

株式会社ベネッセコーポレーション様

数千万件の顧客情報を一元管理する「新顧客基盤」を構築。
一人ひとりの「よく生きる」を支援できる、先進のIT基盤構築に成功

通信教育の「進研ゼミ」「こどもちゃれんじ」を主力事業として、成長を続けるベネッセコーポレーション（以降、ベネッセ）。同社は、ベネッセとコンタクトのあった顧客の基本情報を管理するシステムを再構築して、2010年1月、「新顧客基盤」を稼働開始した。これは、数千万件の顧客情報を管理する巨大データベースであると同時に、多様な検索条件に対し高速かつ的確に個人を判定・特定する機能を備えたシステムである。ベネッセが進めているSOA（サービス指向アーキテクチャ）ベースでのシステム刷新の一大プロジェクトにおいて、先行する「新顧客基盤」が成功したことで、同社のさらなるIT基盤の変革に弾みがついた。

株式会社ベネッセコーポレーション

| | |
|---------|--|
| 本 社 | 岡山県岡山市北区南方3丁目7番17号 |
| 設 立 | 1955年1月28日(設立時、株式会社福武書店) |
| 資 本 金 | 30億円 |
| 売 上 高 | 4,066億円(2010年3月期 連結業績) |
| 従 業 員 数 | ベネッセコーポレーション3,248名(契約・嘱託含む) ベネッセグループ15,353名(2010年4月1日現在) |
| 事 業 概 要 | 通信教育講座を中心とした教育事業と出産から子育てをサポートする生活事業を展開。教育事業の中核を担う通信教育「進研ゼミ」は、400万を超える会員を擁し、日本の通信教育業界においてトップレベルの売上を誇る。また、生活事業では、妊娠から出産・育児までをカバーする情報誌「たまごクラブ」「ひよこクラブ」等の出版など、女性やその家族の毎日の生活に役立つ商品やサービスを提供している。 |
| U R L | http://www.benesse.co.jp/ |

社会環境の変化に対応するため IT基盤を抜本的に再構築

ベネッセの主力事業である「進研ゼミ」は、教材の個別対応を特徴のひとつとして会員を拡大してきた。学年別はもとより、学校、地域、教科書の種類、あるいは、希望進路、個人の理解レベルなどに応じて、教材をきめ細かく細分化してきたのである。また2008年3月、紙媒体の教材にWebを組み合わせた「進研ゼミ中学講座+i(プラスアイ)」を開講するなど、インターネット利用やコンテンツのデジタル化にも積極的に取り組んでいる。

同社で、IT基盤構築のプロジェクトがスタートしたのは、2007年のことだ。

「20年ぐらい前に構築した旧システムを拡張しながら使うという従来の体制では、社会環境の変化に対応しにくくなっていました。IT基盤を抜本的に再構築し、さらに高度化が進むパーソナライズ要求や、個人情報保護法・デジタルコンテンツの増加などに対応しながら、より高度な事業運営をしていかなければなりません」と、株式

会社ベネッセコーポレーション 基盤本部 IT戦略部 部長の樋口康弘氏は語る。

IT基盤の再構築は、ベネッセの事業を支える複数の基幹システム群を刷新する一大プロジェクトである。

広範囲にわたるシステム基盤刷新を、「SOAベース」で進めることは、変革スタート時からの決定事項であった。

「SOA基盤の上に、サービス化した機能をさまざまに組み合わせることで、数多くのシステムを低コストで開発できます。業務とシステムを同時に整理・再構築していくことができるのも、SOAのメリットです」と樋口氏は語る。

数千万件の顧客を一元管理して 会員IDを発行する新顧客基盤

IT基盤構築プロジェクトの一環で、2009年に開発に取り組んだのが、「新顧客基盤」である。

新顧客基盤は、ベネッセとコンタクトのあった顧客の基本情報を管理するシステムであり、ダイレクトメールをはじめとするマーケティング活動を行ううえでの重要な情報基盤である。登録されている顧客数は数千万件にのぼる。

顧客情報の収集に関して以前は、自治体が公開している住民基本台帳を利用していたが、個人情報保護の観点から住民基本台帳の利用は中止した。このため現在では、Webサイトからの問い合わせ、イベントでのアンケート、ハガキの返信など、さまざまな手段を工夫して情報を収集し、顧客の基本情報データベースを構築している。

