

施策/分析一覧

EC单品通販事業者様向け

本資料では、貴社の業界で実施すべき『BI』について、
ご説明させていただきます

施策

分析

シナリオ



web/アプリ接客



BI





BI 分析一覧①

目的	分析分類	#	分析名	分析を通して実現できること	対象ページ
売上を可視化したい	販売チャネル/商品/顧客の売上可視化	1	売上分析	売上状況を可視化し、売上が変動した要因を把握する	P7~11
		2	商品別売上分析	商品別に売上状況を可視化し、売上が変動した要因を把握する	P12~17
		3	顧客属性別売上分析	顧客属性別に売上状況を可視化し、売上が変動した要因を把握する	P18~23
顧客状態を把握したい	会員推移の把握	4	月次顧客ステータス推移分析	月別に契約数の推移を可視化し、契約数が変動した要因を把握する	P25~31
		5	週次顧客ステータス推移分析	週別に契約数の推移を可視化し、契約数が変動した要因を把握する	P32~39
		6	日次顧客ステータス推移分析	日別に契約数の推移を可視化し、契約数が変動した要因を把握する	P40~47
	優良顧客の把握	7	デシル分析	購入金額をもとに、ランクを10等分することで優良顧客を把握する	P48~51
		8	RFM分析	顧客を「最終購入日からの経過日数」「累計購入回数」「累計購入金額」の3軸で可視化し、優良顧客を把握する	P52~55
		9	年別購入状況分析	初回購入年別に購入状況を可視化し、次年度以降のリピート状況を把握する	P56~60
在庫状態を把握したい	在庫の把握	10	在庫数推移分析	各商品ごとに在庫数の推移を可視化し、在庫状態を把握する	P62~66
		11	在庫回転率分析	各商品ごとに在庫回転率を可視化し、在庫状態を把握する	P67~71
LTV向上に向けた示唆を得たい	改善すべき歩留まりの可視化	12	購入転換率分析	ビジネスプロセスにおける歩留まりを可視化し、改善すべき工程を把握する	P73~79
		13	フロー離脱分析(顧客)	顧客ごとに初回購入後の離脱率を可視化し、定着状況を把握する	P80~86
		14	フロー離脱分析(顧客×商品)	顧客×購入商品ごとに初回購入後の離脱率を可視化し、定着状況を把握する	P87~92
		15	経過月別フロー離脱分析(顧客)	顧客ごとに初回購入からの経過月別の離脱率を可視化し、定着状況を把握する	P93~100
		16	経過月別フロー離脱分析(顧客×商品)	顧客×購入商品ごとに初回購入からの経過月別の離脱率を可視化し、定着状況を把握する	P101~107
		アプローチすべきタイミングの把握	17	お試し購入からの定期購入転換タイミング分析	お試し商品購入から何日後に定期商品購入に至ったのかを可視化し、定期購入に転換しやすいタイミングを把握する
	18		初回購入からの定期購入転換タイミング分析	初回購入から何日後に定期商品購入に至ったのかを可視化し、定期購入に転換しやすいタイミングを把握する	P113~117
	19		初回定期購入からの追加定期購入タイミング分析	初回定期購入から何日後に追加定期商品購入に至ったのかを可視化し、追加定期購入に転換しやすいタイミングを把握する	P118~125
	20		定期購入からの解約タイミング分析	定期購入から何日後に解約に至ったのかを可視化し、解約に転換しやすいタイミングを把握する	P126~133
	アプローチすべき商品の把握	21	初回定期購入からの追加定期購入商品組み合わせ分析	初回定期購入と追加定期購入で頻出する商品の組み合わせを可視化し、追加定期購入させる適切な商品を把握する	P134~138
		22	同時購入商品分析	同時購入されやすい商品の組み合わせを可視化し、最適な商品の組み合わせを把握する	P139~143
23		商品別の閲覧購入状況分析	各商品ごとに閲覧数や購入数などを可視化し、閲覧購入状況を把握する	P144~149	



BI 分析一覧②

目的	分析分類	#	分析名	分析を通して実現できること	対象ページ	
サイトアクセス分析をしたい	アクセス状況の可視化	24	ページアクセス分析	サイト全体のアクセス状況を可視化し、改善すべきページを把握する	P151~154	
		25	ランディングページ分析	ランディングページ別にセッション数やCV数などを可視化し、改善すべきページを把握する	P155~159	
		26	流入時間帯分析	流入時間帯別にセッション数やCV数などを可視化し、流入状況を把握する	P160~164	
	アプリ利用状況の可視化	27	アプリ利用状況分析	アプリを利用している顧客の利用状況を可視化し、アプリ利用率を高めるための要因を把握する	P165~169	
		利用デバイスの可視化	28	利用デバイス分析	利用デバイス別に顧客数やCVRなどを可視化し、デバイスによるCVRの差分とその要因を把握する	P170~174
			29	ブラウザ利用状況分析	ブラウザ別にセッション数やCV数などを可視化し、改善すべきデバイスのUXを把握する	P175~179
		30	デバイスOS分析	OS別にセッション数やCV数などを可視化し、改善すべきページを把握する	P180~184	
施策効果を可視化したい	広告効果の可視化	31	流入チャネル別CVR分析	流入チャネル別にCVRの変動を可視化し、広告運用を最適化する	P186~193	
		32	流入チャネル別一気通貫分析	セッションから売上までを一気通貫で可視化し、売上に寄与する広告を把握する	P194~201	
		33	アトリビューション分析	直接CVのみではなく、間接CVも含めた広告の成果を可視化し、売上に寄与する広告を把握する	P202~209	
		34	月次広告媒体別CPA分析	月×広告媒体別にCV数やLTVなどを可視化し、広告運用を最適化させる	P210~214	
		35	日次広告媒体別CPA分析	日×広告媒体別にCV数やLTVなどを可視化し、広告運用を最適化させる	P215~219	
		36	月次広告キャンペーン別CPA分析	月×広告キャンペーン別にCV数やLTVなどを可視化し、広告運用を最適化させる	P220~224	
		37	日次広告キャンペーン別CPA分析	日×広告キャンペーン別にCV数やLTVなどを可視化し、広告運用を最適化させる	P225~229	
	b→dash施策からの効果可視化	38	メール成果分析	メール施策別に配信から売上に至るまでの成果を可視化し、配信から売上に寄与する施策を把握する	P230~236	
		39	メール別購入商品分析	メール施策別に購入のあった商品を可視化し、売上に寄与するメール施策を把握する	P237~242	
		40	メール開封時間帯分析	時間帯毎にメールを開封した顧客数や人数比率などを可視化し、開封率が変動した要因を把握する	P243~247	
		41	web接客成果分析	web接客施策別に配信から売上に至るまでの成果を可視化し、配信から売上に寄与する施策を把握する	P248~253	
		42	SMS成果分析	SMS施策別に配信から売上に至るまでの成果を可視化し、配信から売上に寄与する施策を把握する	P254~260	
		43	LINE成果分析	LINE施策別に配信から売上に至るまでの成果を可視化し、配信から売上に寄与する施策を把握する	P261~267	
		44	アプリPush成果分析	アプリPush施策別に配信から売上に至るまでの成果を可視化し、配信から売上に寄与する施策を把握する	P268~274	
		45	チャネル別施策成果分析	チャネルの施策別に流入から売上に至るまでの成果を可視化し、配信から売上に寄与する施策を把握する	P275~280	

BI



目的ごとに、各分析の詳細をご説明致します



BI 分析一覧①

目的	分析分類	#	分析名	分析を通して実現できること	対象ページ
売上を可視化したい	販売チャネル/商品/顧客の売上可視化	1	売上分析	売上状況を可視化し、売上が変動した要因を把握する	P7~11
		2	商品別売上分析	商品別に売上状況を可視化し、売上が変動した要因を把握する	P12~17
		3	顧客属性別売上分析	顧客属性別に売上状況を可視化し、売上が変動した要因を把握する	P18~23
顧客状態を把握したい	会員推移の把握	4	月次顧客ステータス推移分析	月別に契約数の推移を可視化し、契約数が変動した要因を把握する	P25~31
		5	週次顧客ステータス推移分析	週別に契約数の推移を可視化し、契約数が変動した要因を把握する	P32~39
		6	日次顧客ステータス推移分析	日別に契約数の推移を可視化し、契約数が変動した要因を把握する	P40~47
	優良顧客の把握	7	デシル分析	購入金額をもとに、ランクを10等分することで優良顧客を把握する	P48~51
		8	RFM分析	顧客を「最終購入日からの経過日数」「累計購入回数」「累計購入金額」の3軸で可視化し、優良顧客を把握する	P52~55
		9	年別購入状況分析	初回購入年別に購入状況を可視化し、次年度以降のリピート状況を把握する	P56~60
在庫状態を把握したい	在庫の把握	10	在庫数推移分析	各商品ごとに在庫数の推移を可視化し、在庫状態を把握する	P62~66
		11	在庫回転率分析	各商品ごとに在庫回転率を可視化し、在庫状態を把握する	P67~71
LTV向上に向けた示唆を得たい	改善すべき歩留まりの可視化	12	購入転換率分析	ビジネスプロセスにおける歩留まりを可視化し、改善すべき工程を把握する	P73~79
		13	フロー離脱分析(顧客)	顧客ごとに初回購入後の離脱率を可視化し、定着状況を把握する	P80~86
		14	フロー離脱分析(顧客×商品)	顧客×購入商品ごとに初回購入後の離脱率を可視化し、定着状況を把握する	P87~92
		15	経過月別フロー離脱分析(顧客)	顧客ごとに初回購入からの経過月別の離脱率を可視化し、定着状況を把握する	P93~100
		16	経過月別フロー離脱分析(顧客×商品)	顧客×購入商品ごとに初回購入からの経過月別の離脱率を可視化し、定着状況を把握する	P101~107
		アプローチすべきタイミングの把握	17	お試し購入からの定期購入転換タイミング分析	お試し商品購入から何日後に定期商品購入に至ったのかを可視化し、定期購入に転換しやすいタイミングを把握する
	18		初回購入からの定期購入転換タイミング分析	初回購入から何日後に定期商品購入に至ったのかを可視化し、定期購入に転換しやすいタイミングを把握する	P113~117
	19		初回定期購入からの追加定期購入タイミング分析	初回定期購入から何日後に追加定期商品購入に至ったのかを可視化し、追加定期購入に転換しやすいタイミングを把握する	P118~125
	20		定期購入からの解約タイミング分析	定期購入から何日後に解約に至ったのかを可視化し、解約に転換しやすいタイミングを把握する	P126~133
	アプローチすべき商品の把握		21	初回定期購入からの追加定期購入商品組み合わせ分析	初回定期購入と追加定期購入で頻出する商品の組み合わせを可視化し、追加定期購入させる適切な商品を把握する
		22	同時購入商品分析	同時購入されやすい商品の組み合わせを可視化し、最適な商品の組み合わせを把握する	P139~143
23		商品別の閲覧購入状況分析	各商品ごとに閲覧数や購入数などを可視化し、閲覧購入状況を把握する	P144~149	

分析分類	#	分析名
販売チャネル/ 商品/顧客の 売上可視化	1	売上分析



実現できること



売上状況を可視化し、売上が変動した要因を把握する

これまで

年	月	1日 売上金額	2日 売上金額	...	31日 売上金額
2021	1			...	
2021	2		???	...	
2021	3			...	
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

売上状況が可視化できておらず、
改善箇所の把握、および、
効果的な施策を実施することができていない

これから

年	月	1日 売上金額	2日 売上金額	...	31日 売上金額
2021	1	240,400	190,400	...	440,550
2021	2	271,170	171,170	...	-
2021	3	318,900	158,900	...	210,900
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

売上状況を可視化することで、
改善箇所を把握し、
効果的な施策の実施/検証を行うことができる



本レポートで確認可能な代表的な項目

NO	項目
1	年
2	年/月
3	年/月/日

etc...



レポート：NO3『年/月/日』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/12/31

年	月	1日	2日	3日	4日	...	31日
		売上金額	売上金額	売上金額	売上金額		売上金額
2021	1	240,400	190,400	51,400	24,000	...	440,550
2021	2	271,170	171,170	71,170	27,110	...	-
2021	3	318,900	158,900	38,900	31,800	...	210,900
2021	4	283,821	141,421	34,621	28,302	...	-
2021	5	385,869	192,269	47,069	38,478	...	255,189
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮		⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



利用するデータファイル

データファイル名

自社EC 売上分析用

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
1	受注明細ID	テキスト	●	-	○	-
2	受注ID	テキスト	-	-	○	-
3	受注年月日	日付	-	●	-	-
4	受注年	テキスト	-	-	●	-
5	受注月	テキスト	-	-	●	-
6	受注日	テキスト	-	-	● (表頭)	-
7	受注時間	テキスト	-	-	○	-
8	受注曜日	テキスト	-	-	○	-
9	平日フラグ	真偽値	-	-	○	-
10	販売チャネル	テキスト	-	-	○	-
11	販売チャネル_詳細	テキスト	-	-	○	-
12	購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
13	購入回数-計算用	テキスト	-	-	-	○
14	数量-計算用	整数	-	-	-	○
15	売上金額-計算用	整数	-	-	-	●
16	利用ポイント数-計算用	整数	-	-	-	○
17	商品ID	テキスト	-	-	○	-
18	品番	テキスト	-	-	○	-
19	商品名	テキスト	-	-	○	-
20	商品カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
21	商品カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
22	商品サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	○	-
23	商品サブカテゴリ名_1	テキスト	-	-	○	-

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
24	商品サブカテゴリID_2	テキスト	-	-	○	-
25	商品サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
26	カラー	テキスト	-	-	○	-
27	サイズ	テキスト	-	-	○	-
28	顧客ID	テキスト	-	-	○	-
29	性別	テキスト	-	-	○	-
30	年代	テキスト	-	-	○	-
31	年齢	整数	-	-	○	-
32	エリア	テキスト	-	-	○	-
33	都道府県	テキスト	-	-	○	-
34	会員種別	テキスト	-	-	○	-
35	会員ランク	テキスト	-	-	○	-
36	支払方法	テキスト	-	-	○	-
37	流入チャネル	テキスト	-	-	○	-
38	職業	テキスト	-	-	○	-
39	初回接触媒体名	テキスト	-	-	○	-
40	最終購入媒体名	テキスト	-	-	○	-
41	顧客ラベル	テキスト	-	-	○	-
42	定期周期	テキスト	-	-	○	-
43	注文金額帯	テキスト	-	-	○	-
44	新規/リピート	テキスト	-	-	○	-
45	返品年月日	日付	-	○	-	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
販売チャネル/ 商品/顧客の 売上可視化	2	<u>商品別売上分析</u>



実現できること



商品別に**売上状況を可視化し、売上が変動した要因を把握**する

これまで

商品名	購入者数	購入回数	売上金額
モイスト化粧品セット			
無添加メイクセット		???	
リフトエッセンス			

商品別に売上状況を可視化できておらず、**改善箇所の把握**、および、**効果的な施策を実施することができていない**

これから

商品名	購入者数	購入回数	売上金額
モイスト化粧品セット	10,165	15,221	45,663,600
無添加メイクセット	10,368	15,525	44,002,172
リフトエッセンス	10,877	16,286	46,096,602

商品別に売上状況を可視化することで、**改善箇所を把握し、効果的な施策の実施/検証を行うことができる**



本レポートで確認可能な代表的な項目

NO	項目
1	商品名
2	商品ブランド
3	商品カテゴリ
4	商品カテゴリ × 商品名
5	年/月 × 商品名
6	年/月 × 商品ブランド

NO	項目
7	年/月 × 商品カテゴリ
8	年/月 × 商品カテゴリ × 性別
9	年/月 × 商品カテゴリ × 年代
10	年/月 × 商品カテゴリ × 都道府県
11	年/月 × 商品カテゴリ × 会員種別
12	年/月 × 商品カテゴリ × 会員ランク

etc...



レポート：NO1『商品名』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/12/31

商品名	購入者数	購入回数	売上金額
モイスト化粧品セット	10,165	15,221	45,663,600
無添加メイクセット	10,368	15,525	44,002,172
リフトエッセンス	10,877	16,286	46,096,602
スペシャルケアセット	11,486	17,200	52,326,318
ボタニカルピュアオイル	9,860	14,764	43,713,742
⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



レポート : NO4『商品カテゴリ × 商品名』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/12/31

商品カテゴリ	商品名	購入者数	購入回数	売上金額
乾燥対策用品	モイスト化粧品セット	10,165	15,221	45,663,600
乾燥対策用品	リフトエッセンス	10,368	15,525	44,002,172
乾燥対策用品	スペシャルケアセット	10,877	16,286	46,096,602
乾燥対策用品	ボタニカルピュアオイル	11,486	17,200	52,326,318
乾燥対策用品	モイスタチャークリーム	9,860	14,764	43,713,742
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



利用するデータファイル

データファイル名

自社EC 売上分析用

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
1	受注明細ID	テキスト	●	-	○	-
2	受注ID	テキスト	-	-	○	-
3	受注年月日	日付	-	●	-	-
4	受注年	テキスト	-	-	○	-
5	受注月	テキスト	-	-	○	-
6	受注日	テキスト	-	-	○	-
7	受注時間	テキスト	-	-	○	-
8	受注曜日	テキスト	-	-	○	-
9	平日フラグ	真偽値	-	-	○	-
10	販売チャネル	テキスト	-	-	○	-
11	販売チャネル_詳細	テキスト	-	-	○	-
12	購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
13	購入回数-計算用	テキスト	-	-	-	●
14	数量-計算用	整数	-	-	-	○
15	売上金額-計算用	整数	-	-	-	●
16	利用ポイント数-計算用	整数	-	-	-	○
17	商品ID	テキスト	-	-	○	-
18	品番	テキスト	-	-	○	-
19	商品名	テキスト	-	-	●	-
20	商品カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
21	商品カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
22	商品サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	○	-
23	商品サブカテゴリ名_1	テキスト	-	-	○	-

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
24	商品サブカテゴリID_2	テキスト	-	-	○	-
25	商品サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
26	カラー	テキスト	-	-	○	-
27	サイズ	テキスト	-	-	○	-
28	顧客ID	テキスト	-	-	○	-
29	性別	テキスト	-	-	○	-
30	年代	テキスト	-	-	○	-
31	年齢	整数	-	-	○	-
32	エリア	テキスト	-	-	○	-
33	都道府県	テキスト	-	-	○	-
34	会員種別	テキスト	-	-	○	-
35	会員ランク	テキスト	-	-	○	-
36	支払方法	テキスト	-	-	○	-
37	流入チャネル	テキスト	-	-	○	-
38	職業	テキスト	-	-	○	-
39	初回接触媒体名	テキスト	-	-	○	-
40	最終購入媒体名	テキスト	-	-	○	-
41	顧客ラベル	テキスト	-	-	○	-
42	定期周期	テキスト	-	-	○	-
43	注文金額帯	テキスト	-	-	○	-
44	新規/リピート	テキスト	-	-	○	-
45	返品年月日	日付	-	○	-	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
販売チャネル/ 商品/顧客の 売上可視化	3	顧客属性別売上分析



実現できること



顧客属性別に**売上状況を可視化**し、**売上が変動した要因を把握**する

これまで

年代	購入者数	購入回数	売上金額
10			
20		???	
30			

顧客属性別に売上状況を可視化できておらず、**改善箇所の把握**、および、**効果的な施策を実施することができていない**

これから

年代	購入者数	購入回数	売上金額
10	11,200	15,020	3,565,000
20	13,440	18,024	4,278,000
30	12,208	16,372	3,885,850

顧客属性別に売上状況を可視化することで、**改善箇所を把握し**、**効果的な施策の実施/検証を行うことができる**



本レポートで確認可能な代表的な項目

NO	項目
1	性別
2	年代
3	都道府県
4	会員種別
5	会員ランク
6	年/月 × 性別
7	年/月 × 年代
8	年/月 × 都道府県

NO	項目
9	年/月 × 会員種別
10	年/月 × 会員ランク
11	年/月 × 商品カテゴリ × 性別
12	年/月 × 商品カテゴリ × 年代
13	年/月 × 商品カテゴリ × 都道府県
14	年/月 × 商品カテゴリ × 会員種別
15	年/月 × 商品カテゴリ × 会員ランク

etc...



レポート：NO2『年代』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/1/31

年代

購入者数

購入回数

売上金額

20

11,200

15,020

30,565,000

30

13,440

18,024

40,278,000

40

12,208

16,372

31,885,850

50

12,544

16,822

30,992,800

60

12,656

16,973

44,028,450

⋮

⋮

⋮

⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



レポート : NO6『年/月 × 性別』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/12/31

年	月	性別	購入者数	購入回数	売上金額
2021	1	男	37,229	49,926	114,850,060
2021	1	女	24,819	33,284	90,900,040
2021	2	男	37,973	50,925	105,087,061
2021	2	女	27,053	36,280	82,611,044
2021	3	男	41,696	55,918	130,272,067
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



利用するデータファイル

データファイル名

自社EC 売上分析用

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
1	受注明細ID	テキスト	●	-	○	-
2	受注ID	テキスト	-	-	○	-
3	受注年月日	日付	-	●	-	-
4	受注年	テキスト	-	-	○	-
5	受注月	テキスト	-	-	○	-
6	受注日	テキスト	-	-	○	-
7	受注時間	テキスト	-	-	○	-
8	受注曜日	テキスト	-	-	○	-
9	平日フラグ	真偽値	-	-	○	-
10	販売チャネル	テキスト	-	-	○	-
11	販売チャネル_詳細	テキスト	-	-	○	-
12	購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
13	購入回数-計算用	テキスト	-	-	-	●
14	数量-計算用	整数	-	-	-	○
15	売上金額-計算用	整数	-	-	-	●
16	利用ポイント数-計算用	整数	-	-	-	○
17	商品ID	テキスト	-	-	○	-
18	品番	テキスト	-	-	○	-
19	商品名	テキスト	-	-	○	-
20	商品カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
21	商品カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
22	商品サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	○	-
23	商品サブカテゴリ名_1	テキスト	-	-	○	-

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
24	商品サブカテゴリID_2	テキスト	-	-	○	-
25	商品サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
26	カラー	テキスト	-	-	○	-
27	サイズ	テキスト	-	-	○	-
28	顧客ID	テキスト	-	-	○	-
29	性別	テキスト	-	-	-	-
30	年代	テキスト	-	-	-	-
31	年齢	整数	-	-	●	-
32	エリア	テキスト	-	-	(いずれか1つ)	-
33	都道府県	テキスト	-	-	-	-
34	会員種別	テキスト	-	-	-	-
35	会員ランク	テキスト	-	-	○	-
36	支払方法	テキスト	-	-	○	-
37	流入チャネル	テキスト	-	-	○	-
38	職業	テキスト	-	-	○	-
39	初回接触媒体名	テキスト	-	-	○	-
40	最終購入媒体名	テキスト	-	-	○	-
41	顧客ラベル	テキスト	-	-	○	-
42	定期周期	テキスト	-	-	○	-
43	注文金額帯	テキスト	-	-	○	-
44	新規/リピート	テキスト	-	-	○	-
45	返品年月日	日付	-	○	-	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります



BI 分析一覧①

目的	分析分類	#	分析名	分析を通して実現できること	対象ページ
売上を可視化したい	販売チャネル/商品/顧客の売上可視化	1	売上分析	売上状況を可視化し、売上が変動した要因を把握する	P7~11
		2	商品別売上分析	商品別に売上状況を可視化し、売上が変動した要因を把握する	P12~17
		3	顧客属性別売上分析	顧客属性別に売上状況を可視化し、売上が変動した要因を把握する	P18~23
顧客状態を把握したい	会員推移の把握	4	月次顧客ステータス推移分析	月別に契約数の推移を可視化し、契約数が変動した要因を把握する	P25~31
		5	週次顧客ステータス推移分析	週別に契約数の推移を可視化し、契約数が変動した要因を把握する	P32~39
		6	日次顧客ステータス推移分析	日別に契約数の推移を可視化し、契約数が変動した要因を把握する	P40~47
	優良顧客の把握	7	デシル分析	購入金額をもとに、ランクを10等分することで優良顧客を把握する	P48~51
		8	RFM分析	顧客を「最終購入日からの経過日数」「累計購入回数」「累計購入金額」の3軸で可視化し、優良顧客を把握する	P52~55
		9	年別購入状況分析	初回購入年別に購入状況を可視化し、次年度以降のリピート状況を把握する	P56~60
在庫状態を把握したい	在庫の把握	10	在庫数推移分析	各商品ごとに在庫数の推移を可視化し、在庫状態を把握する	P62~66
		11	在庫回転率分析	各商品ごとに在庫回転率を可視化し、在庫状態を把握する	P67~71
LTV向上に向けた示唆を得たい	改善すべき歩留まりの可視化	12	購入転換率分析	ビジネスプロセスにおける歩留まりを可視化し、改善すべき工程を把握する	P73~79
		13	フロー離脱分析(顧客)	顧客ごとに初回購入後の離脱率を可視化し、定着状況を把握する	P80~86
		14	フロー離脱分析(顧客×商品)	顧客×購入商品ごとに初回購入後の離脱率を可視化し、定着状況を把握する	P87~92
		15	経過月別フロー離脱分析(顧客)	顧客ごとに初回購入からの経過月別の離脱率を可視化し、定着状況を把握する	P93~100
		16	経過月別フロー離脱分析(顧客×商品)	顧客×購入商品ごとに初回購入からの経過月別の離脱率を可視化し、定着状況を把握する	P101~107
	アプローチすべきタイミングの把握	17	お試し購入からの定期購入転換タイミング分析	お試し商品購入から何日後に定期商品購入に至ったのかを可視化し、定期購入に転換しやすいタイミングを把握する	P108~112
		18	初回購入からの定期購入転換タイミング分析	初回購入から何日後に定期商品購入に至ったのかを可視化し、定期購入に転換しやすいタイミングを把握する	P113~117
		19	初回定期購入からの追加定期購入タイミング分析	初回定期購入から何日後に追加定期商品購入に至ったのかを可視化し、追加定期購入に転換しやすいタイミングを把握する	P118~125
		20	定期購入からの解約タイミング分析	定期購入から何日後に解約に至ったのかを可視化し、解約に転換しやすいタイミングを把握する	P126~133
	アプローチすべき商品の把握	21	初回定期購入からの追加定期購入商品組み合わせ分析	初回定期購入と追加定期購入で頻出する商品の組み合わせを可視化し、追加定期購入させる適切な商品を把握する	P134~138
		22	同時購入商品分析	同時購入されやすい商品の組み合わせを可視化し、最適な商品の組み合わせを把握する	P139~143
23		商品別の閲覧購入状況分析	各商品ごとに閲覧数や購入数などを可視化し、閲覧購入状況を把握する	P144~149	

分析分類	#	分析名
会員推移の把握	4	<u>月次顧客ステータス推移分析</u>



実現できること



月別に**契約数の推移を可視化し、契約数が変動した要因を把握**する

これまで

年	1月	2月	3月	...	12月
	定期購入者数	定期購入者数	定期購入者数		定期購入者数
2017				...	
2018		???		...	
2019				...	
⋮	⋮	⋮	⋮		⋮

月別に契約数の推移を可視化できておらず、**改善箇所の把握**、および、**効果的な施策を実施することができていない**

これから

年	1月	2月	3月	...	12月
	定期購入者数	定期購入者数	定期購入者数		定期購入者数
2017	48,000	52,800	47,040	...	52,848
2018	47,040	51,744	46,099	...	51,791
2018	45,600	50,160	44,688	...	50,206
⋮	⋮	⋮	⋮		⋮

月別に契約数の推移を可視化することで、**改善箇所を把握し、効果的な施策の実施/検証を行うことができる**



本レポートで確認可能な代表的な項目

NO	項目
1	年/月
2	年/月 × 性別
3	年/月 × 年代
4	年/月 × エリア
5	年/月 × 都道府県

NO	項目
6	年/月 × 初回定期購入商品
7	年/月 × 初回定期購入商品カテゴリ
8	年/月 × 初回定期購入商品サブカテゴリ
9	年/月 × 初回定期購入商品カテゴリ × 初回定期購入商品
10	年/月 × 初回定期購入商品カテゴリ × 初回定期購入商品サブカテゴリ × 初回定期購入商品

etc...



