



顧客特性を詳細に分析し、戦略的マーケティングに活かす

コスミキューブ

データフロント

Cosmicube、DATAFRONTでデータウェアハウスを構築

株式会社 ツーカーホン関西

ビジネスはもちろんプライベートなシーンでも、いまや私たちの生活に欠かせない存在となった携帯電話。近年は、メールやマルチメディアコンテンツをも融合したモバイル・インターネットのツールとして、その利便性と重要性はますます高まっています。

しかし通信事業者には、業界内での厳しい競争を勝ち抜くため、顧客の解約を阻止しながら、最適なサービスをいかに迅速に提供できるかが今まで以上に重要な課題となっています。

そこで、関西地方を中心にサービスを展開する株式会社ツーカーホン関西（以下、ツーカーホン関西）は、日立の並列多次元データベースCosmicubeと、データマイニングツールDATAFRONT、通信事業者向け顧客分析テンプレートを導入。大量の基幹データから顧客の特性を詳細に分析し、CS向上と営業支援の強化を図るデータウェアハウスを構築しました。

チャーンの詳細な分析で解約率の低下をめざす

日本初のプリペイド式携帯電話や、世界標準の通信規格WAP対応のインターネット情報サービスEZweb、64和音492音色funstyleなど、業界に新風を巻き起こす新商品・新サービスを積極的に展開しているツーカーホン関西。1994年に開業し、1999年10月にDDIグループの一員となった同社は、京阪神、和歌山、滋賀、奈良地域において高品質な通信・通話サービスを展開し、現在約125万人もの顧客を獲得しています。



情報システム部長
大島 和彦氏

しかし携帯電話の普及が既に

1人1台のレベルにまで進みつつある現在、通信事業者がビジネスを継続的に成長させていくには、優良顧客を確実に維持しながら、より高品質なサービス提供によって顧客一人当たりの収益拡大を実現させるといった企業戦略が不可欠です。そしてそのためには、事業者全般が長年抱える問題として、より有利な通話/価格条件などを求めてサービス内容や携帯電話会社を変更する“チャーン（浮動顧客）”の詳細な分析と、それに基づく解約防止策、効果的なキャンペーンの実施などのアクションが重要な課題となっています。

「当社では1996年からデータウェアハウス（DWH）を導入し、顧客属性や通話実績の集約と分類、その結果に基づいたマーケティング活動を着実に展開してきました。しかしその後、顧客数が年間10～30万人という驚くべきペースで増加してきたことと、音声通話がメインだったサービスにメールやインターネットが加わり、サービスメニューや料金体系も複雑化してきたことから、取り扱う実績データ量が予想以上のスピードで増加する形とな

株式会社 ツーカーホン関西
〒530-0001 大阪市北区梅田3-3-10 梅田ダイビル 従業員数 / 384名 (2001年8月現在)
代表取締役社長 / 中山 孝司 携帯電話契約者数 / 1,253,700名 (2001年7月末現在)
資本金 / 60億円

りました。

また、従来システムでは多面的な分析を行いたくても、対象を「20代のお客さま」といったマクロな層に絞るのが限界で、同じ20代でも男女の違い、利用するシーンや加入している付加サービスの違いなど多次元な分析を行うのは非常に手間と時間を要するのが現実でした。そこで、システム全体のレスポンスアップとデータマイニングなどの新機能追加も含めたリプレースを検討していた中、日立から提案していただいたCosmicubeやDATAFRONTといったDWHソリューションが、当社の考えていたシステム戦略と非常にマッチしており、サーバやディスク装置も含めたシステム全体のパフォーマンスとコスト、将来の拡張性でも十分に満足のいくものであったことから、新しいDWHシステムの導入を決断したわけです。

(情報システム部長 大島和彦氏)

CosmicubeとDATAFRONTで 解約者分析/予測システムを構築

ツーカーホン関西が導入したDWHシステムは、同社の基幹システムと料金計算サーバから、分析用の各種データを集約するTAKEシステム(サーバ: H9000/VT850 + ディスクアレイ: DF400)と、並列多次元データベースCosmicube(サーバ: HA8000/D270)による「解約者分析システム」、データマイニングツールDATAFRONT(サーバ: HA8000/170)による「解約者予測システム」で構成されています(図1)。

