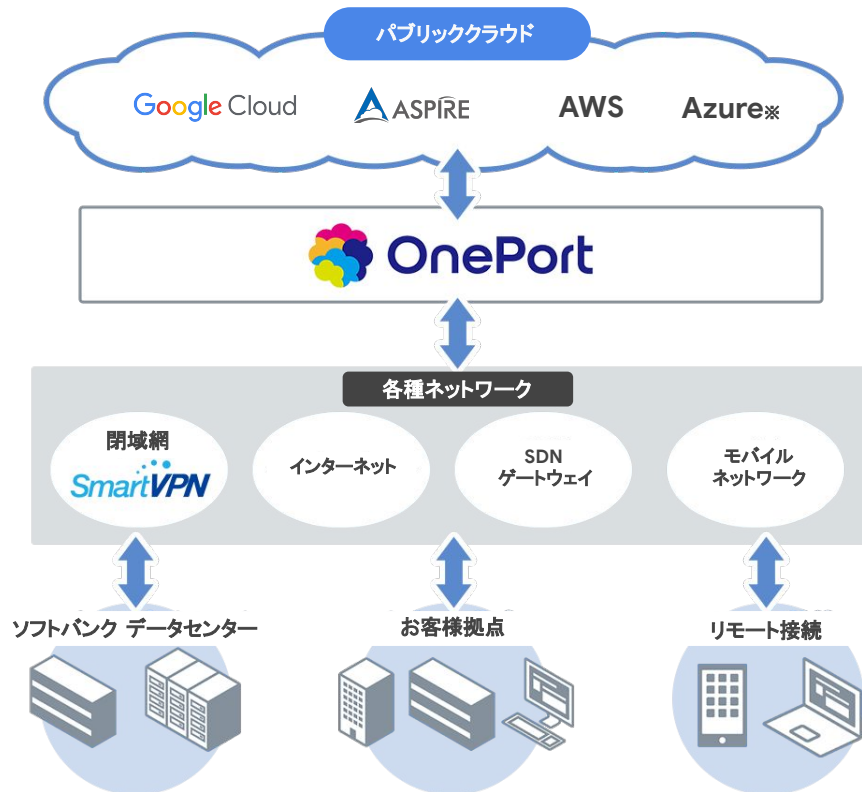
#### サポート窓口

クラウド サービスの基本的な仕様に関する問い合わせ  
お客様環境を考慮した技術サポート  
ベンダーとのトラブルシュート連携

# One Port マルチクラウド アクセス

3 月 22 日  
新リリース

複数のクラウド環境とお客様拠点を "閉域網" で相互に接続します



  
クラウドへの接続を集約

各クラウドのコンソールを開くことなく  
モニタリングやプロビジョニングが可能

  
セキュリティ強化

各クラウドへの接続ポリシーを  
管理画面から一括で設定可能



ご視聴誠にありがとうございました



ソフトバンクは Google Cloud を活用し  
サプライズと創造を  
世の中へ提供していきます

# End Of File