レポート：NO1『年/月』

集計期間

開始日なし ~ 終了日なし

年	1月	2月	3月	4月	...	12月
	定期購入者数	定期購入者数	定期購入者数	定期購入者数		定期購入者数
2017	48,000	52,800	47,040	42,720	...	52,848
2018	47,040	51,744	46,099	41,866	...	51,791
2019	45,600	50,160	44,688	40,584	...	50,206
2020	44,640	44,640	43,747	39,730	...	49,149
2021	43,680	48,048	42,806	38,875	...	48,092
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮		⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります

レポート : NO6『年/月 × 初回定期購入商品』

集計期間		開始日なし ~ 終了日なし					
年	初回定期購入商品	1月	2月	3月	4月	...	12月
		定期購入者数	定期購入者数	定期購入者数	定期購入者数		定期購入者数
2021	黒糖スムージー	2,400	2,640	2,352	2,136	...	2,642
2021	雑穀米	4,128	4,541	4,045	3,674	...	4,545
2021	コラーゲンゼリー	4,416	4,858	4,328	3,930	...	4,862
2021	野菜スムージー	2,160	2,376	2,117	1,922	...	2,378
2021	高麗人参ゼリー	2,688	2,957	2,634	2,392	...	2,959
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮		⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



レポート：NO10『年/月×初回定期購入商品カテゴリ×初回定期購入商品サブカテゴリ×初回定期購入商品』

集計期間 開始日なし～終了日なし

年	初回定期購入商品カテゴリ	初回定期購入商品サブカテゴリ	初回定期購入商品	1月 定期購入者数	2月 定期購入者数	3月 定期購入者数	...	12月 定期購入者数
2021	食品	健康食品	黒糖スムージー	2,400	2,640	2,352	...	2,642
2021	食品	健康食品	雑穀米	4,128	4,541	4,045	...	4,545
2021	食品	健康食品	コラーゲンゼリー	4,416	4,858	4,328	...	4,862
2021	食品	健康食品	野菜スムージー	2,160	2,376	2,117	...	2,378
2021	食品	健康食品	高麗人参ゼリー	2,688	2,957	2,634	...	2,959
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



利用するデータファイル

データファイル名

月次顧客ステータス推移分析用

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
1	顧客ID-年-月	テキスト	●	-	-	-
2	顧客ID	テキスト	-	○	-	-
3	LINE ID	テキスト	-	-	○	-
4	年	テキスト	-	-	●	-
5	月	テキスト	-	-	● (表頭)	-
6	累計会員登録者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
7	新規会員登録者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
8	累計お試し購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
9	新規お試し購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
10	当月お試し購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
11	累計購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
12	新規購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
13	当月購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
14	累計定期購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
15	新規定期購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
16	当月定期購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
17	累計解約者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
18	新規解約者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
19	当月解約者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
20	累計お試し購入回数-計算用	テキスト	-	-	-	○
21	新規お試し購入回数-計算用	テキスト	-	-	-	○

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
24	当月お試し購入回数-計算用	テキスト	-	-	-	○
25	累計購入回数-計算用	テキスト	-	-	-	○
24	新規購入回数-計算用	テキスト	-	-	-	○
25	当月購入回数-計算用	テキスト	-	-	-	○
26	累計定期購入回数-計算用	テキスト	-	-	-	○
27	新規定期購入回数-計算用	テキスト	-	-	-	○
28	当月定期購入回数-計算用	テキスト	-	-	-	○
29	累計LINE ID連携数-計算用	テキスト	-	-	-	○
30	新規LINE ID連携数-計算用	テキスト	-	-	-	○
31	性別	テキスト	-	-	○	-
32	年代	テキスト	-	-	○	-
33	年齢	整数	-	-	○	-
34	エリア	テキスト	-	-	○	-
35	都道府県	テキスト	-	-	○	-
36	会員種別	テキスト	-	-	○	-
37	会員ランク	テキスト	-	-	○	-
38	職業	テキスト	-	-	○	-
39	初回接触媒体名	テキスト	-	-	○	-
40	最終購入媒体名	テキスト	-	-	○	-
41	顧客ラベル	テキスト	-	-	○	-
42	定期周期	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
会員推移の把握	5	<u>週次顧客ステータス推移分析</u>



実現できること



週別に**契約数の推移を可視化**し、**契約数が変動した要因を把握**する

これまで

年	月	1週目	2週目	4週目
		定期購入者数	定期購入者数	定期購入者数
2021	1			...
2021	2		???	...
2021	3			...
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

週別に契約数の推移を可視化できておらず、**改善箇所の把握**、および、**効果的な施策を実施することができていない**

これから

年	月	1週目	2週目	4週目
		定期購入者数	定期購入者数	定期購入者数
2021	1	27,300	24,700	...
2021	2	26,754	24,206	...
2021	3	25,935	23,465	...
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

週別に契約数の推移を可視化することで、**改善箇所を把握**し、**効果的な施策の実施/検証を行うことができる**



本レポートで確認可能な代表的な項目

NO	項目
1	年/月/週
2	年/月/週 × 性別
3	年/月/週 × 年代
4	年/月/週 × エリア
5	年/月/週 × 都道府県

NO	項目
6	年/月/週 × 初回定期購入商品
7	年/月/週 × 初回定期購入商品カテゴリ
8	年/月/週 × 初回定期購入商品サブカテゴリ
9	年/月/週 × 初回定期購入商品カテゴリ × 初回定期購入商品
10	年/月/週 × 初回定期購入商品カテゴリ × 初回定期購入商品サブカテゴリ × 初回定期購入商品

etc...



レポート：NO1『年/月/週』

集計期間

開始日なし ~ 終了日なし

年	月	1週目 定期購入者数	2週目 定期購入者数	3週目 定期購入者数	4週目 定期購入者数
2021	1	27,300	24,700	29,900	22,100
2021	2	26,754	24,206	29,302	21,658
2021	3	25,935	23,465	28,405	20,995
2021	4	25,389	22,971	27,807	20,553
2021	5	24,843	22,477	27,209	20,553
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります

レポート : NO6『年/月/週 × 初回定期購入商品』

集計期間		開始日なし ~ 終了日なし				
年	月	初回 定期購入商品	1週目	2週目	3週目	4週目
			定期購入者数	定期購入者数	定期購入者数	定期購入者数
2021	1	黒糖スムージー	27,300	24,700	29,900	26,000
2021	1	雑穀米	26,754	24,206	29,302	25,480
2021	1	コラーゲンゼリー	25,935	23,465	28,405	24,700
2021	1	野菜スムージー	25,389	22,971	27,807	24,180
2021	1	高麗人参ゼリー	24,843	22,477	27,209	23,660
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



レポート：NO9『年/月/週 × 初回定期購入商品カテゴリ × 初回定期購入商品』

集計期間 開始日なし ~ 終了日なし

年	月	初回定期 購入商品カテゴリ	初回 定期購入商品	1週目	2週目	...	4週目
				定期購入者数	定期購入者数		定期購入者数
2021	1	食品	黒糖スムージー	27,300	24,700	...	26,000
2021	1	食品	雑穀米	26,754	24,206	...	25,480
2021	1	食品	コラーゲンゼリー	25,935	23,465	...	24,700
2021	1	食品	野菜スムージー	25,389	22,971	...	24,180
2021	1	食品	高麗人参ゼリー	24,843	22,477	...	23,660
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮		⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



レポート：NO10『年/月/週 × 初回定期購入商品カテゴリ × 初回定期購入商品サブカテゴリ × 初回定期購入商品』

集計期間

開始日なし ~ 終了日なし

年	月	初回定期 購入商品カテゴリ	初回定期購入 商品サブカテゴリ	初回 定期購入商品	1週目	2週目	4週目
					定期購入者数	定期購入者数	定期購入者数
2021	1	食品	健康食品	黒糖スムージー	27,300	24,700	26,000
2021	1	食品	健康食品	雑穀米	26,754	24,206	25,480
2021	1	食品	健康食品	コラーゲンゼリー	25,935	23,465	24,700
2021	1	食品	健康食品	野菜スムージー	25,389	22,971	24,180
2021	1	食品	健康食品	高麗人参ゼリー	24,843	22,477	23,660
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



利用するデータファイル

データファイル名

週次顧客ステータス推移分析用

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
1	顧客ID-年-月-週	テキスト	●	-	-	-
2	顧客ID	テキスト	-	○	-	-
3	LINE ID	テキスト	-	-	○	-
4	年	テキスト	-	-	●	-
5	月	テキスト	-	-	●	-
6	週	テキスト	-	-	● (表頭)	-
7	累計会員登録者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
8	新規会員登録者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
9	累計お試し購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
10	新規お試し購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
11	当週お試し購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
12	累計購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
13	新規購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
14	当週購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
15	累計定期購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
16	新規定期購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
17	当週定期購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
18	累計解約者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
19	新規解約者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
20	当週解約者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
21	累計お試し購入回数-計算用	テキスト	-	-	-	○
22	新規お試し購入回数-計算用	テキスト	-	-	-	○

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
23	当週お試し購入回数-計算用	テキスト	-	-	-	○
24	累計購入回数-計算用	テキスト	-	-	-	○
25	新規購入回数-計算用	テキスト	-	-	-	○
26	当週購入回数-計算用	テキスト	-	-	-	○
27	累計定期購入回数-計算用	テキスト	-	-	-	○
28	新規定期購入回数-計算用	テキスト	-	-	-	○
29	当週定期購入回数-計算用	テキスト	-	-	-	○
30	累計LINE ID連携数-計算用	テキスト	-	-	-	○
31	新規LINE ID連携数-計算用	テキスト	-	-	-	○
32	性別	テキスト	-	-	○	-
33	年代	テキスト	-	-	○	-
34	年齢	整数	-	-	○	-
35	エリア	テキスト	-	-	○	-
36	都道府県	テキスト	-	-	○	-
37	会員種別	テキスト	-	-	○	-
38	会員ランク	テキスト	-	-	○	-
39	職業	テキスト	-	-	○	-
40	初回接触媒体名	テキスト	-	-	○	-
41	最終購入媒体名	テキスト	-	-	○	-
42	顧客ラベル	テキスト	-	-	○	-
43	定期周期	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
会員推移の把握	6	<u>日次顧客ステータス推移分析</u>



日別に**契約数の推移を可視化し、契約数が変動した要因を把握**する

これまで

年	月	1日 定期購入者数	2日 定期購入者数	...	31日 定期購入者数
2021	1			...	
2021	2		???	...	
2021	3			...	
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

日別に契約数の推移を可視化できておらず、**改善箇所の把握**、および、**効果的な施策を実施することができていない**

これから

年	月	1日 定期購入者数	2日 定期購入者数	...	31日 定期購入者数
2021	1	1,290	1,814	...	1,612
2021	2	1,274	1,791	...	-
2021	3	1,318	1,854	...	1,648
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

日別に契約数の推移を可視化することで、**改善箇所を把握し、効果的な施策の実施/検証を行うことができる**



本レポートで確認可能な代表的な項目

NO	項目
1	年/月/日
2	年/月/日 × 性別
3	年/月/日 × 年代
4	年/月/日 × エリア
5	年/月/日 × 都道府県

NO	項目
6	年/月/日 × 初回定期購入商品
7	年/月/日 × 初回定期購入商品カテゴリ
8	年/月/日 × 初回定期購入商品サブカテゴリ
9	年/月/日 × 初回定期購入商品カテゴリ × 初回定期購入商品
10	年/月/日 × 初回定期購入商品カテゴリ × 初回定期購入商品サブカテゴリ × 初回定期購入商品

etc...



レポート：NO1『年/月/日』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/12/31

年	月	1日	2日	3日	4日	...	31日
		定期購入者数	定期購入者数	定期購入者数	定期購入者数		定期購入者数
2021	1	1,290	1,814	1,693	1,572	...	1,612
2021	2	1,274	1,791	1,672	1,552	...	-
2021	3	1,318	1,854	1,730	1,607	...	1,648
2021	4	1,245	1,751	1,634	1,517	...	-
2021	5	1,213	1,705	1,592	1,478	...	1,516
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮		⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります

レポート : NO6『年/月/日 × 初回定期購入商品』

集計期間		2021/1/1 ~ 2021/12/31					
年	月	初回定期購入商品	1日 定期購入者数	2日 定期購入者数	3日 定期購入者数	...	31日 定期購入者数
2021	1	黒糖スムージー	64	91	85	...	81
2021	1	雑穀米	156	156	146	...	139
2021	1	コラーゲンゼリー	167	167	156	...	148
2021	1	野菜スムージー	87	82	76	...	73
2021	1	高麗人参ゼリー	72	102	95	...	90
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



レポート：NO9『年/月/日 × 初回定期購入商品カテゴリ × 初回定期購入商品』

集計期間 2021/1/1 ~ 2021/12/31

年	月	初回定期 購入商品カテゴリ	初回 定期購入商品	1日	2日	...	31日
				定期購入者数	定期購入者数		定期購入者数
2021	1	食品	黒糖スムージー	64	91	...	81
2021	1	食品	雑穀米	111	156	...	139
2021	1	食品	コラーゲンゼリー	119	167	...	148
2021	1	食品	野菜スムージー	58	82	...	73
2021	1	食品	高麗人参ゼリー	72	102	...	90
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮		⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



レポート : NO10『年/月/日 × 初回定期購入商品カテゴリ × 初回定期購入商品サブカテゴリ × 初回定期購入商品』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/12/31

年	月	初回定期購入商品カテゴリ	初回定期購入商品サブカテゴリ	初回定期購入商品	1日 定期購入者数	...	31日 定期購入者数
2021	1	食品	健康食品	黒糖スムージー	64	...	81
2021	1	食品	健康食品	雑穀米	111	...	139
2021	1	食品	健康食品	コラーゲンゼリー	119	...	148
2021	1	食品	健康食品	野菜スムージー	58	...	73
2021	1	食品	健康食品	高麗人参ゼリー	72	...	90
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



利用するデータファイル

データファイル名

日次顧客ステータス推移分析用

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
1	顧客ID-年-月-日	テキスト	●	-	-	-
2	顧客ID	テキスト	-	○	-	-
3	LINE ID	テキスト	-	-	○	-
4	年	テキスト	-	-	●	-
5	月	テキスト	-	-	●	-
6	日	テキスト	-	-	● (表頭)	-
7	累計会員登録者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
8	新規会員登録者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
9	累計お試し購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
10	新規お試し購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
11	当週お試し購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
12	累計購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
13	新規購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
14	当週購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
15	累計定期購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
16	新規定期購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
17	当週定期購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
18	累計解約者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
19	新規解約者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
20	当週解約者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
21	累計お試し購入回数-計算用	テキスト	-	-	-	○
22	新規お試し購入回数-計算用	テキスト	-	-	-	○

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
23	当週お試し購入回数-計算用	テキスト	-	-	-	○
24	累計購入回数-計算用	テキスト	-	-	-	○
25	新規購入回数-計算用	テキスト	-	-	-	○
26	当週購入回数-計算用	テキスト	-	-	-	○
27	累計定期購入回数-計算用	テキスト	-	-	-	○
28	新規定期購入回数-計算用	テキスト	-	-	-	○
29	当週定期購入回数-計算用	テキスト	-	-	-	○
30	累計LINE ID連携数-計算用	テキスト	-	-	-	○
31	新規LINE ID連携数-計算用	テキスト	-	-	-	○
32	性別	テキスト	-	-	○	-
33	年代	テキスト	-	-	○	-
34	年齢	整数	-	-	○	-
35	エリア	テキスト	-	-	○	-
36	都道府県	テキスト	-	-	○	-
37	会員種別	テキスト	-	-	○	-
38	会員ランク	テキスト	-	-	○	-
39	職業	テキスト	-	-	○	-
40	初回接触媒体名	テキスト	-	-	○	-
41	最終購入媒体名	テキスト	-	-	○	-
42	顧客ラベル	テキスト	-	-	○	-
43	定期周期	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
優良顧客の 把握	7	<u>デシル分析</u>



実現できること



購入金額をもとに**ランクを10等分**することで、**優良顧客を把握**する

これまで

顧客ランク	顧客数	合計購入金額	一人あたりの平均購入回数
ランク1		...	
ランク2		???	...
ランク3		...	

購入金額をもとにした優良顧客を可視化できておらず、**改善箇所の把握**、および、**効果的な施策を実施することができていない**

これから

顧客ランク	顧客数	合計購入金額	一人あたりの平均購入回数
ランク1	20	4,039,100	3.2
ランク2	20	2,755,500	2.8
ランク3	20	2,020,400	2.5

購入金額をもとにした優良顧客を可視化することで、**改善箇所を把握し**、**効果的な施策の実施/検証を行うことができる**

レポート

集計期間 90日前 ~ 終了日なし

顧客ランク	顧客数	合計購入金額	売上金額比率	1人あたりの平均購入…	1人あたりの平均購入…
ランク 01	20人	4,039,100円	30.2%	201,955.0円	3.2回
ランク 02	20人	2,755,500円	20.6%	131,214.3円	2.8回
ランク 03	20人	2,020,400円	15.1%	96,209.5円	2.5回
ランク 04	20人	1,444,900円	10.8%	72,245.0円	2.4回
ランク 05	20人	1,156,500円	8.6%	55,071.4円	2.2回
ランク 06	20人	839,600円	6.3%	39,981.0円	2.0回
ランク 07	20人	565,300円	4.2%	28,265.0円	1.7回
ランク 08	20人	340,500円	2.5%	16,214.3円	1.4回
ランク 09	20人	172,500円	1.3%	8,214.3円	1.2回
ランク 10	20人	58,900円	0.4%	2,804.8円	1.0回



利用するデータファイル

データファイル名

デシル分析用

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
1	受注ID	テキスト	●	-	-	●
2	受注日	テキスト	-	●	-	-
3	顧客ID	テキスト	-	-	-	●
4	受注金額	整数	-	-	-	●
5	性別	テキスト	-	-	○	-
6	年代	テキスト	-	-	○	-
7	年齢	整数	-	-	○	-
8	エリア	テキスト	-	-	○	-

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
9	都道府県	テキスト	-	-	○	-
10	会員種別	テキスト	-	-	○	-
11	会員ランク	テキスト	-	-	○	-
12	職業	テキスト	-	-	○	-
13	初回接触媒体名	テキスト	-	-	○	-
14	最終購入媒体名	テキスト	-	-	○	-
15	顧客ラベル	テキスト	-	-	○	-
16	定期周期	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
優良顧客の把握	8	RFM分析



実現できること



顧客を「最終購入日からの経過日数」「累計購入回数」「累計購入金額」の3軸で可視化し、優良顧客を把握する

これまで

最終購入からの経過日数	累計購入金額			
	~19,999円	~49,999円	~69,999円	100,000円~
~30日				...
~90日		???		...
~180日				...
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

顧客を分類することができておらず、
改善箇所の把握、および、
効果的な施策を実施することができていない

これから

最終購入からの経過日数	累計購入金額			
	~19,999円	~49,999円	~69,999円	100,000円~
~30日	106	796	1,799	4,656
~90日	1,005	1,164	1,746	4,127
~180日	1,640	1,323	1,429	2,751
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

顧客を分類することで、
改善箇所を把握し、
効果的な施策の実施/検証を行うことができる

対象断面 2020/11/18

比較断面 未設定

最終購入からの経過日数

累計購入金額

~19,999円

~49,999円

~69,999円

~99,999円

100,000円~

~30日

106人

796人

1,799人

2,963人

4,656人

~90日

1,005人

1,164人

1,746人

4,021人

4,127人

~180日

1,640人

1,323人

1,429人

1,640人

2,751人

~365日

3,281人

2,699人

2,487人

1,323人

212人

366日~

4,339人

3,228人

3,016人

1,005人

159人



利用するデータファイル

データファイル名

RFM分析用

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
1	受注ID	テキスト	●	-	-	-
2	受注日	テキスト	-	●	-	-
3	顧客ID	テキスト	-	-	-	●
4	受注金額	整数	-	-	-	●
5	性別	テキスト	-	-	○	-
6	年代	テキスト	-	-	○	-
7	年齢	整数	-	-	○	-
8	エリア	テキスト	-	-	○	-
9	都道府県	テキスト	-	-	○	-
10	会員種別	テキスト	-	-	○	-
11	会員ランク	テキスト	-	-	○	-
12	職業	テキスト	-	-	○	-
13	初回接触媒体名	テキスト	-	-	○	-

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
14	最終購入媒体名	テキスト	-	-	○	-
15	顧客ラベル	テキスト	-	-	○	-
16	定期周期	テキスト	-	-	○	-
17	購入商品ID	テキスト	-	-	○	-
18	購入商品名	テキスト	-	-	○	-
19	購入商品カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
20	購入商品カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
21	購入商品サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	○	-
22	購入商品サブカテゴリ名_1	テキスト	-	-	○	-
23	購入商品サブカテゴリID_2	テキスト	-	-	○	-
24	購入商品サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
25	購入商品カラー	テキスト	-	-	○	-
26	購入商品サイズ	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
優良顧客の 把握	9	<u>年別購入状況分析</u>



実現できること



初回購入年別に購入状況を可視化し、
次年度以降のリピート状況を把握する

これまで

初回購入年	2019年			
	購入者数	昨年からの継続者数	継続率	累計購入金額
2015			...	
2016		???	...	
2017			...	

初回購入年別に購入状況を可視化できておらず、
改善箇所の把握、および、
効果的な施策を実施することができていない

これから

初回購入年	2019年			
	購入者数	昨年からの継続者数	継続率	累計購入金額
2015	9,224	3,597	39.0%	171(百万)
2016	9,871	4,047	41.0%	175(百万)
2017	10,172	4,374	43.0%	192(百万)

初回購入年別に購入状況を可視化することで、
改善箇所を把握し、
効果的な施策の実施/検証を行うことができる



本レポートで確認可能な代表的な項目

NO	項目
1	初回購入年



レポート：NO1『初回購入年』

集計期間

2015/1/1 ~ 2019/12/31

初回購入年	2019年						
	購入者数	昨年からの継続者数	継続率	平均購入回数	累計購入回数	購入単価	累計購入金額
2015	9,224	3,597	39.0%	3.1	28,594	5,990	171,280,456
2016	9,871	4,047	41.0%	2.9	28,626	6,120	175,190,508
2017	10,172	4,374	43.0%	3.1	31,533	6,110	192,667,852
2018	10,997	4,509	41.0%	3.4	37,390	6,200	231,816,760
2019	11,038	-	-	3.3	36,425	6,280	228,751,512
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



利用するデータファイル

データファイル名

年別購入状況分析用

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
1	顧客ID-購入年	テキスト	●	-	-	-
2	顧客ID	テキスト	-	-	○	-
3	購入年月日	日付	-	○	-	-
4	購入年	テキスト	-	-	● (表頭)	-
5	購入月	テキスト	-	-	○	-
6	購入日	テキスト	-	-	○	-
7	初回購入年月日	日付	-	○	-	-
8	初回購入年	テキスト	-	-	●	-
9	初回購入月	テキスト	-	-	○	-
10	初回購入日	テキスト	-	-	○	-
11	当年購入者-計算用	テキスト	-	-	-	●

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
12	昨年からの継続者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
13	購入回数-計算用	整数	-	-	-	●
14	購入金額-計算用	整数	-	-	-	●
15	性別	テキスト	-	-	○	-
16	年代	テキスト	-	-	○	-
17	年齢	整数	-	-	○	-
18	エリア	テキスト	-	-	○	-
19	都道府県	テキスト	-	-	○	-
20	会員種別	テキスト	-	-	○	-
21	会員ランク	テキスト	-	-	○	-
22	職業	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります



BI 分析一覧①

目的	分析分類	#	分析名	分析を通して実現できること	対象ページ
売上を可視化したい	販売チャネル/商品/ 顧客の売上可視化	1	売上分析	売上状況を可視化し、売上が変動した要因を把握する	P7~11
		2	商品別売上分析	商品別に売上状況を可視化し、売上が変動した要因を把握する	P12~17
		3	顧客属性別売上分析	顧客属性別に売上状況を可視化し、売上が変動した要因を把握する	P18~23
顧客状態を把握したい	会員推移の把握	4	月次顧客ステータス推移分析	月別に契約数の推移を可視化し、契約数が変動した要因を把握する	P25~31
		5	週次顧客ステータス推移分析	週別に契約数の推移を可視化し、契約数が変動した要因を把握する	P32~39
		6	日次顧客ステータス推移分析	日別に契約数の推移を可視化し、契約数が変動した要因を把握する	P40~47
	優良顧客の把握	7	デシル分析	購入金額をもとに、ランクを10等分することで優良顧客を把握する	P48~51
		8	RFM分析	顧客を「最終購入日からの経過日数」「累計購入回数」「累計購入金額」の3軸で可視化し、優良顧客を把握する	P52~55
		9	年別購入状況分析	初回購入年別に購入状況を可視化し、次年度以降のリピート状況を把握する	P56~60
在庫状態を把握したい	在庫の把握	10	在庫数推移分析	各商品ごとに在庫数の推移を可視化し、在庫状態を把握する	P62~66
		11	在庫回転率分析	各商品ごとに在庫回転率を可視化し、在庫状態を把握する	P67~71
LTV向上に向けた示唆を得たい	改善すべき 歩留まりの可視化	12	購入転換率分析	ビジネスプロセスにおける歩留まりを可視化し、改善すべき工程を把握する	P73~79
		13	フロー離脱分析(顧客)	顧客ごとに初回購入後の離脱率を可視化し、定着状況を把握する	P80~86
		14	フロー離脱分析(顧客×商品)	顧客×購入商品ごとに初回購入後の離脱率を可視化し、定着状況を把握する	P87~92
		15	経過月別フロー離脱分析(顧客)	顧客ごとに初回購入からの経過月別の離脱率を可視化し、定着状況を把握する	P93~100
		16	経過月別フロー離脱分析(顧客×商品)	顧客×購入商品ごとに初回購入からの経過月別の離脱率を可視化し、定着状況を把握する	P101~107
		アプローチすべき タイミングの把握	17	お試し購入からの定期購入転換タイミング分析	お試し商品購入から何日後に定期商品購入に至ったのかを可視化し、定期購入に転換しやすいタイミングを把握する
	18		初回購入からの定期購入転換タイミング分析	初回購入から何日後に定期商品購入に至ったのかを可視化し、定期購入に転換しやすいタイミングを把握する	P113~117
	19		初回定期購入からの追加定期購入タイミング分析	初回定期購入から何日後に追加定期商品購入に至ったのかを可視化し、追加定期購入に転換しやすいタイミングを把握する	P118~125
	20		定期購入からの解約タイミング分析	定期購入から何日後に解約に至ったのかを可視化し、解約に転換しやすいタイミングを把握する	P126~133
	アプローチすべき 商品の把握	21	初回定期購入からの追加定期購入商品組み合わせ分析	初回定期購入と追加定期購入で頻出する商品の組み合わせを可視化し、追加定期購入させる適切な商品を把握する	P134~138
		22	同時購入商品分析	同時購入されやすい商品の組み合わせを可視化し、最適な商品の組み合わせを把握する	P139~143
23		商品別の閲覧購入状況分析	各商品ごとに閲覧数や購入数などを可視化し、閲覧購入状況を把握する	P144~149	

分析分類	#	分析名
在庫の把握	10	在庫数推移分析



各商品ごとに**在庫数の推移を可視化し、在庫状態を把握**する

これまで

年	月	黒糖スムージー 平均在庫数	雑穀米 平均在庫数	...	フルーツ青汁 平均在庫数
2021	1			...	
2021	2		???	...	
2021	3			...	
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

各商品ごとに在庫数の推移を可視化できておらず、**改善箇所の把握**、および、**効果的な施策を実施することができていない**

これから

年	月	黒糖スムージー 平均在庫数	雑穀米 平均在庫数	...	フルーツ青汁 平均在庫数
2021	1	321	411	...	350
2021	2	234	300	...	256
2021	3	295	378	...	322
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

各商品ごとに在庫数の推移を可視化することで、**改善箇所を把握し、効果的な施策の実施/検証を行うことができる**



本レポートで確認可能な代表的な項目

NO	項目
1	年/月 × 商品名
2	年/月/日 × 商品名

etc...



レポート：NO1『年/月 × 商品名』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/12/31

年	月	黒糖スムージー	雑穀米	コラーゲンゼリー	野菜スムージー	...	フルーツ青汁
		平均在庫数	平均在庫数	平均在庫数	平均在庫数		平均在庫数
2021	1	321	411	392	495	...	350
2021	2	234	300	286	361	...	256
2021	3	295	378	361	455	...	322
2021	4	340	436	416	525	...	371
2021	5	286	366	349	441	...	312
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮		⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



利用するデータファイル

データファイル名

在庫分析用

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
1	年月日-商品ID	テキスト	●	-	-	-
2	年月日	日付	-	●	-	-
3	年	テキスト	-	-	●	-
4	月	テキスト	-	-	●	-
5	日	テキスト	-	-	○	-
6	在庫数-計算用	整数	-	-	-	●
7	売上点数-計算用	整数	-	-	-	○
8	商品ID	テキスト	-	-	○	-
9	品番	テキスト	-	-	○	-
10	商品名	テキスト	-	-	● (表頭)	-

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
11	商品ブランドID	テキスト	-	-	○	-
12	商品ブランド名	テキスト	-	-	○	-
13	商品カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
14	商品カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
15	商品サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	○	-
16	商品サブカテゴリ名_1	テキスト	-	-	○	-
17	商品サブカテゴリID_2	テキスト	-	-	○	-
18	商品サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
19	カラー	テキスト	-	-	○	-
20	サイズ	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
在庫の把握	11	在庫回転率分析



実現できること



各商品ごとに**在庫回転率を可視化**し、**在庫状態を把握**する

これまで

年	月	商品名	累計 売上点数	在庫 回転率
2021	1	黒糖スムージー	...	
2021	1	雑穀米	? ? ?	
2021	1	コラーゲンゼリー	...	
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

各商品ごとに在庫回転率を可視化できておらず、**改善箇所の把握**、および、**効果的な施策を実施することができていない**

これから

年	月	商品名	累計 売上点数	在庫 回転率
2021	1	黒糖スムージー	400	0.8
2021	1	雑穀米	292	0.6
2021	1	コラーゲンゼリー	368	0.7
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

各商品ごとに在庫回転率を可視化することで、**改善箇所を把握**し、**効果的な施策の実施/検証を行うことができる**



本レポートで確認可能な代表的な項目

NO	項目
1	年/月 × 商品名
2	年/月/日 × 商品名

etc...



