



施策/分析一覧

EC事業者様向け

本資料の目的

本資料では、貴社の業界で実施すべき分析について、
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	自社EC 売上分析	自社ECの売上状況を可視化し、売上が変動した要因を把握する	P7~12
		2	自社EC/モール 売上分析	自社EC/モール別に売上状況を可視化し、売上に寄与するチャネルを把握する	P13~19
		3	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	P20~26
		4	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	P27~33
顧客状態を 把握したい	優良顧客の把握	5	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	P35~38
		6	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	P39~42
在庫状態を 把握したい	在庫の把握	7	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	P44~48
		8	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	P49~53
LTV向上に向けた 示唆を得たい	改善すべき 歩留まりの把握	9	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、改善すべきプロセスを把握する	P55~59
		10	コホート分析	初回購入した顧客の定着率を可視化し、改善すべきプロセスを把握する	P60~68
	アプローチすべき タイミングの把握	11	F2転換タイミング分析	初回購入した顧客のF2転換タイミングを可視化し、2回目購入させる適切なタイミングを把握する	P69~72
		12	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	P73~80
		13	F1F2購入商品の組み合わせ分析	初回購入商品と2回目購入商品で頻出する組み合わせを可視化し、2回目購入させる適切な商品を把握する	P81~86



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
施策効果を可視化したい	広告効果を可視化したい	14	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	P88~95
		15	広告媒体別CPA分析	月×広告媒体別にCPAの変動を可視化し、広告運用を最適化させる	P96~100
		16	広告キャンペーン別CPA分析	月×広告キャンペーン別にCPAの変動を可視化し、広告運用を最適化させる	P101~105
	b→dash施策からの効果可視化	17	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、売上に寄与するメール施策を把握する	P106~110
		18	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	P111~115
		19	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	P116~120
		20	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、売上に寄与する施策を把握する	P121~126
		21	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、売上に寄与する施策を把握する	P127~131
		22	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、売上に寄与する施策を把握する	P132~136
		23	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、売上に寄与する施策を把握する	P137~141

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	自社EC 売上分析	自社ECの売上状況を可視化し、売上が変動した要因を把握する	P7~12
		2	自社EC/モール 売上分析	自社EC/モール別に売上状況を可視化し、売上に寄与するチャネルを把握する	P13~19
		3	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	P20~26
		4	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	P27~33
顧客状態を 把握したい	優良顧客の把握	5	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	P35~38
		6	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	P39~42
在庫状態を 把握したい	在庫の把握	7	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	P44~48
		8	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	P49~53
LTV向上に向けた 示唆を得たい	改善すべき 歩留まりの把握	9	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、改善すべきプロセスを把握する	P55~59
		10	コホート分析	初回購入した顧客の定着率を可視化し、改善すべきプロセスを把握する	P60~68
	アプローチすべき タイミングの把握	11	F2転換タイミング分析	初回購入した顧客のF2転換タイミングを可視化し、2回目購入させる適切なタイミングを把握する	P69~72
		12	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	P73~80
		13	F1F2購入商品の組み合わせ分析	初回購入商品と2回目購入商品で頻出する組み合わせを可視化し、2回目購入させる適切な商品を把握する	P81~86

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



実現できること



自社ECの**売上状況を可視化し、**
売上に寄与するチャネルを把握する

これまで

年	月	1日 売上金額	2日 売上金額	31日 売上金額
2022	1			...
2022	2		???	...
2022	3			...

自社ECの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
2022	1	540,400	490,205	571,220
2022	2	497,168	450,989	-
2022	3	589,036	534,323	622,630

自社ECの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
4	年 × 販売チャネル
5	年/月 × 販売チャネル
6	年/月/日 × 販売チャネル
etc...	



レポート : NO3『年/月/日』

集計期間		2022/1/1 ~ 2022/12/31						
年	月	1日	2日	3日	4日	5日	...	31日
		売上金額	売上金額	売上金額	売上金額	売上金額		売上金額
2022	1	540,400	490,205	510,233	500,492	521,680	...	571,220
2022	2	497,168	450,989	469,414	460,453	479,946	...	-
2022	3	589,036	534,323	556,154	545,536	568,631	...	622,630
2022	4	513,380	465,695	484,721	475,467	495,596	...	-
2022	5	562,016	509,813	530,642	520,512	542,547	...	594,069
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮		⋮

※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

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	受注年月	テキスト	-	-	○	-
7	受注日	テキスト	-	-	● (表頭)	-
8	受注時間	テキスト	-	-	○	-
9	受注曜日	テキスト	-	-	○	-
10	受注日平日フラグ	真偽値	-	-	○	-
11	出荷年月日	日付	-	○	-	-
12	出荷年	テキスト	-	-	○	-
13	出荷月	テキスト	-	-	○	-
14	出荷年月	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	出荷日	テキスト	-	-	○	-
16	出荷時間	テキスト	-	-	○	-
17	出荷曜日	テキスト	-	-	○	-
18	出荷日平日フラグ	真偽値	-	-	○	-
19	販売チャネル	テキスト	-	-	○	-
20	購入者数-計算用(テキスト)	テキスト	-	-	-	○
21	購入回数-計算用(テキスト)	テキスト	-	-	-	○
22	数量-計算用(整数)	整数	-	-	-	○
23	売上金額-計算用(整数)	整数	-	-	-	●
24	割引金額-計算用(整数)	整数	-	-	-	○
25	商品ID	テキスト	-	-	○	-
26	品番	テキスト	-	-	○	-
27	商品名	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

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
28	ブランドID	テキスト	-	-	○	-
29	ブランド名	テキスト	-	-	○	-
30	カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
31	カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
32	サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	○	-
33	サブカテゴリ名_1	テキスト	-	-	○	-
34	サブカテゴリID_2	テキスト	-	-	○	-
35	サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
36	カラー	テキスト	-	-	○	-
37	サイズ	テキスト	-	-	○	-
38	顧客ID	テキスト	-	-	○	-
39	性別	テキスト	-	-	○	-
40	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
41	年齢	整数	-	-	○	-
42	エリア	テキスト	-	-	○	-
43	都道府県	テキスト	-	-	○	-
44	会員種別	テキスト	-	-	○	-
45	現会員ランク	テキスト	-	-	○	-
46	流入チャネル	テキスト	-	-	○	-
47	注文金額帯	テキスト	-	-	○	-
48	新規/リピート	テキスト	-	-	○	-
49	返品年月日	日付	-	○	-	-
50	利用クーポンID	テキスト	-	○	-	-
51	利用クーポン名	テキスト	-	○	-	-
52	利用キャンペーンID	テキスト	-	○	-	-
53	利用キャンペーン名	テキスト	-	○	-	-

※ ● : 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>自社EC/モール 売上分析</u>



実現できること



自社EC/モール別に**売上状況を可視化**し、
売上に寄与するチャンネルを把握する

これまで

年	販売チャンネル	1月 売上金額	2月 売上金額	...	12月 売上金額
2020	自社EC			...	
2020	モール		???	...	
2021	自社EC			...	

自社EC/モール別の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	販売チャンネル	1月 売上金額	2月 売上金額	...	12月 売上金額
2020	自社EC	5,768,100	5,202,600	...	68,422,550
2020	モール	9,021,900	8,137,400	...	10,702,450
2021	自社EC	5,935,176	5,353,296	...	7,040,748

自社EC/モール別の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 × 販売チャネル
2	年/月 × 販売チャネル
3	年/月/日 × 販売チャネル

etc...



レポート：NO2『年/月 × 販売チャネル』

集計期間

2020/1/1 ~ 2022/12/31

年	販売チャネル	1月	2月	3月	4月	5月	...	12月
		売上金額	売上金額	売上金額	売上金額	売上金額		売上金額
2020	自社EC	5,768,100	5,202,600	6,390,150	5,598,450	5,428,800	...	6,842,550
2020	モール	9,021,900	8,137,400	9,994,850	8,756,550	8,491,200	...	10,702,450
2021	自社EC	5,935,176	5,353,296	6,575,244	5,760,612	5,586,048	...	7,040,748
2021	モール	9,283,224	8,373,104	10,284,356	9,010,188	8,737,152	...	11,012,452
2022	自社EC	6,482,100	5,846,600	7,181,150	6,291,450	6,100,800	...	7,689,550
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮		⋮

※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 × 販売チャネル』

集計期間		2022/1/1 ~ 2022/12/31						
年	月	販売チャネル	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
2022	1	自社EC	216,160	196,082	204,093	200,197	…	228,488
2022	1	モール	324,240	294,123	306,140	300,295	…	342,732
2022	2	自社EC	198,867	180,395	187,766	184,181	…	-
2022	2	モール	298,301	270,593	281,649	276,272	…	-
2022	3	自社EC	235,614	213,729	222,462	218,215	…	249,052
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮		⋮

※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

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	受注年月	テキスト	-	-	○	-
7	受注日	テキスト	-	-	● (表頭)	-
8	受注時間	テキスト	-	-	○	-
9	受注曜日	テキスト	-	-	○	-
10	受注日平日フラグ	真偽値	-	-	○	-
11	出荷年月日	日付	-	○	-	-
12	出荷年	テキスト	-	-	○	-
13	出荷月	テキスト	-	-	○	-
14	出荷年月	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	出荷日	テキスト	-	-	○	-
16	出荷時間	テキスト	-	-	○	-
17	出荷曜日	テキスト	-	-	○	-
18	出荷日平日フラグ	真偽値	-	-	○	-
19	販売チャネル	テキスト	-	-	●	-
20	購入者数-計算用(テキスト)	テキスト	-	-	-	○
21	購入回数-計算用(テキスト)	テキスト	-	-	-	○
22	数量-計算用(整数)	整数	-	-	-	○
23	売上金額-計算用(整数)	整数	-	-	-	●
24	割引金額-計算用(整数)	整数	-	-	-	○
25	商品ID	テキスト	-	-	○	-
26	品番	テキスト	-	-	○	-
27	商品名	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

