



住所の品質を 測る3つの方法

データの精度向上と標準化

目次

何が問題なのか？	03	ブランド力の評価	15
住所データの質が重要な理由	05	参考文献	17
住所データのあるべき姿	08	インフォマティカについて	18
－ 正確性	09		
－ 標準化	10		
住所の正確性を評価する3つの方法	11		
－ 1.住所不備を原因とする返品の評価	12		
－ 2.データ自体の評価	13		
－ 3.ツールの評価	14		

ヒント:各項目をクリックすると、そのセクションにジャンプできます。

何が問題なのか？

自社の住所データベースが不正確であるという発見は、当然嬉しい驚きではありませんが、

いずれにしても驚きであることに変わりはありません。



何が問題なのか？

その理由は複数あります。最も大きな理由は、低品質な住所データが自社の評判と収支の両方に損失を与えるということです。しかし、ここで最も問題なのは、その影響の範囲と度合いを理解している企業がほとんどないということです。

多くの場合、企業が住所データの欠陥を認識するのは、すでに損失が発生して、顧客が怒り始めてからです。このような状況にも関わらず、誰もこの問題の大きさを事前に評価しようとしていないことは、非常に興味深いことです。

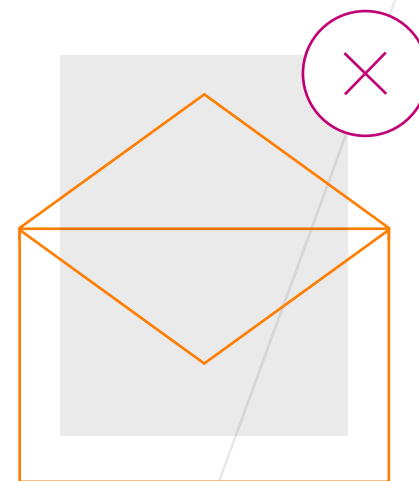
実際、多くの企業が住所データの品質評価は極めて難しいと考えています。このような理由から、ほとんどの企業が自社の利益が顧客と同じ数のリスクと隣り合わせになっていることを未だ知らないのです。どれだけの数の顧客を失望させるかわからなければ、問題の緊急性を知る由もありません。

粗悪な住所データは、カスタマーサービスだけでなく、すべてのデータ戦略とビジネスインテリジェンスイニシアチブにも幅広い影響を与えます。なぜなら、住所は顧客識別の中核となる要素であるからです。

結論：住所の質は重要。

この電子ブックでは、住所の品質を評価する3つの方法を概説し、評価はできないという誤った考えを払拭します。

いったん問題の大きさを評価することができれば、何らかの対応を実際に開始することになるはずです。



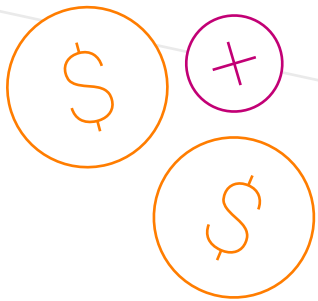
住所データの質が 重要な理由

粗悪な住所データは、なぜ許容できないほど多額のコストをもたらすのでしょうか。

住所は、現実社会における顧客の生活を知ることができる唯一無二のデータです。企業の対応に不備があり、送付することになっている請求書や契約、製品などをきちんと送付できない場合、顧客の不満は目に見える形の実際のコストにつながり、企業はこれを負担しなければなりません。