レポート：NO1『年/月 × 商品名』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/1/31

年	月	商品名	累計売上点数	平均在庫数	在庫回転率
2021	1	黒糖スムージー	400	500	0.8%
2021	1	雑穀米	292	486	0.6%
2021	1	コラーゲンゼリー	368	525	0.7%
2021	1	野菜スムージー	424	530	0.8%
2021	1	フルーツ青汁	356	508	0.7%
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



利用するデータファイル

データファイル名

在庫分析用

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
1	年月日-商品ID	テキスト	●	-	-	-
2	年月日	日付	-	●	-	-
3	年	テキスト	-	-	●	-
4	月	テキスト	-	-	●	-
5	日	テキスト	-	-	○	-
6	在庫数-計算用	整数	-	-	-	●
7	売上点数-計算用	整数	-	-	-	●
8	商品ID	テキスト	-	-	○	-
9	品番	テキスト	-	-	○	-
10	商品名	テキスト	-	-	● (表頭)	-

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
11	商品ブランドID	テキスト	-	-	○	-
12	商品ブランド名	テキスト	-	-	○	-
13	商品カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
14	商品カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
15	商品サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	○	-
16	商品サブカテゴリ名_1	テキスト	-	-	○	-
17	商品サブカテゴリID_2	テキスト	-	-	○	-
18	商品サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
19	カラー	テキスト	-	-	○	-
20	サイズ	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります



BI 分析一覧①

目的	分析分類	#	分析名	分析を通して実現できること	対象ページ
売上を可視化したい	販売チャネル/商品/ 顧客の売上可視化	1	売上分析	売上状況を可視化し、売上が変動した要因を把握する	P7~11
		2	商品別売上分析	商品別に売上状況を可視化し、売上が変動した要因を把握する	P12~17
		3	顧客属性別売上分析	顧客属性別に売上状況を可視化し、売上が変動した要因を把握する	P18~23
顧客状態を把握したい	会員推移の把握	4	月次顧客ステータス推移分析	月別に契約数の推移を可視化し、契約数が変動した要因を把握する	P25~31
		5	週次顧客ステータス推移分析	週別に契約数の推移を可視化し、契約数が変動した要因を把握する	P32~39
		6	日次顧客ステータス推移分析	日別に契約数の推移を可視化し、契約数が変動した要因を把握する	P40~47
	優良顧客の把握	7	デシル分析	購入金額をもとに、ランクを10等分することで優良顧客を把握する	P48~51
		8	RFM分析	顧客を「最終購入日からの経過日数」「累計購入回数」「累計購入金額」の3軸で可視化し、優良顧客を把握する	P52~55
		9	年別購入状況分析	初回購入年別に購入状況を可視化し、次年度以降のレポート状況を把握する	P56~60
在庫状態を把握したい	在庫の把握	10	在庫数推移分析	各商品ごとに在庫数の推移を可視化し、在庫状態を把握する	P62~66
		11	在庫回転率分析	各商品ごとに在庫回転率を可視化し、在庫状態を把握する	P67~71
LTV向上に向けた示唆を得たい	改善すべき 歩留まりの可視化	12	購入転換率分析	ビジネスプロセスにおける歩留まりを可視化し、改善すべき工程を把握する	P73~79
		13	フロー離脱分析(顧客)	顧客ごとに初回購入後の離脱率を可視化し、定着状況を把握する	P80~86
		14	フロー離脱分析(顧客×商品)	顧客×購入商品ごとに初回購入後の離脱率を可視化し、定着状況を把握する	P87~92
		15	経過月別フロー離脱分析(顧客)	顧客ごとに初回購入からの経過月別の離脱率を可視化し、定着状況を把握する	P93~100
		16	経過月別フロー離脱分析(顧客×商品)	顧客×購入商品ごとに初回購入からの経過月別の離脱率を可視化し、定着状況を把握する	P101~107
		アプローチすべき タイミングの把握	17	お試し購入からの定期購入転換タイミング分析	お試し商品購入から何日後に定期商品購入に至ったのかを可視化し、定期購入に転換しやすいタイミングを把握する
	18		初回購入からの定期購入転換タイミング分析	初回購入から何日後に定期商品購入に至ったのかを可視化し、定期購入に転換しやすいタイミングを把握する	P113~117
	19		初回定期購入からの追加定期購入タイミング分析	初回定期購入から何日後に追加定期商品購入に至ったのかを可視化し、追加定期購入に転換しやすいタイミングを把握する	P118~125
	20		定期購入からの解約タイミング分析	定期購入から何日後に解約に至ったのかを可視化し、解約に転換しやすいタイミングを把握する	P126~133
	アプローチすべき 商品の把握	21	初回定期購入からの追加定期購入商品組み合わせ分析	初回定期購入と追加定期購入で頻出する商品の組み合わせを可視化し、追加定期購入させる適切な商品を把握する	P134~138
		22	同時購入商品分析	同時購入されやすい商品の組み合わせを可視化し、最適な商品の組み合わせを把握する	P139~143
23		商品別の閲覧購入状況分析	各商品ごとに閲覧数や購入数などを可視化し、閲覧購入状況を把握する	P144~149	

分析分類	#	分析名
改善すべき 歩留まりの 可視化	12	購入転換率分析



本レポートで確認可能な代表的な項目

NO	項目
1	初回購入年
2	初回購入年/月
3	初回購入年/月/日
4	性別
5	年代
6	エリア
7	都道府県
8	初回購入商品
9	初回購入商品カテゴリ
10	初回購入商品サブカテゴリ

NO	項目
11	初回購入年 × 性別
12	初回購入年 × 年代
13	初回購入年 × エリア
14	初回購入年 × 都道府県
15	初回購入年 × 初回購入種別
16	初回購入年 × 初回購入商品
17	初回購入年 × 初回購入商品カテゴリ
18	初回購入年 × 初回購入商品サブカテゴリ
19	初回購入年 × 初回購入商品 × 初回購入商品カテゴリ

etc...



実現できること



ビジネスプロセスにおける**歩留まりを可視化し、改善すべき工程を把握**する

これまで

初回購入年	初回購入種別	初回購入者数	定期購入者数	定期3回目継続率
2019	お試し購入		...	
2019	通常購入		???	...
2019	定期購入		...	
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

ビジネスプロセスにおける歩留まりが可視化できておらず、**改善箇所の把握**、および、**効果的な施策を実施することができていない**

これから

初回購入年	初回購入種別	初回購入者数	定期購入者数	定期3回目継続率
2019	お試し購入	61,000	16,470	15.2%
2019	通常購入	59,780	15,998	15.7%
2019	定期購入	55,510	13,789	15.1%
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

ビジネスプロセスにおける歩留まりを可視化することで、**改善箇所を把握し、効果的な施策の実施/検証を行うことができる**

レポート：NO15『初回購入年 × 初回購入種別』

集計期間

2019/1/1 ~ 2021/12/31

初回購入年	初回購入種別	初回購入者数	定期購入者数	定期転換率	定期1回目継続者数	定期1回目継続率	...	定期3回目継続率
2019	お試し購入	61,000	16,470	27.0%	8,070	49.0%	...	15.2%
2019	通常購入	59,780	15,998	26.8%	7,647	47.8%	...	15.7%
2019	定期購入	55,510	13,789	24.8%	6,246	45.3%	...	15.1%
2020	お試し購入	61,610	15,423	25.0%	7,742	50.2%	...	15.6%
2020	通常購入	64,050	18,912	29.5%	8,020	49.6%	...	16.1%
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります

レポート：NO16『初回購入年 × 初回購入商品』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/12/31

初回購入年	初回購入商品	初回購入者数	定期購入者数	定期転換率	定期1回目継続者数	定期1回目継続率	...	定期3回目継続率
2021	黒糖スムージー	1,173	317	27.0%	155	49.0%	...	14.9%
2021	雑穀米	1,150	308	26.8%	147	47.8%	...	15.1%
2021	コラーゲンゼリー	1,068	265	24.8%	120	45.3%	...	14.8%
2021	野菜スムージー	1,185	297	25.0%	149	50.2%	...	15.4%
2021	高麗人参ゼリー	1,232	364	29.5%	180	49.6%	...	15.8%
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



レポート：NO19『初回購入年 × 初回購入商品 × 初回購入商品カテゴリ』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/12/31

初回購入年	初回購入商品	初回購入商品カテゴリ	初回購入者数	定期購入者数	定期転換率	定期1回目継続者数	定期1回目継続率	...	定期3回目継続率
2021	黒糖スムージー	食品	1,173	317	27.0%	155	49.0%	...	14.7%
2021	雑穀米	食品	1,150	308	26.8%	147	47.8%	...	15.0%
2021	コラーゲンゼリー	食品	1,068	265	24.8%	120	45.3%	...	14.9%
2021	野菜スムージー	食品	1,185	297	25.0%	149	50.2%	...	15.2%
2021	高麗人参ゼリー	食品	1,232	364	29.5%	180	49.6%	...	15.5%
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



利用するデータファイル

データファイル名

購入転換率分析用

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
1	顧客ID	テキスト	●	-	○	-
2	会員登録年月日	日付	-	○	-	-
3	会員登録年	テキスト	-	-	○	-
4	会員登録月	テキスト	-	-	○	-
5	会員登録日	テキスト	-	-	○	-
6	初回購入年月日	日付	-	●	-	-
7	初回購入年	テキスト	-	-	●	-
8	初回購入月	テキスト	-	-	○	-
9	初回購入日	テキスト	-	-	○	-
10	初回購入種別	テキスト	-	-	○	-
11	初回購入商品ID	テキスト	-	-	○	-
12	初回購入商品品番	テキスト	-	-	○	-
13	初回購入商品名	テキスト	-	-	○	-
14	初回購入商品カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
15	初回購入商品カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
16	初回購入商品サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	○	-
17	初回購入商品サブカテゴリ名_1	テキスト	-	-	○	-
18	初回購入商品サブカテゴリID_2	テキスト	-	-	○	-
19	初回購入商品サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
20	初回購入商品カラー	テキスト	-	-	○	-
21	初回購入商品サイズ	テキスト	-	-	○	-

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
24	初回購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
25	定期購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
24	定期1回目継続者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
25	定期2回目継続者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
26	定期3回目継続者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
27	定期4回目継続者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
28	定期5回目継続者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
29	定期6回目継続者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
30	累計購入金額-計算用	整数	-	-	-	○
31	性別	テキスト	-	-	○	-
32	年代	テキスト	-	-	○	-
33	年齢	整数	-	-	○	-
34	エリア	テキスト	-	-	○	-
35	都道府県	テキスト	-	-	○	-
36	会員種別	テキスト	-	-	○	-
37	会員ランク	テキスト	-	-	○	-
38	職業	テキスト	-	-	○	-
39	初回接触媒体名	テキスト	-	-	○	-
40	最終購入媒体名	テキスト	-	-	○	-
41	顧客ラベル	テキスト	-	-	○	-
42	定期周期	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
改善すべき 歩留まりの 可視化	13	フロー離脱分析(顧客)



実現できること



顧客ごとに**初回購入後の離脱率を可視化し、定着状況を把握**する

これまで

初回購入年	初回購入者数	1回目 継続者数	1回目 継続率	4回目 離脱率
2017			...	
2018		???	...	
2019			...	
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

顧客ごとに初回購入後の離脱率を可視化できておらず、**改善箇所の把握**、および、**効果的な施策を実施することができていない**

これから

初回購入年	初回購入者数	1回目 継続者数	1回目 継続率	4回目 離脱率
2017	150,200	37,600	25.1%	19.6%
2018	147,450	36,848	24.9%	22.1%
2019	144,010	36,096	25.0%	21.6%
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

顧客ごとに初回購入後の離脱率を可視化することで、**改善箇所を把握し、効果的な施策の実施/検証を行うことができる**



本レポートで確認可能な代表的な項目

NO	項目
1	初回購入年
2	初回購入年 × 初回購入種別
3	初回購入年 × 初回購入商品名
4	初回購入年 × 初回購入商品カテゴリ名
5	初回購入年 × 初回購入種別 × 初回購入商品名

NO	項目
6	初回購入年 × 初回購入種別 × 初回購入商品カテゴリ名
7	初回購入年 × 性別
8	初回購入年 × 年代
9	初回購入年 × 初回購入商品名 × 年代
10	初回購入年 × 初回購入商品カテゴリ名 × 年代

etc...



レポート：NO1『初回購入年』

集計期間

2017/1/1 ~ 2021/12/31

初回購入年	初回購入者数	1回目 継続者数	1回目 継続率	1回目 離脱者数	1回目 離脱率	...	4回目 離脱率
2017	150,200	37,600	25.1%	68,000	45.2%	...	19.6%
2018	147,450	36,848	24.9%	66,640	45.0%	...	22.1%
2019	144,010	36,096	25.0%	61,924	43.5%	...	21.6%
2020	138,000	34,592	25.0%	56,560	41.7%	...	19.0%
2021	136,515	34,811	25.5%	61,880	45.3%	...	18.4%
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります

レポート：NO3『初回購入年 × 初回購入商品名』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/12/31

初回購入年	初回購入商品名	初回購入者数	1回目 継続者数	1回目 継続率	1回目 離脱者数	1回目 離脱率	...	4回目 離脱率
2021	黒糖スムージー	7,500	1,880	25.1%	3,400	45.3%	...	19.6%
2021	雑穀米	5,700	1,453	25.5%	2,574	45.2%	...	22.1%
2021	コラーゲンゼリー	10,500	2,732	26.0%	4,792	45.6%	...	21.6%
2021	野菜スムージー	13,500	3,394	25.1%	6,020	44.6%	...	19.0%
2021	高麗人参ゼリー	15,000	3,772	25.1%	6,749	45.0%	...	18.4%
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



レポート：NO9『初回購入年 × 初回購入商品名 × 年代』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/12/31

初回購入年	初回購入商品名	年代	初回購入者数	1回目 継続者数	1回目 継続率	1回目 離脱者数	1回目 離脱率	...	4回目 離脱率
2021	黒糖スムージー	20	678	169	24.9%	307	45.3%	...	19.6%
2021	黒糖スムージー	30	1,311	349	26.6%	564	43.0%	...	22.1%
2021	黒糖スムージー	40	2,415	596	24.7%	1,195	49.5%	...	21.6%
2021	黒糖スムージー	50	3,105	723	23.3%	1,506	48.5%	...	19.0%
2021	黒糖スムージー	60	3,450	845	24.5%	1,435	41.6%	...	18.4%
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



利用するデータファイル

データファイル名

フロー離脱分析(顧客)用

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
1	顧客ID	テキスト	●	-	○	-
2	初回購入種別	テキスト	-	-	○	-
3	初回購入商品ID	テキスト	-	-	○	-
4	初回購入商品品番	テキスト	-	-	○	-
5	初回購入商品名	テキスト	-	-	○	-
6	初回購入商品カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
7	初回購入年月日	日付	-	●	-	-
8	初回購入年	テキスト	-	-	●	-
9	初回購入月	テキスト	-	-	○	-
10	初回購入日	テキスト	-	-	○	-
11	初回購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
12	1回目継続者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
13	1回目離脱者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
14	1回目保留者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
15	2回目継続者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
16	2回目離脱者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
17	2回目保留者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
18	3回目継続者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
19	3回目離脱者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
20	3回目保留者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
21	4回目継続者数-計算用	テキスト	-	-	-	●

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
24	4回目離脱者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
25	4回目保留者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
24	5回目継続者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
25	5回目離脱者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
26	5回目保留者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
27	6回目継続者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
28	6回目離脱者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
29	6回目保留者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
30	性別	テキスト	-	-	○	-
31	年代	テキスト	-	-	○	-
32	年齢	整数	-	-	○	-
33	エリア	テキスト	-	-	○	-
34	都道府県	テキスト	-	-	○	-
35	会員種別	テキスト	-	-	○	-
36	会員ランク	テキスト	-	-	○	-
37	職業	テキスト	-	-	○	-
38	初回接触媒体名	テキスト	-	-	○	-
39	最終購入媒体名	テキスト	-	-	○	-
40	顧客ラベル	テキスト	-	-	○	-
41	定期周期	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
改善すべき 歩留まりの 可視化	14	フロー離脱分析(顧客×商品)



実現できること



顧客×購入商品ごとに初回購入後の 離脱率を可視化し、定着状況を把握する

これまで

初回購入年	初回購入商品名	初回購入者数	1回目継続者数	4回目離脱率
2021	モイスト化粧品セット		...	
2021	リフトエッセンス		???	
2021	スペシャルケアセット		...	

顧客×購入商品ごとに初回購入後の離脱率を可視化できておらず、改善箇所の把握、および、効果的な施策を実施することができていない

これから

初回購入年	初回購入商品名	初回購入者数	1回目継続者数	4回目離脱率
2021	モイスト化粧品セット	5,000	2,875	12.9%
2021	リフトエッセンス	5,650	3,211	12.8%
2021	スペシャルケアセット	5,500	2,988	12.7%

顧客×購入商品ごとに初回購入後の離脱率を可視化することで、改善箇所を把握し、効果的な施策の実施/検証を行うことができる



本レポートで確認可能な代表的な項目

NO	項目
1	初回購入年 × 初回購入商品名
2	初回購入年 × 初回購入商品カテゴリ名
3	初回購入年 × 初回購入商品名 × 初回購入種別
4	初回購入年 × 初回購入商品カテゴリ名 × 初回購入種別

NO	項目
5	初回購入年 × 初回購入商品名 × 性別
6	初回購入年 × 初回購入商品カテゴリ名 × 性別
7	初回購入年 × 初回購入商品名 × 年代
8	初回購入年 × 初回購入商品カテゴリ名 × 年代

etc...

レポート：NO1『初回購入年 × 初回購入商品名』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/12/31

初回購入年	初回購入商品名	初回購入者数	1回目 継続者数	1回目 継続率	1回目 離脱者数	1回目 離脱率	...	4回目 離脱率
2021	モイスト 化粧品セット	5,000	2,875	57.5%	2,125	42.5%	...	12.9%
2021	リフトエッセンス	5,650	3,211	56.8%	2,439	43.2%	...	12.8%
2021	スペシャル ケアセット	5,500	2,988	54.3%	2,512	45.7%	...	12.7%
2021	ボタニカル ピュアオイル	4,850	2,891	59.6%	1,959	40.4%	...	12.4%
2021	モイスタチャー クリーム	4,700	2,805	59.7%	1,895	40.3%	...	12.6%
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



レポート：NO7『初回購入年 × 初回購入商品名 × 年代』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/12/31

初回購入年	初回購入商品名	年代	初回購入者数	1回目 継続者数	1回目 継続率	1回目 離脱者数	1回目 離脱率	...	4回目 離脱率
2021	モイスト 化粧品セット	20	350	201	57.5%	149	42.5%	...	12.7%
2021	モイスト 化粧品セット	30	625	366	58.6%	259	41.4%	...	12.6%
2021	モイスト 化粧品セット	40	945	542	57.4%	403	42.6%	...	12.8%
2021	モイスト 化粧品セット	50	1,565	891	56.9%	674	43.1%	...	12.5%
2021	モイスト 化粧品セット	60	1,425	798	56.0%	627	44.0%	...	12.3%
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



利用するデータファイル

データファイル名

フロー離脱分析(顧客×商品)用

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
1	顧客ID-商品ID	テキスト	●	-	○	-
2	顧客ID	テキスト	-	-	○	-
3	初回購入種別	テキスト	-	-	○	-
4	初回購入商品ID	テキスト	-	-	○	-
5	初回購入商品品番	テキスト	-	-	○	-
6	初回購入商品名	テキスト	-	-	●	-
7	初回購入商品カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
8	初回購入年月日	日付	-	●	-	-
9	初回購入年	テキスト	-	-	○	-
10	初回購入月	テキスト	-	-	○	-
11	初回購入日	テキスト	-	-	○	-
12	購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
13	1回目継続者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
14	1回目離脱者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
15	1回目保留者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
16	2回目継続者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
17	2回目離脱者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
18	2回目保留者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
19	3回目継続者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
20	3回目離脱者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
21	3回目保留者数-計算用	テキスト	-	-	-	○

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
24	4回目継続者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
25	4回目離脱者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
24	4回目保留者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
25	5回目継続者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
26	5回目離脱者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
27	5回目保留者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
28	6回目継続者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
29	6回目離脱者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
30	6回目保留者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
31	性別	テキスト	-	-	○	-
32	年代	テキスト	-	-	○	-
33	年齢	整数	-	-	○	-
34	エリア	テキスト	-	-	○	-
35	都道府県	テキスト	-	-	○	-
36	会員種別	テキスト	-	-	○	-
37	会員ランク	テキスト	-	-	○	-
38	職業	テキスト	-	-	○	-
39	初回接触媒体名	テキスト	-	-	○	-
40	最終購入媒体名	テキスト	-	-	○	-
41	顧客ラベル	テキスト	-	-	○	-
42	定期周期	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
改善すべき 歩留まりの 可視化	15	経過月別フロー離脱分析(顧客)



実現できること



顧客ごとに初回購入からの経過月別の離脱率を可視化し、定着状況を把握する

これまで

初回購入年	初回購入者数	1ヶ月目継続者数	1ヶ月目継続率	4ヶ月目離脱率
2017			...	
2018		???	...	
2019			...	

顧客ごとに初回購入からの経過月別の離脱率を可視化できておらず、改善箇所の把握、および、効果的な施策を実施することができていない

これから

初回購入年	初回購入者数	1ヶ月目継続者数	1ヶ月目継続率	4ヶ月目離脱率
2017	150,010	37,600	25.1%	9.6%
2018	168,011	42,112	28.1%	8.9%
2019	181,512	45,496	30.3%	9.3%

顧客ごとに初回購入からの経過月別の離脱率を可視化することで、改善箇所を把握し、効果的な施策の実施/検証を行うことができる



本レポートで確認可能な代表的な項目

NO	項目
1	初回購入年
2	初回購入年 × 初回購入種別
3	初回購入年 × 初回購入商品名
4	初回購入年 × 初回購入商品カテゴリ名
5	初回購入年 × 初回購入種別 × 初回購入商品名

NO	項目
6	初回購入年 × 初回購入種別 × 初回購入商品カテゴリ名
7	初回購入年 × 性別
8	初回購入年 × 年代
9	初回購入年 × 初回購入商品名 × 年代
10	初回購入年 × 初回購入商品カテゴリ名 × 年代

etc...



レポート：NO1『初回購入年』

集計期間

2017/1/1 ~ 2021/12/31

初回購入年	初回購入者数	1ヶ月目 継続者数	1ヶ月目 継続率	1ヶ月目 離脱者数	1ヶ月目 離脱率	...	4ヶ月目 離脱率
2017	150,010	37,600	25.1%	68,000	45.3%	...	9.6%
2018	168,011	42,112	28.1%	76,160	50.8%	...	8.9%
2019	181,512	45,496	30.3%	82,280	54.8%	...	9.3%
2020	187,513	47,000	31.3%	85,000	56.7%	...	10.3%
2021	192,013	48,128	32.1%	87,040	58.0%	...	9.8%
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります

レポート：NO3『初回購入年 × 初回購入商品名』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/12/31

初回購入年	初回購入商品名	初回購入者数	1ヶ月目 継続者数	1ヶ月目 継続率	1ヶ月目 離脱者数	1ヶ月目 離脱率	...	4ヶ月目 離脱率
2021	モイスト 化粧品セット	16,001	4,011	25.1%	7,253	45.3%	...	9.6%
2021	リフトエッセンス	18,081	4,432	24.5%	8,296	45.9%	...	8.9%
2021	スペシャル ケアセット	17,601	4,400	25.0%	7,979	45.3%	...	9.3%
2021	ボタニカル ピュアオイル	15,521	2,500	16.1%	7,325	47.2%	...	10.3%
2021	モイスタチャー クリーム	15,041	3,770	25.1%	6,918	46.0%	...	9.8%
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



レポート：NO9『初回購入年 × 初回購入商品名 × 年代』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/12/31

初回購入年	初回購入商品名	年代	初回購入者数	1ヶ月目 継続者数	1ヶ月目 継続率	1ヶ月目 離脱者数	1ヶ月目 離脱率	...	4ヶ月目 離脱率
2021	モイスト 化粧品セット	20	2,103	526	25.0%	952	45.3%	...	9.6%
2021	モイスト 化粧品セット	30	1,570	400	25.5%	696	44.3%	...	8.9%
2021	モイスト 化粧品セット	40	3,144	737	23.4%	1,333	42.4%	...	9.3%
2021	モイスト 化粧品セット	50	3,505	948	27.0%	1,714	48.9%	...	10.3%
2021	モイスト 化粧品セット	60	4,206	1,053	25.0%	1,905	45.3%	...	9.8%
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



利用するデータファイル①

データファイル名

経過月別フロー離脱分析(顧客)用

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
1	顧客ID	テキスト	●	-	●	-
2	初回購入種別	テキスト	-	-	○	-
3	初回購入商品ID	テキスト	-	-	○	-
4	初回購入商品品番	テキスト	-	-	○	-
5	初回購入商品名	テキスト	-	-	○	-
6	初回購入商品カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
7	初回購入年月日	日付	-	●	-	-
8	初回購入年	テキスト	-	-	●	-
9	初回購入月	テキスト	-	-	○	-
10	初回購入日	テキスト	-	-	○	-
11	初回購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
12	1ヶ月目継続者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
13	1ヶ月目離脱者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
14	1ヶ月目保留者数-計算用	テキスト	-	-	-	○

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
15	2ヶ月目継続者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
16	2ヶ月目離脱者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
17	2ヶ月目保留者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
18	3ヶ月目継続者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
19	3ヶ月目離脱者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
20	3ヶ月目保留者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
21	4ヶ月目継続者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
22	4ヶ月目離脱者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
23	4ヶ月目保留者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
24	5ヶ月目継続者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
25	5ヶ月目離脱者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
26	5ヶ月目保留者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
27	6ヶ月目継続者数-計算用	テキスト	-	-	-	○

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります



利用するデータファイル②

データファイル名

経過月別フロー離脱分析(顧客)用

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
28	6ヶ月目離脱者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
29	6ヶ月目保留者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
30	9ヶ月目継続者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
31	9ヶ月目離脱者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
32	9ヶ月目保留者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
33	12ヶ月目継続者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
34	12ヶ月目離脱者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
35	12ヶ月目保留者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
36	18ヶ月目継続者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
37	18ヶ月目離脱者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
38	18ヶ月目保留者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
39	24ヶ月目継続者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
40	24ヶ月目離脱者数-計算用	テキスト	-	-	-	○

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
41	24ヶ月目保留者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
42	性別	テキスト	-	-	○	-
43	年代	テキスト	-	-	○	-
44	年齢	整数	-	-	○	-
45	エリア	テキスト	-	-	○	-
46	都道府県	テキスト	-	-	○	-
47	会員種別	テキスト	-	-	○	-
48	会員ランク	テキスト	-	-	○	-
49	職業	テキスト	-	-	○	-
50	初回接触媒体名	テキスト	-	-	○	-
51	最終購入媒体名	テキスト	-	-	○	-
52	顧客ラベル	テキスト	-	-	○	-
53	定期周期	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
改善すべき 歩留まりの 可視化	16	<u>経過月別フロー離脱分析(顧客×商品)</u>



実現できること



顧客×購入商品ごとに初回購入からの経過月別の
離脱率を可視化し、定着状況を把握する

これまで

初回購入年	初回購入商品名	初回購入者数	1ヶ月目継続者数	4ヶ月目離脱率
2021	モイスト化粧品セット		...	
2021	リフトエッセンス		???	
2021	スペシャルケアセット		...	
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

顧客×購入商品ごとに初回購入からの経過月別の離脱率を可視化できておらず、改善箇所の把握、および、効果的な施策を実施することができていない

これから

初回購入年	初回購入商品名	初回購入者数	1ヶ月目継続者数	4ヶ月目離脱率
2021	モイスト化粧品セット	48,003	12,032	51.9%
2021	リフトエッセンス	54,244	13,296	51.8%
2021	スペシャルケアセット	52,804	13,200	51.7%
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

顧客×購入商品ごとに初回購入からの経過月別の離脱率を可視化することで、改善箇所を把握し、効果的な施策の実施/検証を行うことができる



本レポートで確認可能な代表的な項目

NO	項目
1	初回購入年 × 初回購入商品名
2	初回購入年 × 初回購入商品カテゴリ名
3	初回購入年 × 初回購入商品名 × 初回購入種別
4	初回購入年 × 初回購入商品カテゴリ名 × 初回購入種別

NO	項目
5	初回購入年 × 初回購入商品名 × 性別
6	初回購入年 × 初回購入商品カテゴリ名 × 性別
7	初回購入年 × 初回購入商品名 × 年代
8	初回購入年 × 初回購入商品カテゴリ名 × 年代

etc...