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
28	ブランドID	テキスト	-	-	○	-
29	ブランド名	テキスト	-	-	○	-
30	カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
31	カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
32	サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	○	-
33	サブカテゴリ名_1	テキスト	-	-	○	-
34	サブカテゴリID_2	テキスト	-	-	○	-
35	サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
36	カラー	テキスト	-	-	○	-
37	サイズ	テキスト	-	-	○	-
38	顧客ID	テキスト	-	-	○	-
39	性別	テキスト	-	-	○	-
40	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
41	年齢	整数	-	-	○	-
42	エリア	テキスト	-	-	○	-
43	都道府県	テキスト	-	-	○	-
44	会員種別	テキスト	-	-	○	-
45	現会員ランク	テキスト	-	-	○	-
46	流入チャネル	テキスト	-	-	○	-
47	注文金額帯	テキスト	-	-	○	-
48	新規/リピート	テキスト	-	-	○	-
49	返品年月日	日付	-	○	-	-
50	利用クーポンID	テキスト	-	-	○	-
51	利用クーポン名	テキスト	-	-	○	-
52	利用キャンペーンID	テキスト	-	-	○	-
53	利用キャンペーン名	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 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	<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
スリット入り 花柄スカート			
パフスリーブ ブラウス		???	
モックネック Tシャツ			

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
スリット入り 花柄スカート	10,120	14,680	59,013,600
パフスリーブ ブラウス	9,310	13,506	54,294,120
モックネック Tシャツ	11,031	16,001	64,324,020

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

2022/1/1 ~ 2022/1/31

商品名

購入者数

購入回数

売上金額

スリット入り花柄スカート

10,120

14,680

59,013,600

パフスリーブブラウス

9,310

13,506

54,294,120

モックネックTシャツ

11,031

16,001

64,324,020

クロップドカーディガン

9,614

13,946

56,062,920

クルーネックニット

10,525

15,267

61,373,340

⋮

⋮

⋮

⋮

※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

2022/1/1 ~ 2022/1/31

商品カテゴリ

商品名

購入者数

購入回数

売上金額

トップス

ポロネックニット

10,120

14,680

59,013,600

トップス

パフスリーブブラウス

9,310

13,506

54,294,120

トップス

モックネックTシャツ

11,031

16,001

64,324,020

トップス

クロップドカーディガン

9,614

13,946

56,062,920

トップス

クルーネックニット

10,525

15,267

61,373,340

⋮

⋮

⋮

⋮

⋮

※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

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	受注年月	テキスト	-	-	○	-
7	受注日	テキスト	-	-	○	-
8	受注時間	テキスト	-	-	○	-
9	受注曜日	テキスト	-	-	○	-
10	受注日平日フラグ	真偽値	-	-	○	-
11	出荷年月日	日付	-	○	-	-
12	出荷年	テキスト	-	-	○	-
13	出荷月	テキスト	-	-	○	-
14	出荷年月	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	出荷日	テキスト	-	-	○	-
16	出荷時間	テキスト	-	-	○	-
17	出荷曜日	テキスト	-	-	○	-
18	出荷日平日フラグ	真偽値	-	-	○	-
19	販売チャネル	テキスト	-	-	○	-
20	購入者数-計算用(テキスト)	テキスト	-	-	-	●
21	購入回数-計算用(テキスト)	テキスト	-	-	-	●
22	数量-計算用(整数)	整数	-	-	-	○
23	売上金額-計算用(整数)	整数	-	-	-	●
24	割引金額-計算用(整数)	整数	-	-	-	○
25	商品ID	テキスト	-	-	○	-
26	品番	テキスト	-	-	○	-
27	商品名	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

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
28	ブランドID	テキスト	-	-	○	-
29	ブランド名	テキスト	-	-	○	-
30	カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
31	カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
32	サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	○	-
33	サブカテゴリ名_1	テキスト	-	-	○	-
34	サブカテゴリID_2	テキスト	-	-	○	-
35	サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
36	カラー	テキスト	-	-	○	-
37	サイズ	テキスト	-	-	○	-
38	顧客ID	テキスト	-	-	○	-
39	性別	テキスト	-	-	○	-
40	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
41	年齢	整数	-	-	○	-
42	エリア	テキスト	-	-	○	-
43	都道府県	テキスト	-	-	○	-
44	会員種別	テキスト	-	-	○	-
45	現会員ランク	テキスト	-	-	○	-
46	流入チャネル	テキスト	-	-	○	-
47	注文金額帯	テキスト	-	-	○	-
48	新規/リピート	テキスト	-	-	○	-
49	返品年月日	日付	-	○	-	-
50	利用クーポンID	テキスト	-	-	○	-
51	利用クーポン名	テキスト	-	-	○	-
52	利用キャンペーンID	テキスト	-	-	○	-
53	利用キャンペーン名	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 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	4	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	60,380,400
20	13,776	18,475	74,269,500
30	15,792	21,178	85,135,560

⋮ ⋮ ⋮ ⋮
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

etc...



レポート：NO2『年代』

集計期間

2022/1/1 ~ 2022/1/31

年代

購入者数

購入回数

売上金額

10

11,200

15,020

60,380,400

20

13,776

18,475

74,269,500

30

15,792

21,178

85,135,560

40

11,648

15,621

62,796,420

50

9,968

13,368

53,739,360

⋮

⋮

⋮

⋮

※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『年/月 × 性別』

集計期間

2022/1/1 ~ 2022/12/31

年	月	性別	購入者数	購入回数	売上金額
2022	1	男	37,229	49,926	200,702,520
2022	1	女	34,623	46,431	186,652,620
2022	2	男	33,134	44,434	178,624,680
2022	2	女	30,814	41,324	166,122,480
2022	3	男	47,653	63,905	256,898,100
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※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①

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	受注年月	テキスト	-	-	○	-
7	受注日	テキスト	-	-	○	-
8	受注時間	テキスト	-	-	○	-
9	受注曜日	テキスト	-	-	○	-
10	受注日平日フラグ	真偽値	-	-	○	-
11	出荷年月日	日付	-	○	-	-
12	出荷年	テキスト	-	-	○	-
13	出荷月	テキスト	-	-	○	-
14	出荷年月	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	出荷日	テキスト	-	-	○	-
16	出荷時間	テキスト	-	-	○	-
17	出荷曜日	テキスト	-	-	○	-
18	出荷日平日フラグ	真偽値	-	-	○	-
19	販売チャネル	テキスト	-	-	○	-
20	購入者数-計算用(テキスト)	テキスト	-	-	-	●
21	購入回数-計算用(テキスト)	テキスト	-	-	-	●
22	数量-計算用(整数)	整数	-	-	-	○
23	売上金額-計算用(整数)	整数	-	-	-	●
24	割引金額-計算用(整数)	整数	-	-	-	○
25	商品ID	テキスト	-	-	○	-
26	品番	テキスト	-	-	○	-
27	商品名	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

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
28	ブランドID	テキスト	-	-	○	-
29	ブランド名	テキスト	-	-	○	-
30	カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
31	カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
32	サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	○	-
33	サブカテゴリ名_1	テキスト	-	-	○	-
34	サブカテゴリID_2	テキスト	-	-	○	-
35	サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
36	カラー	テキスト	-	-	○	-
37	サイズ	テキスト	-	-	○	-
38	顧客ID	テキスト	-	-	○	-
39	性別	テキスト	-	-	● (いずれか1つ)	-
40	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
41	年齢	整数	-	-	● (いずれか1つ)	-
42	エリア	テキスト	-	-		-
43	都道府県	テキスト	-	-		-
44	会員種別	テキスト	-	-		-
45	現会員ランク	テキスト	-	-	○	-
46	流入チャネル	テキスト	-	-		-
47	注文金額帯	テキスト	-	-		-
48	新規/リピート	テキスト	-	-		-
49	返品年月日	日付	-	○	-	-
50	利用クーポンID	テキスト	-	-	○	-
51	利用クーポン名	テキスト	-	-	○	-
52	利用キャンペーンID	テキスト	-	-	○	-
53	利用キャンペーン名	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	自社EC 売上分析	自社ECの売上状況を可視化し、売上が変動した要因を把握する	P7~12
		2	自社EC/モール 売上分析	自社EC/モール別に売上状況を可視化し、売上に寄与するチャネルを把握する	P13~19
		3	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	P20~26
		4	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	P27~33
顧客状態を 把握したい	優良顧客の把握	5	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	P35~38
		6	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	P39~42
在庫状態を 把握したい	在庫の把握	7	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	P44~48
		8	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	P49~53
LTV向上に向けた 示唆を得たい	改善すべき 歩留まりの把握	9	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、改善すべきプロセスを把握する	P55~59
		10	コホート分析	初回購入した顧客の定着率を可視化し、改善すべきプロセスを把握する	P60~68
	アプローチすべき タイミングの把握	11	F2転換タイミング分析	初回購入した顧客のF2転換タイミングを可視化し、2回目購入させる適切なタイミングを把握する	P69~72
		12	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	P73~80
		13	F1F2購入商品の組み合わせ分析	初回購入商品と2回目購入商品で頻出する組み合わせを可視化し、2回目購入させる適切な商品を把握する	P81~86

