

データ統合に必要な仕組み、Data Lake / ETL / DWH とは？



顧客の「今」をつかめ

Real-time CDP

DXについて

経済産業省の『「DX 推進指標」とそのガイダンス』におけるDXの定義は次の通り。

企業がビジネス環境の激しい変化に対応し、データとデジタル技術を活用して、

顧客や社会のニーズを基に、製品やサービス、ビジネスモデルを変革するとともに、

業務そのものや、組織、プロセス、企業文化・風土を変革し、

競争上の優位性を確立すること

出典：<https://www.meti.go.jp/press/2019/07/20190731003/20190731003-1.pdf>

DXと言っても各ベンダーや事業会社によって、表現しているものが異なる。
守りのDX、攻めのDXということばを用いると理解しやすい。

守りのDX

攻めのDX

新たなビジネスモデルの構築

CE観点でのコミュニケーション改善

既存商品・サービスの提供価値向上

データの可視化による
スピード意思決定、的確な意思決定

プロセスの見直し・再設計

オペレーションの効率化・省力化

経済産業省の『「DX 推進指標」とそのガイダンス』において、DX推進における具体的な課題として次の3つが挙げられている

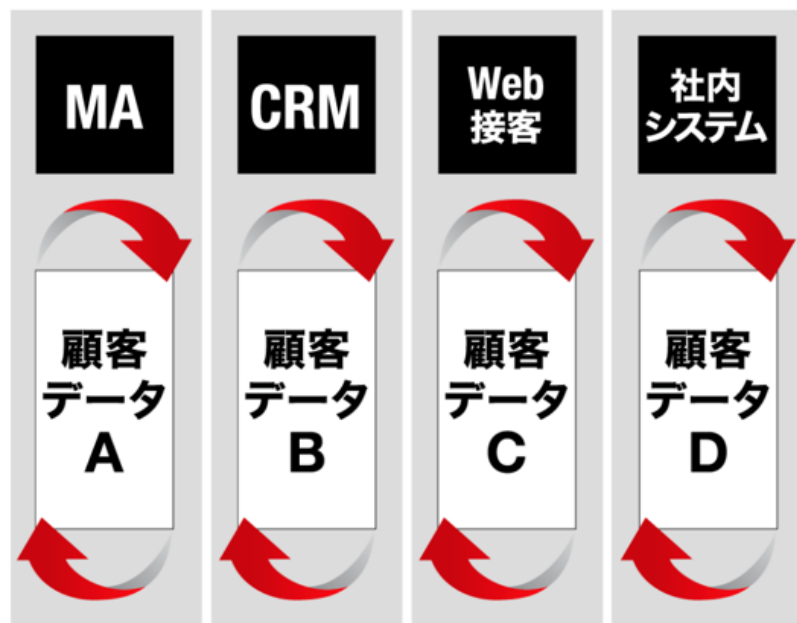
1. 顧客視点でどのような価値を創出するか、ビジョンが明確でない
2. 号令だけでは、経営トップがコミットメントを示したことになる
3. **DX による価値創出に向けて、その基盤となる IT システムがどうあるべきか認識が十分とは言えない**

出典：<https://www.meti.go.jp/press/2019/07/20190731003/20190731003-1.pdf>

バラバラに管理されてしまっているデータ

守りのDX / 攻めのDXどちらにおいても、システム導入が事業部で分断されていたりインテグレーションを考慮していないシステム選定が行われることによってブラックボックス化が起きている。