レポート：NO1『初回購入年 × 初回購入商品名』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/12/31

初回購入年	初回購入商品名	初回購入者数	1ヶ月目 継続者数	1ヶ月目 継続率	1ヶ月目 離脱者数	1ヶ月目 離脱率	...	4ヶ月目 離脱率
2021	モイスト 化粧品セット	48,003	12,032	25.0%	21,760	45.3%	...	51.9%
2021	リフトエッセンス	54,244	13,296	24.5%	24,888	45.9%	...	51.8%
2021	スペシャル ケアセット	52,804	13,200	25.0%	23,936	45.3%	...	51.8%
2021	ボタニカル ピュアオイル	46,563	7,500	16.1%	21,975	47.2%	...	50.2%
2021	モイスタチャー クリーム	45,123	11,310	25.1%	20,754	46.0%	...	52.2%
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



レポート：NO7『初回購入年 × 初回購入商品名 × 年代』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/12/31

初回購入年	初回購入商品名	年代	初回購入者数	1ヶ月目 継続者数	1ヶ月目 継続率	1ヶ月目 離脱者数	1ヶ月目 離脱率	...	4ヶ月目 離脱率
2021	モイスト 化粧品セット	20	3,360	842	25.0%	1,523	45.3%	...	50.4%
2021	モイスト 化粧品セット	30	6,048	1,516	25.1%	2,800	46.3%	...	50.1%
2021	モイスト 化粧品セット	40	9,073	2,340	25.8%	3,987	44.0%	...	52.5%
2021	モイスト 化粧品セット	50	15,025	3,698	24.6%	6,789	45.2%	...	52.2%
2021	モイスト 化粧品セット	60	13,681	3,472	25.4%	6,109	44.6%	...	51.0%
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



利用するデータファイル①

データファイル名

経過月別フロー離脱分析(顧客×商品)用

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
1	顧客ID-商品ID	テキスト	●	-	○	-
2	顧客ID	テキスト	-	-	○	-
3	初回購入種別	テキスト	-	-	○	-
4	初回購入商品ID	テキスト	-	-	○	-
5	初回購入商品品番	テキスト	-	-	○	-
6	初回購入商品名	テキスト	-	-	●	-
7	初回購入商品カテゴリ名	日付	-	-	○	-
8	購入年月日	テキスト	-	●	-	-
9	購入年	テキスト	-	-	●	-
10	購入月	テキスト	-	-	○	-
11	購入日	テキスト	-	-	○	-
12	初回購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
13	1ヶ月目継続者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
14	1ヶ月目離脱者数-計算用	テキスト	-	-	-	●

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
15	1ヶ月目保留者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
16	2ヶ月目継続者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
17	2ヶ月目離脱者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
18	2ヶ月目保留者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
19	3ヶ月目継続者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
20	3ヶ月目離脱者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
21	3ヶ月目保留者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
22	4ヶ月目継続者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
23	4ヶ月目離脱者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
24	4ヶ月目保留者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
25	5ヶ月目継続者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
26	5ヶ月目離脱者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
27	5ヶ月目保留者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
28	6ヶ月目継続者数-計算用	テキスト	-	-	-	○

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります



利用するデータファイル②

データファイル名

経過月別フロー離脱分析(顧客×商品)用

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
29	6ヶ月目離脱者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
30	6ヶ月目保留者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
31	9ヶ月目継続者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
32	9ヶ月目離脱者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
33	9ヶ月目保留者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
34	12ヶ月目継続者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
35	12ヶ月目離脱者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
36	12ヶ月目保留者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
37	18ヶ月目継続者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
38	18ヶ月目離脱者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
39	18ヶ月目保留者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
40	24ヶ月目継続者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
41	24ヶ月目離脱者数-計算用	テキスト	-	-	-	○

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
42	24ヶ月目保留者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
43	性別	テキスト	-	-	○	-
44	年代	テキスト	-	-	○	-
45	年齢	整数	-	-	○	-
46	エリア	テキスト	-	-	○	-
47	都道府県	テキスト	-	-	○	-
48	会員種別	テキスト	-	-	○	-
49	会員ランク	テキスト	-	-	○	-
50	職業	テキスト	-	-	○	-
51	初回接触媒体名	テキスト	-	-	○	-
52	最終購入媒体名	テキスト	-	-	○	-
53	顧客ラベル	テキスト	-	-	○	-
54	定期周期	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
アプローチすべき タイミングの把握	17	お試し購入からの 定期購入転換タイミング分析



実現できること



お試し商品購入から**何日後に定期商品購入に至ったのかを可視化し、定期購入に転換しやすいタイミングを把握**する

これまで

お試し購入年	お試し購入月	お試し購入者数	定期購入者数	定期購入者数 (12週後)
2021	1		...	
2021	2		???	...
2021	3		...	
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

お試し商品購入から定期商品購入に至ったタイミングを可視化できておらず、**改善箇所の把握、および、効果的な施策を実施することができていない**

これから

お試し購入年	お試し購入月	お試し購入者数	定期購入者数	定期購入者数 (12週後)
2021	1	61,000	16,470	735
2021	2	59,800	15,120	388
2021	3	60,300	12,390	553
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

お試し商品購入から定期商品購入に至ったタイミングを可視化することで、**改善箇所を把握し、効果的な施策の実施/検証を行うことができる**



本レポートで確認可能な代表的な項目

NO	項目
1	お試し購入年
2	お試し購入年/月

etc...



レポート：NO2『お試し購入年/月』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/12/31

お試し購入年	お試し購入月	お試し購入者数	定期購入者数	定期転換率	定期転換までの平均タイミング(週)	定期購入者数(当週)	定期購入者数(1週後)	...	定期購入者数(12週後)
2021	1	61,000	16,470	27.0%	4.1	2,300	1,985	...	735
2021	2	59,800	15,847	26.5%	3.9	2,120	1,789	...	582
2021	3	60,300	16,462	27.3%	4.2	2,115	1,670	...	553
2021	4	61,120	17,175	28.1%	4.3	2,230	1,780	...	659
2021	5	59,890	15,691	26.2%	3.8	2,245	1,695	...	528
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



利用するデータファイル

データファイル名

お試し購入からの定期購入転換タイミング分析用

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
1	顧客ID-お試し商品ID	テキスト	●	-	-	-
2	顧客ID	テキスト	-	-	-	○
3	お試し購入年月日	テキスト	-	●	-	-
4	お試し購入年	テキスト	-	-	●	-
5	お試し購入月	テキスト	-	-	●	-
6	お試し購入日	テキスト	-	-	○	-
7	お試し購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
8	定期転換までの平均タイミング(月)-計算用	整数	-	-	-	○
9	定期転換までの平均タイミング(週)-計算用	整数	-	-	-	●
10	定期転換までの平均タイミング(日)-計算用	整数	-	-	-	○
11	定期購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
12	定期購入者数(当週)-計算用	テキスト	-	-	-	●
13	定期購入者数(1週後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
14	定期購入者数(2週後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
15	定期購入者数(3週後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
16	定期購入者数(4週後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
17	定期購入者数(5週後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
18	定期購入者数(6週後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
19	定期購入者数(7週後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
20	定期購入者数(8週後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
21	定期購入者数(9週後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
22	定期購入者数(10週後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
23	定期購入者数(11週後)-計算用	テキスト	-	-	-	●

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
24	定期購入者数(12週後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
25	性別	テキスト	-	-	○	-
26	年代	テキスト	-	-	○	-
27	年齢	整数	-	-	○	-
28	エリア	テキスト	-	-	○	-
29	都道府県	テキスト	-	-	○	-
30	会員種別	テキスト	-	-	○	-
31	会員ランク	テキスト	-	-	○	-
32	職業	テキスト	-	-	○	-
33	初回接触媒体名	テキスト	-	-	○	-
34	最終購入媒体名	テキスト	-	-	○	-
35	顧客ラベル	テキスト	-	-	○	-
36	定期周期	テキスト	-	-	○	-
37	初回お試し購入商品ID	テキスト	-	-	○	-
38	初回お試し購入商品名	テキスト	-	-	○	-
39	初回お試し購入商品カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
40	初回お試し購入商品カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
41	初回お試し購入商品サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	○	-
42	初回お試し購入商品サブカテゴリ名_1	テキスト	-	-	○	-
43	初回お試し購入商品サブカテゴリID_2	テキスト	-	-	○	-
44	初回お試し購入商品サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
45	初回お試し購入商品カラー	テキスト	-	-	○	-
46	初回お試し購入商品サイズ	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
アプローチすべき タイミングの把握	18	初回購入からの 定期購入転換タイミング分析



実現できること



初回購入から**何日後に定期商品購入に至ったのかを可視化し、定期購入に転換しやすいタイミングを把握**する

これまで

初回購入年	初回購入月	初回購入者数	定期購入者数	定期購入者数 (12週後)
2021	1		...	
2021	2		???	...
2021	3		...	

初回購入から定期商品購入に至ったタイミングを可視化できておらず、**改善箇所の把握、および、効果的な施策を実施することができていない**

これから

初回購入年	初回購入月	初回購入者数	定期購入者数	定期購入者数 (12週後)
2021	1	50,100	20,443	2,230
2021	2	49,855	19,194	1,900
2021	3	49,900	19,511	2,010

初回購入から定期商品購入に至ったタイミングを可視化することで、**改善箇所を把握し、効果的な施策の実施/検証を行うことができる**



本レポートで確認可能な代表的な項目

NO	項目
1	初回購入年/月
2	初回購入年/月 × 性別
3	初回購入年/月 × 年代
4	初回購入年/月 × エリア

NO	項目
5	初回購入年/月 × 都道府県
6	初回購入年/月 × 初回定期購入商品
7	初回購入年/月 × 初回定期購入商品カテゴリ
8	初回購入年/月 × 初回定期購入商品サブカテゴリ

etc...



レポート：NO1『初回購入年/月』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/12/31

初回購入年	初回購入月	初回購入者数	定期購入者数	定期転換率	定期転換までの平均タイミング(週)	定期購入者数(当週)	定期購入者数(1週後)	...	定期購入者数(12週後)
2021	1	50,100	20,443	40.8%	3.8	10	5,190	...	2,230
2021	2	49,855	19,194	38.5%	3.6	13	5,100	...	1,900
2021	3	49,900	19,511	39.1%	3.7	15	4,975	...	2,010
2021	4	50,120	19,647	39.2%	3.9	15	4,890	...	2,015
2021	5	49,870	19,200	38.5%	3.8	20	4,800	...	2,020
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



利用するデータファイル

データファイル名

初回購入からの定期購入転換タイミング分析用

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
1	顧客ID-初回購入商品ID	テキスト	●	-	-	-
2	顧客ID	テキスト	-	-	-	○
3	初回購入年月日	テキスト	-	●	-	-
4	初回購入年	テキスト	-	-	●	-
5	初回購入月	テキスト	-	-	●	-
6	初回購入日	テキスト	-	-	○	-
7	初回購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
8	定期転換までの平均タイミング(月)-計算用	整数	-	-	-	○
9	定期転換までの平均タイミング(週)-計算用	整数	-	-	-	●
10	定期転換までの平均タイミング(日)-計算用	整数	-	-	-	○
11	定期購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
12	定期購入者数(当週)-計算用	テキスト	-	-	-	●
13	定期購入者数(1週後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
14	定期購入者数(2週後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
15	定期購入者数(3週後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
16	定期購入者数(4週後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
17	定期購入者数(5週後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
18	定期購入者数(6週後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
19	定期購入者数(7週後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
20	定期購入者数(8週後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
21	定期購入者数(9週後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
22	定期購入者数(10週後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
23	定期購入者数(11週後)-計算用	テキスト	-	-	-	●

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
24	定期購入者数(12週後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
25	性別	テキスト	-	-	○	-
26	年代	テキスト	-	-	○	-
27	年齢	整数	-	-	○	-
28	エリア	テキスト	-	-	○	-
29	都道府県	テキスト	-	-	○	-
30	会員種別	テキスト	-	-	○	-
31	会員ランク	テキスト	-	-	○	-
32	職業	テキスト	-	-	○	-
33	初回接触媒体名	テキスト	-	-	○	-
34	最終購入媒体名	テキスト	-	-	○	-
35	顧客ラベル	テキスト	-	-	○	-
36	定期周期	テキスト	-	-	○	-
37	初回購入商品ID	テキスト	-	-	○	-
38	初回購入商品名	テキスト	-	-	○	-
39	初回購入商品カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
40	初回購入商品カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
41	初回購入商品サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	○	-
42	初回購入商品サブカテゴリ名_1	テキスト	-	-	○	-
43	初回購入商品サブカテゴリID_2	テキスト	-	-	○	-
44	初回購入商品サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
45	初回購入商品カラー	テキスト	-	-	○	-
46	初回購入商品サイズ	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
アプローチすべき タイミングの把握	19	初回定期購入からの 追加定期購入タイミング分析



実現できること



初回定期購入から**何日後に追加定期商品購入に至ったのかを可視化し、追加定期購入に転換しやすいタイミングを把握**する

これまで

初回定期購入年	初回定期購入月	初回定期購入者数	追加定期購入者数	追加定期購入者数 (12ヶ月後)
2021	1			...
2021	2		???	...
2021	3			...
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

初回定期購入から追加定期商品購入に至ったタイミングを可視化できておらず、**改善箇所の把握、および、効果的な施策を実施することができていない**

これから

初回定期購入年	初回定期購入月	初回定期購入者数	追加定期購入者数	追加定期購入者数 (12ヶ月後)
2021	1	30,000	6,010	4,010
2021	2	30,600	6,210	3,980
2021	3	29,400	5,980	4,015
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

初回定期購入から追加定期商品購入に至ったタイミングを可視化することで、**改善箇所を把握し、効果的な施策の実施/検証を行うことができる**



本レポートで確認可能な代表的な項目

NO	項目
1	初回定期購入年/月
2	初回定期購入年/月 × 性別
3	初回定期購入年/月 × 年代
4	初回定期購入年/月 × エリア
5	初回定期購入年/月 × 都道府県

NO	項目
6	初回定期購入年/月 × 初回定期購入商品
7	初回定期購入年/月 × 初回定期購入商品カテゴリ
8	初回定期購入年/月 × 初回定期購入商品サブカテゴリ
9	初回定期購入年/月 × 初回定期購入商品 × 初回定期購入商品カテゴリ
10	初回定期購入年/月 × 初回定期購入商品 × 初回定期購入商品カテゴリ × 初回定期購入商品サブカテゴリ

etc...



レポート：NO1『初回定期購入年/月』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/12/31

初回定期購入年	初回定期購入月	初回定期購入者数	追加定期購入者数	追加定期転換率	追加定期転換までの平均タイミング(月)	追加定期購入者数(当月)	追加定期購入者数(12ヶ月後)
2021	1	30,000	6,010	20.0%	5.2	101	4,010
2021	2	30,600	6,210	20.3%	5.5	102	3,980
2021	3	29,400	5,980	20.3%	6.1	98	4,015
2021	4	29,100	5,620	19.3%	5.7	97	4,023
2021	5	30,300	5,998	19.8%	4.9	101	3,978
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



レポート：NO6『初回定期購入年/月 × 初回定期購入商品』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/12/31

初回定期購入年	初回定期購入月	初回定期購入商品	初回定期購入者数	追加定期購入者数	追加定期転換率	追加定期転換までの平均タイミング(月)	追加定期購入者数(12ヶ月後)
2021	1	黒糖スムージー	1,500	289	19.3%	5.2	22
2021	1	雑穀米	2,580	499	19.3%	5.5	22
2021	1	コラーゲンゼリー	2,760	523	18.9%	6.1	23
2021	1	野菜スムージー	1,350	265	19.6%	5.7	22
2021	1	高麗人参ゼリー	1,680	336	20.0%	4.9	21
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



レポート：NO9『初回定期購入年/月 × 初回定期購入商品 × 初回定期購入商品カテゴリ』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/12/31

初回定期購入年	初回定期購入月	初回定期購入商品	初回定期購入商品カテゴリ	初回定期購入者数	追加定期購入者数	追加定期転換率	追加定期転換までの平均タイミング(月)	追加定期購入者数(12ヶ月後)
2021	1	黒糖スムージー	食品	1,500	289	19.3%	5.2	22
2021	1	雑穀米	食品	2,580	499	19.3%	5.5	22
2021	1	コラーゲンゼリー	食品	2,760	523	18.9%	6.1	23
2021	1	野菜スムージー	食品	1,350	523	19.6%	5.7	22
2021	1	高麗人参ゼリー	食品	1,680	336	20.0%	4.9	21
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



レポート : NO10『初回定期購入年/月 × 初回定期購入商品 × 初回定期購入商品カテゴリ × 初回定期購入商品サブカテゴリ』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/12/31

初回定期購入年	初回定期購入月	初回定期購入商品	初回定期購入商品カテゴリ	初回定期購入商品サブカテゴリ	初回定期購入者数	追加定期購入者数	追加定期転換率	追加定期購入者数(12ヶ月後)
2021	1	黒糖スムージー	食品	健康食品	1,500	289	19.3%	22
2021	1	雑穀米	食品	健康食品	2,580	499	19.3%	22
2021	1	コラーゲンゼリー	食品	健康食品	2,760	523	18.9%	23
2021	1	野菜スムージー	食品	健康食品	1,350	265	19.6%	22
2021	1	高麗人参ゼリー	食品	健康食品	1,680	336	20.0%	21
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



利用するデータファイル

データファイル名

初回定期購入からの追加定期購入タイミング分析用

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
1	顧客ID-初回定期購入商品ID	テキスト	●	●	-	-
2	顧客ID	テキスト	-	-	-	○
3	初回定期購入年月日	テキスト	-	-	●	-
4	初回定期購入年	テキスト	-	-	●	-
5	初回定期購入月	テキスト	-	-	●	-
6	初回定期購入日	テキスト	-	-	-	○
7	初回定期購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
8	追加定期転換までの平均タイミング(月)-計算用	整数	-	-	-	●
9	追加定期転換までの平均タイミング(週)-計算用	整数	-	-	-	○
10	追加定期転換までの平均タイミング(日)-計算用	整数	-	-	-	○
11	追加定期購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
12	追加定期購入者数(当月)-計算用	テキスト	-	-	-	●
13	追加定期購入者数(1ヶ月後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
14	追加定期購入者数(2ヶ月後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
15	追加定期購入者数(3ヶ月後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
16	追加定期購入者数(4ヶ月後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
17	追加定期購入者数(5ヶ月後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
18	追加定期購入者数(6ヶ月後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
19	追加定期購入者数(7ヶ月後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
20	追加定期購入者数(8ヶ月後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
21	追加定期購入者数(9ヶ月後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
22	追加定期購入者数(10ヶ月後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
23	追加定期購入者数(11ヶ月後)-計算用	テキスト	-	-	-	●

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
24	追加定期購入者数(12ヶ月後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
25	性別	テキスト	-	-	○	-
26	年代	テキスト	-	-	○	-
27	年齢	整数	-	-	○	-
28	エリア	テキスト	-	-	○	-
29	都道府県	テキスト	-	-	○	-
30	会員種別	テキスト	-	-	○	-
31	会員ランク	テキスト	-	-	○	-
32	職業	テキスト	-	-	○	-
33	初回接触媒体名	テキスト	-	-	○	-
34	最終購入媒体名	テキスト	-	-	○	-
35	顧客ラベル	テキスト	-	-	○	-
36	定期周期	テキスト	-	-	○	-
37	初回定期購入商品ID	テキスト	-	-	○	-
38	初回定期購入商品名	テキスト	-	-	○	-
39	初回定期購入商品カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
40	初回定期購入商品カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
41	初回定期購入商品サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	○	-
42	初回定期購入商品サブカテゴリ名_1	テキスト	-	-	○	-
43	初回定期購入商品サブカテゴリID_2	テキスト	-	-	○	-
44	初回定期購入商品サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
45	初回定期購入商品カラー	テキスト	-	-	○	-
46	初回定期購入商品サイズ	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
アプローチすべき タイミングの把握	20	定期購入からの解約タイミング分析



実現できること



定期購入から**何日後に解約に至ったのかを可視化し、**
解約に転換しやすいタイミングを把握する

これまで

定期購入年	定期購入月	定期購入者数	解約者数	解約者数 (12週後)
2021	1		...	
2021	2		???	...
2021	3		...	
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

定期購入から解約に至ったタイミングを可視化できておらず、**改善箇所の把握**、および、**効果的な施策を実施することができていない**

これから

定期購入年	定期購入月	定期購入者数	解約者数	解約者数 (12週後)
2021	1	31,220	16,234	50
2021	2	29,890	15,244	48
2021	3	31,040	16,606	52
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

定期購入から解約に至ったタイミングを可視化することで、**改善箇所を把握し、効果的な施策の実施/検証を行うことができる**



本レポートで確認可能な代表的な項目

NO	項目
1	定期購入年/月
2	定期購入年/月 × 性別
3	定期購入年/月 × 年代
4	定期購入年/月 × エリア
5	定期購入年/月 × 都道府県

NO	項目
6	定期購入年/月 × 定期購入商品
7	定期購入年/月 × 定期購入商品カテゴリ
8	定期購入年/月 × 定期購入商品サブカテゴリ
9	定期購入年/月 × 定期購入商品 × 定期購入商品カテゴリ
10	定期購入年/月 × 定期購入商品 × 定期購入商品カテゴリ × 定期購入商品サブカテゴリ

etc...



レポート：NO1『定期購入年/月』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/12/31

定期購入年	定期購入月	定期購入者数	解約者数	解約率	解約までの平均タイミング(週)	解約者数(当週)	...	解約者数(12週後)
2021	1	31,220	2,120	6.8%	5.4	110	...	50
2021	2	29,890	1,960	6.5%	5.7	107	...	48
2021	3	31,040	2,443	7.8%	5.1	145	...	52
2021	4	30,760	2,278	7.4%	4.9	130	...	46
2021	5	29,980	1,948	6.5%	5.3	96	...	47
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります

レポート：NO6『定期購入年/月 × 定期購入商品』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/12/31

定期購入年	定期購入月	定期購入商品	定期購入者数	解約者数	解約率	解約までの平均タイミング(週)	解約者数(12週後)
2021	1	黒糖スムージー	1,561	101	6.5%	5.4	4
2021	1	雑穀米	2,685	182	6.8%	4.3	5
2021	1	コラーゲンゼリー	2,872	192	6.7%	6.0	3
2021	1	野菜スムージー	1,405	112	8.1%	5.4	3
2021	1	高麗人参ゼリー	1,748	136	7.8%	5.5	4
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



レポート : NO9『定期購入年/月 × 定期購入商品 × 定期購入商品カテゴリ』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/12/31

定期購入年	定期購入月	定期購入商品	定期購入商品カテゴリ	定期購入者数	解約者数	解約率	解約までの平均タイミング(週)	解約者数(12週後)
2021	1	黒糖スムージー	食品	1,561	101	6.5%	5.4	4
2021	1	雑穀米	食品	2,685	182	6.8%	4.3	5
2021	1	コラーゲンゼリー	食品	2,872	192	6.7%	6.0	3
2021	1	野菜スムージー	食品	1,405	112	8.1%	5.4	3
2021	1	高麗人参ゼリー	食品	1,748	136	7.8%	5.5	4
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



レポート：NO10『定期購入年/月 × 定期購入商品 × 定期購入商品カテゴリ × 定期購入商品サブカテゴリ』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/12/31

定期購入年	定期購入月	定期購入商品	定期購入商品カテゴリ	定期購入商品サブカテゴリ	定期購入者数	解約者数	解約率	...	解約者数 (12週後)
2021	1	黒糖スムージー	食品	健康食品	1,561	101	6.5%	...	4
2021	1	雑穀米	食品	健康食品	2,685	182	6.8%	...	5
2021	1	コラーゲンゼリー	食品	健康食品	2,872	192	6.7%	...	3
2021	1	野菜スムージー	食品	健康食品	1,405	112	8.1%	...	3
2021	1	高麗人参ゼリー	食品	健康食品	1,748	136	7.8%	...	4
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



利用するデータファイル

データファイル名

定期購入からの解約タイミング分析用

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
1	顧客ID-定期購入商品ID	テキスト	●	-	-	-
2	顧客ID	テキスト	-	-	-	○
3	定期購入年月日	テキスト	-	●	-	-
4	定期購入年	テキスト	-	-	●	-
5	定期購入月	テキスト	-	-	●	-
6	定期購入日	テキスト	-	-	○	-
7	定期購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
8	解約までの平均タイミング(月)-計算用	整数	-	-	-	○
9	解約までの平均タイミング(週)-計算用	整数	-	-	-	●
10	解約までの平均タイミング(日)-計算用	整数	-	-	-	○
11	解約者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
12	解約者数(当月)-計算用	テキスト	-	-	-	●
13	解約者数(1ヶ月後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
14	解約者数(2ヶ月後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
15	解約者数(3ヶ月後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
16	解約者数(4ヶ月後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
17	解約者数(5ヶ月後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
18	解約者数(6ヶ月後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
19	解約者数(7ヶ月後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
20	解約者数(8ヶ月後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
21	解約者数(9ヶ月後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
22	解約者数(10ヶ月後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
23	解約者数(11ヶ月後)-計算用	テキスト	-	-	-	●

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
24	解約者数(12ヶ月後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
25	性別	テキスト	-	-	○	-
26	年代	テキスト	-	-	○	-
27	年齢	整数	-	-	○	-
28	エリア	テキスト	-	-	○	-
29	都道府県	テキスト	-	-	○	-
30	会員種別	テキスト	-	-	○	-
31	会員ランク	テキスト	-	-	○	-
32	職業	テキスト	-	-	○	-
33	初回接触媒体名	テキスト	-	-	○	-
34	最終購入媒体名	テキスト	-	-	○	-
35	顧客ラベル	テキスト	-	-	○	-
36	定期周期	テキスト	-	-	○	-
37	定期購入商品ID	テキスト	-	-	○	-
38	定期購入商品名	テキスト	-	-	○	-
39	定期購入商品カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
40	定期購入商品カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
41	定期購入商品サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	○	-
42	定期購入商品サブカテゴリ名_1	テキスト	-	-	○	-
43	定期購入商品サブカテゴリID_2	テキスト	-	-	○	-
44	定期購入商品サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
45	定期購入商品カラー	テキスト	-	-	○	-
46	定期購入商品サイズ	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
アプローチすべき商品の把握	21	初回定期購入からの追加定期購入商品組み合わせ分析



実現できること



初回定期購入と追加定期購入で**頻出する商品の組み合わせを可視化し、追加定期購入させる適切な商品を把握**する

これまで

初回定期購入商品名	追加定期購入商品名	追加定期購入者数	追加定期購入金額
黒糖スムージー	黒酢ドリンク		
雑穀米	フルーツ青汁	???	
コラーゲンゼリー	ビタミンCドリンク		

初回と追加の定期購入で頻出する商品の組み合わせを可視化できておらず、**改善箇所の把握、および、効果的な施策を実施することができていない**

これから

初回定期購入商品名	追加定期購入商品名	追加定期購入者数	追加定期購入金額
黒糖スムージー	黒酢ドリンク	120	696,000
雑穀米	フルーツ青汁	53	260,760
コラーゲンゼリー	ビタミンCドリンク	58	231,942

初回と追加の定期購入で頻出する商品の組み合わせを可視化することで、**改善箇所を把握し、効果的な施策の実施/検証を行うことができる**



本レポートで確認可能な代表的な項目

NO	項目
1	初回定期購入商品名 × 追加定期購入商品名
2	初回定期購入商品名 × 追加定期購入商品名 × 性別
3	初回定期購入商品名 × 追加定期購入商品名 × 年代

etc...