しかし、こうして多種多様な経路から得られた情報は、一定のルールで精査された情報ではな

いため、個人を特定・判断できる名寄せ（顧客検索）機能の強化が求められていた。

「さらに、Webサービスの利用増加にともない、情報更新のリアルタイム化が急務となりました。リアルタイム性が求められるWebサービスは、これまでのようにバッチ処理で情報の更新を行っていたのではとても間に合いません」と、基盤本部 次世代基盤推進部 基盤開発課の世良真吾氏は語る。

名寄せ機能を強化、 個人判定処理もスピードアップ

2010年1月、新顧客基盤は稼働を開始した。

「住民台帳閲覧中止後は、Webをはじめとする多種多様な経路から顧客情報が得られるようになったため、同一人物と思われる情報が複数発生するなど、顧客情報の精度が落ちていました。しかし旧システムでは、情報精度の維持や向上を効率的に対応することが困難でした。また、PCやモバイルなど、顧客とコミュニケーションするツールが増えたことにより、メールアドレスや携帯電話番号といったデータも格納する必要が出てきましたが、新項目の追加も、旧システムではもう限界に来ていました」と樋口氏。これに対して新顧客基盤では、カラムの追加や領域の再定義など、データベースの構造そのものを刷新したため、16通りの方法で名寄せのマッチングをすることができるようになった。

「個人判定処理もスピードアップしました。名寄せだけでなく、他の処理を含めた感覚値になりますが、1分当たり50件ぐらい、旧システムよりも速くなりました」と世良氏。これは、1件の顧客情報を処理するのにかかっていた時間が、20%程短縮できたと言うのが現場の感覚値である。



株式会社ベネッセコーポレーション
基盤本部
IT戦略部 部長
樋口 康弘氏

満場一致でNTTデータを 変革パートナーに選定

開発パートナーを選定するにあたっては、複数のベンダーに提案を求めた。

「ベネッセと、ベネッセグループの情報システム会社である株式会社シンフォーム（以降、シンフォーム）のメンバーを含めたプロジェクトメンバーが、満場一致で選んだのがNTTデータの提案です」と世良氏。

「提示した要件を最もよく理解している」というのが、最大の評価ポイントだ。

「提案段階で、運用のことまで考えていたのも、NTTデータだけでした。新顧客基盤は事業のコアシステムであるため、運用はやはりグループ企業であるシンフォームが行う方針でしたが、NTTデータの提案には、引き継ぎをどうするか、保守をどうするかまで含まれていたのです」と樋口氏は言う。

技術力、開発手法、プロジェクトの管理能力、品質管理のレベルなども高く評価された。

NTTデータは、基盤や開発方式に関する設計書作成に、テンプレートを積極的に採用して、設計書作成時間を短縮するとともに、ベネッセとの協議も早い段階で具体化することに成功した。

また、開発の上流工程でシステム稼働前の最終テストまでのスケジュールについて検討し、開発とテストを並行して進めるWモデルを採用。その上でNTTデータのシステム開発総合ソリューション「TERASOLUNA」をはじめとした各種OSSのテストツールを活用することで設計品質向上を実現し、結合テスト段階でのバグ発生件数を低く抑えることで単体テストからシステムテストまで効率よく進めたのである。

仮想化、SOA基盤連携など、 先進機能を満載

開発工程ではIT基盤構築プロジェクト全体の連携を考えながら進めることが重要だった。

他の基幹システムの開発が同時に進むなかで、新顧客基盤が最も開発のペースが速かったために、SOA基盤との連携、仮想化ミドルウェアの最新バージョンへの対応などを検討する必要があったからだ。

また、基幹システム全体でミドルウェアを統一するなどの要件を満たすために、詳細設計完了後にも、要件対応を視野に入れた仕様の調整を重ねた。

このような連携や調整を効率的に進めていくうえで役立つのが、NTTデータのプロジェクト管理能力である。NTTデータは、プロジェクトのスタート時点で、プロジェクト計画書を提示してマスタスケジュールや会議・工程、役割分担を定義し、プロジェクト進行中における進捗管理を進捗管理シートとリスク管理シートによって細部まで徹底した。

「NTTデータの的確な支援があったからこそ、非常に厳しいスケジュールだったにもかかわらず、予定どおりに本番稼働させることができました。しかも、カットオーバー直後から安定稼働していることは、高く評価できます」と樋口氏は語る。

