

go analytics

PoCとOODAループをアジャイルに回せるプロセスの実現

OODAメソッドを採用することで、現場に即したPoCが可能になります。

① : Observe (観察⇒情報の収集)

どのような既存システム&既存データがあるか情報を収集する。

② : Orient (状況判断⇒PoCの要件定義)

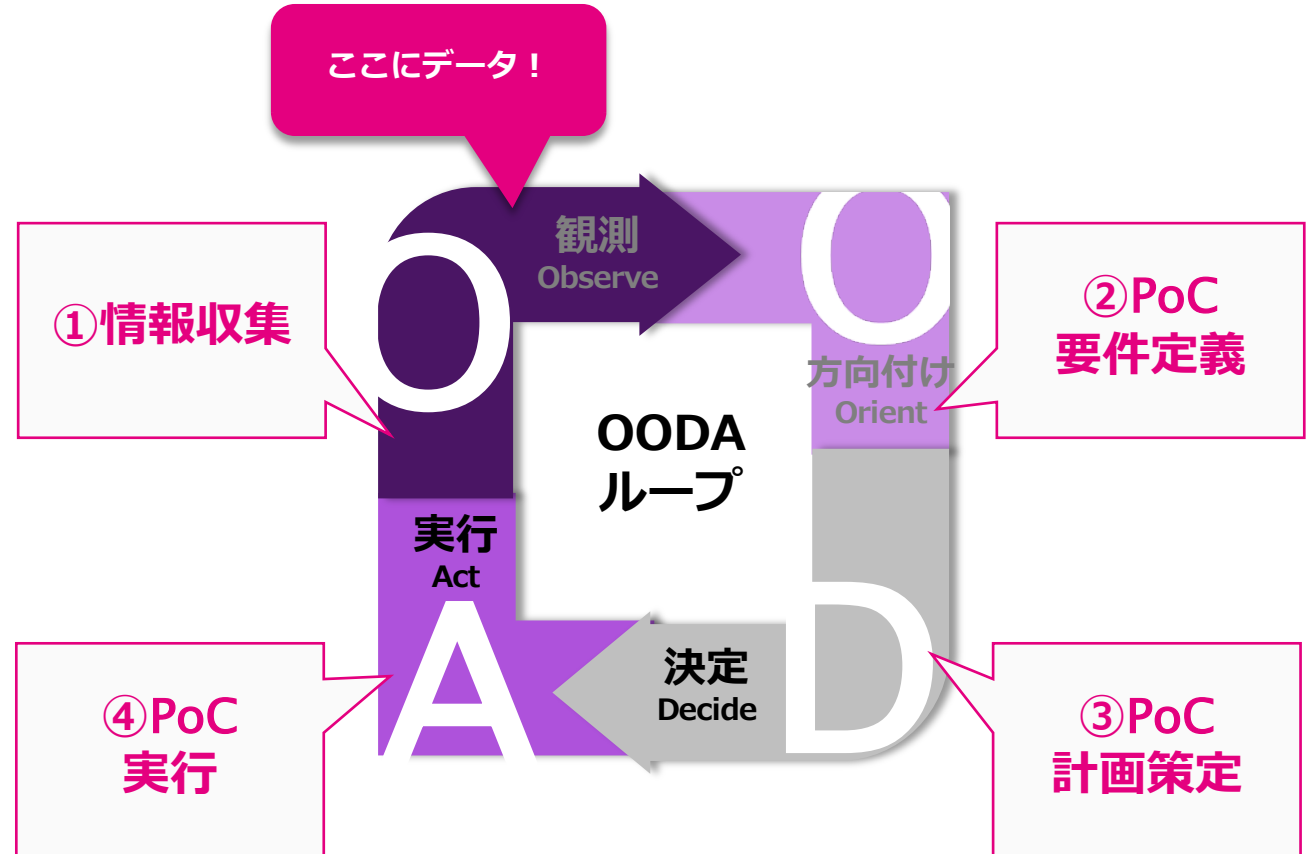
ゴール (KPI) を明確にし、PoCに必要な要件を定義する。

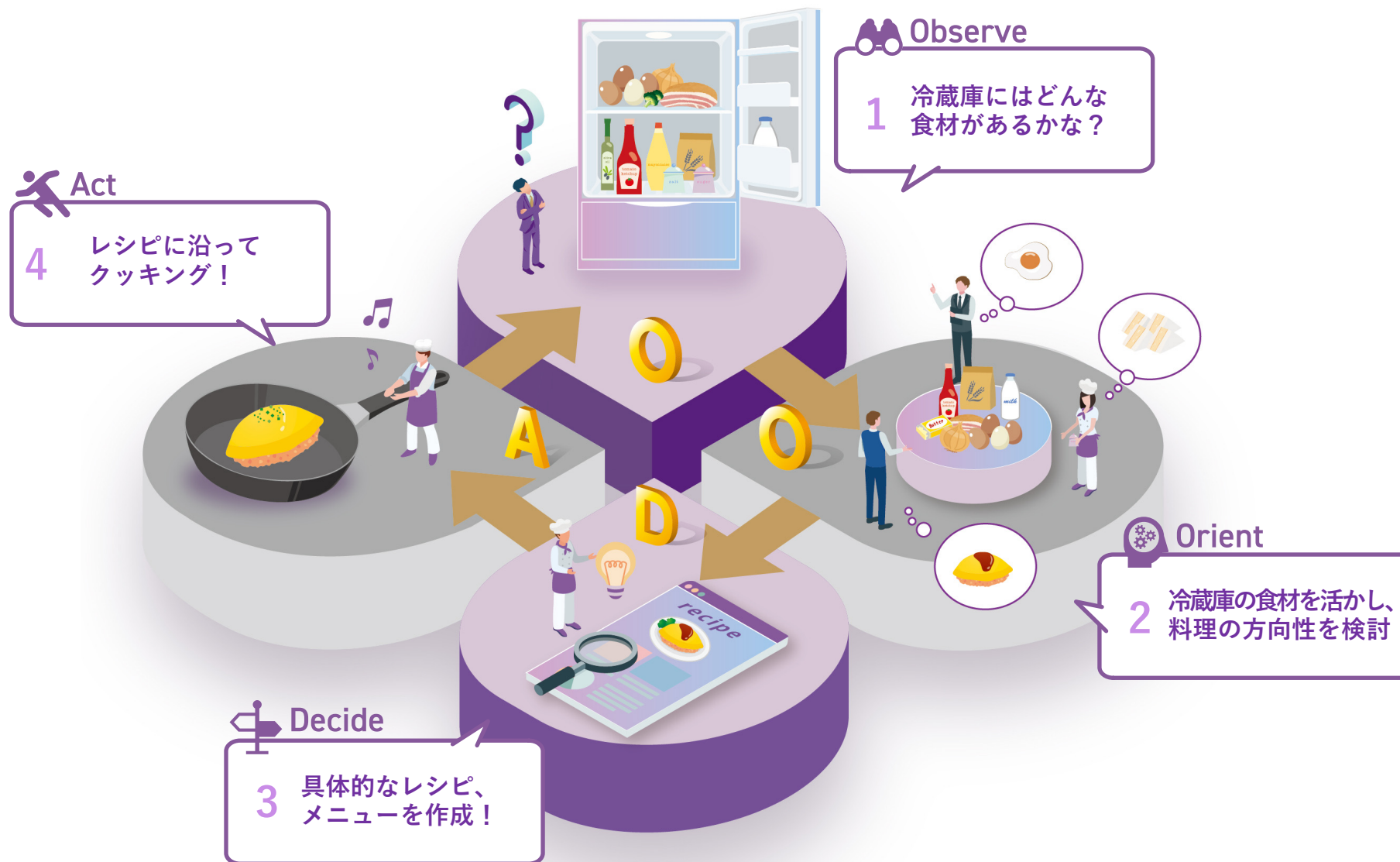
③ : Decide (意思決定⇒PoC計画を策定)

PoC実施期間、実施対象などを決定しPoC計画を策定する。

④ : Act (実行 = PoC実行)