各種ツールで部分最適



この状態を一般に“データのサイロ化”と呼ぶ

すべてのツールを統合管理して全体最適へ



“CDP” はデータ統合を実現する

攻めのDXにおけるデータのサイロ化の弊害

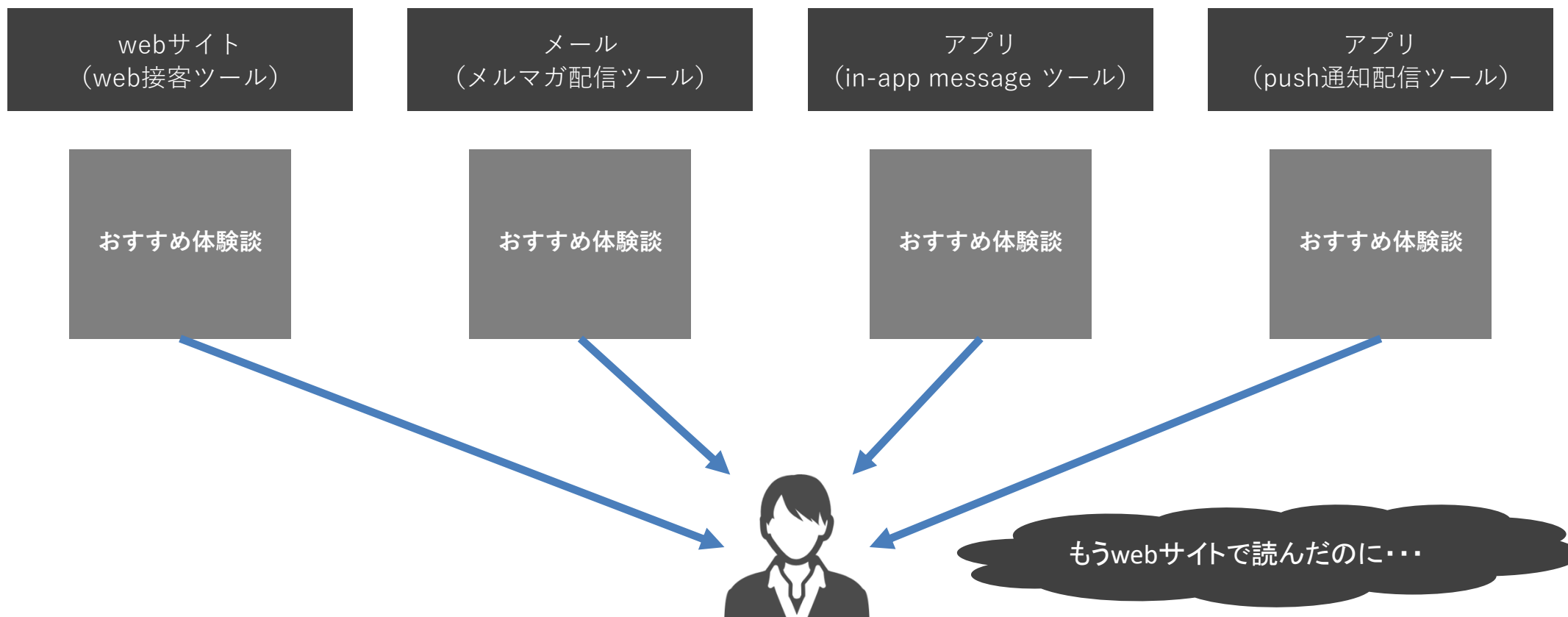
システムごとのユニークユーザーを見ている、異なるユーザーとして評価してしまい正しい顧客を見えず、正しいLTVでの評価やプランニングができない。



	ECサイト			店舗	合計	
	web広告費	購入金額	ROAS	購入金額	購入金額	ROAS
内賀嶋	1,000円	5,000円	500%	1,000円	5,000円	600%
山内	5,000円	10,000円	200%	40,000円	50,000円	1000%