Cosmicubeは、階層や次元といったさまざまな分析項目を用いた大量データの分析を支援する製品で、独自のハッシュブロック分割機能により、データロードから集約処理、検索にいたるまでを高速に実行可能。ツーカーホン関西ではこのシステムに、日立が開発した「通信事業者向け顧客分析テンプレート」を適用することで、解約者の顧客属性や通話明細/料金明細などの大量データを基に、その発着信状況や使用機種、付加サービス、どの代理店経由での契約なのかといったプロファイル別に、「どのような顧客が解約する傾向にあるか」といった解約要因の分析がよりスムーズに行えるようになってきました。

一方のDATAFRONTは、DWHに蓄積された膨大なデータから、一定の傾向やルールを見つけ出すことができるデータマイニングツールで、データ分析の初心者でも簡単な操作でデータマイニングを実行できるのが最大の特徴。Cosmicubeに適用した「通信事業者向け顧客分析テンプレート」の分析結果をDATAFRONTの画面上からも活用できるようカスタマイズしたことで、解約者と同じような特徴を持つ顧客層への解約防止策を検討できるほか、それぞれの顧客に最適な料金プランや付加サービス、機種を紹介することで、顧客一人当たりの収益拡大を狙う戦略立案にも使えるということです。



情報システム部 OA・管理グループ
加藤 利勝氏

基本使用料・通話料

料金プラン

長期でご利用される方におすすめのプラン

ツーカーV3スーパー たっぶり使って、はっさり差がつく新料金プラン

- 月額基本使用料 6,000円 / 5,000円分付き (ファミリー割引適用の場合) (EZnet通話料、メール送受信は含まれません)
- 通話料 50%off (全時間帯、全通話料)
- メール送信料 1円/メッセージ (全時間帯、全国どこでも)

「ツーカーV3スーパー」は24ヶ月以上継続してご利用いただくプランです。

ツーカーV3 3つのバリエーションで、はっさり差がつく新料金プラン

- 月額基本使用料 1,440円 (ファミリー割引適用の場合) (適用しない場合は1,700円)
- 通話料 50%off (全時間帯、全通話料)
- メール送信料 1円/メッセージ (全時間帯、全国どこでも)

「ツーカーV3」は24ヶ月以上継続してご利用いただくプランです。

無料通話料でガンガン話せるおしゃべりプラン。



ツーカーホン関西ホームページ URL : <http://www.tu-ka-kansai.co.jp>

「ツーカーステーション」では、お客さまとのコミュニケーションが図られている

ツーカーホン関西ではこれらのシステムを2001年春から順次稼働させ、営業部門を中心に20台以上のクライアントを配備。データウェアハウス本体となるTAKEシステムに、メインフレーム並みの高性能・高可用性を誇るUNIXサーバH9000/VT850と、高性能・大容量・高信頼を追求したディスクアレイ装置DF400を適用したことで、検索スピードを飛躍的にアップさせながら、スタッフ一人ひとりが多面的な分析結果に基づいたアクションを展開できる環境を整えました。

一人ひとりのお客さまに ピンポイントの施策を実施できる

「従来のシステムでは、解約者一人ひとりのリテールな傾向を分析できなかった分、担当者の勘や思い入れなどに頼ることが少なくなく、解約防止のキャンペーンなどで、当たり外れが発生していました。しかし新システムを活用することで、これまで蓄積してきたノウハウに加えて、より詳細な情報に基づいた実践的

な分析が実行できるようになり、お客さまに対しても非常に有効なピンポイントの施策を行える環境が整ったと考えています」

(大島氏)

「CosmiccubeやDATAFRONTといったパッケージベースのDWHシステムと、通信事業者に特化したテンプレートの導入によって、解約者分析/予測という当社にとっては初めての分野のシステム構築にもかかわらず、それぞれ実質5か月という短期間で本番稼働を果たすことができました。操作性においても、半日程度の講習を受けただけで、ユーザー全員が十分に使いこなせていますし、レスポンス的にもまったく問題がありません。