レポート：NO1『初回定期購入商品名 × 追加定期購入商品名』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/1/31

初回定期購入商品名	追加定期購入商品名	追加定期購入者数	追加定期購入金額
黒糖スムージー	黒酢ドリンク	120	696,000
雑穀米	フルーツ青汁	53	260,760
コラーゲンゼリー	ビタミンCドリンク	58	231,942
野菜スムージー	ソイプロテイン	78	491,400
高麗人参ゼリー	乳酸菌サプリメント	81	583,200
⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



利用するデータファイル

データファイル名

初回定期購入からの追加定期購入商品組み合わせ分析用

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
1	顧客ID	テキスト	●	-	-	-
2	初回定期購入年月日	日付	-	●	-	-
3	初回定期購入年	テキスト	-	-	○	-
4	初回定期購入月	テキスト	-	-	○	-
5	初回定期購入日	テキスト	-	-	○	-
6	初回定期購入商品ID	テキスト	-	-	○	-
7	初回定期購入商品品番	テキスト	-	-	○	-
8	初回定期購入商品名	テキスト	-	-	●	-
9	初回定期購入商品カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
10	初回定期購入商品カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
11	初回定期購入商品サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	○	-
12	初回定期購入商品サブカテゴリ名_1	テキスト	-	-	○	-
13	初回定期購入商品サブカテゴリID_2	テキスト	-	-	○	-
14	初回定期購入商品サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
15	初回定期購入商品カラー	テキスト	-	-	○	-
16	初回定期購入商品サイズ	テキスト	-	-	○	-
17	追加定期購入商品ID	テキスト	-	-	○	-
18	追加定期購入商品名	テキスト	-	-	●	-
19	追加定期購入商品カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
20	追加定期購入商品カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
21	追加定期購入商品サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	○	-
22	追加定期購入商品サブカテゴリ名_1	テキスト	-	-	○	-
23	追加定期購入商品サブカテゴリID_2	テキスト	-	-	○	-
24	追加定期購入商品サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
25	追加定期購入商品カラー	テキスト	-	-	○	-
26	追加定期購入商品サイズ	テキスト	-	-	○	-
27	追加定期購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
28	追加定期購入金額-計算用	整数	-	-	-	●
29	性別	テキスト	-	-	○	-
30	年代	テキスト	-	-	○	-
31	年齢	整数	-	-	○	-
32	エリア	テキスト	-	-	○	-
33	都道府県	テキスト	-	-	○	-
34	会員種別	テキスト	-	-	○	-
35	会員ランク	テキスト	-	-	○	-
36	職業	テキスト	-	-	○	-
37	初回接触媒体名	テキスト	-	-	○	-
38	最終購入媒体名	テキスト	-	-	○	-
39	顧客ラベル	テキスト	-	-	○	-
40	定期周期	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
アプローチすべき商品の把握	22	同時購入商品分析



実現できること



同時購入されやすい商品の組み合わせを可視化し、
最適な商品の組み合わせを把握する

これまで

購入商品名	同時購入商品名	同時購入者数	同時購入金額
黒糖スムージー	黒酢ドリンク		
雑穀米	フルーツ青汁	???	
コラーゲンゼリー	ビタミンCドリンク		

同時購入されやすい商品の組み合わせを可視化できておらず、改善箇所の把握、および、効果的な施策を実施することができていない

これから

購入商品名	同時購入商品名	同時購入者数	同時購入金額
黒糖スムージー	黒酢ドリンク	1,831	16,479,000
雑穀米	フルーツ青汁	1,756	14,048,000
コラーゲンゼリー	ビタミンCドリンク	1,821	10,920,430

同時購入されやすい商品の組み合わせを可視化することで、改善箇所を把握し、効果的な施策の実施/検証を行うことができる



本レポートで確認可能な代表的な項目

NO	項目
1	購入年 × 購入商品名 × 同時購入商品名
2	購入年 × 購入商品カテゴリ名 × 同時購入商品カテゴリ名
3	購入商品名 × 同時購入商品名

etc...

レポート：NO3『購入商品名 × 同時購入商品名』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/1/31

購入商品名	同時購入商品名	同時購入者数	同時購入金額
黒糖スムージー	黒酢ドリンク	1,831	16,479,000
雑穀米	フルーツ青汁	1,756	14,048,000
コラーゲンゼリー	ビタミンCドリンク	1,821	10,920,430
野菜スムージー	ソイプロテイン	1,844	11,064,570
高麗人参ゼリー	乳酸菌サプリメント	1,798	12,586,000
⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



利用するデータファイル

データファイル名

同時購入商品分析用

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
1	受注ID-購入商品ID-同時購入商品ID	テキスト	●	-	-	-
2	受注年月日	日付	-	●	-	-
3	受注年	テキスト	-	-	●	-
4	受注月	テキスト	-	-	●	-
5	受注日	テキスト	-	-	●	-
6	受注ID	テキスト	-	-	●	-
7	顧客ID	テキスト	-	-	●	-
8	購入商品ID	テキスト	-	-	●	-
9	購入商品品番	テキスト	-	-	○	-
10	購入商品名	テキスト	-	-	●	-
11	購入商品カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
12	購入商品カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
13	購入商品サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	○	-
14	購入商品サブカテゴリ名_1	テキスト	-	-	○	-
15	購入商品サブカテゴリID_2	テキスト	-	-	○	-
16	購入商品サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
17	購入商品カラー	テキスト	-	-	○	-
18	購入商品サイズ	テキスト	-	-	○	-
19	同時購入商品ID	テキスト	-	-	●	-
20	同時購入商品名	テキスト	-	-	●	-
21	同時購入商品カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
22	同時購入商品カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
23	同時購入商品サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	○	-
24	同時購入商品サブカテゴリ名_1	テキスト	-	-	○	-
25	同時購入商品サブカテゴリID_2	テキスト	-	-	○	-
26	同時購入商品サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
27	同時購入商品カラー	テキスト	-	-	○	-
28	同時購入商品サイズ	テキスト	-	-	○	-
29	同時購入数-計算用	テキスト	-	-	-	○
30	同時購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
31	同時購入金額-計算用	整数	-	-	-	●
32	性別	テキスト	-	-	○	-
33	年代	テキスト	-	-	○	-
34	年齢	整数	-	-	○	-
35	エリア	テキスト	-	-	○	-
36	都道府県	テキスト	-	-	○	-
37	会員種別	テキスト	-	-	○	-
38	会員ランク	テキスト	-	-	○	-
39	職業	テキスト	-	-	○	-
40	初回接触媒体名	テキスト	-	-	○	-
41	最終購入媒体名	テキスト	-	-	○	-
42	顧客ラベル	テキスト	-	-	○	-
43	定期周期	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
アプローチすべき商品の把握	23	商品別の閲覧購入状況分析



実現できること



各商品ごとに**閲覧数や購入数などを可視化し、
閲覧購入状況を把握**する

これまで

商品名	PV数	PV数(PC)	売上金額(モバイル) [前年同月]
モイスト化粧品セット			...
リフトエッセンス		???	...
スペシャルケアセット			...
⋮	⋮	⋮	⋮

商品ごとに閲覧数や購入数などを可視化できておらず、**改善箇所の把握**、および、**効果的な施策を実施することができていない**

これから

商品名	PV数	PV数(PC)	売上金額(モバイル) [前年同月]
モイスト化粧品セット	10,120	8,015	2,548,150
リフトエッセンス	11,436	9,057	2,879,410
スペシャルケアセット	11,132	8,817	2,802,965
⋮	⋮	⋮	⋮

商品ごとに閲覧数や購入数などを可視化することで、**改善箇所を把握し、効果的な施策の実施/検証を行うことができる**



本レポートで確認可能な代表的な項目

NO	項目
1	商品名
2	ブランド名
3	カテゴリ名
4	サブカテゴリ名_1
5	サブカテゴリ名_2
6	カラー

etc...



レポート：NO1『商品名』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/12/31

商品名	PV数	PV数(PC)	PV数(モバイル)	CV数	CV数(PC)	CV数(モバイル)	売上金額	売上金額 (モバイル) [前年同月]
モイスト化粧品セット	10,120	8,015	2,105	1,243	985	258	5,096,300	2,548,150
リフトエッセンス	11,436	9,057	2,379	1,405	1,113	292	5,758,819	2,879,410
スペシャルケアセット	11,132	8,817	2,315	1,367	1,084	284	5,605,930	2,802,965
ボタニカルピュアオイル	9,816	7,774	2,042	1,206	955	250	4,943,411	2,471,706
モイスチャークリーム	9,513	7,534	1,979	1,168	926	243	4,790,522	2,395,261
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



利用するデータファイル①

データファイル名

商品別の閲覧購入状況分析用

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
1	年月日-商品ID	テキスト	●	-	-	-
2	年月日	日付	-	●	-	-
3	時間帯	テキスト	-	-	○	-
4	商品ID	テキスト	-	-	○	-
5	品番	テキスト	-	-	○	-
6	商品名	テキスト	-	-	●	-
7	カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
8	カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
9	サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	○	-
10	サブカテゴリ名_1	テキスト	-	-	○	-
11	サブカテゴリID_2	テキスト	-	-	○	-
12	サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
13	カラー	テキスト	-	-	○	-

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
14	サイズ	テキスト	-	-	○	-
15	デバイスカテゴリ	テキスト	-	-	○	-
16	ページURL(パラメータ付き)	テキスト	-	-	○	-
17	ページURL	テキスト	-	-	○	-
18	ページタイトル	テキスト	-	-	○	-
19	ページ滞在時間-計算用	整数	-	-	○	-
20	PV数-計算用	整数	-	-	-	●
21	PV数(PC)-計算用	整数	-	-	-	●
22	PV数(モバイル)-計算用	整数	-	-	-	●
23	PV数(タブレット)-計算用	整数	-	-	-	○
24	UU数-計算用	整数	-	-	-	○
25	UU数(PC)-計算用	整数	-	-	-	○
26	UU数(モバイル)-計算用	整数	-	-	-	○

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります



利用するデータファイル②

データファイル名

商品別の閲覧購入状況分析用

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
27	UU数(タブレット)-計算用	整数	-	-	-	○
28	購入数-計算用	整数	-	-	-	●
29	購入数(PC)-計算用	整数	-	-	-	●
30	購入数(モバイル)-計算用	整数	-	-	-	●
31	購入数(タブレット)-計算用	整数	-	-	-	○
32	売上金額-計算用	整数	-	-	-	●
33	売上金額(PC)-計算用	整数	-	-	-	●
34	売上金額(モバイル)-計算用	整数	-	-	-	●
35	売上金額(タブレット)-計算用	整数	-	-	-	○
36	PV数-計算用[前年同日]	整数	-	-	-	○
37	PV数(PC)-計算用[前年同日]	整数	-	-	-	○
38	PV数(モバイル)-計算用[前年同日]	整数	-	-	-	○
39	PV数(タブレット)-計算用[前年同日]	整数	-	-	-	○

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
40	UU数-計算用[前年同日]	整数	-	-	-	○
41	UU数(PC)-計算用[前年同日]	整数	-	-	-	○
42	UU数(モバイル)-計算用[前年同日]	整数	-	-	-	○
43	UU数(タブレット)-計算用[前年同日]	整数	-	-	-	○
44	購入数-計算用[前年同日]	整数	-	-	-	○
45	購入数(PC)-計算用[前年同日]	整数	-	-	-	○
46	購入数(モバイル)-計算用[前年同日]	整数	-	-	-	○
47	購入数(タブレット)-計算用[前年同日]	整数	-	-	-	○
48	売上金額-計算用[前年同日]	整数	-	-	-	○
49	売上金額(PC)-計算用[前年同日]	整数	-	-	-	○
50	売上金額(モバイル)-計算用[前年同日]	整数	-	-	-	○
51	売上金額(タブレット)-計算用[前年同日]	整数	-	-	-	○

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります



BI 分析一覧②

目的	分析分類	#	分析名	分析を通して実現できること	対象ページ	
サイトアクセス分析をしたい	アクセス状況の可視化	24	ページアクセス分析	サイト全体のアクセス状況を可視化し、改善すべきページを把握する	P151~154	
		25	ランディングページ分析	ランディングページ別にセッション数やCV数などを可視化し、改善すべきページを把握する	P155~159	
		26	流入時間帯分析	流入時間帯別にセッション数やCV数などを可視化し、流入状況を把握する	P160~164	
	アプリ利用状況の可視化	27	アプリ利用状況分析	アプリを利用している顧客の利用状況を可視化し、アプリ利用率を高めるための要因を把握する	P165~169	
		利用デバイスの可視化	28	利用デバイス分析	利用デバイス別に顧客数やCVRなどを可視化し、デバイスによるCVRの差分とその要因を把握する	P170~174
			29	ブラウザ利用状況分析	ブラウザ別にセッション数やCV数などを可視化し、改善すべきデバイスのUXを把握する	P175~179
		30	デバイスOS分析	OS別にセッション数やCV数などを可視化し、改善すべきページを把握する	P180~184	
施策効果を可視化したい	広告効果の可視化	31	流入チャネル別CVR分析	流入チャネル別にCVRの変動を可視化し、広告運用を最適化する	P186~193	
		32	流入チャネル別一気通貫分析	セッションから売上までを一気通貫で可視化し、売上に寄与する広告を把握する	P194~201	
		33	アトリビューション分析	直接CVのみではなく、間接CVも含めた広告の成果を可視化し、売上に寄与する広告を把握する	P202~209	
		34	月次広告媒体別CPA分析	月×広告媒体別にCV数やLTVなどを可視化し、広告運用を最適化させる	P210~214	
		35	日次広告媒体別CPA分析	日×広告媒体別にCV数やLTVなどを可視化し、広告運用を最適化させる	P215~219	
		36	月次広告キャンペーン別CPA分析	月×広告キャンペーン別にCV数やLTVなどを可視化し、広告運用を最適化させる	P220~224	
		37	日次広告キャンペーン別CPA分析	日×広告キャンペーン別にCV数やLTVなどを可視化し、広告運用を最適化させる	P225~229	
	b→dash施策からの効果可視化	38	メール成果分析	メール施策別に配信から売上に至るまでの成果を可視化し、配信から売上に寄与する施策を把握する	P230~236	
		39	メール別購入商品分析	メール施策別に購入のあった商品を可視化し、売上に寄与するメール施策を把握する	P237~242	
		40	メール開封時間帯分析	時間帯毎にメールを開封した顧客数や人数比率などを可視化し、開封率が変動した要因を把握する	P243~247	
		41	web接客成果分析	web接客施策別に配信から売上に至るまでの成果を可視化し、配信から売上に寄与する施策を把握する	P248~253	
		42	SMS成果分析	SMS施策別に配信から売上に至るまでの成果を可視化し、配信から売上に寄与する施策を把握する	P254~260	
		43	LINE成果分析	LINE施策別に配信から売上に至るまでの成果を可視化し、配信から売上に寄与する施策を把握する	P261~267	
		44	アプリPush成果分析	アプリPush施策別に配信から売上に至るまでの成果を可視化し、配信から売上に寄与する施策を把握する	P268~274	
		45	チャネル別施策成果分析	チャネルの施策別に流入から売上に至るまでの成果を可視化し、配信から売上に寄与する施策を把握する	P275~280	

分析分類	#	分析名
アクセス状況の 可視化	24	<u>ページアクセス分析</u>



実現できること



サイト全体の**アクセス状況を可視化し、**
改善すべきページを把握する

これまで

ページURL	PV数	セッション数	離脱率
https://aaa		...	
https://bbb	???	...	
https://ccc		...	

サイト全体のアクセス状況を可視化できておらず、
改善箇所の把握、および、
効果的な施策を実施することができていない

これから

ページURL	PV数	セッション数	離脱率
https://aaa	3,122	1,087	96.3%
https://bbb	2,053	986	92.3%
https://ccc	899	455	91.5%

サイト全体のアクセス状況を可視化することで、
改善箇所を把握し、
効果的な施策の実施/検証を行うことができる

レポート

サイト流入日 2020/06/04 ~ 2020/08/24

ページURL
PV
セッション数
UU数
平均ページ滞在時間
ランディング数
ランディング率
直帰数
直帰率
離脱数
離脱率

サイト全体	9,350	3,140	2,330	-	4,297	20.5%	3,645	62.3%	8,430	80.2%
/	3,000	1,000	800	00:15:45	2000	66.7%	1,700	85%	2,900	96.7%
/feature/	2,000	700	560	00:13:19	1780	89%	1,600	89.9%	1,900	95%
/function/	1,000	350	280	00:18:03	200	20.5%	150	75%	850	85%
/function/	800	250	200	00:10:34	100	12.5%	33	33.2%	730	91.3%
/seminar_event/	700	200	160	00:12:35	34	4.9%	27	79.4%	650	92.9%
/downloadlist/	450	150	120	00:15:45	24	5.3%	13	54.2%	400	88.9%
/data_pallet/	350	120	100	00:03:19	20	5.7%	14	70%	250	71.4%
/special/	250	100	30	00:08:03	105	42%	89	84.8%	200	80%
/req_material/	200	70	20	00:04:34	14	7%	11	78.6%	150	75%



利用するデータファイル

データファイル名

ページアクセス分析用

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
1	webアクセスログID	テキスト	●	-	-	●
2	ページ閲覧日時	日時	-	●	-	-
3	ビジターID	テキスト	-	-	-	●
4	セッションID	テキスト	-	-	-	●
5	ページURL	テキスト	-	-	●	-
6	ページタイトル	テキスト	-	-	●	-
7	ページ滞在時間	整数	-	-	-	●
8	ランディングページフラグ	テキスト	-	-	-	●
9	直帰フラグ	テキスト	-	-	-	●
10	離脱ページフラグ	テキスト	-	-	-	●

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
アクセス状況の 可視化	25	<u>ランディングページ分析</u>



実現できること



ランディングページ別に**セッション数**や**CV数**などを可視化し、**改善すべきページを把握**する

これまで

ランディングページURL	PV数	セッション数	CVR
https://toppage		...	
https://detail		???	...
https://cartpage		...	

LP別にセッション数やCV数などを可視化できておらず、**改善箇所の把握**、および、**効果的な施策を実施することができていない**

これから

ランディングページURL	PV数	セッション数	CVR
https://toppage	23,666	18,900	2.5%
https://detail	23,193	18,119	2.1%
https://cartpage	25,323	19,330	2.3%

LP別にセッション数やCV数などを可視化することで、**改善箇所を把握**し、**効果的な施策の実施/検証を行うことができる**



本レポートで確認可能な代表的な項目

NO	項目
1	ランディングページURL
2	ランディングページタイトル

etc...



レポート：NO1『ランディングページURL』

集計期間

2022/1/1 ~ 2022/1/31

ランディングページURL	PV数	セッション数	1セッションあたりの平均PV	UU数	直帰数	直帰率	直接CV数	CVR
https://toppage	23,666	18,900	1.2	17,121	6,530	34.6%	473	2.5%
https://detail	23,193	18,119	1.2	15,945	6,399	35.3%	381	2.1%
https://cartpage	25,323	19,330	1.3	17,011	6,987	36.1%	445	2.3%
https://productpage	26,269	21,532	1.2	18,948	7,248	33.7%	517	2.4%
https://inquiry	22,483	17,032	1.3	14,988	6,204	36.4%	324	1.9%
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



利用するデータファイル

データファイル名

web分析用

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
1	webアクセスログID-コンバージョンID	テキスト	●	-	-	-
2	PV/Click日時	日時	-	●	-	-
3	年	整数	-	-	○	-
4	月	整数	-	-	○	-
5	日	整数	-	-	○	-
6	時間帯	テキスト	-	-	○	-
7	PV数-計算用	整数	-	-	-	●
8	セッション数-計算用	テキスト	-	-	-	●
9	UU数-計算用	テキスト	-	-	-	●
10	直帰数-計算用	整数	-	-	-	●
11	直接CV数(1.コンバージョン名)-計算用	整数	-	-	-	●
12	直接CV数(2.コンバージョン名)-計算用	整数	-	-	-	○
13	直接CV数(3.コンバージョン名)-計算用	整数	-	-	-	○
14	直接CV数(4.コンバージョン名)-計算用	整数	-	-	-	○
15	直接CV数(5.コンバージョン名)-計算用	整数	-	-	-	○
16	ページ滞在時間-計算用	整数	-	-	-	○
17	コンバージョンID	テキスト	-	-	○	-
18	コンバージョン名	テキスト	-	-	○	-
19	直帰フラグ	真偽値	-	-	○	-
20	OS	テキスト	-	-	○	-
21	OSバージョン	テキスト	-	-	○	-
22	新規/リピート	テキスト	-	-	○	-
23	地域	テキスト	-	-	○	-
24	デバイスカテゴリ	テキスト	-	-	○	-

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
25	ブラウザ	テキスト	-	-	○	-
26	ブラウザバージョン	テキスト	-	-	○	-
27	webアクセスログID	テキスト	-	-	○	-
28	ビジターID	テキスト	-	-	○	-
29	セッションID	テキスト	-	-	○	-
30	ドメイン	テキスト	-	-	○	-
31	ページURL	テキスト	-	-	○	-
32	流入チャネル	テキスト	-	-	○	-
33	国	テキスト	-	-	○	-
34	都市	テキスト	-	-	○	-
35	ページURL(パラメータ付き)	テキスト	-	-	○	-
36	ページタイトル	テキスト	-	-	○	-
37	ランディングページURL	テキスト	-	-	●	-
38	ランディングページURL(パラメータ付)	テキスト	-	-	○	-
39	ランディングページタイトル	テキスト	-	-	○	-
40	広告ID	テキスト	-	-	○	-
41	広告種別	テキスト	-	-	○	-
42	広告ネットワーク	テキスト	-	-	○	-
43	キャンペーン名	テキスト	-	-	○	-
44	広告グループ	テキスト	-	-	○	-
45	広告名	テキスト	-	-	○	-
46	クリエイティブ名	テキスト	-	-	○	-
47	広告キーワード	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
アクセス状況の 可視化	26	<u>流入時間帯分析</u>



実現できること



流入時間帯別にセッション数やCV数などを可視化し、
時間帯ごとの傾向を把握する

これまで

時間帯	PV数	セッション数	CVR
~01:00		...	
~02:00		???	...
~03:00		...	

流入時間帯別にセッション数やCV数などを可視化できておらず、改善箇所の把握、および、効果的な施策を実施することができていない

これから

時間帯	PV数	セッション数	CVR
~01:00	13,666	9,900	2.4%
~02:00	13,393	9,559	2.4%
~03:00	14,623	11,061	2.3%

流入時間帯別にセッション数やCV数などを可視化することで、改善箇所を把握し、効果的な施策の実施/検証を行うことができる



本レポートで確認可能な代表的な項目

NO	項目
1	時間帯
2	年/月/日 × 時間帯
3	OS × 時間帯
4	デバイスカテゴリ × 時間帯
5	ブラウザ × 時間帯
6	国 × 時間帯

etc...



レポート：NO1『時間帯』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/1/31

時間帯	PV数	セッション数	1セッションあたりの平均PV	UU数	直帰数	直帰率	直接CV数	CVR
00:00~01:00	13,666	9,900	1.3	7,223	3,943	39.8%	236	2.4%
01:00~02:00	13,393	9,559	1.4	7,079	3,864	40.4%	231	2.4%
02:00~03:00	14,623	11,061	1.3	7,729	4,218	38.1%	253	2.3%
03:00~04:00	15,169	11,212	1.3	8,018	4,376	39.0%	262	2.3%
04:00~05:00	12,983	8,954	1.4	6,862	3,745	41.8%	224	2.5%
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



利用するデータファイル

データファイル名

web分析用

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
1	webアクセスログID-コンバージョンID	テキスト	●	-	-	-
2	PV/Click日時	日時	-	●	-	-
3	年	整数	-	-	○	-
4	月	整数	-	-	○	-
5	日	整数	-	-	○	-
6	時間帯	テキスト	-	-	●	-
7	PV数-計算用	整数	-	-	-	●
8	セッション数-計算用	テキスト	-	-	-	●
9	UU数-計算用	テキスト	-	-	-	●
10	直帰数-計算用	整数	-	-	-	●
11	直接CV数(1.コンバージョン名)-計算用	整数	-	-	-	●
12	直接CV数(2.コンバージョン名)-計算用	整数	-	-	-	○
13	直接CV数(3.コンバージョン名)-計算用	整数	-	-	-	○
14	直接CV数(4.コンバージョン名)-計算用	整数	-	-	-	○
15	直接CV数(5.コンバージョン名)-計算用	整数	-	-	-	○
16	ページ滞在時間-計算用	整数	-	-	-	○
17	コンバージョンID	テキスト	-	-	○	-
18	コンバージョン名	テキスト	-	-	○	-
19	直帰フラグ	真偽値	-	-	○	-
20	OS	テキスト	-	-	○	-
21	OSバージョン	テキスト	-	-	○	-
22	新規/リピート	テキスト	-	-	○	-
23	地域	テキスト	-	-	○	-
24	デバイスカテゴリ	テキスト	-	-	○	-

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
25	ブラウザ	テキスト	-	-	○	-
26	ブラウザバージョン	テキスト	-	-	○	-
27	webアクセスログID	テキスト	-	-	○	-
28	ビジターID	テキスト	-	-	○	-
29	セッションID	テキスト	-	-	○	-
30	ドメイン	テキスト	-	-	○	-
31	ページURL	テキスト	-	-	○	-
32	流入チャネル	テキスト	-	-	○	-
33	国	テキスト	-	-	○	-
34	都市	テキスト	-	-	○	-
35	ページURL(パラメータ付き)	テキスト	-	-	○	-
36	ページタイトル	テキスト	-	-	○	-
37	ランディングページURL	テキスト	-	-	●	-
38	ランディングページURL(パラメータ付)	テキスト	-	-	○	-
39	ランディングページタイトル	テキスト	-	-	○	-
40	広告ID	テキスト	-	-	○	-
41	広告種別	テキスト	-	-	○	-
42	広告ネットワーク	テキスト	-	-	○	-
43	キャンペーン名	テキスト	-	-	○	-
44	広告グループ	テキスト	-	-	○	-
45	広告名	テキスト	-	-	○	-
46	クリエイティブ名	テキスト	-	-	○	-
47	広告キーワード	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
アプリ 利用状況の 可視化	27	<u>アプリ利用状況分析</u>



実現できること



アプリを利用しているユーザーの**利用状況を可視化し、**
アプリ利用率を高めるための要因を把握する

これまで

年	月	スクリーンビュー数	CVR
2021	1	...	
2021	2	???	
2021	3	...	

アプリを利用しているユーザーの利用状況を可視化できておらず、**改善箇所の把握**、および、**効果的な施策を実施することができていない**

これから

年	月	スクリーンビュー数	CVR
2021	1	221,000	1.5%
2021	2	216,580	1.5%
2021	3	236,470	1.6%

アプリを利用しているユーザーの利用状況を可視化することで、**改善箇所を把握し、効果的な施策の実施/検証を行うことができる**



本レポートで確認可能な代表的な項目

NO	項目
1	年
2	年/月
3	年/月/日
4	年/月/日 × OS
5	年/月/日 × デバイスカテゴリ
6	年/月/日 × ブラウザ

etc...



レポート：NO2『年/月』

集計期間

2022/1/1 ~ 2022/12/31

年	月	スクリーンビュー数	セッション数	UU数	直接CV数	CVR
2022	1	221,000	110,500	30,100	1,686	1.5%
2022	2	216,580	108,290	29,498	1,652	1.5%
2022	3	236,470	118,235	32,207	1,804	1.6%
2022	4	245,310	122,655	33,411	1,871	1.7%
2022	5	209,950	104,975	28,595	1,602	1.4%
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



利用するデータファイル

データファイル名

アプリ利用状況分析

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
1	アプリアクセスログID-コンバージョンID	テキスト	●	-	-	-
2	年月日	日付	-	●	-	-
3	年	テキスト	-	-	●	-
4	月	テキスト	-	-	●	-
5	日	テキスト	-	-	○	-
6	時間帯	テキスト	-	-	○	-
7	PV数-計算用	整数	-	-	-	●
8	セッション数-計算用	テキスト	-	-	-	●
9	UU数-計算用	テキスト	-	-	-	●
10	直接CV数(1.コンバージョン名)-計算用	整数	-	-	-	●

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
11	直接CV数(2.コンバージョン名)-計算用	整数	-	-	-	○
12	直接CV数(3.コンバージョン名)-計算用	整数	-	-	-	○
13	直接CV数(4.コンバージョン名)-計算用	整数	-	-	-	○
14	直接CV数(5.コンバージョン名)-計算用	整数	-	-	-	○
15	ページ滞在時間-計算用	整数	-	-	-	○
16	地域	テキスト	-	-	○	-
17	アプリアクセスログID	テキスト	-	-	○	-
18	UUID	テキスト	-	-	○	-
19	セッションID	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
利用デバイスの 可視化	28	<u>利用デバイス分析</u>



実現できること



利用デバイス別に**顧客数やCVRなどを可視化し、デバイスによるCVRの差分とその要因を把握**する

これまで

デバイスカテゴリ	PV数	セッション数	CVR
PC		...	
Smart phone		???	
Tablet		...	
⋮	⋮	⋮	⋮

利用デバイス別に顧客数やCVRなどを可視化できておらず、**改善箇所の把握**、および、**効果的な施策を実施することができていない**

これから

デバイスカテゴリ	PV数	セッション数	CVR
PC	23,666	18,900	2.5%
Smart phone	7,523	6,139	2.3%
Tablet	3,313	2,646	2.0%
⋮	⋮	⋮	⋮

利用デバイス別に顧客数やCVRなどを可視化することで、**改善箇所を把握し、効果的な施策の実施/検証を行うことができる**



本レポートで確認可能な代表的な項目

NO	項目
1	デバイスカテゴリ
2	年 × デバイスカテゴリ
3	年/月 × デバイスカテゴリ
4	年/月/日 × デバイスカテゴリ

etc...