webのみを見ると山内さんに広告を出すべきではないが、
店舗も含めて見ると、広告による成果として内賀嶋さんより良い（かもしれない）

それぞれのシステムで見えているユーザーに対して、それぞれのシステムで施策を行うと一貫性のないコミュニケーションとなる可能性がある。

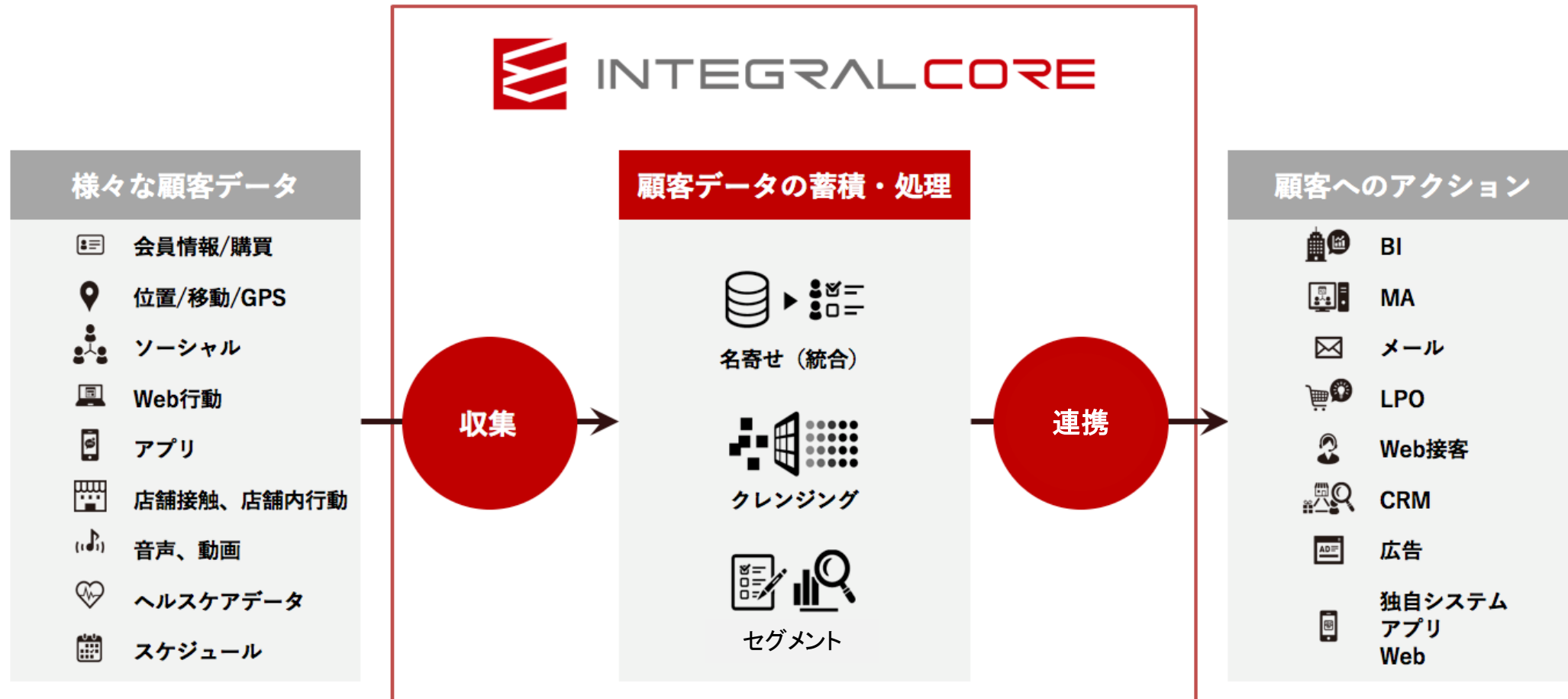


それぞれのシステムで成果が出ているように見えても、別のシステムの別の施策による効果と混同して適切でない評価をしている可能性がある。



CDPとは

データを収集 / 統合して、他のシステムで活用できる形にデータを加工 / 連携 することで、データのサイロ化による弊害を解決。



CDPは、DWH / DMP / CRM と関連する部分が多いツール

- ：データを時系列で蓄積
- △：データ加工、他ツールへのパス

分析目的のデータ蓄積が主

- ：データ加工、他ツールへのパス
- △：もともと個人情報を持しない
(属性情報中心)

オンライン広告施策への活用が主

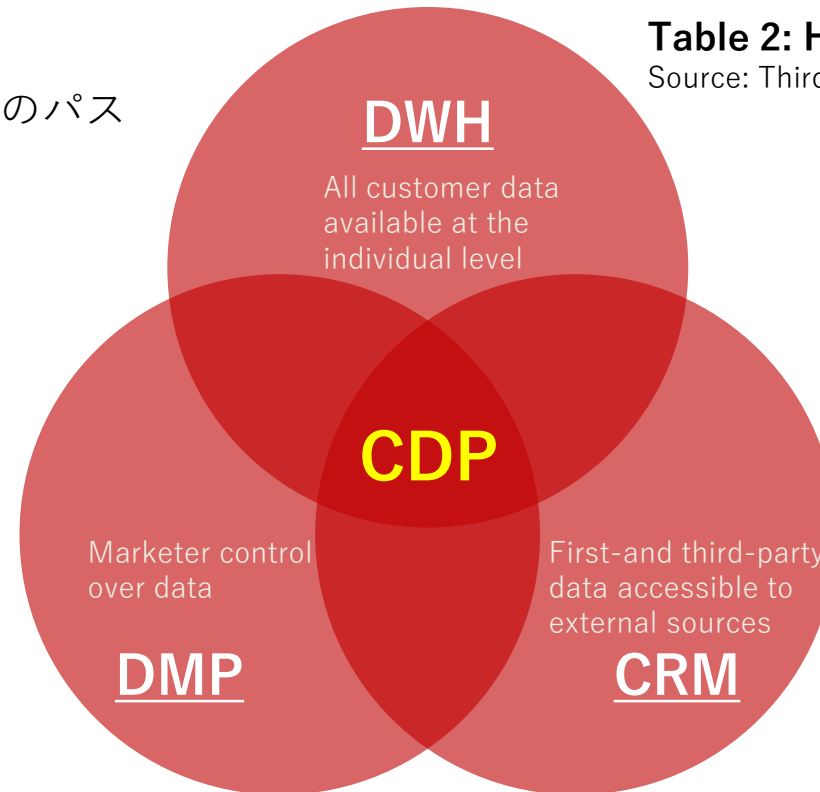


Table 2: How CDPs differ from other martech systems

Source: Third Door Media

- ：個人情報の管理
- △：自社以外の接点でのデータ取得
匿名/潜在顧客のデータ取得

既存顧客の管理・施策が主

Enterprise Customer Data Platforms:
A Marketer's Guide (P.7 参照)

データ統合を行うにあたり、CDP以外のシステムを用いて構築を行う際に次のようなシステムに対する理解が必要となる。

1. Data Lake

各種RAWデータを保管する箱（ストレージ）

2. ETL（Extract/Transform/Load）

RAWデータを加工してDWHに連携するハブ

DWHに格納されているデータを加工して他のツールに連携、Data Lakeに格納するハブ

3. DWH（Data Warehouse）

利用しやすいように構造化したデータを入れる箱（データベース）()

AWS (Amazon Web Service) やGCP (Google Cloud Platfotm) における Data Lake / ETL / DWH は次の通り。※CDPを構築するうえでの説明のため各サービスの概要は

1. Data Lake

AWS : S3 (Amazon Simple Storage Service)