またクライアントの画面では、分析メニューのクリックだけでさまざまな多次元分析やデータマイニングが行えるほか、ワンタッチでさまざまなグラフ表示ができる機能もあり、これによりユーザーからは、分析結果が非常に直感的に判断できるとの声もいただいております。ただ今後は、ボタン1つで出た結果が、どういうプロセスで出てきたのかを分析者自身が詳細にたどれるような仕組みも用意し、個々人のポテンシャルアップとともに、斬

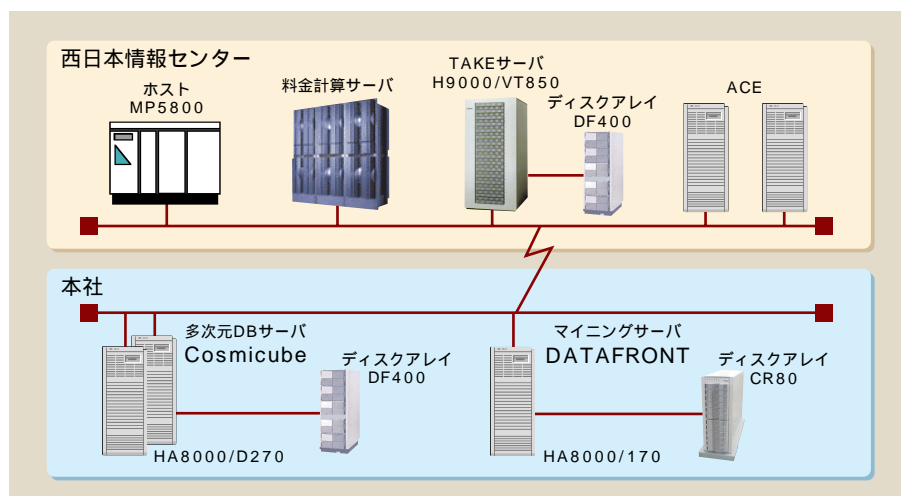
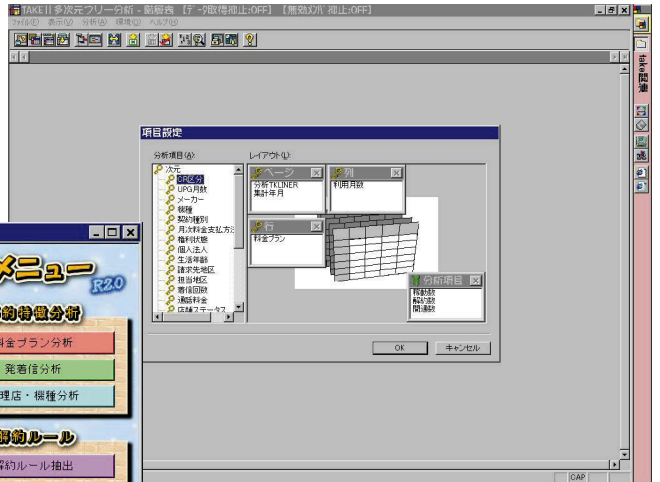
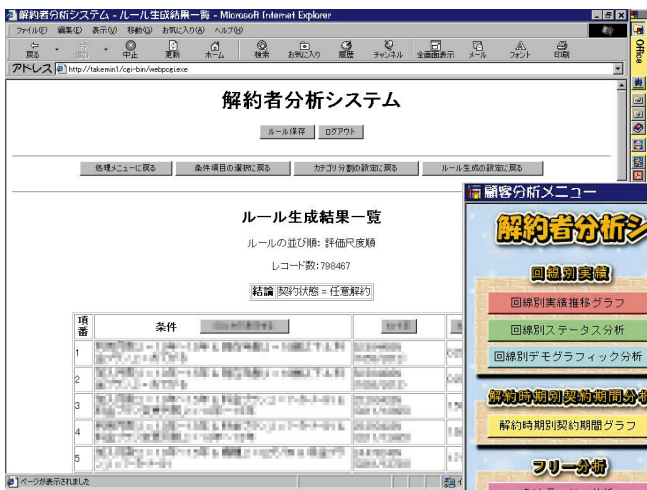