レポート：NO1『デバイスカテゴリ』

集計期間

2022/1/1 ~ 2022/1/31

デバイスカテゴリ	PV数	セッション数	1セッションあたりの平均PV	UU数	直帰数	直帰率	直接CV数	CVR
PC	23,666	18,900	1.3	17,000	6,143	32.5%	473	2.5%
smartphone	7,573	6,139	1.2	5,440	1,966	32.0%	140	2.3%
タブレット	3,313	2,646	1.3	2,380	991	37.5%	52	2.0%
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



利用するデータファイル

データファイル名

web分析用

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
1	webアクセスログID-コンバージョンID	テキスト	●	-	-	-
2	PV/Click日時	日時	-	●	-	-
3	年	整数	-	-	○	-
4	月	整数	-	-	○	-
5	日	整数	-	-	○	-
6	時間帯	テキスト	-	-	○	-
7	PV数-計算用	整数	-	-	-	●
8	セッション数-計算用	テキスト	-	-	-	●
9	UU数-計算用	テキスト	-	-	-	●
10	直帰数-計算用	整数	-	-	-	●
11	直接CV数(1.コンバージョン名)-計算用	整数	-	-	-	●
12	直接CV数(2.コンバージョン名)-計算用	整数	-	-	-	○
13	直接CV数(3.コンバージョン名)-計算用	整数	-	-	-	○
14	直接CV数(4.コンバージョン名)-計算用	整数	-	-	-	○
15	直接CV数(5.コンバージョン名)-計算用	整数	-	-	-	○
16	ページ滞在時間-計算用	整数	-	-	-	○
17	コンバージョンID	テキスト	-	-	○	-
18	コンバージョン名	テキスト	-	-	○	-
19	直帰フラグ	真偽値	-	-	○	-
20	OS	テキスト	-	-	○	-
21	OSバージョン	テキスト	-	-	○	-
22	新規/リポート	テキスト	-	-	○	-
23	地域	テキスト	-	-	○	-
24	デバイスカテゴリ	テキスト	-	-	●	-

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
25	ブラウザ	テキスト	-	-	○	-
26	ブラウザバージョン	テキスト	-	-	○	-
27	webアクセスログID	テキスト	-	-	○	-
28	ビジターID	テキスト	-	-	○	-
29	セッションID	テキスト	-	-	○	-
30	ドメイン	テキスト	-	-	○	-
31	ページURL	テキスト	-	-	○	-
32	流入チャネル	テキスト	-	-	○	-
33	国	テキスト	-	-	○	-
34	都市	テキスト	-	-	○	-
35	ページURL(パラメータ付き)	テキスト	-	-	○	-
36	ページタイトル	テキスト	-	-	○	-
37	ランディングページURL	テキスト	-	-	○	-
38	ランディングページURL(パラメータ付)	テキスト	-	-	○	-
39	ランディングページタイトル	テキスト	-	-	○	-
40	広告ID	テキスト	-	-	○	-
41	広告種別	テキスト	-	-	○	-
42	広告ネットワーク	テキスト	-	-	○	-
43	キャンペーン名	テキスト	-	-	○	-
44	広告グループ	テキスト	-	-	○	-
45	広告名	テキスト	-	-	○	-
46	クリエイティブ名	テキスト	-	-	○	-
47	広告キーワード	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
利用デバイスの可視化	29	ブラウザ利用状況分析



実現できること



ブラウザ別にセッション数やCV数などを可視化し、
改善すべきデバイスのUXを把握する

これまで

ブラウザ	PV数	セッション数	CVR
Chrome		...	
Safari		???	...
Internet Explorer		...	
⋮	⋮	⋮	⋮

ブラウザ別にセッション数やCV数などを可視化できておらず、改善箇所の把握、および、効果的な施策を実施することができていない

これから

ブラウザ	PV数	セッション数	CVR
Chrome	23,666	18,900	2.5%
Safari	18,459	13,599	2.7%
Internet Explorer	20,589	17,123	2.4%
⋮	⋮	⋮	⋮

ブラウザ別にセッション数やCV数などを可視化することで、改善箇所を把握し、効果的な施策の実施/検証を行うことができる



本レポートで確認可能な代表的な項目

NO	項目
1	ブラウザ
2	年 × ブラウザ
3	年/月 × ブラウザ
4	年/月/日 × ブラウザ
5	年/月/日 × ブラウザ × デバイスカテゴリ
6	年/月/日 × ブラウザ × OS

etc...



レポート：NO1『ブラウザ』

集計期間

2022/1/1 ~ 2022/1/31

ブラウザ	PV数	セッション数	1セッションあたりの平均PV	UU数	直帰数	直帰率	直接CV数	CVR
Chrome	23,666	18,900	1.3	17,000	6,143	32.5%	473	2.5%
Safari	18,459	13,599	1.4	13,260	5,012	36.9%	369	2.7%
Internet Explorer	20,589	17,123	1.2	14,790	5,112	29.9%	411	2.4%
Firefox	5,443	4,671	1.2	3,910	1,565	33.5%	109	2.3%
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



利用するデータファイル

データファイル名

web分析用

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
1	webアクセスログID-コンバージョンID	テキスト	●	-	-	-
2	PV/Click日時	日時	-	●	-	-
3	年	整数	-	-	○	-
4	月	整数	-	-	○	-
5	日	整数	-	-	○	-
6	時間帯	テキスト	-	-	○	-
7	PV数-計算用	整数	-	-	-	●
8	セッション数-計算用	テキスト	-	-	-	●
9	UU数-計算用	テキスト	-	-	-	●
10	直帰数-計算用	整数	-	-	-	●
11	直接CV数(1.コンバージョン名)-計算用	整数	-	-	-	●
12	直接CV数(2.コンバージョン名)-計算用	整数	-	-	-	○
13	直接CV数(3.コンバージョン名)-計算用	整数	-	-	-	○
14	直接CV数(4.コンバージョン名)-計算用	整数	-	-	-	○
15	直接CV数(5.コンバージョン名)-計算用	整数	-	-	-	○
16	ページ滞在時間-計算用	整数	-	-	-	○
17	コンバージョンID	テキスト	-	-	○	-
18	コンバージョン名	テキスト	-	-	○	-
19	直帰フラグ	真偽値	-	-	○	-
20	OS	テキスト	-	-	○	-
21	OSバージョン	テキスト	-	-	○	-
22	新規/リピート	テキスト	-	-	○	-
23	地域	テキスト	-	-	○	-
24	デバイスカテゴリ	テキスト	-	-	○	-

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
25	ブラウザ	テキスト	-	-	●	-
26	ブラウザバージョン	テキスト	-	-	○	-
27	webアクセスログID	テキスト	-	-	○	-
28	ビジターID	テキスト	-	-	○	-
29	セッションID	テキスト	-	-	○	-
30	ドメイン	テキスト	-	-	○	-
31	ページURL	テキスト	-	-	○	-
32	流入チャネル	テキスト	-	-	○	-
33	国	テキスト	-	-	○	-
34	都市	テキスト	-	-	○	-
35	ページURL(パラメータ付き)	テキスト	-	-	○	-
36	ページタイトル	テキスト	-	-	○	-
37	ランディングページURL	テキスト	-	-	○	-
38	ランディングページURL(パラメータ付)	テキスト	-	-	○	-
39	ランディングページタイトル	テキスト	-	-	○	-
40	広告ID	テキスト	-	-	○	-
41	広告種別	テキスト	-	-	○	-
42	広告ネットワーク	テキスト	-	-	○	-
43	キャンペーン名	テキスト	-	-	○	-
44	広告グループ	テキスト	-	-	○	-
45	広告名	テキスト	-	-	○	-
46	クリエイティブ名	テキスト	-	-	○	-
47	広告キーワード	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
利用デバイスの 可視化	30	デバイスOS分析



実現できること



OS別にセッション数やCV数などを可視化し、
改善すべきページを把握する

これまで

OS	PV数	セッション数	CVR
Windows		...	
iOS		???	...
Android		...	
⋮	⋮	⋮	⋮

OS別にセッション数やCV数などを可視化できておらず、改善箇所の把握、および、効果的な施策を実施することができていない

これから

OS	PV数	セッション数	CVR
Windows	23,666	18,900	2.5%
iOS	7,523	5,982	2.5%
Android	4,260	3,518	2.4%
⋮	⋮	⋮	⋮

OS別にセッション数やCV数などを可視化することで、改善箇所を把握し、効果的な施策の実施/検証を行うことができる



本レポートで確認可能な代表的な項目

NO	項目
1	OS
2	年 × OS
3	年/月 × OS
4	年/月/日 × OS
5	年/月/日 × OS × デバイスカテゴリ

etc...



レポート : NO1『OS』

集計期間

2022/1/1 ~ 2022/1/31

OS	PV数	セッション数	1セッションあたりの平均PV	UU数	直帰数	直帰率	直接CV数	CVR
Windows	23,666	18,900	1.2	17,000	6,143	32.5%	473	2.5%
iOS	7,573	5,982	1.2	5,440	1,966	32.9%	151	2.5%
Android	4,260	3,518	1.2	3,060	1,106	31.4%	85	2.4%
Chrome OS	994	912	1.1	714	258	28.3%	20	2.2%
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



利用するデータファイル

データファイル名

web分析用

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
1	webアクセスログID-コンバージョンID	テキスト	●	-	-	-
2	PV/Click日時	日時	-	●	-	-
3	年	整数	-	-	○	-
4	月	整数	-	-	○	-
5	日	整数	-	-	○	-
6	時間帯	テキスト	-	-	○	-
7	PV数-計算用	整数	-	-	-	●
8	セッション数-計算用	テキスト	-	-	-	●
9	UU数-計算用	テキスト	-	-	-	●
10	直帰数-計算用	整数	-	-	-	●
11	直接CV数(1.コンバージョン名)-計算用	整数	-	-	-	●
12	直接CV数(2.コンバージョン名)-計算用	整数	-	-	-	○
13	直接CV数(3.コンバージョン名)-計算用	整数	-	-	-	○
14	直接CV数(4.コンバージョン名)-計算用	整数	-	-	-	○
15	直接CV数(5.コンバージョン名)-計算用	整数	-	-	-	○
16	ページ滞在時間-計算用	整数	-	-	-	○
17	コンバージョンID	テキスト	-	-	○	-
18	コンバージョン名	テキスト	-	-	○	-
19	直帰フラグ	真偽値	-	-	○	-
20	OS	テキスト	-	-	●	-
21	OSバージョン	テキスト	-	-	○	-
22	新規/リピート	テキスト	-	-	○	-
23	地域	テキスト	-	-	○	-
24	デバイスカテゴリ	テキスト	-	-	○	-

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
25	ブラウザ	テキスト	-	-	○	-
26	ブラウザバージョン	テキスト	-	-	○	-
27	webアクセスログID	テキスト	-	-	○	-
28	ビジターID	テキスト	-	-	○	-
29	セッションID	テキスト	-	-	○	-
30	ドメイン	テキスト	-	-	○	-
31	ページURL	テキスト	-	-	○	-
32	流入チャネル	テキスト	-	-	○	-
33	国	テキスト	-	-	○	-
34	都市	テキスト	-	-	○	-
35	ページURL(パラメータ付き)	テキスト	-	-	○	-
36	ページタイトル	テキスト	-	-	○	-
37	ランディングページURL	テキスト	-	-	○	-
38	ランディングページURL(パラメータ付)	テキスト	-	-	○	-
39	ランディングページタイトル	テキスト	-	-	○	-
40	広告ID	テキスト	-	-	○	-
41	広告種別	テキスト	-	-	○	-
42	広告ネットワーク	テキスト	-	-	○	-
43	キャンペーン名	テキスト	-	-	○	-
44	広告グループ	テキスト	-	-	○	-
45	広告名	テキスト	-	-	○	-
46	クリエイティブ名	テキスト	-	-	○	-
47	広告キーワード	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります



BI 分析一覧②

目的	分析分類	#	分析名	分析を通して実現できること	対象ページ
サイトアクセス分析をしたい	アクセス状況の可視化	24	ページアクセス分析	サイト全体のアクセス状況を可視化し、改善すべきページを把握する	P151~154
		25	ランディングページ分析	ランディングページ別にセッション数やCV数などを可視化し、改善すべきページを把握する	P155~159
		26	流入時間帯分析	流入時間帯別にセッション数やCV数などを可視化し、流入状況を把握する	P160~164
	アプリ利用状況の可視化	27	アプリ利用状況分析	アプリを利用している顧客の利用状況を可視化し、アプリ利用率を高めるための要因を把握する	P165~169
		28	利用デバイス分析	利用デバイス別に顧客数やCVRなどを可視化し、デバイスによるCVRの差分とその要因を把握する	P170~174
	利用デバイスの可視化	29	ブラウザ利用状況分析	ブラウザ別にセッション数やCV数などを可視化し、改善すべきデバイスのUXを把握する	P175~179
30		デバイスOS分析	OS別にセッション数やCV数などを可視化し、改善すべきページを把握する	P180~184	
広告効果の可視化		31	流入チャネル別CVR分析	流入チャネル別にCVRの変動を可視化し、広告運用を最適化する	P186~193
	32	流入チャネル別一気通貫分析	セッションから売上までを一気通貫で可視化し、売上に寄与する広告を把握する	P194~201	
	33	アトリビューション分析	直接CVのみではなく、間接CVも含めた広告の成果を可視化し、売上に寄与する広告を把握する	P202~209	
	34	月次広告媒体別CPA分析	月×広告媒体別にCV数やLTVなどを可視化し、広告運用を最適化させる	P210~214	
	35	日次広告媒体別CPA分析	日×広告媒体別にCV数やLTVなどを可視化し、広告運用を最適化させる	P215~219	
	36	月次広告キャンペーン別CPA分析	月×広告キャンペーン別にCV数やLTVなどを可視化し、広告運用を最適化させる	P220~224	
	37	日次広告キャンペーン別CPA分析	日×広告キャンペーン別にCV数やLTVなどを可視化し、広告運用を最適化させる	P225~229	
施策効果を可視化したい	b→dash施策からの効果可視化	38	メール成果分析	メール施策別に配信から売上に至るまでの成果を可視化し、配信から売上に寄与する施策を把握する	P230~236
		39	メール別購入商品分析	メール施策別に購入のあった商品を可視化し、売上に寄与するメール施策を把握する	P237~242
		40	メール開封時間帯分析	時間帯毎にメールを開封した顧客数や人数比率などを可視化し、開封率が変動した要因を把握する	P243~247
	b→dash施策からの効果可視化	41	web接客成果分析	web接客施策別に配信から売上に至るまでの成果を可視化し、配信から売上に寄与する施策を把握する	P248~253
		42	SMS成果分析	SMS施策別に配信から売上に至るまでの成果を可視化し、配信から売上に寄与する施策を把握する	P254~260
		43	LINE成果分析	LINE施策別に配信から売上に至るまでの成果を可視化し、配信から売上に寄与する施策を把握する	P261~267
		44	アプリPush成果分析	アプリPush施策別に配信から売上に至るまでの成果を可視化し、配信から売上に寄与する施策を把握する	P268~274
		45	チャネル別施策成果分析	チャネルの施策別に流入から売上に至るまでの成果を可視化し、配信から売上に寄与する施策を把握する	P275~280

分析分類	#	分析名
広告効果の 可視化	31	流入チャンネル別CVR分析



実現できること



流入チャネル別に**CVRの変動を可視化し、広告運用を最適化**する

これまで

流入チャネル	セッション数	直接CV数	CVR(購入)
ディスプレイ			
リスティング		???	
ソーシャル			

流入チャネル別にCVRの変動を可視化できておらず、**改善箇所の把握、および、効果的な施策を実施することができていない**

これから

流入チャネル	セッション数	直接CV数	CVR(購入)
ディスプレイ	1,059,678	13,311	1.3%
リスティング	986,387	12,941	1.3%
ソーシャル	953,050	11,495	1.2%

流入チャネル別にCVRの変動を可視化することで、**改善箇所を把握し、効果的な施策の実施/検証を行うことができる**



本レポートで確認可能な代表的な項目

NO	項目
1	流入チャネル
2	年/月/日 × 流入チャネル
3	年/月/日 × 流入チャネル × 広告媒体
4	年/月/日 × 流入チャネル × 広告媒体 × キャンペーン名
5	年/月/日 × 流入チャネル × 広告媒体 × キャンペーン名 × 広告グループ

etc...



レポート：NO1『流入チャネル』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/1/31

流入チャネル	セッション数	直接CV数	CVR(購入)
ディスプレイ	1,059,678	13,311	1.3%
リスティング	986,387	12,941	1.3%
ソーシャル	953,050	11,495	1.2%
メール	832,005	10,515	1.3%
アフィリエイト	857,205	9,515	1.1%
⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります

レポート : NO2『年/月/日 × 流入チャネル』

集計期間

2021/7/1 ~ 2021/7/31

年	月	日	流入チャネル	セッション数	直接CV数	CVR(購入)
2021	7	1	ディスプレイ	48,194	514	1.1%
2021	7	2	ディスプレイ	39,361	401	1.0%
2021	7	3	ディスプレイ	40,189	425	1.1%
2021	7	4	ディスプレイ	49,134	510	1.0%
2021	7	5	ディスプレイ	41,196	424	1.0%
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



レポート : NO3『年/月/日 × 流入チャネル × 広告媒体』

集計期間

2021/7/1 ~ 2021/7/31

年	月	日	流入チャネル	広告媒体	セッション数	直接CV数	CVR(購入)
2021	7	1	ディスプレイ	Google	1,606	17	1.1%
2021	7	2	ディスプレイ	Google	1,312	13	1.0%
2021	7	3	ディスプレイ	Google	1,340	14	1.1%
2021	7	4	ディスプレイ	Google	1,638	17	1.0%
2021	7	5	ディスプレイ	Google	1,373	14	1.0%
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



利用するデータファイル①

データファイル名

流入チャネル別分析用

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
1	セッションID	テキスト	●	-	●	-
2	ビジターID	テキスト	-	-	○	-
3	顧客ID	テキスト	-	-	○	-
4	年月日	日付	-	●	-	-
5	年	テキスト	-	-	●	-
6	月	テキスト	-	-	●	-
7	日	テキスト	-	-	○	-
8	流入チャネル	テキスト	-	-	●	-
9	広告ID	テキスト	-	-	○	-
10	広告種別	テキスト	-	-	○	-
11	広告ネットワーク	テキスト	-	-	○	-
12	キャンペーン名	テキスト	-	-	○	-
13	広告グループ	テキスト	-	-	○	-
14	広告名	テキスト	-	-	○	-
15	クリエイティブ名	テキスト	-	-	○	-
16	広告キーワード	テキスト	-	-	○	-
17	PV数-計算用	整数	-	-	-	○

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
18	セッション数-計算用	テキスト	-	-	-	●
19	UU数-計算用	テキスト	-	-	-	○
20	お試し購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
21	お試し購入数-計算用	整数	-	-	-	○
22	お試し購入金額-計算用	整数	-	-	-	○
23	購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
24	購入数-計算用	整数	-	-	-	○
25	購入金額-計算用	整数	-	-	-	○
26	定期購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
27	定期購入数-計算用	整数	-	-	-	○
28	定期購入金額-計算用	整数	-	-	-	○
29	お試し購入数[ファースト]-計算用	小数	-	-	-	○
30	お試し購入数[ラスト]-計算用	小数	-	-	-	○
31	お試し購入数[ファースト/ラスト]-計算用	小数	-	-	-	○
32	お試し購入数[間接]-計算用	小数	-	-	-	○
33	お試し購入数[均等]-計算用	小数	-	-	-	○

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります



利用するデータファイル②

データファイル名

流入チャネル別分析用

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
34	お試し購入数[減衰]-計算用	小数	-	-	-	○
35	購入数[ファースト]-計算用	小数	-	-	-	○
36	購入数[ラスト]-計算用	小数	-	-	-	○
37	購入数[ファースト/ラスト]-計算用	小数	-	-	-	○
38	購入数[間接]-計算用	小数	-	-	-	○
39	購入数[均等]-計算用	小数	-	-	-	○
40	購入数[減衰]-計算用	小数	-	-	-	○
41	定期購入数[ファースト]-計算用	小数	-	-	-	○
42	定期購入数[ラスト]-計算用	小数	-	-	-	○
43	定期購入数[ファースト/ラスト]-計算用	小数	-	-	-	○
44	定期購入数[間接]-計算用	小数	-	-	-	○
45	定期購入数[均等]-計算用	小数	-	-	-	○
46	定期購入数[減衰]-計算用	小数	-	-	-	○
47	性別	テキスト	-	-	○	-
48	年代	テキスト	-	-	○	-
49	年齢	整数	-	-	○	-

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
50	エリア	テキスト	-	-	○	-
51	都道府県	テキスト	-	-	○	-
52	会員種別	テキスト	-	-	○	-
53	会員ランク	テキスト	-	-	○	-
54	受注ID	テキスト	-	-	○	-
55	商品ID	テキスト	-	-	○	-
56	品番	テキスト	-	-	○	-
57	商品名	テキスト	-	-	○	-
58	カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
59	カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
60	サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	○	-
61	サブカテゴリ名_1	テキスト	-	-	○	-
62	サブカテゴリID_2	テキスト	-	-	○	-
63	サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
64	カラー	テキスト	-	-	○	-
65	サイズ	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
広告効果の 可視化	32	<u>流入チャンネル別一気通貫分析</u>



実現できること



セッションから売上までを**一気通貫で可視化し、
売上に寄与する広告を把握**する

これまで

流入チャネル	PV数	セッション数	CVR(購入)
ディスプレイ		...	
リスティング		???	
アフィリエイト		...	
⋮	⋮	⋮	⋮

セッションから売上までを一気通貫で可視化できておらず、**改善箇所の把握**、および、**効果的な施策を実施することができていない**

これから

流入チャネル	PV数	セッション数	CVR(購入)
ディスプレイ	11,320	8,232	1.3%
リスティング	3,962	2,882	1.3%
アフィリエイト	5,660	4,117	1.2%
⋮	⋮	⋮	⋮

セッションから売上までを一気通貫で可視化することで、**改善箇所を把握し、効果的な施策の実施/検証を行うことができる**



本レポートで確認可能な代表的な項目

NO	項目
1	流入チャネル
2	年/月/日 × 流入チャネル
3	年/月/日 × 流入チャネル × 広告媒体
4	年/月/日 × 流入チャネル × 広告媒体 × キャンペーン名
5	年/月/日 × 流入チャネル × 広告媒体 × キャンペーン名 × 広告グループ
6	流入チャネル × 性別
7	流入チャネル × 年代

etc...



レポート：NO1『流入チャネル』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/1/31

流入チャネル	PV数	セッション数	購入者数	CVR(購入)
ディスプレイ	11,320	8,233	107	1.3%
リスティング	3,962	2,882	37	1.3%
アフィリエイト	5,660	4,117	49	1.2%
メール	4,528	3,293	42	1.3%
ソーシャル	12,792	9,303	102	1.1%
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



レポート : NO3『年/月/日 × 流入チャネル × 広告媒体』

集計期間

2021/7/1 ~ 2021/7/31

年	月	日	流入チャネル	広告媒体	PV数	セッション数	CVR(購入)
2021	7	1	ディスプレイ	Google	4,528	3,293	1.3%
2021	7	2	ディスプレイ	Google	6,792	4,940	1.3%
2021	7	3	ディスプレイ	Google	2,377	1,729	1.2%
2021	7	4	ディスプレイ	Google	1,585	1,153	1.3%
2021	7	5	ディスプレイ	Google	9,303	1,098	1.1%
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



レポート：NO6『流入チャネル × 性別』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/1/31

流入チャネル

性別

PV数

セッション数

購入者数

CVR(購入)

ディスプレイ

男

5,094

3,095

470

1.3%

ディスプレイ

女

6,226

4,528

553

1.1%

リスティング

男

2,179

1,585

264

1.5%

リスティング

女

1,783

1,297

185

1.7%

メール

男

1,220

1,130

154

1.9%

⋮

⋮

⋮

⋮

⋮

⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



利用するデータファイル①

データファイル名

流入チャネル別分析用

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
1	セッションID	テキスト	●	-	●	-
2	ビジターID	テキスト	-	-	○	-
3	顧客ID	テキスト	-	-	○	-
4	年月日	日付	-	●	-	-
5	年	テキスト	-	-	○	-
6	月	テキスト	-	-	○	-
7	日	テキスト	-	-	○	-
8	流入チャネル	テキスト	-	-	●	-
9	広告ID	テキスト	-	-	○	-
10	広告種別	テキスト	-	-	○	-
11	広告ネットワーク	テキスト	-	-	○	-
12	キャンペーン名	テキスト	-	-	○	-
13	広告グループ	テキスト	-	-	○	-
14	広告名	テキスト	-	-	○	-
15	クリエイティブ名	テキスト	-	-	○	-
16	広告キーワード	テキスト	-	-	○	-
17	PV数-計算用	整数	-	-	-	●

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
18	セッション数-計算用	テキスト	-	-	-	●
19	UU数-計算用	テキスト	-	-	-	○
20	お試し購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
21	お試し購入数-計算用	整数	-	-	-	○
22	お試し購入金額-計算用	整数	-	-	-	○
23	購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
24	購入数-計算用	整数	-	-	-	○
25	購入金額-計算用	整数	-	-	-	○
26	定期購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
27	定期購入数-計算用	整数	-	-	-	○
28	定期購入金額-計算用	整数	-	-	-	○
29	お試し購入数[ファースト]-計算用	小数	-	-	-	○
30	お試し購入数[ラスト]-計算用	小数	-	-	-	○
31	お試し購入数[ファースト/ラスト]-計算用	小数	-	-	-	○
32	お試し購入数[間接]-計算用	小数	-	-	-	○
33	お試し購入数[均等]-計算用	小数	-	-	-	○

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります



利用するデータファイル②

データファイル名

流入チャネル別分析用

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
34	お試し購入数[減衰]-計算用	小数	-	-	-	○
35	購入数[ファースト]-計算用	小数	-	-	-	○
36	購入数[ラスト]-計算用	小数	-	-	-	○
37	購入数[ファースト/ラスト]-計算用	小数	-	-	-	○
38	購入数[間接]-計算用	小数	-	-	-	○
39	購入数[均等]-計算用	小数	-	-	-	○
40	購入数[減衰]-計算用	小数	-	-	-	○
41	定期購入数[ファースト]-計算用	小数	-	-	-	○
42	定期購入数[ラスト]-計算用	小数	-	-	-	○
43	定期購入数[ファースト/ラスト]-計算用	小数	-	-	-	○
44	定期購入数[間接]-計算用	小数	-	-	-	○
45	定期購入数[均等]-計算用	小数	-	-	-	○
46	定期購入数[減衰]-計算用	小数	-	-	-	○
47	性別	テキスト	-	-	○	-
48	年代	テキスト	-	-	○	-
49	年齢	整数	-	-	○	-

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
50	エリア	テキスト	-	-	○	-
51	都道府県	テキスト	-	-	○	-
52	会員種別	テキスト	-	-	○	-
53	会員ランク	テキスト	-	-	○	-
54	受注ID	テキスト	-	-	○	-
55	商品ID	テキスト	-	-	○	-
56	品番	テキスト	-	-	○	-
57	商品名	テキスト	-	-	○	-
58	カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
59	カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
60	サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	○	-
61	サブカテゴリ名_1	テキスト	-	-	○	-
62	サブカテゴリID_2	テキスト	-	-	○	-
63	サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
64	カラー	テキスト	-	-	○	-
65	サイズ	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
広告効果の 可視化	33	<u>アトリビューション分析</u>



実現できること



直接CVのみではなく、**間接CVも含めた広告の成果を可視化し、
売上に寄与する広告を把握**する

これまで

流入チャネル	広告媒体	セッション数	CV数(購入) [ラスト]	CVR(購入) [均等]
ディスプレイ	Google		...	
ディスプレイ	Yahoo		???	...
リスティング	Google		...	