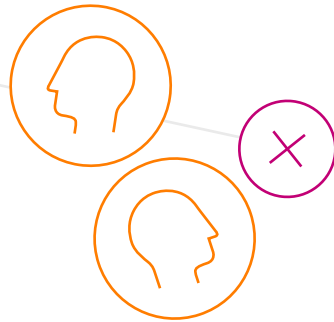


住所データの質が重要な理由



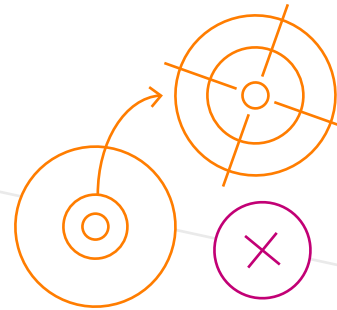
金銭的損失

返品管理部門が本来回避可能な返品と再配達を処理するコストを負担することになります。また返品と再配達の間では、カスタマーサービスエージェントが自分では解決できないケースに対応するコストが生じます。これらのコストは、1カ国で事業活動している場合でも高額で、世界的に事業展開している企業であれば莫大な額になります。



顧客の損失

粗悪な住所データによって失われる究極の代償は、顧客の不満です。顧客にとってタイムリーな配達企業は企業が果たすべき最もシンプルな約束であり、これが果たされなければブランド構築のための他のどのような努力をもってしても、顧客が幻滅する結果につながります。幻滅した顧客にとって、失望させられたという事実が、他のブランドとの違いとして最も記憶に残ることになります。



戦略的損失

電話番号と電子メールアドレスは、移転が容易で変更されやすいデジタル情報です。住所は顧客が実際に居住している場所を示すので、マスター顧客データの基礎として使用できます。



例えば医師が名前の似ている2人の患者のどちらがペニシリンアレルギーなのかを知る必要があるとき、患者管理システムの受診記録に正確な住所データが登録されていれば、はるかに特定しやすいでしょう。

住所データの あるべき姿

「品質」は、主観的な言葉です。

そのため住所の品質に設定する基準は、自社の目標と一致している必要があります。さらに重要なのは、データの収集と管理の方法を、社内の各チームの作業方法と細部に至るまで連携させることです。住所データには、グローバル企業が決して軽視できないいくつかの品質の尺度があるのです。

正確性

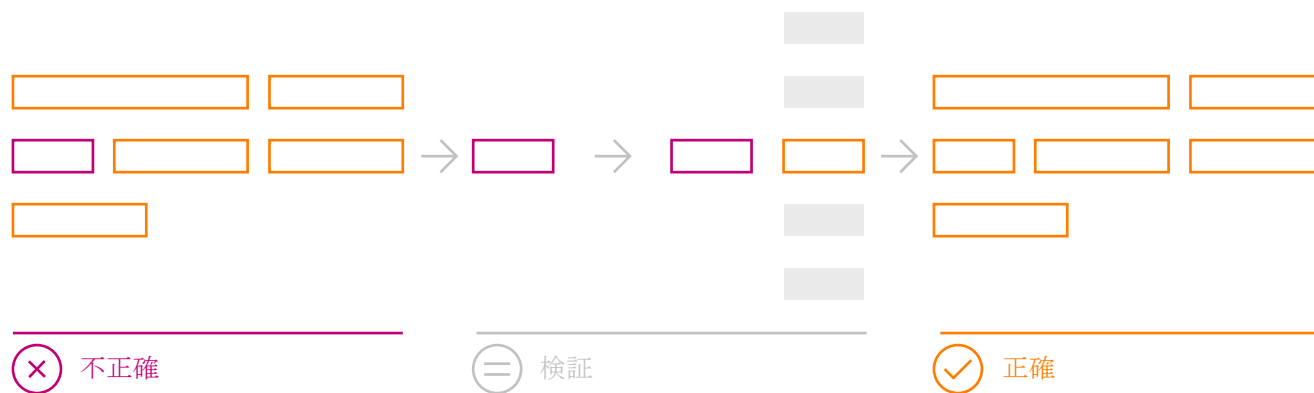
住所データの正確性を評価する第1の基準は、当然ですが、顧客がその住所に実際に住んでいるか（または働いているか）ということです。ただしデータ品質の観点から見た場合、住所のすべての必須項目が入力されていて、それらが正確であることも必要です。