GCP : Cloud Storage

2. ETL (Extract/Transform/Load)

AWS : Glue

GCP : Dataflow

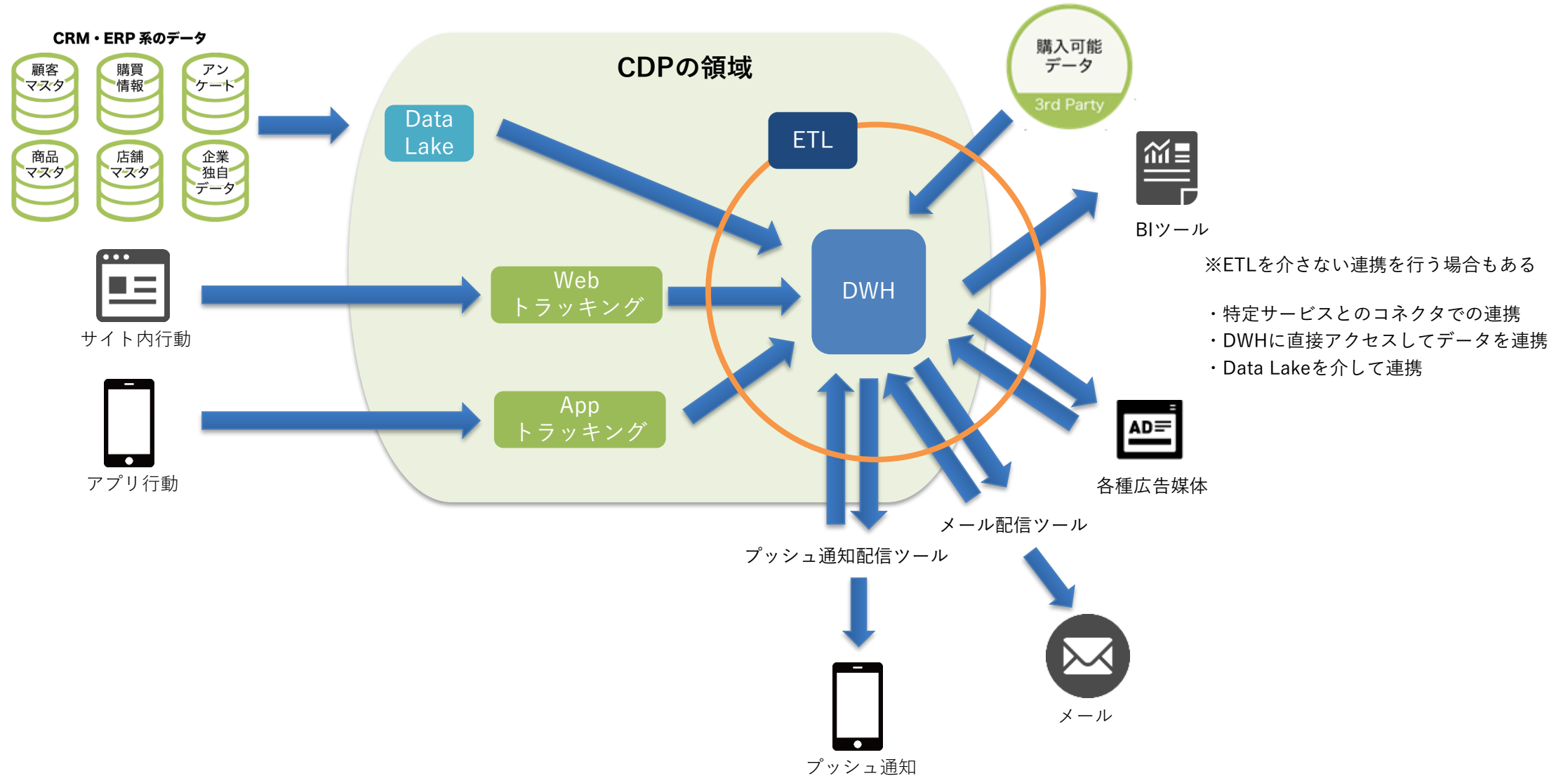
3. DWH (Data Warehouse)