直接CVのみではなく、間接CVも含めた広告の成果を可視化できておらず、**改善箇所の把握、および、効果的な施策を実施することができていない**

これから

流入チャネル	広告媒体	セッション数	CV数(購入) [ラスト]	CVR(購入) [均等]
ディスプレイ	Google	448,415	23,318.0	5.0%
ディスプレイ	Yahoo	392,363	21,579.0	4.3%
リスティング	Google	252,233	27,745.0	10.1%

直接CVのみではなく、間接CVも含めた広告の成果を可視化することで、**改善箇所を把握し、効果的な施策の実施/検証を行うことができる**



本レポートで確認可能な代表的な項目

NO	項目
1	流入チャネル
2	流入チャネル × 広告媒体
3	流入チャネル × 広告媒体 × キャンペーン名
4	流入チャネル × 広告媒体 × キャンペーン名 × 広告グループ

etc...



レポート：NO1『流入チャネル』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/1/31

流入チャネル	セッション数	CV数(購入) [ラスト]	CVR(購入) [ラスト]	CV数(購入) [ファースト]	CVR(購入) [ファースト]	CV数(購入) [均等]	CVR(購入) [均等]
ディスプレイ	12,560	140.0	1.1%	380.0	3.0%	295.0	2.4%
リスティング	22,910	710.0	3.1%	424.0	1.9%	532.0	2.3%
ソーシャル	16,443	401.0	2.4%	644.0	3.9%	578.0	3.5%
メール	8,775	322.0	3.7%	125.0	1.4%	168.0	1.9%
アフィリエイト	6,385	211.0	3.3%	102.0	1.6%	134.0	2.1%
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



レポート：NO2『流入チャネル × 広告媒体』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/1/31

流入チャネル	広告媒体	セッション数	CV数(購入) [ラスト]	CVR(購入) [ラスト]	CV数(購入) [ファースト]	CVR(購入) [ファースト]	CV数(購入) [均等]	CVR(購入) [均等]
ディスプレイ	Google	448,415	23,318.0	5.2%	22,869.0	5.1%	22,421.0	5.0%
ディスプレイ	Yahoo	392,363	21,579.0	5.5%	22,869.0	5.2%	16,872.0	4.3%
リスティング	Google	252,233	27,745.0	11.0%	26,485.0	10.5%	25,476.0	10.1%
リスティング	Yahoo	308,285	27,746.0	9.1%	27,437.0	8.9%	28,362.0	9.2%
メール	-	198,285	19,431.0	9.8%	27,437.0	9.1%	28,362.0	9.2%
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



レポート：NO3『流入チャネル × 広告媒体 × キャンペーン名』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/1/31

流入チャネル	広告媒体	キャンペーン名	セッション数	CV数(購入) [ラスト]	CVR(購入) [ラスト]	CV数(購入) [ファースト]	CVR(購入) [ファースト]	CV数(購入) [均等]	CVR(購入) [均等]
ディスプレイ	Google	期間限定セール	90,243	5,332.0	5.9%	5,021.0	5.6%	3,881.0	4.3%
ディスプレイ	Google	冬の売り尽くし	70,625	2,899.0	4.1%	3,673.0	5.2%	2,883.0	4.1%
ディスプレイ	Google	全品20%OFF キャンペーン	74,549	9,879.0	13.3%	7,869.0	10.6%	3,544.0	4.8%
ディスプレイ	Google	大感謝セール	86,320	10,928.0	12.7%	8,822.0	10.2%	3,712.0	4.3%
ディスプレイ	Google	サマーバーゲン	70,625	6,524.0	9.2%	4,003.0	5.7%	3,466.0	4.9%
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



利用するデータファイル①

データファイル名

流入チャネル別分析用

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
1	セッションID	テキスト	●	-	●	-
2	ビジターID	テキスト	-	-	○	-
3	顧客ID	テキスト	-	-	○	-
4	年月日	日付	-	●	-	-
5	年	テキスト	-	-	○	-
6	月	テキスト	-	-	○	-
7	日	テキスト	-	-	○	-
8	流入チャネル	テキスト	-	-	●	-
9	広告ID	テキスト	-	-	○	-
10	広告種別	テキスト	-	-	○	-
11	広告ネットワーク	テキスト	-	-	○	-
12	キャンペーン名	テキスト	-	-	○	-
13	広告グループ	テキスト	-	-	○	-
14	広告名	テキスト	-	-	○	-
15	クリエイティブ名	テキスト	-	-	○	-
16	広告キーワード	テキスト	-	-	○	-
17	PV数-計算用	整数	-	-	-	○

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
18	セッション数-計算用	テキスト	-	-	-	●
19	UU数-計算用	テキスト	-	-	-	○
20	お試し購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
21	お試し購入数-計算用	整数	-	-	-	○
22	お試し購入金額-計算用	整数	-	-	-	○
23	購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
24	購入数-計算用	整数	-	-	-	○
25	購入金額-計算用	整数	-	-	-	○
26	定期購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
27	定期購入数-計算用	整数	-	-	-	○
28	定期購入金額-計算用	整数	-	-	-	○
29	お試し購入数[ファースト]-計算用	小数	-	-	-	○
30	お試し購入数[ラスト]-計算用	小数	-	-	-	○
31	お試し購入数[ファースト/ラスト]-計算用	小数	-	-	-	○
32	お試し購入数[間接]-計算用	小数	-	-	-	○
33	お試し購入数[均等]-計算用	小数	-	-	-	○

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります



利用するデータファイル②

データファイル名

流入チャネル別分析用

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
34	お試し購入数[減衰]-計算用	小数	-	-	-	○
35	購入数[ファースト]-計算用	小数	-	-	-	●
36	購入数[ラスト]-計算用	小数	-	-	-	●
37	購入数[ファースト/ラスト]-計算用	小数	-	-	-	○
38	購入数[間接]-計算用	小数	-	-	-	○
39	購入数[均等]-計算用	小数	-	-	-	●
40	購入数[減衰]-計算用	小数	-	-	-	○
41	定期購入数[ファースト]-計算用	小数	-	-	-	○
42	定期購入数[ラスト]-計算用	小数	-	-	-	○
43	定期購入数[ファースト/ラスト]-計算用	小数	-	-	-	○
44	定期購入数[間接]-計算用	小数	-	-	-	○
45	定期購入数[均等]-計算用	小数	-	-	-	○
46	定期購入数[減衰]-計算用	小数	-	-	-	○
47	性別	テキスト	-	-	○	-
48	年代	テキスト	-	-	○	-
49	年齢	整数	-	-	○	-

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
50	エリア	テキスト	-	-	○	-
51	都道府県	テキスト	-	-	○	-
52	会員種別	テキスト	-	-	○	-
53	会員ランク	テキスト	-	-	○	-
54	受注ID	テキスト	-	-	○	-
55	商品ID	テキスト	-	-	○	-
56	品番	テキスト	-	-	○	-
57	商品名	テキスト	-	-	○	-
58	カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
59	カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
60	サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	○	-
61	サブカテゴリ名_1	テキスト	-	-	○	-
62	サブカテゴリID_2	テキスト	-	-	○	-
63	サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
64	カラー	テキスト	-	-	○	-
65	サイズ	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
広告効果の 可視化	34	<u>月次広告媒体別CPA分析</u>



実現できること



月×広告媒体別にCV数やLTVなどを可視化し、**広告運用を最適化**させる

これまで

年	月	広告媒体	PV数	CPA
2021	1	Google	...	
2021	2	Google	? ? ?	
2021	3	Google	...	
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

月×広告媒体別にCV数やLTVなどを可視化できておらず、**改善箇所の把握**、および、**効果的な施策を実施することができていない**

これから

年	月	広告媒体	PV数	CPA
2021	1	Google	3,614,580	5,123
2021	2	Google	2,952,060	5,212
2021	3	Google	3,014,190	5,294
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

月×広告媒体別にCV数やLTVなどを可視化することで、**改善箇所を把握し**、**効果的な施策の実施/検証を行うことができる**



本レポートで確認可能な代表的な項目

NO	項目
1	年/月 × 広告媒体



レポート：NO1『年/月 × 広告媒体』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/12/31

年	月	広告媒体	PV数	セッション数	購入数 [直接]	CVR(購入)	...	CPA
2021	1	Google	3,614,580	1,445,832	15,420	1.1%	...	5,123
2021	2	Google	2,952,060	1,180,824	12,030	1.0%	...	5,212
2021	3	Google	3,014,190	1,205,676	12,747	1.1%	...	5,294
2021	4	Google	3,685,020	1,474,008	15,300	1.0%	...	5,311
2021	5	Google	3,089,700	1,235,880	12,719	1.0%	...	5,301
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



利用するデータファイル

データファイル名

月次広告媒体別CPA分析用

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
1	年月-広告媒体	テキスト	●	-	-	-
2	年月日	日付	-	●	-	-
3	年	テキスト	-	-	●	-
4	月	テキスト	-	-	●	-
5	広告媒体	テキスト	-	-	●	-
6	広告種別	テキスト	-	-	○	-
7	広告コスト	整数	-	-	-	●
8	PV数-計算用	整数	-	-	-	●
9	セッション数-計算用	整数	-	-	-	●
10	UU数-計算用	整数	-	-	-	○
11	お試し購入数[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
12	お試し購入者数[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
13	お試し購入金額[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
14	お試し購入数[間接]-計算用	整数	-	-	-	○

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
15	お試し購入者数[間接]-計算用	整数	-	-	-	○
16	お試し購入金額[間接]-計算用	整数	-	-	-	○
17	購入数[直接]-計算用	整数	-	-	-	●
18	購入者数[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
19	購入金額[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
20	購入数[間接]-計算用	整数	-	-	-	○
21	購入者数[間接]-計算用	整数	-	-	-	○
22	購入金額[間接]-計算用	整数	-	-	-	○
23	定期購入数[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
24	定期購入者数[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
25	定期購入金額[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
26	定期購入数[間接]-計算用	整数	-	-	-	○
27	定期購入者数[間接]-計算用	整数	-	-	-	○
28	定期購入金額[間接]-計算用	整数	-	-	-	○

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
広告効果の 可視化	35	<u>日次広告媒体別CPA分析</u>



実現できること



日×広告媒体別に**CV数**や**LTV**などを可視化し、**広告運用を最適化**させる

これまで

年	月	日	広告媒体	PV数	CPA
2021	7	1	Google
2021	7	2	Google	? ? ?	...
2021	7	3	Google
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

日×広告媒体別にCV数やLTVなどを可視化できておらず、**改善箇所の把握**、および、**効果的な施策を実施することができていない**

これから

年	月	日	広告媒体	PV数	CPA
2021	7	1	Google	120,486	5,123
2021	7	2	Google	98,402	5,215
2021	7	3	Google	100,473	5,294
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

日×広告媒体別にCV数やLTVなどを可視化することで、**改善箇所を把握し**、**効果的な施策の実施/検証を行うことができる**



本レポートで確認可能な代表的な項目

NO	項目
1	年/月/日 × 広告媒体



レポート：NO1『年/月/日 × 広告媒体』

集計期間

2021/7/1 ~ 2021/7/31

年	月	日	広告媒体	PV数	セッション数	購入数 [直接]	CPA
2021	7	1	Google	120,486	48,194	514	5,123
2021	7	2	Google	98,402	39,361	401	5,212
2021	7	3	Google	100,473	40,189	425	5,294
2021	7	4	Google	122,834	49,134	510	5,311
2021	7	5	Google	102,990	41,196	424	5,301
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



利用するデータファイル

データファイル名

日次広告媒体別CPA分析用

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
1	年月日-広告媒体	テキスト	●	-	-	-
2	年月日	日付	-	●	-	-
3	年	テキスト	-	-	●	-
4	月	テキスト	-	-	●	-
5	日	テキスト	-	-	●	-
6	広告媒体	テキスト	-	-	●	-
7	広告種別	テキスト	-	-	○	-
8	広告コスト	整数	-	-	-	●
9	PV数-計算用	整数	-	-	-	●
10	セッション数-計算用	整数	-	-	-	●
11	UU数-計算用	整数	-	-	-	○
12	お試し購入数[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
13	お試し購入者数[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
14	お試し購入金額[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
15	お試し購入数[間接]-計算用	整数	-	-	-	○

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
16	お試し購入者数[間接]-計算用	整数	-	-	-	○
17	お試し購入金額[間接]-計算用	整数	-	-	-	○
18	購入数[直接]-計算用	整数	-	-	-	●
19	購入者数[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
20	購入金額[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
21	購入数[間接]-計算用	整数	-	-	-	○
22	購入者数[間接]-計算用	整数	-	-	-	○
23	購入金額[間接]-計算用	整数	-	-	-	○
24	定期購入数[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
25	定期購入者数[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
26	定期購入金額[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
27	定期購入数[間接]-計算用	整数	-	-	-	○
28	定期購入者数[間接]-計算用	整数	-	-	-	○
29	定期購入金額[間接]-計算用	整数	-	-	-	○

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
広告効果の 可視化	36	<u>月次広告キャンペーン別CPA分析</u>



月×広告キャンペーン別にCV数やLTVなどを可視化し、
広告運用を最適化させる

これまで

年	月	キャンペーン名	PV数	CPA
2021	1	期間限定セール
2021	2	売りつくしキャンペーン	? ? ?	...
2021	3	全品20%OFFキャンペーン

月×広告キャンペーン別にCV数やLTVなどを可視化できておらず、改善箇所の把握、および、効果的な施策を実施することができていない

これから

年	月	キャンペーン名	PV数	CPA
2021	1	期間限定セール	3,614,580	5,123
2021	2	売りつくしキャンペーン	2,952,060	5,212
2021	3	全品20%OFFキャンペーン	3,014,190	5,294

月×広告キャンペーン別にCV数やLTVなどを可視化することで、改善箇所を把握し、効果的な施策の実施/検証を行うことができる



本レポートで確認可能な代表的な項目

NO	項目
1	年/月 × キャンペーン名



レポート：NO1『年/月 × キャンペーン名』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/12/31

年	月	キャンペーン名	PV数	セッション数	購入数 [直接]	CVR(購入)	...	CPA
2021	1	期間限定セール	3,614,580	1,445,832	15,420	1.1%	...	5,123
2021	1	売りつくし キャンペーン	2,952,060	1,180,824	12,030	1.0%	...	5,212
2021	1	全品20%OFF キャンペーン	3,014,190	1,205,676	12,747	1.1%	...	5,294
2021	1	大感謝セール	3,685,020	1,474,008	15,300	1.0%	...	5,311
2021	1	ポイントプレゼント キャンペーン	3,089,700	1,235,880	12,719	1.0%	...	5,301
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



利用するデータファイル

データファイル名

月次広告キャンペーン別CPA分析用

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
1	年月-キャンペーン名	テキスト	●	-	-	-
2	年月日	日付	-	●	-	-
3	年	テキスト	-	-	●	-
4	月	テキスト	-	-	●	-
5	広告媒体	テキスト	-	-	○	-
6	広告種別	テキスト	-	-	○	-
7	キャンペーン名	テキスト	-	-	●	-
8	広告コスト	整数	-	-	-	●
9	PV数-計算用	整数	-	-	-	●
10	セッション数-計算用	整数	-	-	-	●
11	UU数-計算用	整数	-	-	-	○
12	お試し購入数[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
13	お試し購入者数[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
14	お試し購入金額[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
15	お試し購入数[間接]-計算用	整数	-	-	-	○

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
16	お試し購入者数[間接]-計算用	整数	-	-	-	○
17	お試し購入金額[間接]-計算用	整数	-	-	-	○
18	購入数[直接]-計算用	整数	-	-	-	●
19	購入者数[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
20	購入金額[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
21	購入数[間接]-計算用	整数	-	-	-	○
22	購入者数[間接]-計算用	整数	-	-	-	○
23	購入金額[間接]-計算用	整数	-	-	-	○
24	定期購入数[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
25	定期購入者数[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
26	定期購入金額[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
27	定期購入数[間接]-計算用	整数	-	-	-	○
28	定期購入者数[間接]-計算用	整数	-	-	-	○
29	定期購入金額[間接]-計算用	整数	-	-	-	○

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
広告効果の 可視化	37	<u>日次広告キャンペーン別CPA分析</u>



実現できること



日×広告キャンペーン別にCV数やLTVなどを可視化し、
広告運用を最適化させる

これまで

年	月	日	キャンペーン名	PV数	CPA
2021	7	1	期間限定セール	...	
2021	7	2	売りつくしキャンペーン	???	
2021	7	3	20%OFFキャンペーン	...	
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

日×広告キャンペーン別にCV数やLTVなどを可視化できておらず、改善箇所の把握、および、効果的な施策を実施することができていない

これから

年	月	日	キャンペーン名	PV数	CPA
2021	7	1	期間限定セール	120,486	5,123
2021	7	2	売りつくしキャンペーン	98,402	5,215
2021	7	3	20%OFFキャンペーン	100,473	5,294
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

日×広告キャンペーン別にCV数やLTVなどを可視化することで、改善箇所を把握し、効果的な施策の実施/検証を行うことができる



本レポートで確認可能な代表的な項目

NO	項目
1	年/月/日 × キャンペーン名

レポート：NO1『年/月/日 × キャンペーン名』

集計期間

2021/7/1 ~ 2021/7/31

年	月	日	キャンペーン名	PV数	セッション数	購入数 [直接]	CPA	
2021	7	1	期間限定セール	120,486	48,194	514	...	5,123
2021	7	1	売りつくし キャンペーン	98,402	39,361	401	...	5,212
2021	7	1	全品20%OFF キャンペーン	100,473	40,189	425	...	5,294
2021	7	1	大感謝セール	122,834	49,134	510	...	5,311
2021	7	1	ポイントプレゼント キャンペーン	102,990	41,196	424	...	5,301
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



利用するデータファイル

データファイル名

日次広告キャンペーン別CPA分析用

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
1	年月日-キャンペーン名	テキスト	●	-	-	-
2	年月日	日付	-	●	-	-
3	年	テキスト	-	-	●	-
4	月	テキスト	-	-	●	-
5	日	テキスト	-	-	●	-
6	広告媒体	テキスト	-	-	○	-
7	広告種別	テキスト	-	-	○	-
8	キャンペーン名	テキスト	-	-	●	-
9	広告コスト	整数	-	-	-	●
10	PV数-計算用	整数	-	-	-	●
11	セッション数-計算用	整数	-	-	-	●
12	UU数-計算用	整数	-	-	-	○
13	お試し購入数[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
14	お試し購入者数[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
15	お試し購入金額[直接]-計算用	整数	-	-	-	○

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
16	お試し購入数[間接]-計算用	整数	-	-	-	○
17	お試し購入者数[間接]-計算用	整数	-	-	-	○
18	お試し購入金額[間接]-計算用	整数	-	-	-	○
19	購入数[直接]-計算用	整数	-	-	-	●
20	購入者数[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
21	購入金額[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
22	購入数[間接]-計算用	整数	-	-	-	○
23	購入者数[間接]-計算用	整数	-	-	-	○
24	購入金額[間接]-計算用	整数	-	-	-	○
25	定期購入数[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
26	定期購入者数[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
27	定期購入金額[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
28	定期購入数[間接]-計算用	整数	-	-	-	○
29	定期購入者数[間接]-計算用	整数	-	-	-	○
30	定期購入金額[間接]-計算用	整数	-	-	-	○

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
b→dash 施策からの 効果可視化	38	<u>メール成果分析</u>



実現できること



メール施策別に**配信から売上に至るまでの成果を可視化し、
配信から売上に寄与する施策を把握**する

これまで

配信年	配信月	シナリオ名	配信数	購入金額 [間接/開封]
2021	1	お気に入り 商品訴求	...	
2021	1	ポイント 利用促進	? ? ?	
2021	1	ランクアップ 促進	...	
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

メール施策別の成果を可視化できておらず、
改善箇所の把握、および、
効果的な施策を実施することができていない

これから

配信年	配信月	シナリオ名	配信数	購入金額 [間接/開封]
2021	1	お気に入り 商品訴求	2,162,725	216,263
2021	1	ポイント 利用促進	2,739,475	212,164
2021	1	ランクアップ 促進	4,305,360	261,381
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

メール施策別の成果を可視化することで、
**改善箇所を把握し、
効果的な施策の実施/検証を行うことができる**



本レポートで確認可能な代表的な項目

NO	項目
1	シナリオ名
2	シナリオ名 × コンテンツ名
3	配信年 × シナリオ名
4	配信年 × シナリオ名 × コンテンツ名

NO	項目
5	配信年/月 × シナリオ名
6	配信年/月 × シナリオ名 × コンテンツ名
7	配信年/月/日 × シナリオ名
8	配信年/月/日 × シナリオ名 × コンテンツ名

etc...



レポート：NO5『配信年/月 × シナリオ名』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/1/31

配信年	配信月	シナリオ名	配信数	配信成功数	開封数	開封率	クリック者数	クリック率	購入金額 [間接/開封]
2021	1	お気に入り 商品訴求	2,162,725	2,054,585	322,155	15.7%	49,310	15.3%	216,263
2021	1	ポイント 利用促進	2,739,475	2,629,895	373,445	14.2%	68,900	18.4%	212,164
2021	1	ランクアップ 促進	4,305,360	4,003,980	540,535	13.5%	207,430	38.4%	261,381
2021	1	キャンペーンの お知らせ	3,904,385	3,552,990	746,400	21.0%	309,110	41.4%	590,752
2021	1	定期購入促進	1,627,280	1,529,640	339,020	22.2%	125,225	36.9%	189,360
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



レポート：NO6『配信年/月 × シナリオ名 × コンテンツ名』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/1/31

配信年	配信月	シナリオ名	コンテンツ名	配信数	配信成功数	開封数	開封率	クリック者数	購入金額 [間接/開封]
2021	1	定期購入促進	お試し購入のお礼	432,545	410,917	64,431	15.7%	9,862	540,657
2021	1	定期購入促進	初回割引 クーポン訴求	547,895	525,979	74,689	14.2%	13,780	530,409
2021	1	定期購入促進	送料無料の お知らせ	861,072	800,796	108,107	13.5%	41,486	653,453
2021	1	定期購入促進	クーポン期限 リマインド	780,877	710,598	149,280	21.0%	61,822	1,476,879
2021	1	定期購入促進	定期購入の メリット	325,456	305,928	67,804	22.2%	25,045	473,401
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



利用するデータファイル①

データファイル名

メール成果分析用

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
1	配信ID-顧客ID	テキスト	●	-	-	-
2	配信ID	テキスト	-	-	○	-
3	顧客ID	テキスト	-	-	○	-
4	配信年月日	日付	-	●	-	-
5	配信年	テキスト	-	-	●	-
6	配信月	テキスト	-	-	●	-
7	配信日	テキスト	-	-	○	-
8	配信時間	テキスト	-	-	○	-
9	シナリオ名	テキスト	-	-	●	-
10	コンテンツ名	テキスト	-	-	●	-
11	タイトル名	テキスト	-	-	○	-
12	性別	テキスト	-	-	○	-
13	年代	テキスト	-	-	○	-
14	年齢	整数	-	-	○	-
15	エリア	テキスト	-	-	○	-
16	都道府県	テキスト	-	-	○	-

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
17	会員種別	テキスト	-	-	○	-
18	会員ランク	テキスト	-	-	○	-
19	配信数-計算用	整数	-	-	-	●
20	配信成功数-計算用	整数	-	-	-	●
21	開封数-計算用	整数	-	-	-	●
22	クリック者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
23	クリック数-計算用	整数	-	-	-	○
24	直帰数-計算用	整数	-	-	-	○
25	PV数-計算用	整数	-	-	-	○
26	お試し購入数[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
27	お試し購入者数[直接]-計算用	テキスト	-	-	-	○
28	お試し購入金額[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
29	購入数[直接]-計算用	整数	-	-	-	●
30	購入者数[直接]-計算用	テキスト	-	-	-	○
31	購入金額[直接]-計算用	整数	-	-	-	●

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります



利用するデータファイル②

データファイル名

メール成果分析用

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
32	定期購入数[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
33	定期購入者数[直接]-計算用	テキスト	-	-	-	○
34	定期購入金額[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
35	お試し購入数[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	○
36	お試し購入者数[間接/配信]-計算用	テキスト	-	-	-	○
37	お試し購入金額[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	○
38	購入数[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	○
39	購入者数[間接/配信]-計算用	テキスト	-	-	-	○
40	購入金額[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	○
41	定期購入数[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	○
42	定期購入者数[間接/配信]-計算用	テキスト	-	-	-	○
43	定期購入金額[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	○
44	お試し購入数[間接/開封]-計算用	整数	-	-	-	○
45	お試し購入者数[間接/開封]-計算用	テキスト	-	-	-	○
46	お試し購入金額[間接/開封]-計算用	整数	-	-	-	○

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
47	購入数[間接/開封]-計算用	整数	-	-	-	●
48	購入者数[間接/開封]-計算用	テキスト	-	-	-	○
49	購入金額[間接/開封]-計算用	整数	-	-	-	●
50	定期購入数[間接/開封]-計算用	整数	-	-	-	○
51	定期購入者数[間接/開封]-計算用	テキスト	-	-	-	○
52	定期購入金額[間接/開封]-計算用	整数	-	-	-	○
53	お試し購入数[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○
54	お試し購入者数[開封/クリック]-計算用	テキスト	-	-	-	○
55	お試し購入金額[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○
56	購入数[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○
57	購入者数[開封/クリック]-計算用	テキスト	-	-	-	○
58	購入金額[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○
59	定期購入数[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○
60	定期購入者数[開封/クリック]-計算用	テキスト	-	-	-	○
61	定期購入金額[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
b→dash 施策からの 効果可視化	39	<u>メール別購入商品分析</u>



実現できること



メール施策別に**購入のあった商品を可視化し、
売上に寄与するメール施策を把握**する

これまで

配信年	配信月	シナリオ名	商品名	購入者数	購入金額
2021	1	初回購入促進シナリオ	モイスト化粧品セット		
2021	1	初回購入促進シナリオ	リフトエッセンス	???	
2021	1	初回購入促進シナリオ	スペシャルケアセット		
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

メール施策別に購入のあった商品を可視化できておらず、**改善箇所の把握**、および、**効果的な施策を実施することができていない**

これから

配信年	配信月	シナリオ名	商品名	購入者数	購入金額
2021	1	初回購入促進シナリオ	モイスト化粧品セット	116	290,320
2021	2	初回購入促進シナリオ	リフトエッセンス	125	362,960
2021	3	初回購入促進シナリオ	スペシャルケアセット	122	378,345
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

メール施策別に購入のあった商品を可視化することで、**改善箇所を把握し、効果的な施策の実施/検証を行うことができる**



本レポートで確認可能な代表的な項目

NO	項目
1	配信年/月 × シナリオ名 × コンテンツ名 × 商品名
2	配信年/月 × シナリオ名 × コンテンツ名 × 商品ブランド
3	配信年/月 × シナリオ名 × コンテンツ名 × 商品カテゴリ
4	配信年/月 × シナリオ名 × コンテンツ名 × 商品サブカテゴリ

NO	項目
5	配信年/月 × シナリオ名 × 商品名
6	配信年/月 × シナリオ名 × 商品ブランド
7	配信年/月 × シナリオ名 × 商品カテゴリ
8	配信年/月 × シナリオ名 × 商品サブカテゴリ

etc...



