



## お客様情報



### 名古屋鉄道株式会社

●本社所在地

愛知県名古屋市中村区名駅1-2-4

<http://www.meitetsu.co.jp/>

1894年創業の愛知県・岐阜県を基盤とする大手私鉄。名古屋を中心に広がる路線網は444.2キロ、日本の私鉄では第3位。名鉄グループとして、レジャー・流通、不動産など多角的に事業を展開。グループ傘下企業数は約150社、グループ総従業員数は約32,000人。

# 名古屋鉄道株式会社

ICカード利用者の行動データ分析に

IBM SPSS Modelerを活用

分析結果に基づく

効果的なマーケティング施策立案を目指す

愛知県、岐阜県を基盤とする名古屋鉄道株式会社(以下「名古屋鉄道」)は、鉄道事業を軸に、レジャー、流通、不動産など、名鉄グループとして多角的な事業展開を行っている総合企業です。

名古屋鉄道では2011年2月、名古屋市交通局等と共に電車やバスの乗車、買い物に利用できるICカード“manaca”(マナカ)のサービスを開始。同時に、manacaを使用した小売店、飲食店などでの買い物でポイントがたまる「名鉄たまろん」のポイントサービスも運用を開始しています。同社では、manacaを通じて蓄積されている利用者の行動データを活用し効果的なマーケティング施策立案に活かすため、「IBM® SPSS Modeler」(以下、SPSS Modeler)を導入し、ビッグデータ(manaca利用者の移動、購買に関する膨大な量のデータ)の分析体制を構築しました。

## ICカードを通じて蓄積される 膨大な利用者行動データの分析が必要

名古屋鉄道、名鉄バス、豊橋鉄道が発売するmanacaの発行枚数は、2012年7月末現在で約110万枚。また、名古屋市交通局などが発売するmanacaを合わせると、約250万枚の発行枚数になります。

同カードには、2種類のポイントサービスが提供されています。一つは、「manacaマイレージポイント」。こちらは、どのmanaca交通事業者で購入したカードでも利用可能で、電車・バスなどに乗車した実績に応じて自動的にマイレージポイントがたまる仕組みです。



もう一つは、「名鉄たまらん」と呼ばれるポイントサービス。これは、名古屋鉄道、名鉄バス、豊橋鉄道から発売されるmanaca限定のサービスで、manacaを購入後、会員登録を行うことで利用できるようになります。ショッピングや飲食時に、manacaを電子マネーとして使用して決済すれば、利用金額に応じてポイントがたまる仕組みになっています。

2012年7月現在、「名鉄たまらん」会員は約17万人に上ります。名古屋鉄道にとって、manaca利用者が「名鉄たまらん」会員となり、電子マネー機能を活用してもらうメリットは2点あります。1点目は、カード登録時に利用者の属性データとEメール・アドレスの情報を取得できることです。記名式のmanacaを購入する時点では、氏名、生年月日、性別、電話番号の4項目の情報のみ取得できますが、「名鉄たまらん」会員については、居住地や職業など、より詳細な属性データが得られることに加えて、利用者のEメール・アドレスが入手できます。したがって、メールマガジン発行などを通じた消費者とのコミュニケーションが可能になるのです。

2点目は、電子マネーとして利用された場合、「名鉄たまらん」会員の購買行動に加え、会員以外のmanaca利用者の購買行動も補足できることです。manacaは基本的に鉄道、バスなどの乗車券として用いられるので、利用者の乗車駅、下車駅など、交通機関を利用した移動データが蓄積されます。また、電子マネーを利用する場合には、乗降駅周辺の店舗での購買データが蓄積されます。さらに、「名鉄たまらん」会員については、居住地や職業などのより詳細な情報を加えた購買データが取得できます。そのため、消費者の移動データと購買データ、そして会員登録時に取得した属性データを統合して分析することで、愛知・岐阜地域における消費者の行動をより詳細に、深く掘り下げて理解することができます。

そこで、名古屋鉄道では、「名鉄たまらん」ポイントサービスを担当する、同社事業推進部の販売促進担当、およびIT推進担当が中心となり、manaca運用開始直後から、分析ツールの導入の検討を開始しました。

## 仮説立案、検証が可能なツールとして SPSS Modelerの導入を決定

manacaによる、名古屋鉄道加盟店における電子マネー決済件数は1日あたり約3万件に上ります。また、利用交通機関の乗車駅、降車駅などの移動に関するデータはその10倍以上に上り、日々、膨大な消費者の購買情報、移動情報が生み出されています。このビッグデータを分析するためのツールとして、名古屋鉄道では当初、あらかじめ設定した分析軸で自動集計し、その集計結果を閲覧できるBI(Business Intelligence: 企業内で発生・蓄積する膨大なデータを効率よく活用して意思決定を改善し、事業展開や経営活動の改善・向上に活用する手法)ツールをテスト導入していました。