AWS : Redshift

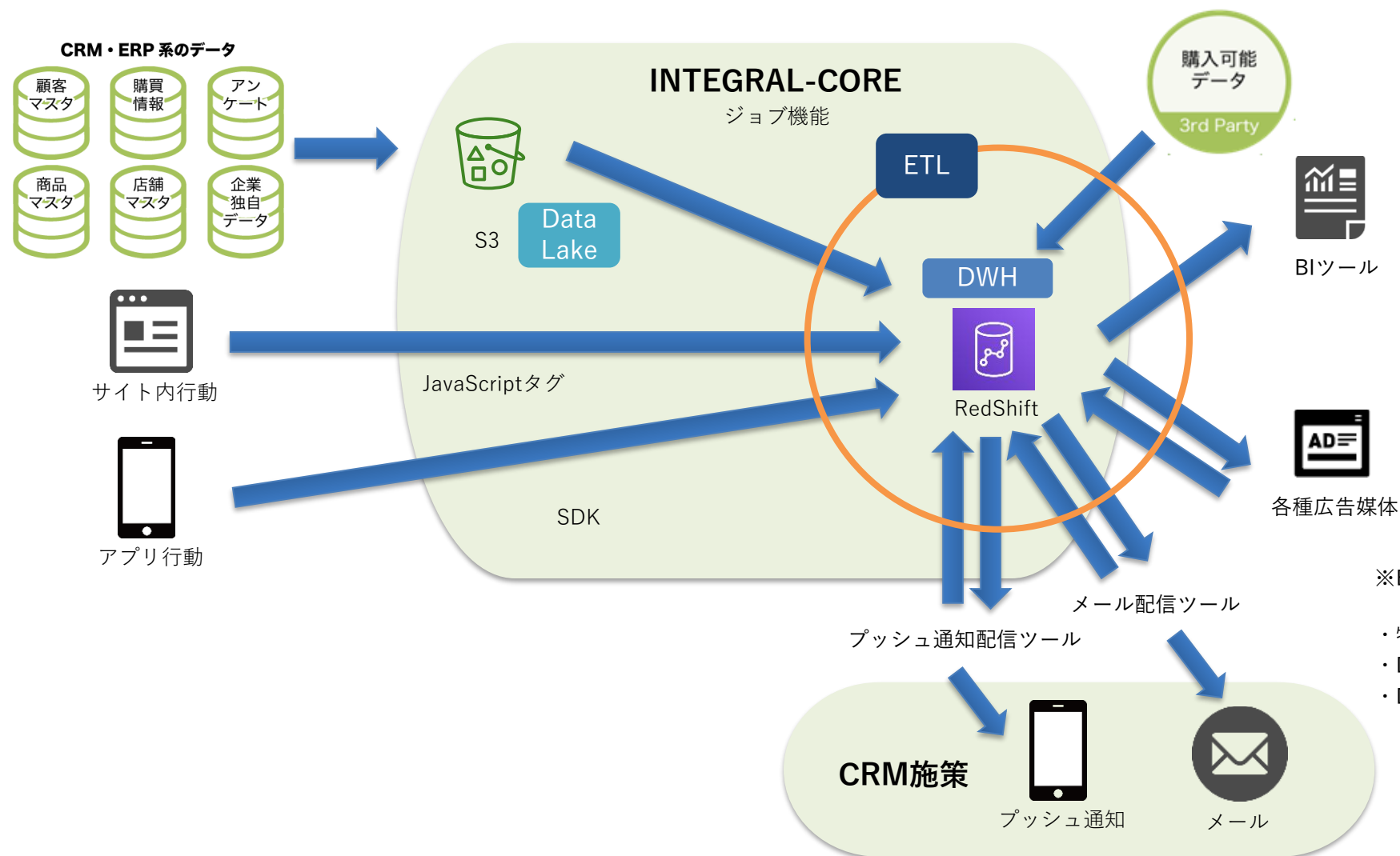
GCP : BigQuery

※CDPを構築するうえでの説明のため各サービスの概要は
各サービスのサイトにてご確認ください

CDPの構成



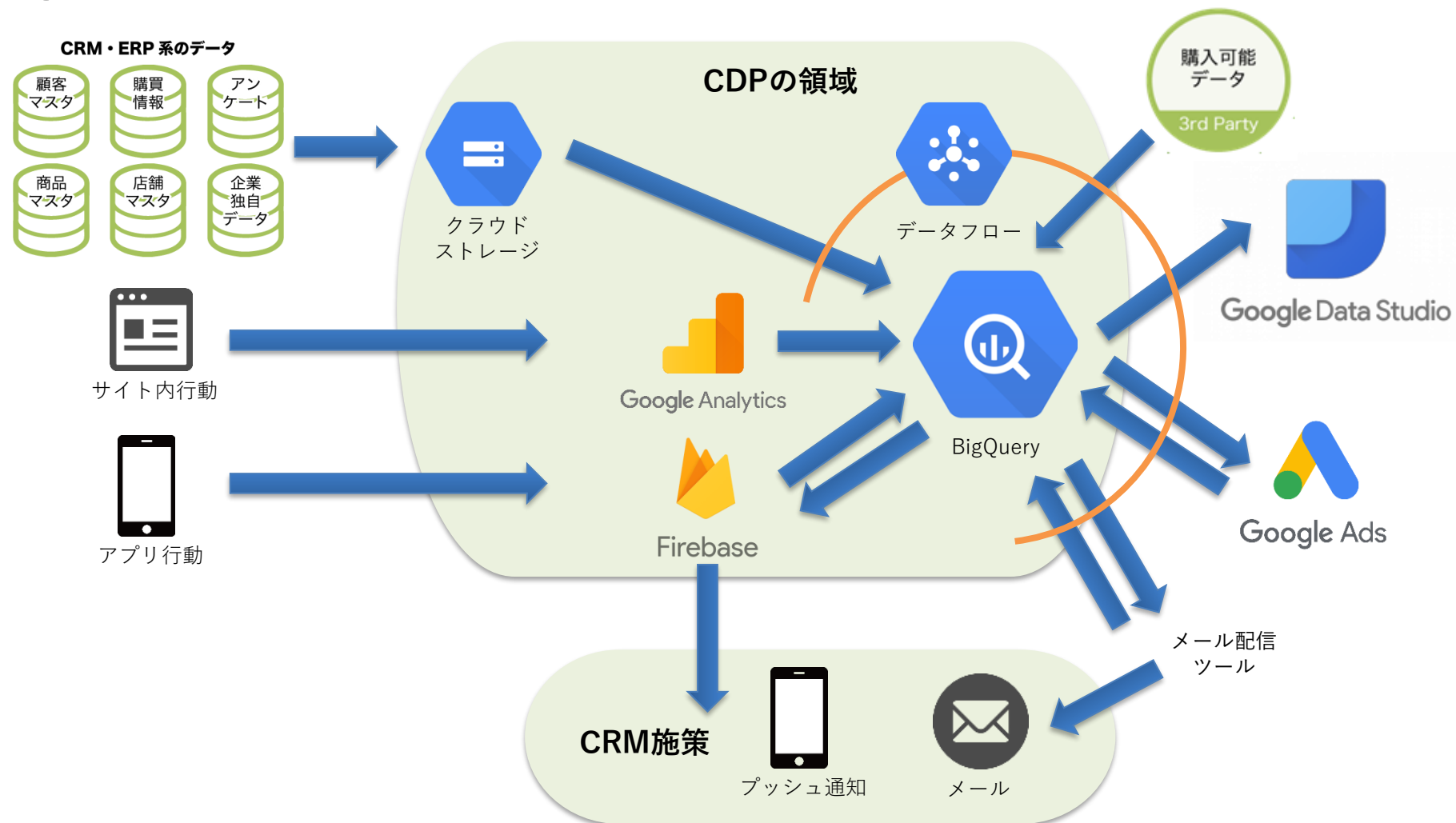
INTEGRAL-COREでは次のような構成にてCDPの機能を提供。



※ETLを介さない連携を行う場合もある

- ・ 特定サービスとのコネクタでの連携
- ・ DWHに直接アクセスしてデータを連携
- ・ Data Lakeを介して連携

GCP（Google Cloud Plat Form）を利用してCDPを構築すると、例えば次のような構成となる。



ただ、Data Lake / ETL / DWH を並べただけではCDPとはならない。
各種CDPではデータ活用のための独自の機能を提供している。

- データの名寄せや統合処理

データの統合や名寄せの処理は、例えばECサイトの顧客データと店舗の会員カードの顧客データの統合がイメージしやすい。データをただ集めるだけではなく統合するための処理をすることではじめて、1人の顧客としてのデータを扱えるようになる。

- 集計の処理