PoC計画を実行。





数量集計作業が
業務の大半を占めている



発注量推定業務



前任者のロジックが複雑で
変更できない



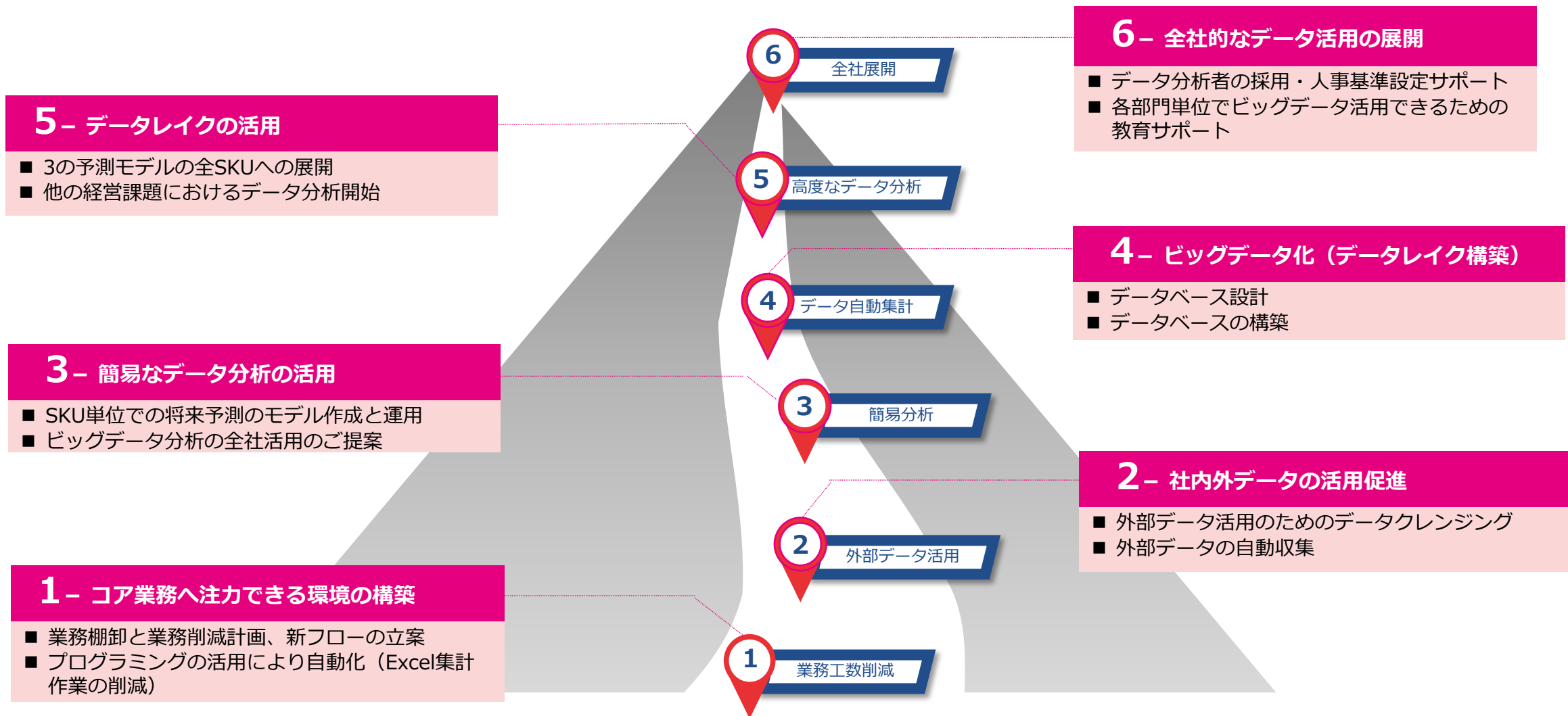
高度な分析を行いたいが、何
から手を付けてよいかわから
ない



他部門との調整業務や問い合
わせに時間を取られる

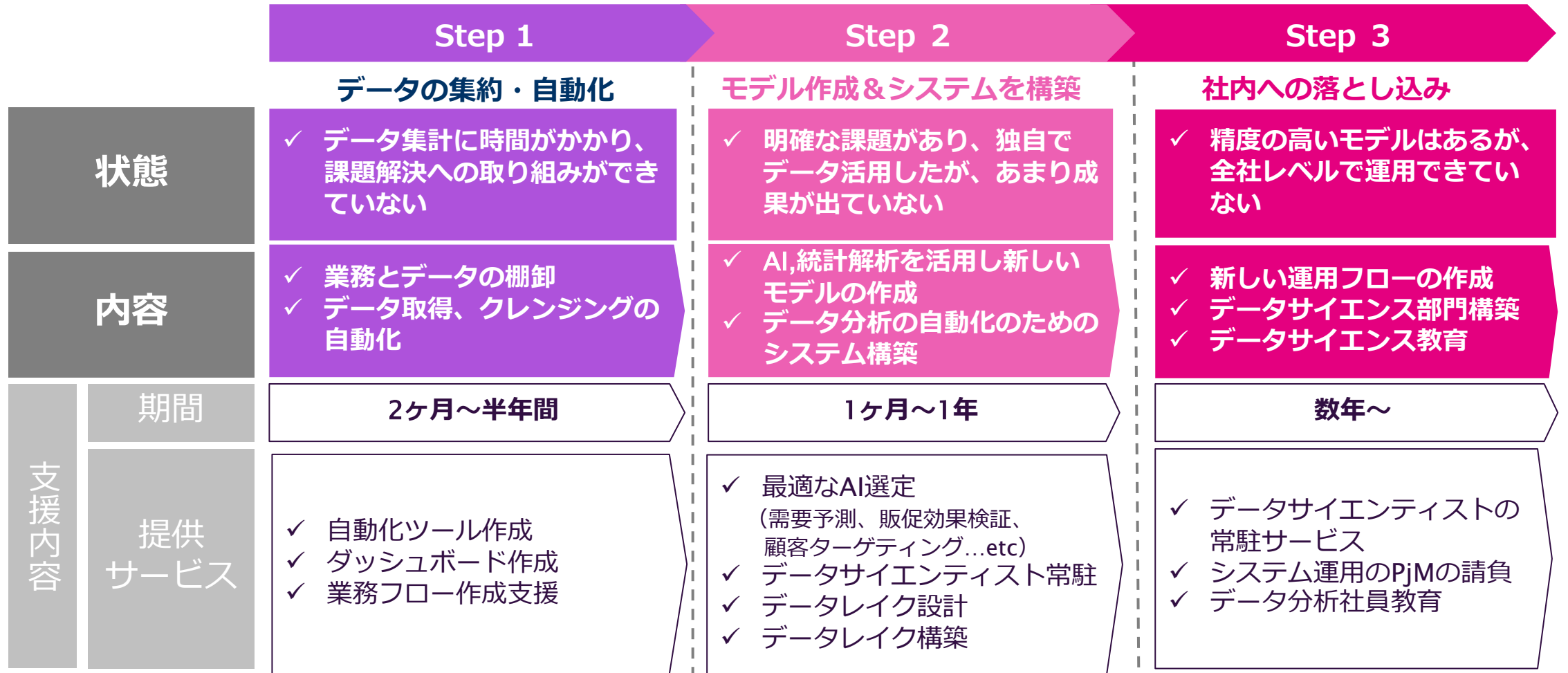
※コロナ禍で増加傾向