図1 TAKE全体システム概要図



CosmiccubeサーバとDATAFRONTサーバとして稼働しているHA8000シリーズ



CosmicubeやDATAFRONT を使用した解約者分析/予測、多次元分析、データマイニング画面例

新たなキャンペーン開発やサービス開発などにつなげていければとも考えています」

(情報システム部OA・管理グループ 加藤利勝氏)

既に解約者予測システムを活用している営業現場では、例えば、ある年齢層の女性が特定のプランを選んでいる場合の解約率が高いと分析できた時点で、ピンポイントにダイレクトメールを打ったり、キャンペーンを行ったりする引き留め策を実施。その結果、解約率の低下を実現できつつあるということです。

DWHとコールセンタを一元化したCRM構想も

ツーカーホン関西では開業以来一貫して、システムの中核的ハードウェアには日立のメインフレームを採用しています。その理由を大島氏は「膨大なデータを高速に、しかも安定して処理できるという点では、やはりメインフレームが優れている点が多いと思います。データ管理や運用管理用のツールも充実していますから、運用面での安心感も高いですね」と語ります。

また、2000年には基幹システムである「TU-KA2000PLUS」をエンタープライズサーバ「MP5800/325E」にアップグレードし、処理能力のさらなる高速化と、24時間365日の安定稼働を実現。顧客データの管理はもちろん、代理店管理、商品管理、通話料金/Eメールの送受信/インターネット情報サイトEZweb利用に対する課金情報も含めた請求金額の計算と請求書の作成、アフターサービスなど、業務の重要な部分を一手に管理しています。

そして今回構築したDWHの分析対象データは、コールセンタや代理店などから上げられる、お客さまからの問い合わせやクレーム情報などとともに、この「TU-KA2000PLUS」から収集されるため、今後はこれらの情報をシームレスに一元化したCRMシステムとして発展させる構想も始まっています。

「顧客対応システムとDWHを有機的にリンクすれば、例えば

コールセンタなどから上げられる、お客さまの“生の声”と、DWHで得られた解約パターンが、本当に同じことを示しているのか、科学的に分析することが可能となります。つまりお客さまは、ある特定の条件の中で“もっと安いプランを出してくれ”とおっしゃっているのか、“現状のプランでいいからもっと値下げをしてほしい”と考えておられるのか、双方のデータを突き合わせれば詳細に検証することが可能となる。これは、私たちの業界が常に頭を悩ませている“解約予備軍”としてのチャーンを引き留めたり、各種新サービスに対する評価を行うなどのタイムリーな戦略立案、言い換えればツーカーファンになっていただけるお客さまを一人でも多く増やすためのツールとして、非常に有効に機能すると考えているのです。

また今後、DWHで蓄積した付加価値の高い情報を、お客さまに還元していくシステム構築も検討中です。既に125万人を超えたお客さま一人ひとりに、そのライフスタイルに応じた最適なプランをご紹介していくのは時間がかかりますが、例えばお客さま自身がWebを通じて自分の通話スタイルに最適なプランをシミュレーションできるシステムを提供できれば、非常に付加価値の高いサービスとなる。当然そのためにはTU-KA2000PLUSという基幹システムと、H9000V、HA8000などで構成されたDWHのシステムがトラブルなく動いていなければなりません。だからこそ、ミッションクリティカルシステムを支える日立への信頼性と充実したサポート体制は、これからも当社の基幹業務の遂行において重要な意味を持つてくると考えています(大島氏)

DWHの導入により、顧客の解約防止策と、より洗練されたOne to Oneマーケティングの実践に取り組み始めたツーカーホン関西。「Link your style.」というキャッチコピーのもと、ケータイというサービスを通じて生活に本当に必要なもの、もっと自分らしさが表現できるものをハイクオリティかつリーズナブルに提供していく同社を、日立はこれからも強力にバックアップしてまいります。