集計の処理は、分析を行ったりセグメントを作成したりする際に扱いやすいデータにするために必要となる。例えば、webサイトのアクセスログをもとにセッションといった単位のデータを作成しておくことではじめて、ユーザーの月間の訪問回数をもとにした分析やセグメントの作成ができるようになる。

- セグメント作成機能（GUI）

SQLを書かずに管理画面から自由にセグメントを作成できる機能を提供しているツールが多くあり、このような機能をゼロから開発しようと思うと、金銭的なコストも時間的なコストも非常に大きなものとなる。

その他、各種ツールのコネクタ等データの接続方法や、シナリオの作成などツールによって特徴がある。

CDPのユースケース

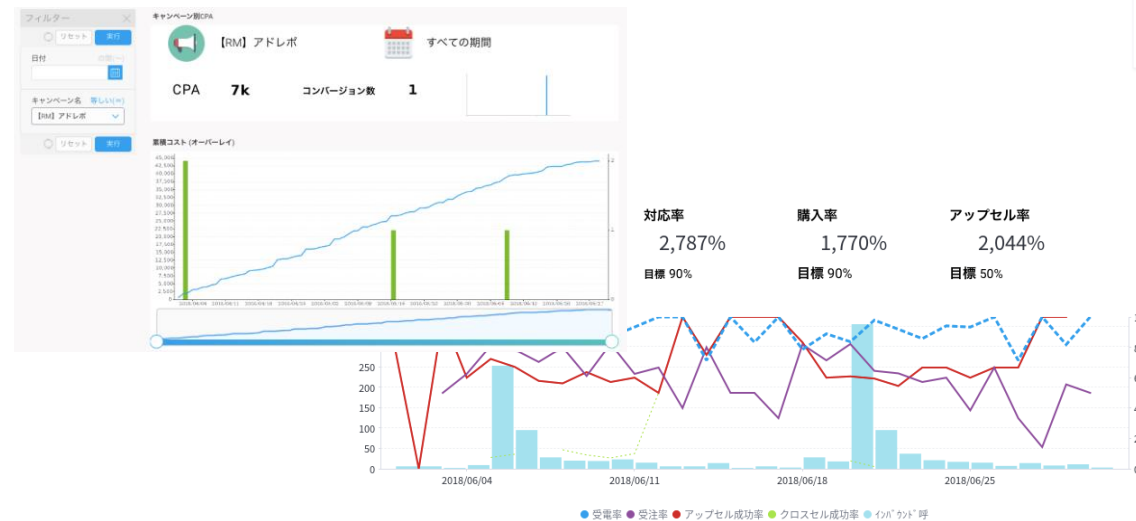
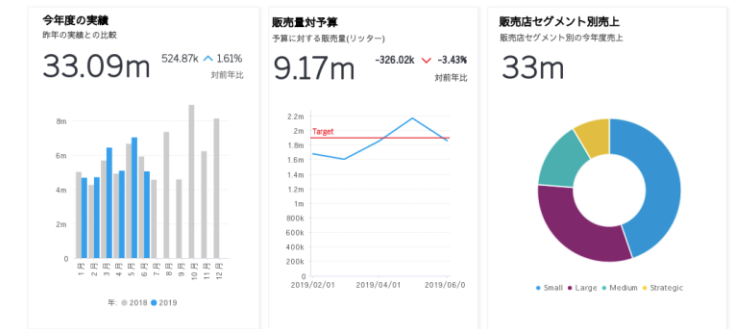
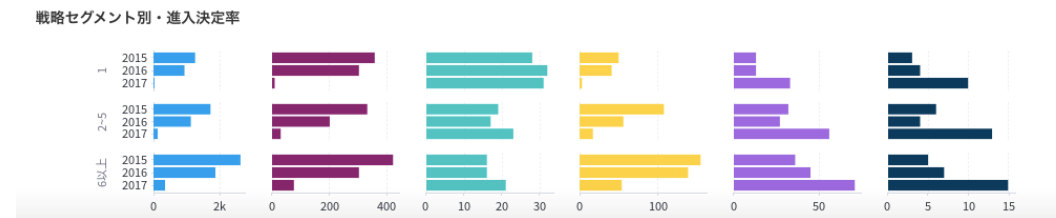
INTEGRAL-COREに集約し統合したデータをBIに連携することで
さまざまなデータを可視化し、分析および戦略や施策の立案、施策に活用が可能



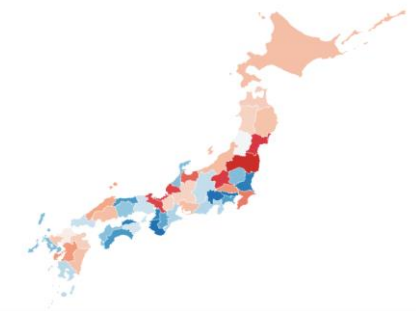
分析の例

- 全体サマリー
- RFM分析
- 来店分析
- 地域別分析
- 効果測定

etc...