事業推進部 販売促進担当部長  
矢野 裕 氏

たしかに現状や過去の状況把握は可能でしたが、より具体的な施策への展開を行う必要があるため、他の分析ツールの検討も開始しました。事業推進部 販売促進担当部長、矢野 裕 氏は次のように語ります。

「データ分析は、事業戦略に基づく、なんらかの経営・マーケティング課題を解決するために行うべきものです。

ですから、まず『顧客数を増やしたい』『売上を伸ばしたい』といった目的を明確化すること、そしてそのために『どんな施策が有効なのか』について仮説を立案する。その仮説を検証するためにデータ分析を活用するという『演繹的な発想』がなければなりません。ですから、分析ツールもこうした仮説立案・検証が可能なものであることが必要なのです」

そこで、分析ツールの基本要件として、(1)大容量のデータを迅速に処理できること、(2)操作が容易であること、(3)仮説立案・検証ができること、の3点に基づいて検討した結果、ビッグデータの分析のためにSPSS Modelerの導入が決定されました。

## 分析モデル構築における操作性の高さに加えて、 分析に関する知識継承の容易さも評価

同社では、SPSS Modelerのトレーニングを終え、本格的な活用に取り組み始めたところ。SPSS Modelerには多様で高度な分析手法が標準機能として装備されています。分析担当者は、こうした分析手法を簡単な操作で利用しながら、仮説に基づく分析モデルの構築、検証ができることを実感しています。分析の流れが「ストリーム」として可視化できる点について、事業推進部 IT推進担当の森 考啓氏は、次のように述べています。



事業推進部 IT推進担当  
森 考啓 氏

「弊社では人事異動もあり、長期にわたって分析専任者を置くことが難しい状況です。SPSS Modelerでは分析プロセスが目に見えるので、新任者への説明も容易で、分析に関する知識の継承が可能という点も高く評価しています」

## ICカード利用者データを販促施策提案などに活用 加盟店開拓のための営業活動の武器にも



事業推進部 販売促進担当チーフ  
大竹 麻衣子 氏

manaca利用者で、かつ「名鉄たまらん」会員については、移動データ(交通機関利用データ)、および購買データ、属性データを統合した形で利用者の行動分析を深めていく予定です。事業推進部 販売促進担当チーフの大竹 麻衣子氏は次のように今後の計画について説明します。

「利用者がどのように移動し、どのようなお店を買い回りするのかについての『予測モデル』を構築し、利用者のセグメンテーション(一定の基準に基づいて分類すること)や、加盟店の集客支援や販売増に役立つ販促施策提案、メールマガジンやダイレクト・メールを通じた、会員に対する適切な『オススメ情報』の提供に活用していきたいと考えています」

また、事業推進部 販売促進担当の鈴木 将太氏は「SPSS Modelerによる分析によって、データの裏付けがある提案が可能になります」と語ります。

データ分析に基づく販促施策の提案力は、既存の加盟店への支援に役立つだけでなく、加盟店新規開拓のための営業活動においても、大きな武器になると期待されています。



事業推進部 販売促進担当  
鈴木 将太 氏



### 導入製品

- IBM SPSS Modeler

## IBM Business Analytics について

IBMのビジネス・アナリティクス・ソフトウェアは、業績改善に取り組む意思決定者に対し、実践的な洞察を提供します。IBMは、ビジネス・インテリジェンス、予測分析と高度な分析、財務パフォーマンスと戦略の管理、ガバナンス、リスクおよびコンプライアンス(GRC)、そしてアナリティック・アプリケーションからなる包括的なポートフォリオを用意しています。

IBMソフトウェアは、ビジネスの傾向やパターンあるいは異常の発見、仮説に基づくシナリオの比較、潜在的な脅威や機会の予測、重要なビジネス・リスクの特定および管理、さらには経営資源に関する計画、予算および予測を実現します。IBMの世界中のお客様は、この充実したアナリティクスを使うことで、業績への理解を深める一方、成果への予測を高め、目標への確かな道筋をつけることができます。



---

### 日本アイ・ビー・エム株式会社

〒103-8510 東京都中央区日本橋箱崎町19番21号

© Copyright IBM Japan, Ltd. 2012

All Rights Reserved

Printed in Japan

IBM、IBMロゴ、ibm.com、およびSPSSは、世界の多くの国で登録されたInternational Business Machines Corporationの商標です。他の製品名およびサービス名等は、それぞれIBMまたは各社の商標である場合があります。現時点でのIBMの商標リストについては、[www.ibm.com/legal/copytrade.shtml](http://www.ibm.com/legal/copytrade.shtml)をご覧ください。

他の会社名、製品名およびサービス名等はそれぞれ各社の商標です。

このカタログに掲載されている情報は2011年10月のものです。事前の予告なしに変更する場合があります。

本事例中に記載の肩書や数値、固有名詞等は初掲載時のものであり、閲覧される時点では変更されている可能性があることをご了承ください。

事例は特定のお客様での事例であり、すべてのお客様について同様の効果を実現することが可能なわけではありません。

製品、サービスなどの詳細については、弊社もしくはIBMビジネスパートナーの営業担当員にご相談ください。