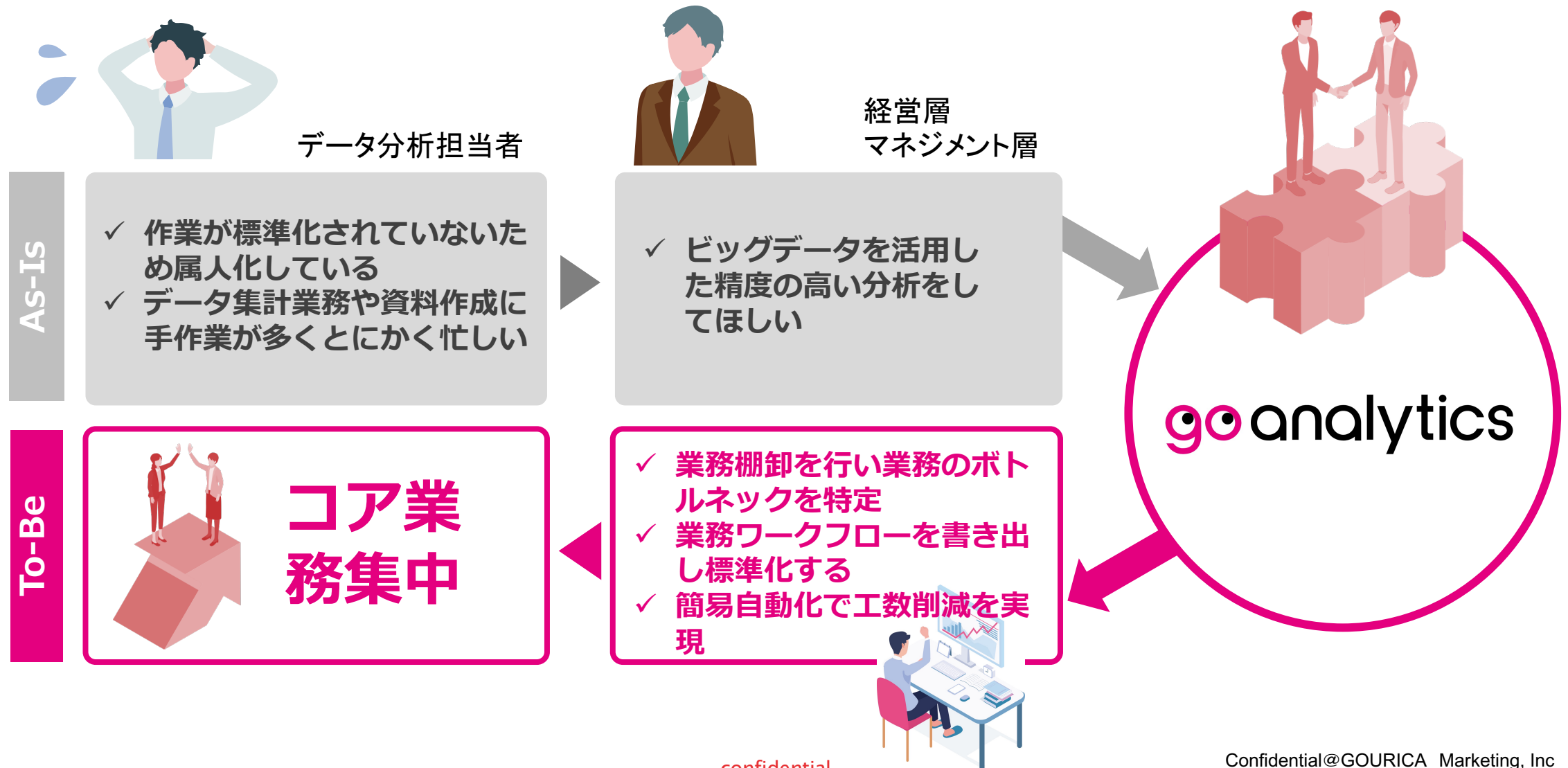


Excelデータ集約の自動化から、高度な分析モデルの制作、運用まで行う組織作りまでを一気通貫でご支援が可能。DXの実現にコミットします。

データを活用し、実際に効果を出すために、Go Analyticsでは3つのステップの導入を行います。

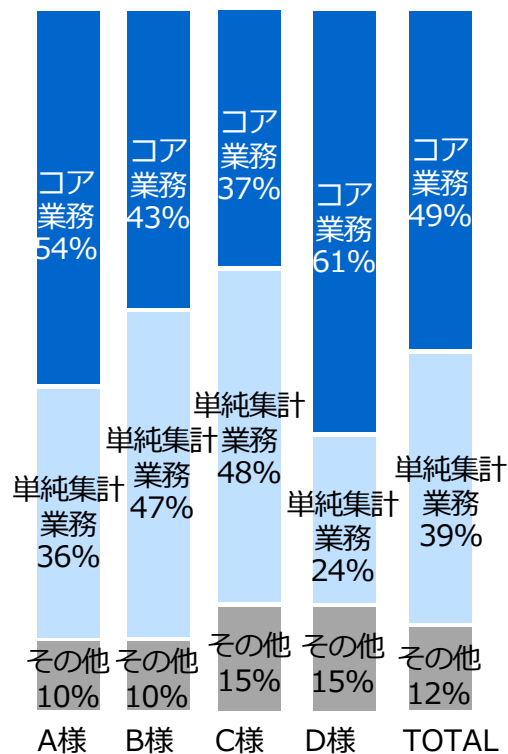


単純業務の自動化からプロセスへの落とし込みを実現することでコア業務へ注力できる環境を整えます。