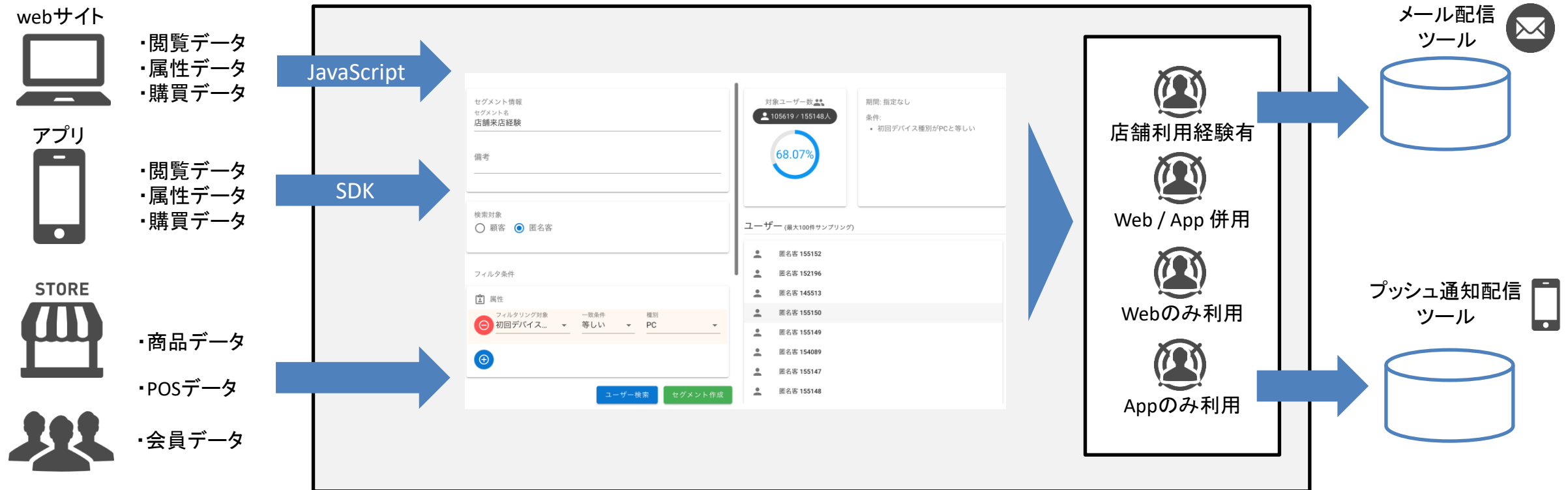


都道府県別顧客数



セグメント メール / プッシュ通知

INTEGRAL-COREに集約し統合したデータからセグメントを作成、
メール配信ツールやプッシュ通知配信ツールに連携することで、正しいセグメントに対する
コミュニケーションを実現可能。



エバーライズの支援内容

企画・設計

要件定義

実装

運用

コンサルティング

システムインテグレーション

CDP



INTEGRALCORE

プレミアムサポート / テクニカルサポート

DX推進・CDP構築における課題

- ・データ統合における設計方法がわからない
- ・そもそも社内のデータが散らばっている
- ・基幹システムからのデータ連携が困難
- ・各種ツールの仕様を理解して連携するのが困難
- ・CDPを運用するリソースがない
- ・CDPの機能を活用できるか不安

コンサルティング

ビジネスプランに対して実現に向けて、データ取得や統合、連携の観点で各種ツールの選定およびプランを作成します。

期間を定め、定例会を実施、プランの作成を行います。

ビジネスプランの策定に関しては、貴社にて実施いただくか、弊社からパートナー企業を紹介のうえ進める形で支援しております。

システムインテグレーション

データ統合、連携において具体的な設計および構築を行います。設計と実装およびテストにおいて必要なリソースを確保して進行します。

要件（必要に応じて期間を定めて作成）に合わせて、設計および構築（実装）を行います。

各種マーケティングツールの設定や使い方のフォローについては、貴社にてツールベンダーにお問い合わせいただくか、弊社からパートナー企業を紹介のうえ進める形で支援しております。