分析分類	#	分析名
優良顧客の 把握	5	<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	購入者数	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	購入者数	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	1.0回
ランク 02	20人	2,755,500円	20.6%	131,214.3円	1.0回
ランク 03	20人	2,020,400円	15.1%	96,209.5円	1.0回
ランク 04	20人	1,444,900円	10.8%	72,245.0円	1.0回
ランク 05	20人	1,156,500円	8.6%	55,071.4円	1.0回
ランク 06	20人	839,600円	6.3%	39,981.0円	1.0回
ランク 07	20人	565,300円	4.2%	28,265.0円	1.0回
ランク 08	20人	340,500円	2.5%	16,214.3円	1.0回
ランク 09	20人	172,500円	1.3%	8,214.3円	1.0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	受注年月日	日付	-	●	-	-
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	現会員ランク	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
優良顧客の 把握	6	<u>RFM分析</u>



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	2,963
~90日	1,005	1,164	1,746	4,021
~180日	1,640	1,323	1,429	1,640
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

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	受注年月日	日付	-	●	-	-
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	現会員ランク	テキスト	-	-	○	-
12	商品ID	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
13	品番	テキスト	-	-	○	-
14	商品名	テキスト	-	-	○	-
15	ブランドID	テキスト	-	-	○	-
16	ブランド名	テキスト	-	-	○	-
17	カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
18	カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
19	サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	○	-
20	サブカテゴリ名_1	テキスト	-	-	○	-
21	サブカテゴリID_2	テキスト	-	-	○	-
22	サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
23	カラー	テキスト	-	-	○	-
24	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	自社EC 売上分析	自社ECの売上状況を可視化し、売上が変動した要因を把握する	P7~12
		2	自社EC/モール 売上分析	自社EC/モール別に売上状況を可視化し、売上に寄与するチャネルを把握する	P13~19
		3	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	P20~26
		4	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	P27~33
顧客状態を 把握したい	優良顧客の把握	5	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	P35~38
		6	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	P39~42
在庫状態を 把握したい	在庫の把握	7	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	P44~48
		8	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	P49~53
LTV向上に向けた 示唆を得たい	改善すべき 歩留まりの把握	9	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、改善すべきプロセスを把握する	P55~59
		10	コホート分析	初回購入した顧客の定着率を可視化し、改善すべきプロセスを把握する	P60~68
	アプローチすべき タイミングの把握	11	F2転換タイミング分析	初回購入した顧客のF2転換タイミングを可視化し、2回目購入させる適切なタイミングを把握する	P69~72
		12	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	P73~80
		13	F1F2購入商品の組み合わせ分析	初回購入商品と2回目購入商品で頻出する組み合わせを可視化し、2回目購入させる適切な商品を把握する	P81~86

分析分類	#	分析名
在庫の把握	7	<u>在庫数推移分析</u>



実現できること



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	花柄スカート 平均在庫数	ホワイトブラウス 平均在庫数	長袖リブニット 平均在庫数
2022	1			...
2022	2		???	...
2022	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	花柄スカート 平均在庫数	ホワイトブラウス 平均在庫数	長袖リブニット 平均在庫数
2022	1	303	421	351
2022	2	279	387	323
2022	3	330	459	383

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

2022/1/1 ~ 2022/12/31

年	月	花柄スカート	ホワイトブラウス	モックネックTシャツ	クロップカーディガン	クルーネックニット	...	長袖リブニット
		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		平均在庫数
2022	1	303	421	418	556	547	...	351
2022	2	279	387	385	512	503	...	323
2022	3	330	459	456	606	596	...	383
2022	4	288	400	397	528	520	...	333
2022	5	315	438	435	578	569	...	365
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮		⋮

※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	年月	テキスト	-	-	○	-
6	日	テキスト	-	-	○	-
7	在庫数-計算用(整数)	整数	-	-	-	●
8	売上点数-計算用(整数)	整数	-	-	-	○
9	商品ID	テキスト	-	-	○	-
10	品番	テキスト	-	-	○	-
11	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
12	ブランドID	テキスト	-	-	○	-
13	ブランド名	テキスト	-	-	○	-
14	カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
15	カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
16	サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	○	-
17	サブカテゴリ名_1	テキスト	-	-	○	-
18	サブカテゴリID_2	テキスト	-	-	○	-
19	サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
20	カラー	テキスト	-	-	○	-
21	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	8	<u>在庫回転率分析</u>



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	平均 在庫数	在庫 回転率
2022	1	スリット入り 花柄スカート			
2022	1	パフスリーブ ブラウス		???	
2022	1	モックネック Tシャツ			

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	平均 在庫数	在庫 回転率
2021	1	スリット入り 花柄スカート	402	535	0.8
2021	1	パフスリーブ ブラウス	408	710	0.8
2021	1	モックネック Tシャツ	436	599	0.6

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

2022/1/1 ~ 2022/1/31

年

月

商品名

累計売上点数

平均在庫数

在庫回転率

2022

1

スリット入り花柄スカート

402

535

0.8

2022

1

パフスリーブブラウス

408

530

0.8

2022

1

モックネックTシャツ

436

710

0.6

2022

1

クロップドカーディガン

390

599

0.7

2022

1

クルーネックニット

411

643

0.6

⋮

⋮

⋮

⋮

⋮

⋮

※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	年月	テキスト	-	-	○	-
6	日	テキスト	-	-	○	-
7	在庫数-計算用(整数)	整数	-	-	-	●
8	売上点数-計算用(整数)	整数	-	-	-	●
9	商品ID	テキスト	-	-	○	-
10	品番	テキスト	-	-	○	-
11	商品名	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
12	ブランドID	テキスト	-	-	○	-
13	ブランド名	テキスト	-	-	○	-
14	カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
15	カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
16	サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	○	-
17	サブカテゴリ名_1	テキスト	-	-	○	-
18	サブカテゴリID_2	テキスト	-	-	○	-
19	サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
20	カラー	テキスト	-	-	○	-
21	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	自社EC 売上分析	自社ECの売上状況を可視化し、売上が変動した要因を把握する	P7~12
		2	自社EC/モール 売上分析	自社EC/モール別に売上状況を可視化し、売上に寄与するチャネルを把握する	P13~19
		3	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	P20~26
		4	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	P27~33
顧客状態を 把握したい	優良顧客の把握	5	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	P35~38
		6	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	P39~42
在庫状態を 把握したい	在庫の把握	7	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	P44~48
		8	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	P49~53
LTV向上に向けた 示唆を得たい	改善すべき 歩留まりの把握	9	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、改善すべきプロセスを把握する	P55~59
		10	コホート分析	初回購入した顧客の定着率を可視化し、改善すべきプロセスを把握する	P60~68
	アプローチすべき タイミングの把握	11	F2転換タイミング分析	初回購入した顧客のF2転換タイミングを可視化し、2回目購入させる適切なタイミングを把握する	P69~72
		12	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	P73~80
		13	F1F2購入商品の組み合わせ分析	初回購入商品と2回目購入商品で頻出する組み合わせを可視化し、2回目購入させる適切な商品を把握する	P81~86

分析分類	#	分析名
改善すべき 歩留まりの 把握	9	<u>購入転換率分析</u>



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、**
改善すべきプロセスを把握する

これまで

初回購入年	初回購入者数	2回目購入者数	F2 転換率	F5 転換率
2018			...	
2019		???	...	
2020			...	

ビジネスプロセスにおける歩留まり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	2回目購入者数	F2 転換率	F5 転換率
2018	29,642	8,922	30.1%	61.3%
2019	30,531	9,290	30.4%	67.2%
2020	32,013	9,701	30.3%	68.3%

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



本レポートで確認可能な代表的な項目

NO	項目
1	会員登録年
2	会員登録年/月
3	会員登録年/月/日
4	初回購入年
5	初回購入年/月
6	初回購入年/月/日
7	初回購入年 × 商品ブランド
8	初回購入年 × 商品カテゴリ
9	初回購入年 × 商品サブカテゴリ
10	初回購入年 × 性別

NO	項目
11	初回購入年 × 年代
12	初回購入年 × 都道府県
13	初回購入年 × 会員種別
14	初回購入年 × 会員ランク
15	初回購入年 × 商品カテゴリ × 性別
16	初回購入年 × 商品カテゴリ × 年代
17	初回購入年 × 商品カテゴリ × 都道府県
18	初回購入年 × 商品カテゴリ × 会員種別
19	初回購入年 × 商品カテゴリ × 会員ランク

etc...



レポート：NO4『初回購入年』

集計期間

2018/1/1 ~ 2023/12/31

初回購入年

初回購入者数

2回目購入者数

F2転換率

3回目購入者数

F3転換率

4回目購入者数

F5転換率

2018

29,642

8,922

30.1%

4,571

51.2%

2,799

...

61.3%

2019

30,531

9,290

30.4%

4,708

50.7%

2,883

...

67.2%

2020

32,013

9,701

30.3%

4,936

50.9%

3,023

...

68.3%

2021

33,792

10,381

30.7%

5,211

50.2%

3,191

...

64.6%

2022

38,831

11,949

30.8%

5,988

50.1%

3,667

...