グローバル

1つの国であれば、住所の正確性を維持することは比較的容易です。複数の国あるいは全世界が対象の場合は難易度ははるかに高まります（国ごとに郵便サービスが異なるため）。国によって慣習（表記システム、住所形式の階層構造）が異なる郵便インフラストラクチャに、自社のデータ品質の基準を適用しなければなりません。

データの更新

2017年に正確であった住所のサンプルも、今は正確ではない可能性があります。顧客の自宅住所が変わったとき、データベースを更新して新しい情報を反映させる必要があります。

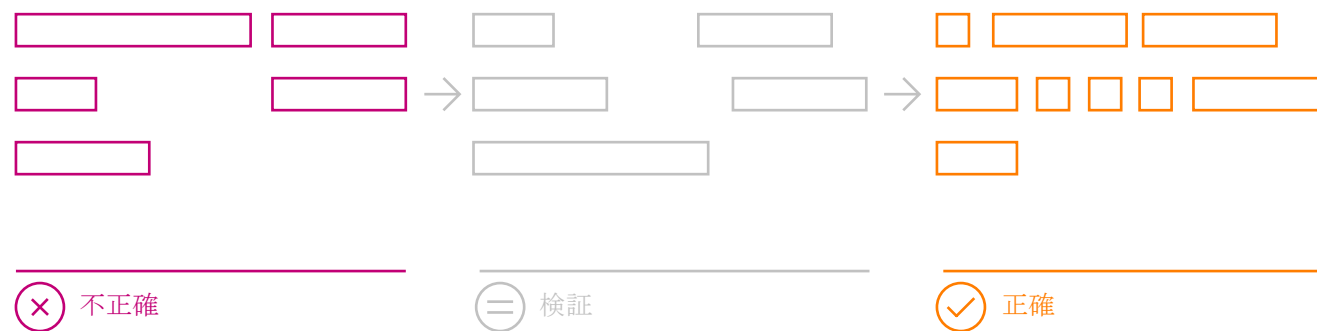


標準化

データ品質に影響を与える主観性の
もう1つの要素は、企業のデータ構造
です。たとえどれほど正確なデータで
あっても、データベースに合わせて正
規化されていなければ、社内チーム
にとっては何の価値也没有せん。

事業または配送を行うすべての国の
郵便の標準に合わせて、互いに競合
しない形で、住所データを標準化し
なければなりません。例えばトルコの
住所データを日本の住所データと何
の矛盾もなく共存させる必要があり
ます。

つまり、住所は現地の郵便の標準に
従い、郵便の標準は社内のデータ
構造と一致し、データ構造は自社の
データ品質基準に準拠しなければな
りません（これが容易ではないことが
標準化の妨げとなっています）。



住所の正確性を 評価する3つの方法

住所の品質は複雑な概念です。

ただし、その評価の手順が複雑である必要はありません。データ入力から配達の失敗までの経路を追うことで、住所データを扱う社内のインスタンスのすべてを洗い出すことができます。これらのインスタンスを評価することで、品質を評価できます。

住所不備を原因とする 返品の評価



住所データの品質の一番の指標はサンプルな数値です。一定期間内に処理される返品の数値をカウントします。住所の不備によって荷物が返品されるたびに、その事実を記録します。