業務DXを進めるにあたってまずはお客様業務の棚卸を行い、簡易自動化、必要なシステムの検討、仕様の検討と各STEPごとに進めてまいります。

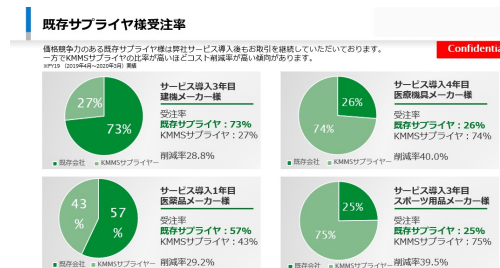
ヒアリングによる業務棚卸



プログラミングによるデータ集計・可視化作業の自動化



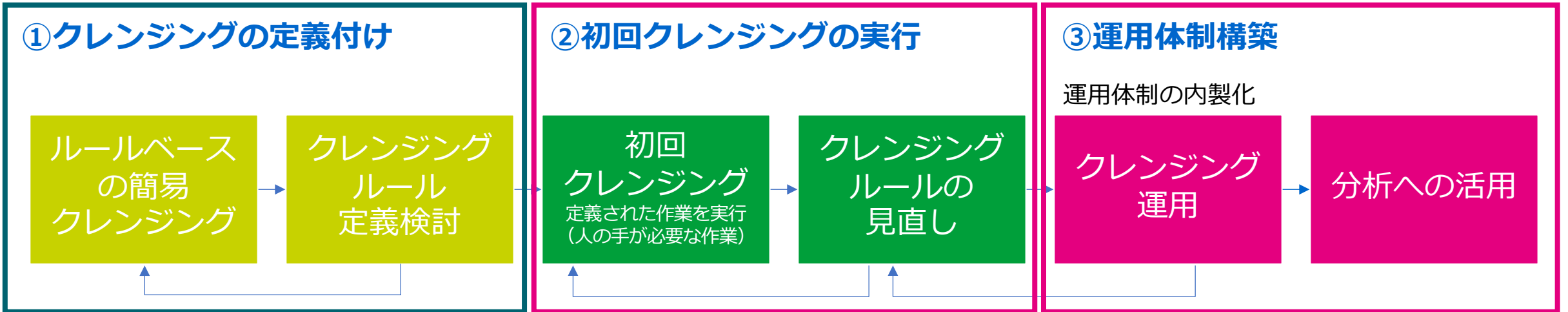
ボタンをクリックすることにより集計およびグラフ・数表作成を自動で算出



Pythonによる統合処理自動化により1クリックで元マスタからアウトプットの作成が完了

約19時間かけていた集計作業を自動化し、3クリック+年度特有項目の分析のみで完結
1カテゴリあたり17時間削減、1年間で30カテゴリ資料作成 → 1年間で510時間削減

クレンジングルールの定義決定、クレンジング実行、ルール見直しを繰り返すことで最適なクレンジングルールを決定し、最終的にはお客様自身で実行できる運用体制を構築します。