69.1%

⋮

⋮

⋮

⋮

⋮

⋮

⋮

⋮

※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-初回購入商品ID	テキスト	●	-	-	-
2	顧客ID	テキスト	-	-	○	-
3	会員登録年月日	日付	-	○	-	-
4	会員登録年	テキスト	-	-	○	-
5	会員登録月	テキスト	-	-	○	-
6	会員登録年月	テキスト	-	-	○	-
7	会員登録日	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	初回購入年月	テキスト	-	-	○	-
12	初回購入日	テキスト	-	-	○	-
13	初回出荷年月日	日付	-	○	-	-
14	初回出荷年	テキスト	-	-	○	-
15	初回出荷月	テキスト	-	-	○	-
16	初回出荷年月	テキスト	-	-	○	-
17	初回出荷日	テキスト	-	-	○	-
18	2回目購入年月日	日付	-	-	○	-
19	初回購入商品ID	テキスト	-	-	○	-
20	初回購入品番	テキスト	-	-	○	-
21	初回購入商品名	テキスト	-	-	○	-
22	初回購入商品ブランドID	テキスト	-	-	○	-
23	初回購入商品ブランド名	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
24	初回購入商品カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
25	初回購入商品カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
26	初回購入商品サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	○	-
27	初回購入商品サブカテゴリ名_1	テキスト	-	-	○	-
28	初回購入商品サブカテゴリID_2	テキスト	-	-	○	-
29	初回購入商品サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
30	初回購入商品カラー	テキスト	-	-	○	-
31	初回購入商品サイズ	テキスト	-	-	○	-
32	会員登録者数-計算用(テキスト)	テキスト	-	-	-	○
33	初回購入者数-計算用(テキスト)	テキスト	-	-	-	●
34	2回目購入者数-計算用(テキスト)	テキスト	-	-	-	●
35	3回目購入者数-計算用(テキスト)	テキスト	-	-	-	●
36	4回目購入者数-計算用(テキスト)	テキスト	-	-	-	●
37	5回目購入者数-計算用(テキスト)	テキスト	-	-	-	●
38	性別	テキスト	-	-	○	-
39	年代	テキスト	-	-	○	-
40	年齢	整数	-	-	○	-
41	エリア	テキスト	-	-	○	-
42	都道府県	テキスト	-	-	○	-
43	会員種別	テキスト	-	-	○	-
44	現会員ランク	テキスト	-	-	○	-
45	販売チャネル	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 把握	10	<u>コホート分析</u>



実現できること



初回購入した顧客の**定着率を可視化し、改善すべきプロセスを把握**する

これまで

初回購入年	初回購入月	初回購入者数	2回目購入者数	2回目購入者数 (12ヶ月後)
2022	1			...
2022	2		???	...
2022	3			...

初回購入した顧客の定着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	初回購入月	初回購入者数	2回目購入者数	2回目購入者数 (12ヶ月後)
2022	1	2,454	740	...
2022	2	2,258	671	...
2022	3	2,675	824	...

初回購入した顧客の定着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/月
3	初回購入年/月/日
4	初回購入年/月 × 商品名
5	初回購入年/月 × 商品ブランド
6	初回購入年/月 × 商品カテゴリ
7	初回購入年/月 × 商品サブカテゴリ
8	初回購入年/月 × 性別

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

etc...



レポート：NO2『初回購入年/月』

集計期間

2022/1/1 ~ 2022/12/31

初回購入年	初回購入月	初回購入者数	2回目 購入者数	2回目 購入率	平均転換 タイミング(月)	2回目購入者数 (当月)	2回目購入者数 (1ヶ月後)	...	2回目購入者数 (12ヶ月後)
2022	1	2,454	740	30.2%	2.5	67	104	...	7
2022	2	2,258	671	29.7%	2.4	60	94	...	7
2022	3	2,675	824	30.8%	2.2	74	115	...	5
2022	4	2,331	753	32.3%	2.4	68	105	...	6
2022	5	2,552	801	31.4%	2.3	72	112	...	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：NO6『初回購入年/月 × 商品カテゴリ』

集計期間		2022/1/1 ~ 2022/12/31							
初回購入年	初回購入月	商品カテゴリ	初回購入者数	2回目購入者数	2回目購入率	平均転換タイミング(月)	2回目購入者数(当月)	2回目購入者数(12ヶ月後)	
2022	1	トップス	540	163	30.2%	2.5	15	...	1
2022	1	アウター	442	128	29.0%	2.4	12	...	2
2022	1	パンツ	393	121	30.8%	2.2	11	...	1
2022	1	スカート	368	110	29.9%	2.4	10	...	0
2022	1	ワンピース	294	91	30.9%	2.3	8	...	3
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※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/月 × 年代』

集計期間

2022/1/1 ~ 2022/12/31

初回購入年	初回購入月	年代	初回購入者数	2回目購入者数	2回目購入率	平均転換 タイミング(月)	2回目購入者数 (当月)		2回目購入者数 (12ヶ月後)
2022	1	10	294	89	30.1%	2.5	18	...	1
2022	1	20	362	113	31.2%	2.4	22	...	0
2022	1	30	415	135	32.5%	2.2	25	...	0
2022	1	40	306	94	30.8%	2.4	18	...	1
2022	1	50	262	78	29.9%	2.3	16	...	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：NO14『初回購入年/月 × 商品カテゴリ × 年代』

集計期間 2022/1/1 ~ 2022/12/31

初回購入年	初回購入月	商品カテゴリ	年代	初回購入者数	2回目購入者数	2回目購入率	平均転換タイミング(月)	...	2回目購入者数(12ヶ月後)
2022	1	トップス	10	65	19	29.1%	2.5	...	0
2022	1	トップス	20	80	28	34.8%	2.4	...	1
2022	1	トップス	30	91	28	30.9%	2.2	...	2
2022	1	トップス	40	67	22	32.2%	2.4	...	2
2022	1	トップス	50	58	17	28.7%	2.3	...	1
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※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

コホート分析用

#	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	初回購入年月日	日付	-	●	-	-
3	初回購入年	テキスト	-	-	●	-
4	初回購入月	テキスト	-	-	●	-
5	初回購入年月	テキスト	-	-	○	-
6	初回購入日	テキスト	-	-	○	-
7	初回出荷年月日	日付	-	○	-	-
8	初回出荷年	テキスト	-	-	○	-
9	初回出荷月	テキスト	-	-	○	-
10	初回出荷年月	テキスト	-	-	○	-
11	初回出荷日	テキスト	-	-	○	-
12	初回購入者数-計算用(テキスト)	テキスト	-	-	-	●
13	転換までの平均タイミング(月)-計算用(整数)	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	転換までの平均タイミング(週)-計算用(整数)	整数	-	-	-	○
15	転換までの平均タイミング(日)-計算用(整数)	整数	-	-	-	○
16	2回目購入者数-計算用(テキスト)	テキスト	-	-	-	●
17	2回目購入者数(当月) -計算用(テキスト)	テキスト	-	-	-	●
18	2回目購入者数(1ヶ月後)-計算用(テキスト)	テキスト	-	-	-	●
19	2回目購入者数(2ヶ月後)-計算用(テキスト)	テキスト	-	-	-	●
20	2回目購入者数(3ヶ月後)-計算用(テキスト)	テキスト	-	-	-	●
21	2回目購入者数(4ヶ月後)-計算用(テキスト)	テキスト	-	-	-	●
22	2回目購入者数(5ヶ月後)-計算用(テキスト)	テキスト	-	-	-	●
23	2回目購入者数(6ヶ月後)-計算用(テキスト)	テキスト	-	-	-	●
24	2回目購入者数(7ヶ月後)-計算用(テキスト)	テキスト	-	-	-	●
25	2回目購入者数(8ヶ月後)-計算用(テキスト)	テキスト	-	-	-	●
26	2回目購入者数(9ヶ月後)-計算用(テキスト)	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

コホート分析用

#	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	2回目購入者数(10ヶ月後)-計算用(テキスト)	テキスト	-	-	-	●
28	2回目購入者数(11ヶ月後)-計算用(テキスト)	テキスト	-	-	-	●
29	2回目購入者数(12ヶ月後)-計算用(テキスト)	テキスト	-	-	-	●
30	累計購入金額-計算用(整数)	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	現会員ランク	テキスト	-	-	○	-
38	初回購入商品ID	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
39	初回購入品番	テキスト	-	-	○	-
40	初回購入商品名	テキスト	-	-	○	-
41	初回購入商品ブランドID	テキスト	-	-	○	-
42	初回購入商品ブランド名	テキスト	-	-	○	-
43	初回購入商品カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
44	初回購入商品カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
45	初回購入商品サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	○	-
46	初回購入商品サブカテゴリ名_1	テキスト	-	-	○	-
47	初回購入商品サブカテゴリID_2	テキスト	-	-	○	-
48	初回購入商品サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
49	初回購入商品カラー	テキスト	-	-	○	-
50	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	11	<u>F2転換タイミング分析</u>



実現できること



初回購入した顧客の**F2転換タイミングを可視化し、
2回目購入させる適切なタイミングを把握**する

これまで

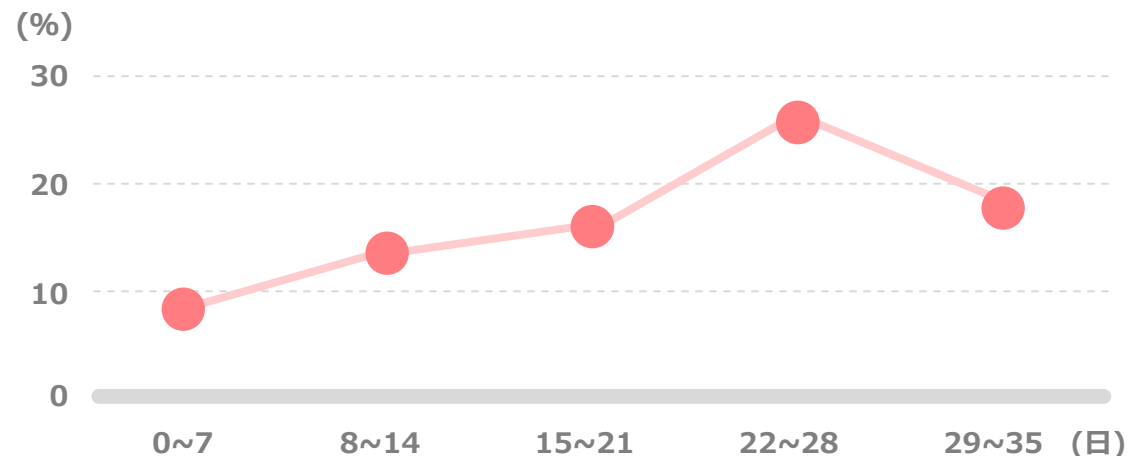
F2転換率



F2転換の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

F2転換率



F2転換の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**



レポート

初回購入日

2020/06/04

~

2020/08/24



初回購入日から

42

日

顧客

性別

F2転換率

(%)