プレミアムサポート

INTEGRAL-COREのツールのオンラインでのサポートおよび、CDP の活用を含めデータの活用に向けて定例会を実施いたします。

INTEGRAL-COREのツールのオンラインでのサポート（プランによっては電話でのサポート）を行います。

また、定例会にてINTEGRAL-COREの活用を含めたデータの活用に向けた質疑応答や、ご状況に合わせたご提案を行います。

テクニカルサポート

INTEGRAL-COREを利用する中で発生する、技術的な調査や作業の代行を行います。

あらかじめ定めた時間内で技術的な調査や作業の代行（例：タグ・SDK設置支援、CookieSync設定、データ取り込み設定、セグメント用SQL設定）を行います。

時間を超過する場合は、追加で作業工数を確保することも可能です。大規模な内容になる場合は、システムインテグレーションのプロジェクトとしてご提案します。

会社概要

会社名：株式会社EVERRISE

設立：2006年7月3日

所在地：東京都港区赤坂1-9-13
三会堂ビル 6F

資本金：34,960,000円

社員数：83名 (2020/05/01現在、ベトナム13名)

子会社：EVERRISE VIETNAM CO.,LTD. (ベトナム)

事業：プラットフォーム事業
システムインテグレーション事業
HR事業

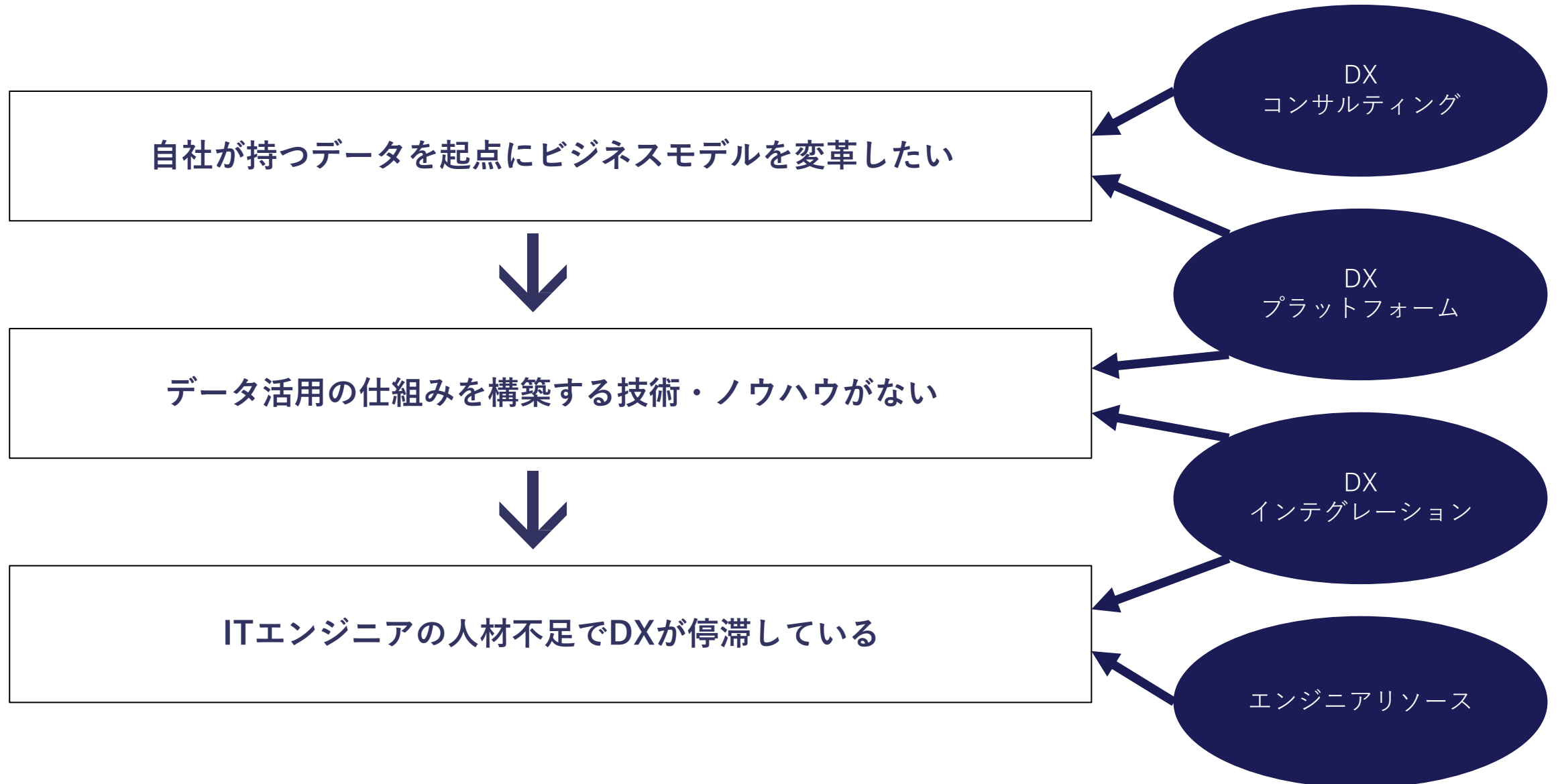
Mission

DXをテクノロジーで加速させ
人が輝く未来をつくる

データ活用 × ビジネスモデル変革 を中心とした

「攻めのDX」を総合的にお手伝いします。

EVERRISEは創業からアドテクと呼ばれるインターネット広告基盤開発を多数手がけ、
超大量アクセス、超大量データ、高可用性のシステム構築を最も強味としています。



CDPにご興味がありましたら、無料相談会やCDPに関連するシステムについて勉強会等も実施しておりますのでお気軽にご相談ください。

**CDP 『INTEGRAL CORE』の提供のみでなく
貴社のご状況にあわせた
適切なプランにてDX推進・CDP導入の支援を行います。**