特徴

メリット

デメリット

進め方

定義重視

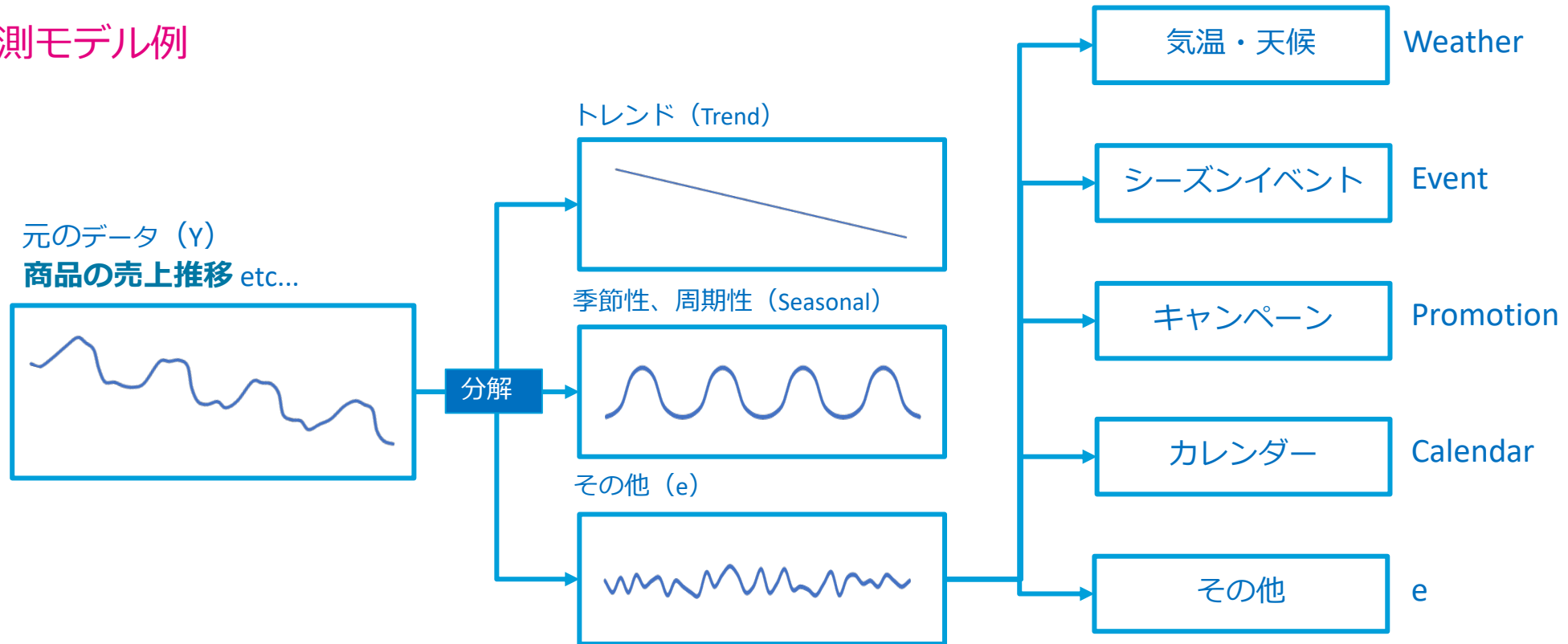
- ✓ 事前にクレンジング作業を定義するため、再現性が高く運用への移行がスムーズ
- ✓ 初回の全件クレンジング結果と、運用後のクレンジング結果のズレが生じずらく信頼性がある
- ✓ ルールを明確に定義するため、クレンジング結果のダブルチェック工数を削減できる