一定期間の終わりに、住所関連の返品の数値を返品の数値と比較すると、本来回避できるはずの返品が住所データの不備によって起きる頻度を把握できます。

この情報に基づいて、返品（および再配達）の平均コストを乗算すれば、粗悪な住所データに起因するコストを推計できます。

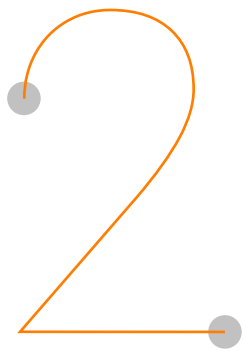
主要評価指標

住所不定返品率（BARR）＝一定期間内に住所不備が原因で返品された数値 ÷ 返品の数値 × 100

自社のBARRを知ること、徐々に管理できるようになります。

BARRx100

データ自体の評価



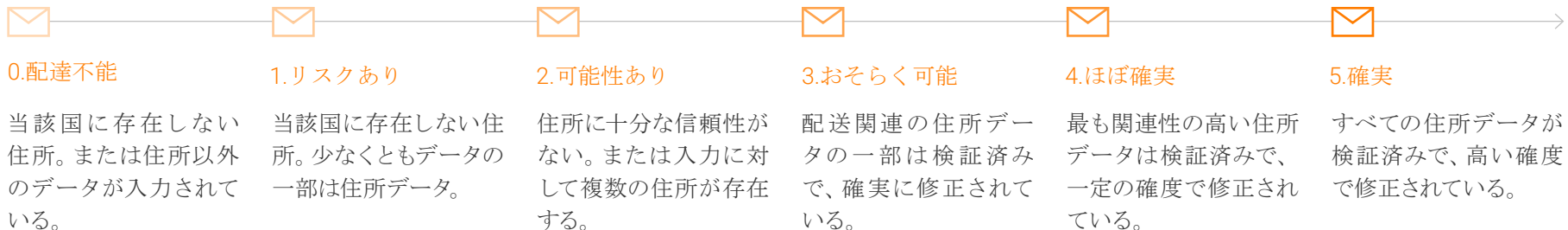
住所関連の返品の評価で唯一問題なのは、すでにダメージが生じていることです。返品を処理する時点で、顧客はすでに怒っています。

より先回りのアプローチは、データそのものを評価することです。データ品質を判定する最適な方法を「配達可能性」のスケールで表します。このやり方で、すでに完璧なデータ、まったく無効なデータ、その間のどちらとも言えないデータを把握できます。

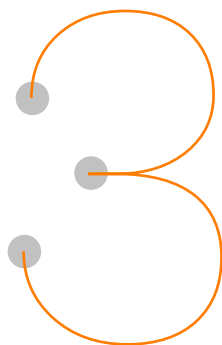
評価方法

インフォマティカの住所検証製品（Informatica Data Quality、オンラインバッチ処理のAddress Verification、Informatica Cloud Data Quality Radar）のいずれかにデータを一括入力し、このスケールのどこに該当するか確認します。

配達可能性のスケール



ツールの評価



機能に乏しい住所検証ツールほど、データベースに有害なものはありません。期待される問題解決に役立たないばかりか、データがクレンジング済みであるかのような誤ったセキュリティ感覚を社内チームに与えます。したがって、データ品質の評価に関心があるなら、ツールも評価しなければなりません。

評価方法

グローバルデータベースから、正確な住所であることを確認済みのデータのサンプルバッチを抽出します。配達不能であった住所を含めないようにしなければなりません。

一定数の住所に、誤った値を入れます。例えば国の削除、郵便番号の変更、町名の誤字脱字、データの順番の変更などを行います。このデータ品質評価方法では、意図的に低品質のデータを埋め込みます。

加工した住所を住所検証ツールに入力し、結果を「配達可能性のスケール」に適用します。

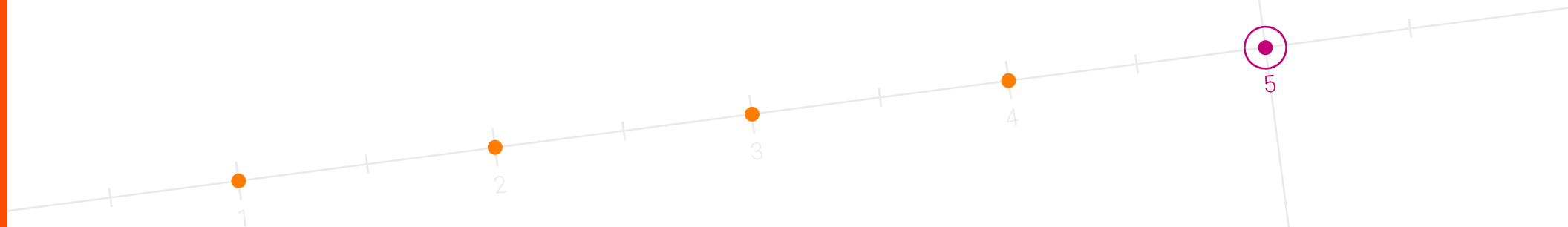
これで、いくつの誤りをツールが検出できたかどうかを判断できます。結果に納得できない場合は、別の住所検証ツールを使って同じ手順を繰り返し、結果を比較します（インフォマティカはこのような比較を推奨します）。