26

24

22

20

18

16

14

12

10

8

6

● スカート ● トップス ● インナー ● ワンピース ● シューズ

0~7日

8~14日

15~21日

22~28日

29~35日

36~42日

初回購入からの経過日数



利用するデータファイル

データファイル名

F2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	日付	-	-	●	-
4	2回目購入年月日	日付	-	-	●	-
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	現会員ランク	テキスト	-	-	○	-
12	初回購入商品ID	テキスト	-	-	●	-
13	初回購入品番	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
14	初回購入商品名	テキスト	-	-	○	-
15	初回購入商品ブランドID	テキスト	-	-	○	-
16	初回購入商品ブランド名	テキスト	-	-	○	-
17	初回購入商品カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
18	初回購入商品カテゴリ名	テキスト	-	-	●	-
19	初回購入商品サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	○	-
20	初回購入商品サブカテゴリ名_1	テキスト	-	-	○	-
21	初回購入商品サブカテゴリID_2	テキスト	-	-	○	-
22	初回購入商品サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
23	初回購入商品カラー	テキスト	-	-	○	-
24	初回購入商品サイズ	テキスト	-	-	○	-
25	販売チャネル	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	12	<u>同時購入商品分析</u>



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	同時購入数	同時購入金額
スリット入り 花柄スカート	ストレート デニムパンツ	...	...
パフスリーブ ブラウス	ラウンドネック Aラインドレス	???	...
モックネック Tシャツ	ハイウエスト デニムパンツ	...	...

同時購入商品の相関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	同時購入数	同時購入金額
スリット入り 花柄スカート	ストレート デニムパンツ	112	1,895,860
パフスリーブ ブラウス	ラウンドネック Aラインドレス	96	1,587,500
モックネック Tシャツ	ハイウエスト デニムパンツ	77	2,005,320

同時購入商品の相関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	購入商品名 × 同時購入商品名
2	購入商品ブランド × 同時購入商品ブランド
3	購入商品カテゴリ × 同時購入商品カテゴリ
4	購入商品サブカテゴリ × 同時購入商品サブカテゴリ

etc...



レポート：NO1『購入商品名 × 同時購入商品名』

集計期間		2022/1/1 ~ 2022/1/31		
購入商品名	同時購入商品名	同時購入数	同時購入者数	同時購入金額
スリット入り花柄スカート	ストレートデニムパンツ	112	101	1,895,860
パフスリーブブラウス	ラウンドネック Aラインドレス	96	87	1,587,500
モックネックTシャツ	ハイウエストデニムパンツ	89	71	2,005,320
クロップドカーディガン	マキシスカート	78	68	1,474,400
クルーネックニット	ブロックストライプ ニットトップス	81	64	1,496,200
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※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『購入商品ブランド × 同時購入商品ブランド』

集計期間

2022/1/1 ~ 2022/1/31

購入商品ブランド

同時購入商品ブランド

同時購入数

同時購入者数

同時購入金額

ブランドA

ブランドJ

115

104

1,952,736

ブランドB

ブランドK

116

105

1,920,875

ブランドC

ブランドA

97

77

2,185,799

ブランドD

ブランドA

73

63

1,371,192

ブランドE

ブランドF

78

61

1,436,352

⋮

⋮

⋮

⋮

⋮

※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『購入商品カテゴリ × 同時購入商品カテゴリ』

集計期間

2022/1/1 ~ 2022/1/31

購入商品カテゴリ

同時購入商品カテゴリ

同時購入数

同時購入者数

同時購入金額

トップス

パンツ

147

132

2,479,974

アウター

トップス

136

123

2,247,424

パンツ

シューズ

112

89

2,513,669

スカート

ワンピース

132

115

2,495,569

ワンピース

アウター

127

100

2,341,254

⋮

⋮

⋮

⋮

⋮

※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

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	受注年月	テキスト	-	-	○	-
6	受注日	テキスト	-	-	○	-
7	出荷年月日	日付	-	○	-	-
8	出荷年	テキスト	-	-	○	-
9	出荷月	テキスト	-	-	○	-
10	出荷年月	テキスト	-	-	○	-
11	出荷日	テキスト	-	-	○	-
12	受注ID	テキスト	-	-	○	-
13	顧客ID	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	商品ID	テキスト	-	-	○	-
15	品番	テキスト	-	-	○	-
16	商品名	テキスト	-	-	●	-
17	ブランドID	テキスト	-	-	○	-
18	ブランド名	テキスト	-	-	○	-
19	カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
20	カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
21	サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	○	-
22	サブカテゴリ名_1	テキスト	-	-	○	-
23	サブカテゴリID_2	テキスト	-	-	○	-
24	サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
25	カラー	テキスト	-	-	○	-
26	サイズ	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

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
27	同時購入商品ID	テキスト	-	-	○	-
28	同時購入品番	テキスト	-	-	○	-
29	同時購入商品名	テキスト	-	-	●	-
30	同時購入商品ブランドID	テキスト	-	-	○	-
31	同時購入商品ブランド名	テキスト	-	-	○	-
32	同時購入商品カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
33	同時購入商品カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
34	同時購入商品サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	○	-
35	同時購入商品サブカテゴリ名_1	テキスト	-	-	○	-
36	同時購入商品サブカテゴリID_2	テキスト	-	-	○	-
37	同時購入商品サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
38	同時購入商品カラー	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
39	同時購入商品サイズ	テキスト	-	-	○	-
40	同時購入数-計算用(テキスト)	テキスト	-	-	-	●
41	同時購入者数-計算用(テキスト)	テキスト	-	-	-	●
42	同時購入金額-計算用(整数)	整数	-	-	-	●
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	現会員ランク	テキスト	-	-	○	-
50	販売チャネル	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	13	F1F2購入商品の組み合わせ分析



実現できること



初回購入商品と2回目購入商品で頻出する組み合わせを可視化し、
2回目購入させる適切な商品を把握する

これまで

初回購入年	初回購入月	初回購入商品名	2回目購入商品名	2回目購入者数	2回目購入金額
2022	1	スリット入り花柄スカート	ストレートデニムパンツ		
2022	1	パフスリーブブラウス	ラウンドネックAラインドレス	???	
2022	1	モックネックTシャツ	ハイウエストデニムパンツ		

頻出する購入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

初回購入年	初回購入月	初回購入商品名	2回目購入商品名	2回目購入者数	2回目購入金額
2022	1	スリット入り花柄スカート	ストレートデニムパンツ	410	9,020
2022	1	パフスリーブブラウス	ラウンドネックAラインドレス	404	8,050
2022	1	モックネックTシャツ	ハイウエストデニムパンツ	488	9,100

頻出する購入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	初回購入年/月 × 初回購入商品名 × 2回目購入商品名
2	初回購入年/月 × 初回購入商品カテゴリ × 2回目購入商品カテゴリ
3	初回購入年/月 × 初回購入商品ブランド × 2回目購入商品ブランド

etc...



レポート：NO1『初回購入年/月 × 初回購入商品名 × 2回目購入商品名』

集計期間	2022/1/1 ~ 2022/1/31				
初回購入年	初回購入月	初回購入商品名	2回目購入商品名	2回目購入者数	2回目購入金額
2022	1	スリット入り花柄スカート	ストレートデニムパンツ	410	9,020
2022	1	パフスリーブブラウス	ラウンドネック Aラインドレス	404	8,050
2022	1	モックネックTシャツ	ハイウエストデニムパンツ	488	9,100
2022	1	クロップドカーディガン	マキシスカート	432	7,500
2022	1	クルーネックニット	ブロックストライプ ニットトップス	412	7,900
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※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

F1F2購入商品の組み合わせ分析用

#	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-初回購入商品ID -2回目購入商品ID	テキスト	●	-	-	-
2	顧客ID	テキスト	-	-	○	-
3	初回購入年月日	日付	-	●	-	-
4	初回購入年	テキスト	-	-	●	-
5	初回購入月	テキスト	-	-	●	-
6	初回購入年月	テキスト	-	-	○	-
7	初回購入日	テキスト	-	-	○	-
8	初回出荷年月日	日付	-	○	-	-
9	初回出荷年	テキスト	-	-	○	-
10	初回出荷月	テキスト	-	-	○	-
11	初回出荷年月	テキスト	-	-	○	-
12	初回出荷日	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
13	初回購入商品ID	テキスト	-	-	○	-
14	初回購入品番	テキスト	-	-	○	-
15	初回購入商品名	テキスト	-	-	●	-
16	初回購入商品ブランドID	テキスト	-	-	○	-
17	初回購入商品ブランド名	テキスト	-	-	○	-
18	初回購入商品カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
19	初回購入商品カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
20	初回購入商品サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	○	-
21	初回購入商品サブカテゴリ名_1	テキスト	-	-	○	-
22	初回購入商品サブカテゴリID_2	テキスト	-	-	○	-
23	初回購入商品サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
24	初回購入商品カラー	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