- ✓ 初回の全件クレンジング結果を出すまでに2～3か月必要

需要予測AIモデル作成では変数選択とモデル選定が非常に重要となります。

重回帰, ARIMAX, Random Forestなど適切なモデルをデータサイエンティストが活用し予測モデルを構築します。

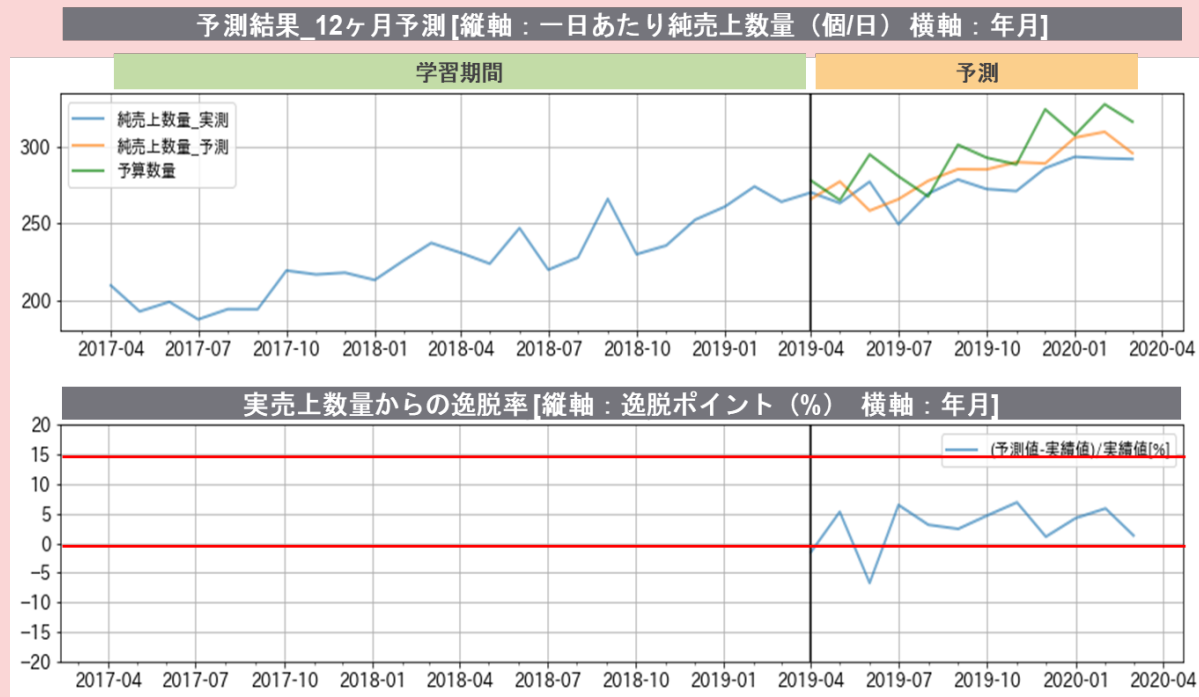
予測モデル例



$$Y = \text{Trend} + \text{Seasonal} + \text{Weather} + \text{Event} + \text{Promotion} + \text{Calendar} + e$$

分析にあたってはヒアリング調査から始め、使用する変数の選択や加工を行います。こちらの売上数量予測事例では分析中に都度各データの欠損値の意味や異常値の確認を行うことで、精度の高い分析結果を実現いたしました。

精度検証レポートイメージ



- 実売上数量
- 既存プロセスで予測した数量
- 需要予測AIモデルによる予測数量を比較

それぞれの予測結果について
予測誤差の許容範囲に収まっているか
どうか確認

業界を代表するデータサイエンティストが、データ収集、自動化、モデル構築からデータサイエンス教育まで貴社のデータ活用を幅広く支援いたします。



顧問

コニカミノルタ株式会社
トップデータサイエンティスト
高橋 威知郎

内閣府（旧総理府）およびコンサルティングファームなどを経て現職。官公庁時代から一貫してデータ分析業務に携わる。国家公務員時代は、データ分析の部署にて数理モデルの開発や行政管理解析などを実施。退官後は官公庁時代に身に着けたデータ分析スキルをもとに、主に大手消費財メーカー・小売りに対し、プロダクト戦略、マーケティングROI、ライフタイムバリューなどに関するコンサルティングを提供し、現在は、一歩進めたフィジカル（ネットとリアルの融合）マーケティングの体系化、およびそのコンサルティング業務に従事。

主な著書

- データ分析の技術
- 「14のフレームワークで考えるデータ分析の教科書」（かんき出版/2014年9月発売）
- 「トップデータサイエンティストが教えるデータ活用実践教室」（日経BP社/2015年3月発売）
- その他多数



得意分野：メーカー・流通系の需要予測 / 顧客ターゲティング / 行動データ分析

AIスタートアップにおける動物の行動解析からマーケティング等幅広く経験



得意分野：需要予測 / 発注最適化

画像・自然言語・時系列等様々なデータとマーケティング等様々な業種の分析を経験



得意分野：購買データ分析 / 時系列分析

マーケティングにおける顧客の行動解析や需要予測などの分析を経験



得意分野：メーカー・小売業のマーケティング分析

メーカーのマーケティングから開発・生産のデータ分析を経験



得意分野：商品購買データの分析 / 小売業の分析（販促効果検証・利益向上の施策提案など）

マーケティングのデータ分析を商材メーカー、小売りと幅広く経験



得意分野：小売業の広告効果分析 / マーケティング施策の効果検証および拡大提案 / 需要予測

マーケティング分野の分析ロジック検討から、全体の分析スキームの設計・確立まで経験



得意分野：小売業のトランザクションデータ分析（売上予測など）

マーケティングの分析について、小売業界に関する様々な要因分析を経験



得意分野：小売店舗に関する分析

店舗施策に関するA/Bテスト検証、売場最適化分析等を経験

デジタルミックスな新しいマーケティングのご提案

営業支援のDXソリューション

go works

- ✓ アナログ業務の自動化
- ✓ 販促物受発注システムによる廃棄在庫の削減

magonote

- ✓ コア業務への集中 (業務改革)
- ✓ 販促物のコスト削減

ハンズオン型
コンサルティング

go analytics

- ✓ データ分析チーム構築
- ✓ データ分析モデル作成
- ✓ データベースの構築
- ✓ 自動化ツール作成

データ分析支援コンサルティング

go insight

- ✓ AI活用による消費者行動の可視化
- ✓ 展開施策の効果検証
- ✓ 棚割り検証

ショッパーデータ分析コンサルティング

データ
ドリブンな
マーケ
ティング

GOURICA
Marketing