レポート：NO1『配信年/月 × シナリオ名 × コンテンツ名 × 商品名』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/1/31

配信年	配信月	シナリオ名	コンテンツ名	商品名	購入者数	購入金額
2021	1	初回購入促進シナリオ	初回購入クーポン有効期限のお知らせ	モイスト化粧品セット	112	280,500
2021	1	初回購入促進シナリオ	初回購入クーポン有効期限のお知らせ	リフトエッセンス	127	368,767
2021	1	初回購入促進シナリオ	初回購入クーポン有効期限のお知らせ	スペシャルケアセット	123	381,446
2021	1	初回購入促進シナリオ	初回購入クーポン有効期限のお知らせ	ポタニカルピュアオイル	109	327,885
2021	1	初回購入促進シナリオ	初回購入クーポン有効期限のお知らせ	モイスチャークリーム	105	273,270
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



レポート：NO5『配信年/月 × シナリオ名 × 商品名』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/1/31

配信年	配信月	シナリオ名	商品名	購入者数	購入金額
2021	1	初回購入 促進シナリオ	モイスト 化粧品セット	116	290,320
2021	1	初回購入 促進シナリオ	リフトエッセンス	125	362,960
2021	1	初回購入 促進シナリオ	スペシャル ケアセット	122	378,345
2021	1	初回購入 促進シナリオ	ボタニカル ピュアオイル	109	327,885
2021	1	初回購入 促進シナリオ	モイスチャー クリーム	105	273,270
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



利用するデータファイル

データファイル名

メール別購入商品分析用

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
1	配信ID-顧客ID-商品ID	テキスト	●	-	-	-
2	配信ID	テキスト	-	-	○	-
3	顧客ID	テキスト	-	-	○	-
4	配信年月日	日付	-	●	-	-
5	配信年	テキスト	-	-	●	-
6	配信月	テキスト	-	-	●	-
7	配信日	テキスト	-	-	○	-
8	配信時間	テキスト	-	-	○	-
9	シナリオ名	テキスト	-	-	●	-
10	コンテンツ名	テキスト	-	-	●	-
11	タイトル名	テキスト	-	-	○	-
12	性別	テキスト	-	-	○	-
13	年代	テキスト	-	-	○	-
14	年齢	整数	-	-	○	-
15	エリア	テキスト	-	-	○	-
16	都道府県	テキスト	-	-	○	-
17	受注ID	テキスト	-	-	○	-
18	商品ID	テキスト	-	-	○	-
19	品番	テキスト	-	-	○	-

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
20	商品名	テキスト	-	-	●	-
21	カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
22	カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
23	サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	○	-
24	サブカテゴリ名_1	テキスト	-	-	○	-
25	サブカテゴリID_2	テキスト	-	-	○	-
26	サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
27	カラー	テキスト	-	-	○	-
28	サイズ	テキスト	-	-	○	-
29	お試し購入数-計算用	整数	-	-	-	○
30	購入数-計算用	整数	-	-	-	○
31	定期購入数-計算用	整数	-	-	-	○
32	お試し購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
33	購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
34	定期購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
35	お試し購入金額-計算用	整数	-	-	-	○
36	購入金額-計算用	整数	-	-	-	●
37	定期購入金額-計算用	整数	-	-	-	○

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
b→dash 施策からの 効果可視化	40	<u>メール開封時間帯分析</u>



時間帯毎にメールを開封した顧客数や
人数比率などを可視化し、開封率が変動した要因を把握する

これまで

メール 配信年	メール 配信月	~09:00 開封者数	~12:00 開封者数	~00:00 開封者数
2021	1			...
2021	2		???	...
2021	3			...
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

時間帯毎にメールを開封した顧客数や人数比率を
可視化できておらず、改善箇所の把握、および、
効果的な施策を実施することができていない

これから

メール 配信年	メール 配信月	~09:00 開封者数	~12:00 開封者数	~00:00 開封者数
2021	1	89	264	100
2021	2	45	90	110
2021	3	82	189	138
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

時間帯毎にメールを開封した顧客数や人数比率を
可視化することで、改善箇所を把握し、
効果的な施策の実施/検証を行うことができる



本レポートで確認可能な代表的な項目

NO	項目
1	メール配信年 × 開封時間帯
2	メール配信年/月 × 開封時間帯
3	メール配信年/月/日 × 開封時間帯
4	メールコンテンツ名 × 開封時間帯
5	性別 × 開封時間帯
6	年代 × 開封時間帯

NO	項目
7	都道府県 × 開封時間帯
8	メール配信年 × メールコンテンツ名 × 開封時間帯
9	メール配信年/月 × メールコンテンツ名 × 開封時間帯
10	メール配信年/月/日 × メールコンテンツ名 × 開封時間帯
11	メール配信年 × 性別 × 開封時間帯

etc...

レポート：NO2『メール配信年/月 × 開封時間帯』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/12/31

メール配信年	メール配信月	00:00~09:00	09:00~12:00	12:00~15:00	15:00~18:00	18:00~21:00	21:00~00:00
		開封者数	開封者数	開封者数	開封者数	開封者数	開封者数
2021	1	89	264	739	356	560	100
2021	2	45	90	823	454	258	110
2021	3	82	189	600	392	492	138
2021	4	92	100	1,100	492	359	92
2021	5	46	52	1,094	456	672	100
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



利用するデータファイル

データファイル名

メール開封時間帯分析用

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
1	メール行動ログID	テキスト	●	-	-	-
2	メール配信年月日	日付	-	●	-	-
3	メール配信年	テキスト	-	-	●	-
4	メール配信月	テキスト	-	-	●	-
5	メール配信日	テキスト	-	-	○	-
6	顧客ID	テキスト	-	-	○	-
7	メールコンテンツID	テキスト	-	-	○	-
8	メールコンテンツ名	テキスト	-	-	○	-
9	開封時間帯	テキスト	-	-	● (表頭)	-

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
10	開封数-計算用	整数	-	-	-	○
11	開封者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
12	性別	テキスト	-	-	○	-
13	年代	テキスト	-	-	○	-
14	年齢	整数	-	-	○	-
15	エリア	テキスト	-	-	○	-
16	都道府県	テキスト	-	-	○	-
17	会員種別	テキスト	-	-	○	-
18	会員ランク	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
b→dash 施策からの 効果可視化	41	<u>web接客成果分析</u>



実現できること



web接客施策別に**配信から売上に至るまでの成果を可視化し、
配信から売上に寄与する施策を把握**する

これまで

配信年	配信月	施策名	表示数	CV金額
2021	1	お気に入り商品訴求	...	
2021	2	ポイント利用促進	? ? ?	
2021	3	ランクアップ促進	...	
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

web接客施策別の成果を可視化できておらず、
改善箇所の把握、および、
効果的な施策を実施することができていない

これから

配信年	配信月	施策名	表示数	CV金額
2021	1	お気に入り商品訴求	432,545	1,172,939
2021	2	ポイント利用促進	547,895	1,395,675
2021	3	ランクアップ促進	861,072	2,040,300
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

web接客施策別の成果を可視化することで、
**改善箇所を把握し、
効果的な施策の実施/検証を行うことができる**



本レポートで確認可能な代表的な項目

NO	項目
1	施策名
2	施策名 × コンテンツ名
3	配信年/月 × 施策名
4	配信年/月 × 施策名 × コンテンツ名
5	配信年/月/日 × 施策名
6	配信年/月/日 × 施策名 × コンテンツ名

etc...



レポート : NO3『配信年/月 × 施策名』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/1/31

配信年	配信月	施策名	表示数	クリック者数	クリック率	CV数	CVR(購入)	CV金額
2021	1	お気に入り商品訴求	432,545	9,862	2.3%	586	5.9%	1,172,939
2021	1	ポイント利用促進	547,895	13,780	2.5%	558	4.1%	1,395,675
2021	1	ランクアップ促進	861,072	41,486	4.8%	1,020	2.5%	2,040,300
2021	1	キャンペーンのお知らせ	780,877	61,822	7.9%	1,206	2.0%	2,412,800
2021	1	定期購入促進	325,456	25,045	7.7%	1,630	6.5%	3,423,600
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



レポート：NO4『配信年/月 × 施策名 × コンテンツ名』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/1/31

配信年	配信月	施策名	コンテンツ名	表示数	クリック者数	クリック率	CV数	CV金額
2021	1	定期購入促進	お試し購入のお礼	54,584	1,255	2.3%	62	144,840
2021	1	定期購入促進	初回割引クーポン訴求	60,541	1,513	2.5%	60	137,336
2021	1	定期購入促進	送料無料のお知らせ	59,021	2,833	4.8%	70	276,371
2021	1	定期購入促進	クーポン期限リマインド	58,108	4,590	7.9%	92	391,371
2021	1	定期購入促進	定期購入のメリット	49,987	3,848	7.7%	211	101,029
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



利用するデータファイル

データファイル名

web接客成果分析用

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
1	配信ID-顧客ID	テキスト	●	-	-	-
2	施策ID	テキスト	-	-	○	-
3	顧客ID	テキスト	-	-	○	○
4	コンテンツID	テキスト	-	-	○	-
5	ビジターID	テキスト	-	-	○	○
6	配信年月日	日付	-	●	-	-
7	配信年	テキスト	-	-	●	-
8	配信月	テキスト	-	-	●	-
9	配信日	テキスト	-	-	○	-
10	配信時間	テキスト	-	-	○	-
11	施策名	テキスト	-	-	●	-
12	コンテンツ名	テキスト	-	-	○	-
13	表示数-計算用	整数	-	-	-	●
14	クリック数-計算用	整数	-	-	-	○
15	クリック者数-計算用	整数	-	-	-	●
16	お試し購入数[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
17	お試し購入者数[直接]-計算用	テキスト	-	-	-	○

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
18	お試し購入金額[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
19	購入数[直接]-計算用	整数	-	-	-	●
20	購入者数[直接]-計算用	テキスト	-	-	-	○
21	購入金額[直接]-計算用	整数	-	-	-	●
22	定期購入数[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
23	定期購入者数[直接]-計算用	テキスト	-	-	-	○
24	定期購入金額[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
25	お試し購入数[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	○
26	お試し購入者数[間接/配信]-計算用	テキスト	-	-	-	○
27	お試し購入金額[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	○
28	購入数[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	○
29	購入者数[間接/配信]-計算用	テキスト	-	-	-	○
30	購入金額[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	○
31	定期購入数[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	○
32	定期購入者数[間接/配信]-計算用	テキスト	-	-	-	○
33	定期購入金額[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	○

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
b→dash 施策からの 効果可視化	42	SMS成果分析



実現できること



SMS施策別に**配信から売上に至るまでの成果を可視化し、
配信から売上に寄与する施策を把握**する

これまで

配信年	配信月	シナリオ名	配信数	購入金額 [間接/配信]
2021	1	お気に入り 商品訴求	...	
2021	1	ポイント 利用促進	? ? ?	
2021	1	ランクアップ 促進	...	
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

SMS施策別の成果を可視化できておらず、
改善箇所の把握、および、
効果的な施策を実施することができていない

これから

配信年	配信月	シナリオ名	配信数	購入金額 [間接/配信]
2021	1	お気に入り 商品訴求	1,081,363	540,657
2021	1	ポイント 利用促進	1,369,738	530,409
2021	1	ランクアップ 促進	2,152,680	653,453
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

SMS施策別の成果を可視化することで、
**改善箇所を把握し、
効果的な施策の実施/検証を行うことができる**



本レポートで確認可能な代表的な項目

NO	項目
1	シナリオ名
2	シナリオ名 × コンテンツ名
3	配信年/月 × シナリオ名
4	配信年/月 × シナリオ名 × コンテンツ名
5	配信年/月/日 × シナリオ名
6	配信年/月/日 × シナリオ名 × コンテンツ名

etc...



レポート：NO3『配信年/月 × シナリオ名』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/1/31

配信年	配信月	シナリオ名	配信数	配信成功数	クリック者数	クリック率	購入金額 [間接/配信]
2021	1	お気に入り商品 訴求	1,081,363	1,027,293	24,655	2.4%	540,657
2021	1	ポイント利用促進	1,369,738	1,314,948	32,873	2.5%	560,409
2021	1	ランクアップ 促進	2,152,680	2,001,990	96,095	4.8%	653,453
2021	1	キャンペーンの お知らせ	1,952,193	1,776,495	140,343	7.9%	1,784,168
2021	1	定期購入促進	2,947,640	764,820	58,891	7.7%	1,730,102
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



レポート：NO4『配信年/月 × シナリオ名 × コンテンツ名』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/1/31

配信年	配信月	シナリオ名	コンテンツ名	配信数	配信成功数	クリック者数	クリック率	購入金額 [間接/配信]
2021	1	定期購入促進	お試し購入のお礼	432,545	410,917	9,862	2.3%	540,657
2021	1	定期購入促進	初回割引 クーポン訴求	547,895	525,979	13,780	2.5%	583,909
2021	1	定期購入促進	送料無料の お知らせ	861,072	800,796	41,486	4.8%	1,123,566
2021	1	定期購入促進	クーポン期限 リマインド	780,877	710,598	61,822	7.9%	1,854,453
2021	1	定期購入促進	定期購入の メリット	325,456	305,928	25,045	7.7%	1,805,794
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



利用するデータファイル①

データファイル名

SMS成果分析用

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
1	配信ID-顧客ID	テキスト	●	-	-	-
2	配信ID	テキスト	-	-	○	-
3	顧客ID	テキスト	-	-	○	○
4	配信年月日	日付	-	●	-	-
5	配信年	テキスト	-	-	●	-
6	配信月	テキスト	-	-	●	-
7	配信日	テキスト	-	-	○	-
8	配信時間	テキスト	-	-	○	-
9	シナリオ名	テキスト	-	-	●	-
10	コンテンツ名	テキスト	-	-	●	-
11	性別	テキスト	-	-	○	-
12	年代	テキスト	-	-	○	-
13	年齢	整数	-	-	○	-

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
14	エリア	テキスト	-	-	○	-
15	都道府県	テキスト	-	-	○	-
16	会員種別	テキスト	-	-	○	-
17	会員ランク	テキスト	-	-	○	-
18	配信数-計算用	整数	-	-	-	●
19	配信成功数-計算用	整数	-	-	-	●
20	クリック者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
21	クリック数-計算用	整数	-	-	-	○
22	直帰数-計算用	整数	-	-	-	○
23	PV数-計算用	整数	-	-	-	○
24	お試し購入数[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
25	お試し購入者数[直接]-計算用	テキスト	-	-	-	○
26	お試し購入金額[直接]-計算用	整数	-	-	-	○

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります



利用するデータファイル②

データファイル名

SMS成果分析用

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
27	購入数[直接]-計算用	整数	-	-	-	●
28	購入者数[直接]-計算用	テキスト	-	-	-	○
29	購入金額[直接]-計算用	整数	-	-	-	●
30	定期購入数[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
31	定期購入者数[直接]-計算用	テキスト	-	-	-	○
32	定期購入金額[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
33	お試し購入数[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	○
34	お試し購入者数[間接/配信]-計算用	テキスト	-	-	-	○
35	お試し購入金額[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	○
36	購入数[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	○
37	購入者数[間接/配信]-計算用	テキスト	-	-	-	○
38	購入金額[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	○

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
39	定期購入数[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	○
40	定期購入者数[間接/配信]-計算用	テキスト	-	-	-	○
41	定期購入金額[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	○
42	お試し購入数[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○
43	お試し購入者数[間接/クリック]-計算用	テキスト	-	-	-	○
44	お試し購入金額[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○
45	購入数[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○
46	購入者数[間接/クリック]-計算用	テキスト	-	-	-	○
47	購入金額[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○
48	定期購入数[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○
49	定期購入者数[間接/クリック]-計算用	テキスト	-	-	-	○
50	定期購入金額[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
b→dash 施策からの 効果可視化	43	<u>LINE成果分析</u>



実現できること



LINE施策別に**配信から売上に至るまでの成果を可視化し、**
配信から売上に寄与する施策を把握する

これまで

配信年	配信月	シナリオ名	配信数	購入金額 [間接/配信]
2021	1	お気に入り 商品訴求	...	
2021	1	ポイント 利用促進	? ? ?	
2021	1	ランクアップ 促進	...	
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

LINE施策別の成果を可視化できておらず、
改善箇所の把握、および、
効果的な施策を実施することができていない

これから

配信年	配信月	シナリオ名	配信数	購入金額 [間接/配信]
2021	1	お気に入り 商品訴求	2,162,725	540,657
2021	1	ポイント 利用促進	2,739,475	530,409
2021	1	ランクアップ 促進	4,305,360	653,453
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

LINE施策別の成果を可視化することで、
改善箇所を把握し、
効果的な施策の実施/検証を行うことができる



本レポートで確認可能な代表的な項目

NO	項目
1	シナリオ名
2	シナリオ名 × コンテンツ名
3	配信年/月 × シナリオ名
4	配信年/月 × シナリオ名 × コンテンツ名
5	配信年/月/日 × シナリオ名
6	配信年/月/日 × シナリオ名 × コンテンツ名

etc...



レポート：NO3『配信年/月 × シナリオ名』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/1/31

配信年	配信月	シナリオ名	配信数	配信成功数	クリック者数	クリック率	CVR(購入)	...	購入金額 [間接/配信]
2021	1	お気に入り商品訴求	2,162,725	2,054,585	47,255	2.3%	5.9%	...	540,657
2021	1	ポイント利用促進	2,739,475	2,629,895	68,900	2.5%	4.0%	...	530,409
2021	1	ランクアップ促進	4,305,360	4,003,980	192,191	4.8%	2.5%	...	653,453
2021	1	定期購入促進	3,904,385	3,552,990	44,974	7.9%	2.0%	...	1,476,879
2021	1	キャンペーンのお知らせ	1,627,280	1,529,640	117,782	7.7%	6.5%	...	473,401
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



レポート：NO4『配信年/月 × シナリオ名 × コンテンツ名』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/1/31

配信年	配信月	シナリオ名	コンテンツ名	配信数	配信成功数	クリック者数	クリック率	購入金額 [間接/配信]
2021	1	定期購入促進	お試し購入のお礼	432,545	410,917	9,862	2.3%	216,263
2021	1	定期購入促進	初回割引クーポン訴求	547,895	525,979	13,780	2.5%	212,164
2021	1	定期購入促進	送料無料のお知らせ	861,072	800,796	41,486	4.8%	261,381
2021	1	定期購入促進	クーポン期限リマインド	780,877	710,598	61,822	7.9%	590,752
2021	1	定期購入促進	定期購入のメリット	325,456	305,928	25,045	7.7%	189,360
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



利用するデータファイル①

データファイル名

LINE成果分析用

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
1	配信ID-顧客ID	テキスト	●	-	-	-
2	配信ID	テキスト	-	-	○	-
3	顧客ID	テキスト	-	-	○	○
4	配信年月日	日付	-	●	-	-
5	配信年	テキスト	-	-	●	-
6	配信月	テキスト	-	-	●	-
7	配信日	テキスト	-	-	○	-
8	配信時間	テキスト	-	-	○	-
9	シナリオ名	テキスト	-	-	●	-
10	コンテンツ名	テキスト	-	-	●	-
11	タイトル名	テキスト	-	-	○	-
12	性別	テキスト	-	-	○	-
13	年代	テキスト	-	-	○	-

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
14	年齢	整数	-	-	○	-
15	エリア	テキスト	-	-	○	-
16	都道府県	テキスト	-	-	○	-
17	会員種別	テキスト	-	-	○	-
18	会員ランク	テキスト	-	-	○	-
19	配信数-計算用	整数	-	-	-	●
20	配信成功数-計算用	整数	-	-	-	●
21	クリック者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
22	クリック数-計算用	整数	-	-	-	○
23	直帰数-計算用	整数	-	-	-	○
24	PV数-計算用	整数	-	-	-	○
25	お試し購入数[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
26	お試し購入者数[直接]-計算用	テキスト	-	-	-	○

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります



利用するデータファイル②

データファイル名

LINE成果分析用

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
27	お試し購入金額[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
28	購入数[直接]-計算用	整数	-	-	-	●
29	購入者数[直接]-計算用	テキスト	-	-	-	○
30	購入金額[直接]-計算用	整数	-	-	-	●
31	定期購入数[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
32	定期購入者数[直接]-計算用	テキスト	-	-	-	○
33	定期購入金額[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
34	お試し購入数[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	○
35	お試し購入者数[間接/配信]-計算用	テキスト	-	-	-	○
36	お試し購入金額[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	○
37	購入数[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	○
38	購入者数[間接/配信]-計算用	テキスト	-	-	-	○
39	購入金額[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	○

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
40	定期購入数[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	○
41	定期購入者数[間接/配信]-計算用	テキスト	-	-	-	○
42	定期購入金額[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	○
43	お試し購入数[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○
44	お試し購入者数[間接/クリック]-計算用	テキスト	-	-	-	○
45	お試し購入金額[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○
46	購入数[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○
47	購入者数[間接/クリック]-計算用	テキスト	-	-	-	○
48	購入金額[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○
49	定期購入数[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○
50	定期購入者数[間接/クリック]-計算用	テキスト	-	-	-	○
51	定期購入金額[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
b→dash 施策からの 効果可視化	44	<u>アプリPush成果分析</u>



実現できること



アプリPush施策別に**配信から売上に至るまでの成果を可視化し、**
配信から売上に寄与する施策を把握する

これまで

配信年	配信月	シナリオ名	配信数	購入金額 [間接/配信]
2021	1	お気に入り 商品訴求	...	
2021	1	ポイント 利用促進	? ? ?	
2021	1	ランクアップ 促進	...	

アプリPush施策別の成果を可視化できておらず、
改善箇所の把握、および、
効果的な施策を実施することができていない

これから

配信年	配信月	シナリオ名	配信数	購入金額 [間接/配信]
2021	1	お気に入り 商品訴求	86,509	540,657
2021	1	ポイント 利用促進	109,579	530,409
2021	1	ランクアップ 促進	172,214	653,453

アプリPush施策別の成果を可視化することで、
改善箇所を把握し、
効果的な施策の実施/検証を行うことができる



本レポートで確認可能な代表的な項目

NO	項目
1	シナリオ名
2	シナリオ名 × コンテンツ名
3	配信年/月 × シナリオ名
4	配信年/月 × シナリオ名 × コンテンツ名
5	配信年/月/日 × シナリオ名
6	配信年/月/日 × シナリオ名 × コンテンツ名

etc...



レポート：NO3『配信年/月 × シナリオ名』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/1/31

配信年	配信月	シナリオ名	配信数	配信成功数	クリック者数	クリック率	CVR(購入)	購入金額 [間接/配信]
2021	1	お気に入り商品訴求	2,162,725	2,054,585	47,255	2.3%	5.9%	540,657
2021	1	ポイント利用促進	2,739,475	2,629,895	68,900	2.5%	4.0%	530,409
2021	1	ランクアップ促進	4,305,360	4,003,980	192,191	4.8%	2.5%	653,453
2021	1	定期購入促進	3,904,385	3,552,990	44,974	7.9%	2.0%	1,476,879
2021	1	キャンペーンのお知らせ	1,627,280	1,529,640	117,782	7.7%	6.5%	473,401
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



レポート：NO4『配信年/月 × シナリオ名 × コンテンツ名』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/1/31

配信年	配信月	シナリオ名	コンテンツ名	配信数	配信成功数	クリック者数	クリック率	購入金額 [間接/配信]
2021	1	定期購入促進	お試し購入のお礼	432,545	410,917	9,862	2.3%	216,263
2021	1	定期購入促進	初回割引 クーポン訴求	547,895	525,979	13,780	2.5%	212,164
2021	1	定期購入促進	送料無料の お知らせ	861,072	800,796	41,486	4.8%	261,381
2021	1	定期購入促進	クーポン期限 リマインド	780,877	710,598	61,822	7.9%	590,752
2021	1	定期購入促進	定期購入の メリット	325,456	305,928	25,045	7.7%	189,360
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



利用するデータファイル①

データファイル名

アプリPush成果分析用

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
1	配信ID-顧客ID	テキスト	●	-	-	-
2	配信ID	テキスト	-	-	○	-
3	顧客ID	テキスト	-	-	○	○
4	配信年月日	日付	-	●	-	-
5	配信年	テキスト	-	-	●	-
6	配信月	テキスト	-	-	●	-
7	配信日	テキスト	-	-	○	-
8	配信時間	テキスト	-	-	○	-
9	シナリオ名	テキスト	-	-	●	-
10	コンテンツ名	テキスト	-	-	●	-
11	タイトル名	テキスト	-	-	○	-
12	性別	テキスト	-	-	○	-
13	年代	テキスト	-	-	○	-

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
14	年齢	整数	-	-	○	-
15	エリア	テキスト	-	-	○	-
16	都道府県	テキスト	-	-	○	-
17	会員種別	テキスト	-	-	○	-
18	会員ランク	テキスト	-	-	○	-
19	配信数-計算用	整数	-	-	-	●
20	配信成功数-計算用	整数	-	-	-	●
21	クリック者数-計算用	整数	-	-	-	●
22	クリック数-計算用	整数	-	-	-	○
23	直帰数-計算用	整数	-	-	-	○
24	PV数-計算用	整数	-	-	-	○
25	お試し購入数[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
26	お試し購入者数[直接]-計算用	整数	-	-	-	○

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります



利用するデータファイル②

データファイル名

アプリPush成果分析用

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
27	お試し購入金額[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
28	購入数[直接]-計算用	整数	-	-	-	●
29	購入者数[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
30	購入金額[直接]-計算用	整数	-	-	-	●
31	定期購入数[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
32	定期購入者数[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
33	定期購入金額[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
34	お試し購入数[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	○
35	お試し購入者数[間接/配信]-計算用	テキスト	-	-	-	○
36	お試し購入金額[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	○
37	購入数[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	○
38	購入者数[間接/配信]-計算用	テキスト	-	-	-	○
39	購入金額[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	○

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
40	定期購入数[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	○
41	定期購入者数[間接/配信]-計算用	テキスト	-	-	-	○
42	定期購入金額[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	○
43	お試し購入数[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○
44	お試し購入者数[間接/クリック]-計算用	テキスト	-	-	-	○
45	お試し購入金額[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○
46	購入数[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○
47	購入者数[間接/クリック]-計算用	テキスト	-	-	-	○
48	購入金額[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○
49	定期購入数[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○
50	定期購入者数[間接/クリック]-計算用	テキスト	-	-	-	○
51	定期購入金額[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
b→dash 施策からの 効果可視化	45	<u>チャンネル別施策成果分析</u>



実現できること



チャンネルの施策別に**流入から売上に至るまでの成果を可視化し、配信から売上に寄与する施策を把握**する

これまで

配信年	配信月	チャンネル	アプローチ数	購入金額 [間接/配信]
2021	1	メール	...	
2021	1	LINE	? ? ?	
2021	1	SMS	...	

チャンネルの施策別の成果を可視化できておらず、**改善箇所の把握**、および、**効果的な施策を実施することができていない**

これから

配信年	配信月	チャンネル	アプローチ数	購入数 [間接/配信]
2021	1	メール	4,103,851	10,302
2021	1	LINE	954,341	931
2021	1	SMS	153,307	141

チャンネルの施策別の成果を可視化することで、**改善箇所を把握し、効果的な施策の実施/検証を行うことができる**



本レポートで確認可能な代表的な項目

NO	項目
1	チャンネル
2	配信年 × チャンネル
3	配信年/月 × チャンネル
4	配信年/月/日 × チャンネル

etc...



レポート：NO1『チャンネル』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/12/31

チャンネル	アプローチ数	クリック数	購入数 [直接]	CVR(購入)	購入数 [間接/配信]
メール	49,246,212	3,364,152	61,812	1.8%	123,624
LINE	11,452,092	274,968	8,532	3.1%	11,172
SMS	1,839,684	19,728	1,068	5.4%	1,692
アプリPush	1,017,612	25,500	1,116	4.4%	2,088
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



レポート : NO3『配信年/月 × チャンネル』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/12/31

配信年	配信月	チャンネル	アプローチ数	クリック数	購入数 [直接]	CVR(購入)	購入数 [間接/配信]
2021	1	メール	4,103,851	280,346	5,046	1.8%	10,302
2021	1	LINE	954,341	22,914	710	3.1%	931
2021	1	SMS	153,307	1,644	89	5.4%	141
2021	1	アプリPush	84,801	2,125	93	4.4%	174
2021	2	メール	4,080,798	272,442	2,996	1.1%	611
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



利用するデータファイル

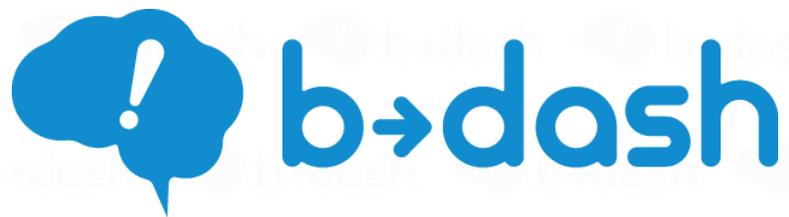
データファイル名

チャンネル別施策成果分析用

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
1	配信年月日-チャンネル	テキスト	●	-	-	-
2	配信年月日	日付	-	●	-	-
3	配信年	テキスト	-	-	●	-
4	配信月	テキスト	-	-	●	-
5	配信日	テキスト	-	-	○	-
6	配信時間	テキスト	-	-	○	-
7	チャンネル	テキスト	-	-	●	-
8	アプローチ数-計算用	整数	-	-	-	●
9	クリック数-計算用	整数	-	-	-	●
10	クリック者数-計算用	整数	-	-	-	●
11	お試し購入数[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
12	お試し購入者数[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
13	お試し購入金額[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
14	購入数[直接]-計算用	整数	-	-	-	●

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
15	購入者数[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
16	購入金額[直接]-計算用	整数	-	-	-	●
17	定期購入数[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
18	定期購入者数[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
19	定期購入金額[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
20	お試し購入数[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	○
21	お試し購入者数[間接/配信]-計算用	テキスト	-	-	-	○
22	お試し購入金額[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	○
23	購入数[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	○
24	購入者数[間接/配信]-計算用	テキスト	-	-	-	○
25	購入金額[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	○
26	定期購入数[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	○
27	定期購入者数[間接/配信]-計算用	テキスト	-	-	-	○
28	定期購入金額[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	○

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります



～ 免責事項 ～

第三者による、文書の無断転用、引用を禁止いたします。
本資料に記載している情報は、信頼できる情報ソースから取得しておりますが、その内容の正確性、信頼性、完全性、網羅性を保証するものではありません。
本資料に記載している情報による意思決定は、貴社の判断及び責任において行うようお願い申し上げます。