F1F2購入商品の組み合わせ分析用

#	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
25	初回購入商品サイズ	テキスト	-	-	○	-
26	2回目購入商品ID	テキスト	-	-	○	-
27	2回目購入品番	テキスト	-	-	○	-
28	2回目購入商品名	テキスト	-	-	●	-
29	2回目購入商品ブランドID	テキスト	-	-	○	-
30	2回目購入商品ブランド名	テキスト	-	-	○	-
31	2回目購入商品カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
32	2回目購入商品カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
33	2回目購入商品サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	○	-
34	2回目購入商品サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
35	2回目購入商品サブカテゴリID_2	テキスト	-	-	○	-
36	2回目購入商品サブカテゴリ名_2	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
37	2回目購入商品カラー	テキスト	-	-	○	-
38	2回目購入商品サイズ	テキスト	-	-	○	-
39	2回目購入者数-計算用(テキスト)	テキスト	-	-	-	●
40	2回目購入金額-計算用(整数)	整数	-	-	-	●
41	性別	テキスト	-	-	○	-
42	年代	テキスト	-	-	○	-
43	年齢	整数	-	-	○	-
44	エリア	テキスト	-	-	○	-
45	都道府県	テキスト	-	-	○	-
46	会員種別	テキスト	-	-	○	-
47	現会員ランク	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
施策効果を 可視化したい	広告効果を可視化したい	14	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	P88~95
		15	広告媒体別CPA分析	月×広告媒体別にCPAの変動を可視化し、広告運用を最適化させる	P96~100
		16	広告キャンペーン別CPA分析	月×広告キャンペーン別にCPAの変動を可視化し、広告運用を最適化させる	P101~105
	b→dash施策からの 効果可視化	17	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、売上に寄与するメール施策を把握する	P106~110
		18	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	P111~115
		19	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	P116~120
		20	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、売上に寄与する施策を把握する	P121~126
		21	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、売上に寄与する施策を把握する	P127~131
		22	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、売上に寄与する施策を把握する	P132~136
		23	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、売上に寄与する施策を把握する	P137~141

分析分類	#	分析名
広告効果を 可視化したい	14	<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	セッション数	購入数 (ラスト)	CVR (ラスト)	CVR (均等)
ディスプレイ				...
リスティング		???		...
ソーシャル				...

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	セッション数	購入数 (ラスト)	CVR (ラスト)	CVR (均等)
ディスプレイ	12,560	201.0	1.6%	...
リスティング	22,910	733.1	3.2%	...
ソーシャル	16,443	180.9	1.1%	...

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

2022/1/1 ~ 2022/1/31

流入チャネル

セッション数

購入数
[ラスト]

CVR
[ラスト]

購入数
[ファースト]

CVR
[ファースト]

購入数
[均等]

CVR
[均等]

ディスプレイ

12,560

201.0

1.6%

364.2

2.9%

295.0

1.6%

リスティング

22,910

733.1

3.2%

389.5

1.7%

532.0

1.5%

ソーシャル

16,443

180.9

1.1%

509.7

3.1%

578.0

1.7%

メール

8,775

219.4

2.5%

96.5

1.1%

168.0

1.5%

アフィリエイト

11,455

137.5

1.2%

309.3

2.7%

266.0

1.5%

⋮

⋮

⋮

⋮

⋮

⋮

⋮

⋮

※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

2022/1/1 ~ 2022/1/31

流入チャネル

広告媒体

セッション数

購入数
[ラスト]

CVR
[ラスト]

購入数
[ファースト]

CVR
[ファースト]

購入数
[均等]

CVR
[均等]

ディスプレイ

Google

5,652

67.8

1.2%

158.3

2.8%

90.4

1.6%

ディスプレイ

Yahoo

6,908

89.8

1.3%

183.1

2.7%

117.4

1.7%

リスティング

Google

10,310

299.0

2.9%

144.3

1.4%

165.0

1.6%

リスティング

Yahoo

12,601

315.0

2.5%

163.8

1.3%

226.8

1.8%

⋮

⋮

⋮

⋮

⋮

⋮

⋮

⋮

⋮

※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『流入チャネル × 広告媒体 × キャンペーン名』

集計期間

2022/1/1 ~ 2022/1/31

流入チャネル	広告媒体	キャンペーン名	セッション数	購入数 [ラスト]	CVR [ラスト]	購入数 [ファースト]	CVR [ファースト]	購入数 [均等]	CVR [均等]
ディスプレイ	Google	新春セール	102	1	1.2%	3	2.8%	2	1.6%
ディスプレイ	Google	冬の売り尽くし セール	124	2	1.3%	3	2.7%	2	1.7%
ディスプレイ	Google	全品20%OFF キャンペーン	186	5	2.9%	3	1.4%	3	1.6%
ディスプレイ	Google	送料無料 キャンペーン	227	6	2.5%	3	1.3%	4	1.8%
ディスプレイ	Google	ポイント プレゼント	312	8	2.6%	5	1.6%	4	1.3%
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※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	年月	テキスト	-	-	○	-
8	日	テキスト	-	-	○	-
9	流入チャネル	テキスト	-	-	●	-
10	広告ID	テキスト	-	-	○	-
11	広告種別	テキスト	-	-	○	-
12	広告ネットワーク	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
13	キャンペーン名	テキスト	-	-	○	-
14	広告グループ	テキスト	-	-	○	-
15	広告名	テキスト	-	-	○	-
16	クリエイティブ名	テキスト	-	-	○	-
17	広告キーワード	テキスト	-	-	○	-
18	PV数-計算用(整数)	整数	-	-	-	○
19	セッション数-計算用(テキスト)	テキスト	-	-	-	●
20	UU数-計算用(テキスト)	テキスト	-	-	-	○
21	購入者数-計算用(テキスト)	テキスト	-	-	-	○
22	購入数-計算用(整数)	整数	-	-	-	○
23	購入金額-計算用(整数)	整数	-	-	-	○
24	購入数[ファースト]-計算用(小数)	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
25	購入数[ラスト]-計算用(小数)	小数	-	-	-	●
26	購入数[ファースト/ラスト]-計算用(小数)	小数	-	-	-	○
27	購入数[均等]-計算用(小数)	小数	-	-	-	●
28	購入数[減衰]-計算用(小数)	小数	-	-	-	○
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	現会員ランク	テキスト	-	-	○	-
36	受注ID	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
37	商品ID	テキスト	-	-	○	-
38	商品名	テキスト	-	-	○	-
39	ブランドID	テキスト	-	-	○	-
40	ブランド名	テキスト	-	-	○	-
41	カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
42	カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
43	サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	○	-
44	サブカテゴリ名_1	テキスト	-	-	○	-
45	サブカテゴリID_2	テキスト	-	-	○	-
46	サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
47	カラー	テキスト	-	-	○	-
48	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
広告効果を 可視化したい	15	<u>広告媒体別CPA分析</u>



実現できること



月×広告媒体別に**CPAの変動を可視化**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
2022	1	Google	...	
2022	2	Google	? ? ?	
2022	3	Google	...	
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

月×広告媒体別にCPA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

年	月	広告媒体	PV数	CPA
2022	1	Google	72,290	4,112
2022	2	Google	59,040	4,269
2022	3	Google	60,282	4,435
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

月×広告媒体別にCPA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	年/月 × 広告媒体



レポート：NO1『年/月 × 広告媒体』

集計期間

2022/1/1 ~ 2022/12/31

年	月	広告媒体	PV数	セッション数	購入数 [直接]	購入率 [直接]	広告コスト	CPA
2022	1	Google	72,290	28,916	308	1.1%	1,266,565	4,112
2022	2	Google	59,040	23,616	240	1.0%	1,024,595	4,269
2022	3	Google	60,282	24,112	254	1.1%	1,126,480	4,435
2022	4	Google	73,700	29,480	306	1.0%	1,240,417	4,054
2022	5	Google	61,794	24,716	254	1.0%	1,076,773	4,239
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※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

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-広告種別	テキスト	●	-	-	-
2	年月日	日付	-	●	-	-
3	年	テキスト	-	-	●	-
4	月	テキスト	-	-	●	-
5	年月	テキスト	-	-	○	-
6	日	テキスト	-	-	○	-
7	広告媒体	テキスト	-	-	●	-
8	広告種別	テキスト	-	-	○	-
9	広告コスト-計算用(整数)	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
10	PV数-計算用(整数)	整数	-	-	-	●
11	セッション数-計算用(整数)	整数	-	-	-	●
12	UU数-計算用(整数)	整数	-	-	-	○
13	購入数[直接]-計算用(整数)	整数	-	-	-	●
14	購入者数[直接]-計算用(整数)	整数	-	-	-	○
15	購入金額[直接]-計算用(整数)	整数	-	-	-	○
16	購入数[間接]-計算用(整数)	整数	-	-	-	○
17	購入者数[間接]-計算用(整数)	整数	-	-	-	○
18	購入金額[間接]-計算用(整数)	整数	-	-	-	○

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類

#

分析名

広告効果を
可視化したい

16

広告キャンペーン別CPA分析

[一覧へ戻る](#)



実現できること



月×広告キャンペーン別にCPAの変動を可視化し、
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
2022	1	新春セール	...	
2022	1	冬の売り尽くしセール	???	
2022	1	全品20%OFFキャンペーン	...	
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

月×広告キャンペーン別にCPA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

年	月	キャンペーン名	PV数	CPA
2022	1	新春セール	12,412	4,215
2022	1	冬の売り尽くしセール	7,584	4,305
2022	1	全品20%OFFキャンペーン	8,330	4,518
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

月×広告キャンペーン別にCPA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	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

