



慶應義塾大学ビジネス・スクール

Salesforce カンパニー Tableau (タブロー) の BtoB マーケティング

5

2023年2月1日、セールスフォース・ジャパンの森田青志氏は、前任の佐藤豊氏からバトンを引き継ぎ、Tableau 事業統括本部長に就任した。

10

Tableau は 2003 年にアメリカで創業したモダンビジネスインテリジェンスツールの代表的なブランドとして、これまで急速な成長を遂げてきた。さらに 2019 年のセールスフォースによる買収・統合を経て、新たな成長フェーズを迎えている。こうした中で、日本市場におけるこれまでの急成長をリードした前任・佐藤氏の功績は大きく、同氏の退任を経た今、新たな本部長への周囲からの期待も極めて大きい。

Tableau のこれまでの成長の成功要因は何か。これまでのレガシーの何を残し、何を変革すべきなのか。セールスフォースとしてどのような事業シナジーを生み出せるのか。そして今後のさらなる成長をどのようなマーケティング戦略で実現していくべきなのだろうか。

15

Tableau

20

ビジネスインテリジェンスツール^[1]

情報通信技術の発展に伴い、社会のデータ流通量が飛躍的に増加し、企業におけるデータ利活用も企業の競争力を左右するものとして推し進められている。こうしたデータ利活用において必要とされる分析ツールがビジネスインテリジェンス (BI) ツールである。BI ツールは大きく従来 BI とモダン BI に分類されることが多い。従来型 BI はエンタープライズ BI と呼ばれ、主に IT 部門がデータの抽出・

25

^[1] <https://www.tableau.com/ja-jp/learn/articles/business-intelligence>

このケースは、慶應義塾大学大学院経営管理研究科後期博士課程に所属する尾崎 文則が特別実習科目の一環として、クラス討議での使用を目的に作成した。

本ケースは慶應義塾大学ビジネス・スクールが出版するものであり、複製等についての問い合わせは慶應義塾大学ビジネス・スクール (〒 223-8526 神奈川県横浜市港北区日吉4丁目1番1号、電話 045-564-2444、e-mail: case@kbs.keio.ac.jp)。また注文は <http://www/kbs.keio.ac.jp/> へ。慶應義塾大学ビジネス・スクールの許可を得ずに、いかなる部分の複製、検索システムへの組み込み、スプレッドシートでの利用、またいかなる方法 (電子的、機械的、写真複写、録音・録画、その他種類を問わない) による伝送も、これを禁ずる。

30

Copyright© 尾崎 文則 (2024 年 3 月作成)