ブランド力の評価

住所の品質は、見えないからといって放っておくことはできません。コストに直結する問題です。

ブランドに注いだ時間、費用、努力のすべてが最後の最後で無駄になるのは残念なことです。

ブランド力の評価



データ中心の企業へと移行するためには、ガバナンスを強化し、データ品質の最も厳格な基準を全社で遵守する必要があります。結局、信頼性と関連性の高いデータからしか価値を引き出せないのです。

自社にとっての住所データ品質の意味を広義と狭義の両方で定義することによって、確固たる基準を設けることができ、結果的に配達に対する顧客の信頼を獲得できます。

さらに重要なのは、住所データベースの状態を評価することをきっかけに、顧客の期待に応える取り組みに着手できることです。

その結果、顧客の落胆の表情を見ることなく、最高の品質水準に向けた態勢を確立することができるはずです。

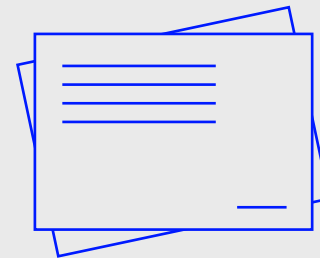
参考文献

変化し続ける顧客の連絡先データを常に最新かつ正確に維持する方法

連絡先データの改善に向けたビジネスケースを計画する準備はできましたか？まずは、『変化し続ける顧客の連絡先データを常に最新かつ正確に維持する方法』をお読みください。

このワークブックでは、住所、電子メールアドレス、電話番号データに不備がある場合の影響とこれらを修正した場合のメリットを説明し、お客様のビジネスケースの強化に役立つ実用的な演習を紹介します。

また、[インフォマティカの住所検証](#)に関する詳細はインフォマティカのサイトをご覧ください。



[ダウンロードはこちら](#)

インフォマティカについて

デジタルトランスフォーメーションによって我々の期待値が変化しています。より良いサービスを、素早く、便利に、低コストで利用したいという期待が高まっているのです。企業も状況に応じて変化する必要があります。そしてそのヒントは「データ」にあります。

エンタープライズ向けクラウドデータ管理で世界をリードするインフォマティカは、俊敏性の向上、新たな成長機会の獲得、新しいソリューションの開発を実現するための洞察を通じて、あらゆる産業や分野の企業がインテリジェントにビジネスをリードできるよう支援します。インフォマティカは、あらゆるデータを徹底的に重視し、企業の成功に必要なとされる汎用性を提供します。

インフォマティカは、企業がこれからのインテリジェントな破壊的イノベーションを推進できるよう、当社が提供するあらゆるサービスを通じてデータの力を継続的に引き出すことを支援します。

〒105-6226

東京都港区愛宕2-5-1 愛宕グリーンヒルズMORIタワー26階

電話：03-6403-7600(代表)

FAX：03-3433-1021

informatica.com/jp

linkedin.com/company/informatica

twitter.com/informaticajpn

お問い合わせはこちら

IN18-1117-2678

© Copyright Informatica LLC 2014, 2017. Informatica, Informatica ロゴ, Informatica Cloud, および Data Quality Radar は、米国およびその他の国における Informatica LLC の商標または登録商標です。本文書に記載されている情報は、予告なく変更されることがあり、現状のまま提供され、明示または黙示を問わず一切の保証を伴いません。



Informatica™