2022/1/1 ~ 2022/1/31

年	月	キャンペーン名	PV数	セッション数	購入数 [直接]	購入率 [直接]	広告コスト	CPA
2022	1	新春セール	12,412	9,928	106	1.1%	446,822	4,215
2022	1	冬の売り尽くし セール	7,584	6,468	84	1.3%	361,620	4,305
2022	1	全品20%OFF キャンペーン	8,330	7,064	88	1.2%	397,580	4,518
2022	1	送料無料 キャンペーン	7,942	6,354	70	1.1%	437,794	6,254
2022	1	ポイント プレゼント！	12,162	9,730	86	0.9%	380,036	4,419
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※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

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-広告媒体-広告種別-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	年月	テキスト	-	-	○	-
6	日	テキスト	-	-	○	-
7	広告媒体	テキスト	-	-	○	-
8	広告種別	テキスト	-	-	○	-
9	キャンペーン名	テキスト	-	-	●	-
10	広告コスト-計算用(整数)	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	PV数-計算用(整数)	整数	-	-	-	●
12	セッション数-計算用(整数)	整数	-	-	-	●
13	UU数-計算用(整数)	整数	-	-	-	○
14	購入数[直接]-計算用(整数)	整数	-	-	-	●
15	購入者数[直接]-計算用(整数)	整数	-	-	-	○
16	購入金額[直接]-計算用(整数)	整数	-	-	-	○
17	購入数[間接]-計算用(整数)	整数	-	-	-	○
18	購入者数[間接]-計算用(整数)	整数	-	-	-	○
19	購入金額[間接]-計算用(整数)	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	17	<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、
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	配信数	購入金額 [直接]
2022	1	お気に入り 商品訴求	...	
2022	1	F2→F3 転換促進	? ? ?	
2022	1	コーディネート 商品訴求	...	

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 [直接]
2022	1	お気に入り 商品訴求	3,305,360	4,825,289
2022	1	F2→F3 転換促進	2,739,475	4,506,600
2022	1	コーディネート 商品訴求	2,162,725	3,165,263

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

2022/1/1 ~ 2022/12/31

配信年	配信月	シナリオ名	配信数	配信成功数	開封者数	開封率	クリック者数		購入金額 [直接]
2022	1	お気に入り 商品訴求	3,305,360	3,003,980	471,018	15.7%	73,573	...	4,825,289
2022	1	F2→F3 転換促進	2,739,475	2,629,895	373,445	14.2%	68,714	...	4,506,600
2022	1	コーディネート 商品訴求	2,162,725	2,054,585	277,368	13.5%	48,262	...	3,165,263
2022	1	かご落ち商品 リマインド	3,904,385	3,552,990	504,880	14.2%	101,986	...	6,688,734
2022	1	初回限定 クーポン	1,627,280	1,529,640	238,471	15.6%	64,626	...	4,238,470
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮		⋮

※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	配信年月	テキスト	-	-	○	-
8	配信日	テキスト	-	-	○	-
9	配信時間	テキスト	-	-	○	-
10	施策名	テキスト	-	-	●	-
11	メールコンテンツ名	テキスト	-	-	○	-
12	メール件名	テキスト	-	-	○	-
13	性別	テキスト	-	-	○	-
14	年代	テキスト	-	-	○	-
15	年齢	整数	-	-	○	-
16	エリア	テキスト	-	-	○	-
17	都道府県	テキスト	-	-	○	-
18	会員種別	テキスト	-	-	○	-
19	現会員ランク	テキスト	-	-	○	-
20	配信数-計算用(整数)	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
21	配信成功数-計算用(整数)	整数	-	-	-	●
22	開封者数-計算用(テキスト)	テキスト	-	-	-	●
23	開封数-計算用(整数)	整数	-	-	-	○
24	クリック者数-計算用(テキスト)	テキスト	-	-	-	●
25	クリック数-計算用(整数)	整数	-	-	-	○
26	直帰数-計算用(整数)	整数	-	-	-	○
27	PV数-計算用(整数)	整数	-	-	-	○
28	購入数[直接]-計算用(整数)	整数	-	-	-	●
29	購入者数[直接]-計算用(テキスト)	テキスト	-	-	-	○
30	購入金額[直接]-計算用(整数)	整数	-	-	-	●
31	購入数[間接/配信]-計算用(整数)	整数	-	-	-	○
32	購入者数[間接/配信]-計算用(テキスト)	テキスト	-	-	-	○
33	購入金額[間接/配信]-計算用(整数)	整数	-	-	-	○
34	購入数[間接/開封]-計算用(整数)	整数	-	-	-	○
35	購入者数[間接/開封]-計算用(テキスト)	テキスト	-	-	-	○
36	購入金額[間接/開封]-計算用(整数)	整数	-	-	-	○
37	購入数[間接/クリック]-計算用(整数)	整数	-	-	-	○
38	購入者数[間接/クリック]-計算用(テキスト)	テキスト	-	-	-	○
39	購入金額[間接/クリック]-計算用(整数)	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	18	<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
2022	1	お気に入り商品訴求	スリット入り花柄スカート		
2022	1	お気に入り商品訴求	パフスリーブブラウス	???	
2022	1	お気に入り商品訴求	モックネックTシャツ		
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

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
2022	1	お気に入り商品訴求	スリット入り花柄スカート	102	512,550
2022	1	お気に入り商品訴求	パフスリーブブラウス	107	430,675
2022	1	お気に入り商品訴求	モックネックTシャツ	128	395,520
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

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：NO5『配信年/月 × シナリオ名 × 商品名』

集計期間

2022/1/1 ~ 2022/1/31

配信年

配信月

シナリオ名

商品名

購入者数

購入金額

2022

1

お気に入り
商品訴求

スリット入り
花柄スカート

102

512,550

2022

1

お気に入り
商品訴求

パフスリーブ
ブラウス

107

430,675

2022

1

お気に入り
商品訴求

モックネック
Tシャツ

128

395,520

2022

1

お気に入り
商品訴求

クロップド
カーディガン

166

672,300

2022

1

お気に入り
商品訴求

クルーネックニット

186

749,580

⋮

⋮

⋮

⋮

⋮

⋮

※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	配信年月	テキスト	-	-	○	-
8	配信日	テキスト	-	-	○	-
9	配信時間	テキスト	-	-	○	-
10	施策名	テキスト	-	-	●	-
11	メールコンテンツ名	テキスト	-	-	○	-
12	メール件名	テキスト	-	-	○	-
13	性別	テキスト	-	-	○	-
14	年代	テキスト	-	-	○	-
15	年齢	整数	-	-	○	-
16	エリア	テキスト	-	-	○	-
17	都道府県	テキスト	-	-	○	-
18	会員種別	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
19	現会員ランク	テキスト	-	-	○	-
20	受注ID	テキスト	-	-	○	-
21	商品ID	テキスト	-	-	○	-
22	商品名	テキスト	-	-	●	-
23	ブランドID	テキスト	-	-	○	-
24	ブランド名	テキスト	-	-	○	-
25	カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
26	カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
27	サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	○	-
28	サブカテゴリ名_1	テキスト	-	-	○	-
29	サブカテゴリID_2	テキスト	-	-	○	-
30	サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
31	カラー	テキスト	-	-	○	-
32	サイズ	テキスト	-	-	○	-
33	購入数-計算用(整数)	整数	-	-	-	○
34	購入者数-計算用(テキスト)	テキスト	-	-	-	●
35	購入金額-計算用(整数)	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	19	<u>メール開封時間帯分析</u>



実現できること



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

配信年	配信月	～09:00 開封者数	～12:00 開封者数	～0:00 開封者数
2022	1			...
2022	2		???	...
2022	3			...
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

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	～09:00 開封者数	～12:00 開封者数	～0:00 開封者数
2022	1	89	264	100
2022	2	45	90	110
2022	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	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		2022/1/1 ~ 2022/12/31					
メール配信年	メール配信月	0:00~9:00	0:90~12:00	12:00~15:00	15:00~18:00	18:00~21:00	21:00~0:00
		開封者数	開封者数	開封者数	開封者数	開封者数	開封者数
2022	1	89	264	739	356	560	100
2022	2	45	90	823	454	258	110
2022	3	82	189	600	392	492	138
2022	4	82	189	600	392	492	138
2022	5	82	189	600	392	492	138
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮



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	配信ID-顧客ID	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	配信年月	テキスト	-	-	○	-
6	配信日	テキスト	-	-	○	-
7	顧客ID	テキスト	-	-	○	-
8	メールコンテンツID	テキスト	-	-	○	-
9	メールコンテンツ名	テキスト	-	-	○	-
10	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
11	開封数-計算用(整数)	整数	-	-	-	○
12	開封者数-計算用(テキスト)	テキスト	-	-	-	●
13	性別	テキスト	-	-	○	-
14	年代	テキスト	-	-	○	-
15	年齢	整数	-	-	○	-
16	エリア	テキスト	-	-	○	-
17	都道府県	テキスト	-	-	○	-
18	会員種別	テキスト	-	-	○	-
19	現会員ランク	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	20	<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、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	購入金額 [直接]
2022	1	お気に入り 商品訴求	...	
2022	1	F2→F3 転換促進	? ? ?	
2022	1	コーディネート 商品訴求	...	