今後の基幹システムの標準は 「リアルタイム情報更新」

新顧客基盤の構築により、個人判定の精度が上がると同時に、名寄せを伴うさまざまな業務の効率も向上した。新顧客基盤の管理系機能を活用することにより、業務部門が必要とする定期レポートを、手間をかけずに出力できるようにもなった。名寄せ

パターン別のヒット率もチェックできるため、名寄せ機能のさらなるブラッシュアップも効果的に行うことができる。

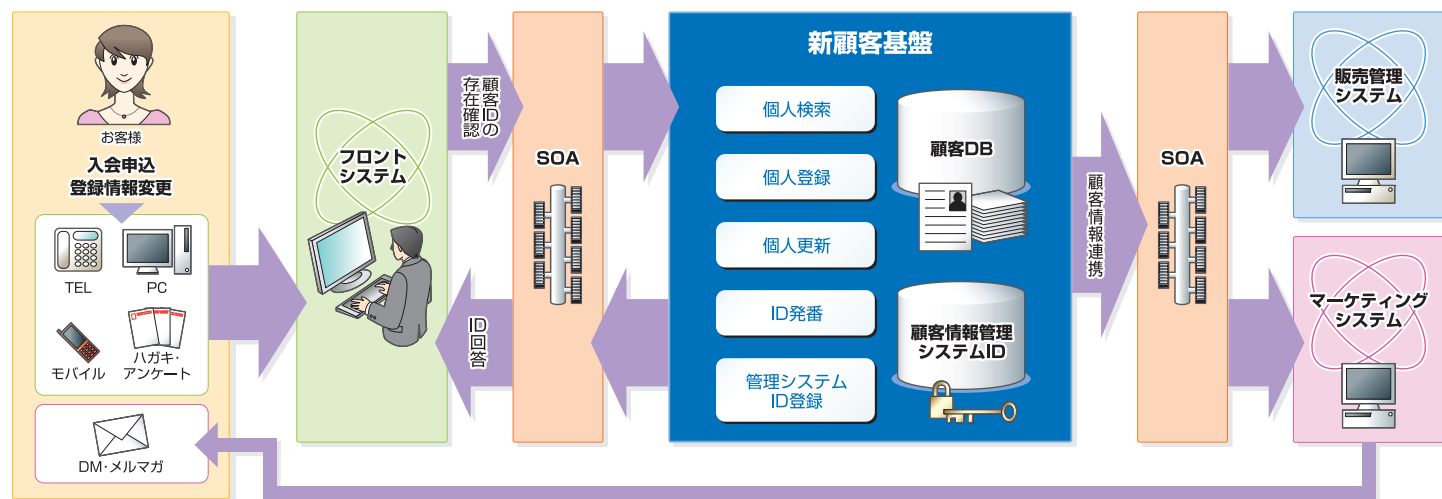


株式会社ベネッセコーポレーション
基盤本部
次世代基盤推進部 基盤開発課
世良 真吾氏

基幹システムの中で、まず先行して新顧客基盤がSOA基盤との連携を確実に実現したことで、今後のIT基盤再構築にも弾みがついた。

「新顧客基盤を皮切りに、ベネッセの基幹システムは、パッチによるシステム間連携から、リアルタイム連携を標準とする形へと変わっていきます。これが大きなインパクトになるはず。今後、販売管理やマーケティング系の周辺システムなどが刷新され、新顧客基盤と連携するようになれば、リアルタイム連携の効果はさらに拡大していくでしょう」と世良氏は語る。

ベネッセの社名は、ラテン語の「Bene(よく)」と「esse(生きる)」を足した造語であり、一人ひとりの「よく生きる」を支援することが、ベネッセの企業理念である。インターネットやデジタルコンテンツを総合的に活用したマーケティングによってよりきめ細かいパーソナライズ対応を実現し、顧客への価値を提供していくという同社の取り組みを、新顧客基盤が確実に下支えていく。



新顧客基盤は、顧客の基本情報を管理するシステムであり、販売管理システムやマーケティングシステムなど他の基幹システムとも連携する。ベースとなる顧客情報は、電話、携帯電話、Webサイト、イベントでのアンケートやハガキなど、さまざまな経路で収集する。常に最新の顧客情報を一元的に保持するため、収集した顧客情報を名寄せ機能でチェックして個人を特定したうえで、新規顧客に対してIDを発行するしくみを強化した。

株式会社NTTデータ

流通・サービス事業本部
メディア・情報ビジネス事業部
TEL.050-5546-8929

<http://www.nttdata.co.jp/services/casestudy/> (お客様事例)