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	購入金額 [直接]
2022	1	お気に入り 商品訴求	861,072	5,151,000
2022	1	F2→F3 転換促進	904,126	5,408,550
2022	1	コーディネート 商品訴求	432,545	1,575,600

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		2022/1/1 ~ 2022/1/31						
配信年	配信月	施策名	表示数	クリック者数	クリック率	購入数 [直接]	購入率 [直接]	購入金額 [直接]
2022	1	お気に入り 商品訴求	861,072	41,486	4.8%	1,020	2.5%	5,151,000
2022	1	F2→F3 転換促進	904,126	43,560	4.8%	1,071	2.5%	5,408,550
2022	1	コーディネート 商品訴求	432,545	9,862	2.3%	312	3.2%	1,575,600
2022	1	かご落ち商品 リマインド	780,877	31,822	4.1%	1630	5.1%	8,231,500
2022	1	初回限定 クーポン	325,465	20,045	6.2%	1630	8.1%	8,231,500
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※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

2022/1/1 ~ 2022/1/31

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	購入数 [直接]	購入率 [直接]	購入金額 [直接]
2022	1	F2→F3 転換促進	お気に入り商品 お知らせ	135,619	6,534	4.8%	161	2.5%	813,050
2022	1	F2→F3 転換促進	セール商品 お知らせ	189,866	2,798	1.5%	225	8.0%	1,136,250
2022	1	F2→F3 転換促進	カート情報 お知らせ	126,578	6,098	4.8%	150	2.5%	757,500
2022	1	F2→F3 転換促進	期間限定 クーポン	235,073	3,883	1.7%	278	7.2%	1,403,900
2022	1	F2→F3 転換促進	保有ポイント数 お知らせ	153,701	2,161	1.4%	182	8.4%	919,100
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※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

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	施策ID-セッションID-コンテンツ親ID-コンテンツ子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	配信年月	テキスト	-	-	○	-
10	配信日	テキスト	-	-	○	-
11	配信時間	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	施策名	テキスト	-	-	●	-
13	web接客コンテンツ名	テキスト	-	-	○	-
14	表示数-計算用(整数)	整数	-	-	-	●
15	クリック者数-計算用(テキスト)	テキスト	-	-	-	●
16	クリック数-計算用(整数)	整数	-	-	-	○
17	購入数[直接]-計算用(整数)	整数	-	-	-	●
18	購入者数[直接]-計算用(テキスト)	テキスト	-	-	-	○
19	購入金額[直接]-計算用(整数)	整数	-	-	-	●
20	購入数[間接/配信]-計算用(整数)	整数	-	-	-	○
21	購入者数[間接/配信]-計算用(テキスト)	テキスト	-	-	-	○
22	購入金額[間接/配信]-計算用(整数)	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	21	<u>SMS成果分析</u>



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、**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 [直接]
2022	1	お気に入り 商品訴求	...	
2022	1	F2→F3 転換促進	? ? ?	
2022	1	コーディネート 商品訴求	...	

SMS施策別に配信から売上に至るまで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 [直接]
2022	1	お気に入り 商品訴求	132,545	1,149,720
2022	1	F2→F3 転換促進	147,895	795,960
2022	1	コーディネート 商品訴求	128,659	514,560

SMS施策別に配信から売上に至るまで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		2022/1/1 ~ 2022/1/31							
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	購入数 [直接]	購入率 [直接]	購入金額 [直接]
2022	1	お気に入り 商品訴求	132,545	129,894	9,862	7.4%	286	2.9%	1,149,720
2022	1	F2→F3 転換促進	147,895	144,937	13,780	9.3%	198	1.4%	795,960
2022	1	コーディネート 商品訴求	128,569	125,997	9,566	7.4%	128	1.3%	514,560
2022	1	かご落ち商品 リマインド	133,870	131,193	9,761	7.3%	187	1.9%	751,740
2022	1	初回限定 クーポン	160,379	157,172	12,448	7.8%	176	1.4%	707,520
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※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

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	配信年月	テキスト	-	-	○	-
8	配信日	テキスト	-	-	○	-
9	配信時間	テキスト	-	-	○	-
10	施策名	テキスト	-	-	●	-
11	SMSコンテンツ名	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	会員種別	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	現会員ランク	テキスト	-	-	○	-
19	配信数-計算用(整数)	整数	-	-	-	●
20	配信成功数-計算用(整数)	整数	-	-	-	●
21	クリック者数-計算用(テキスト)	テキスト	-	-	-	●
22	クリック数-計算用(整数)	整数	-	-	-	○
23	直帰数-計算用(整数)	整数	-	-	-	○
24	PV数-計算用(整数)	整数	-	-	-	○
25	購入数[直接]-計算用(整数)	整数	-	-	-	●
26	購入者数[直接]-計算用(テキスト)	テキスト	-	-	-	○
27	購入金額[直接]-計算用(整数)	整数	-	-	-	●
28	購入数[間接/配信]-計算用(整数)	整数	-	-	-	○
29	購入者数[間接/配信]-計算用(テキスト)	テキスト	-	-	-	○
30	購入金額[間接/配信]-計算用(整数)	整数	-	-	-	○
31	購入数[間接/クリック]-計算用(整数)	整数	-	-	-	○
32	購入者数[間接/クリック]-計算用(テキスト)	テキスト	-	-	-	○
33	購入金額[間接/クリック]-計算用(整数)	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	22	<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、
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 [直接]
2022	1	お気に入り 商品訴求	...	
2022	1	F2→F3 転換促進	? ? ?	
2022	1	コーディネート 商品訴求	...	

LINE施策別に配信から売上に至るまでの
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 [直接]
2022	1	お気に入り 商品訴求	778,581	912,490
2022	1	F2→F3 転換促進	986,211	865,215
2022	1	コーディネート 商品訴求	755,22	885,115

LINE施策別に配信から売上に至るまでの
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		2022/1/1 ~ 2022/1/31							
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	購入数 [直接]	購入率 [直接]	購入金額 [直接]
2022	1	お気に入り 商品訴求	778,581	739,651	17,752	2.3%	213	1.2%	856,337
2022	1	F2→F3 転換促進	986,211	946,762	24,804	2.5%	347	1.4%	1,395,969
2022	1	コーディネート 商品訴求	755,224	717,461	17,219	2.3%	224	1.3%	899,868
2022	1	かご落ち商品 リマインド	786,367	747,047	17,570	2.2%	334	1.9%	1,341,981
2022	1	初回限定 クーポン	942,083	894,977	22,406	2.4%	291	1.3%	1,170,958
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※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

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	配信年月	テキスト	-	-	○	-
8	配信日	テキスト	-	-	○	-
9	配信時間	テキスト	-	-	○	-
10	施策名	テキスト	-	-	●	-
11	LINEコンテンツ名	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	会員種別	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	現会員ランク	テキスト	-	-	○	-
19	配信数-計算用(整数)	整数	-	-	-	●
20	配信成功数-計算用(整数)	整数	-	-	-	●
21	クリック者数-計算用(テキスト)	テキスト	-	-	-	●
22	クリック数-計算用(整数)	整数	-	-	-	○
23	直帰数-計算用(整数)	整数	-	-	-	○
24	PV数-計算用(整数)	整数	-	-	-	○
25	購入数[直接]-計算用(整数)	整数	-	-	-	●
26	購入者数[直接]-計算用(テキスト)	テキスト	-	-	-	○
27	購入金額[直接]-計算用(整数)	整数	-	-	-	●
28	購入数[間接/配信]-計算用(整数)	整数	-	-	-	○
29	購入者数[間接/配信]-計算用(テキスト)	テキスト	-	-	-	○
30	購入金額[間接/配信]-計算用(整数)	整数	-	-	-	○
31	購入数[間接/クリック]-計算用(整数)	整数	-	-	-	○
32	購入者数[間接/クリック]-計算用(テキスト)	テキスト	-	-	-	○
33	購入金額[間接/クリック]-計算用(整数)	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	23	<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、**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 [直接]
2022	1	お気に入り 商品訴求	...	
2022	1	F2→F3 転換促進	? ? ?	
2022	1	コーディネート 商品訴求	...	

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 [直接]
2022	1	お気に入り 商品訴求	778,581	5,327,750
2022	1	F2→F3 転換促進	986,211	5,070,200
2022	1	コーディネート 商品訴求	755,22	4,797,500

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		2022/1/1 ~ 2022/1/31							
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	購入数 [直接]	購入率 [直接]	購入金額 [直接]
2022	1	お気に入り 商品訴求	648,818	616,376	24,793	4.0%	279	1.1%	1,124,370
2022	1	F2→F3 転換促進	821,843	788,969	41,982	5.3%	337	0.8%	1,358,110
2022	1	コーディネート 商品訴求	629,353	597,884	50,998	8.5%	591	1.2%	2,381,730
2022	1	かご落ち商品 リマインド	655,306	622,539	49,828	8.0%	345	0.7%	1,390,350
2022	1	初回限定 クーポン	785,069	745,814	41,092	5.5%	401	1.0%	1,616,030
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※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	配信年月	テキスト	-	-	○	-
8	配信日	テキスト	-	-	○	-
9	配信時間	テキスト	-	-	○	-
10	施策名	テキスト	-	-	●	-
11	Push通知コンテンツ名	テキスト	-	-	○	-
12	Push通知タイトル	テキスト	-	-	○	-
13	性別	テキスト	-	-	○	-
14	年代	テキスト	-	-	○	-
15	年齢	整数	-	-	○	-
16	エリア	テキスト	-	-	○	-
17	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
18	会員種別	テキスト	-	-	○	-
19	現会員ランク	テキスト	-	-	○	-
20	配信数-計算用(整数)	整数	-	-	-	●
21	配信成功数-計算用(整数)	整数	-	-	-	●
22	クリック者数-計算用(テキスト)	テキスト	-	-	-	●
23	クリック数-計算用(整数)	整数	-	-	-	○
24	直帰数-計算用(整数)	整数	-	-	-	○
25	PV数-計算用(整数)	整数	-	-	-	○
26	購入数[直接]-計算用(整数)	整数	-	-	-	●
27	購入者数[直接]-計算用(テキスト)	テキスト	-	-	-	○
28	購入金額[直接]-計算用(整数)	整数	-	-	-	●
29	購入数[間接/配信]-計算用(整数)	整数	-	-	-	○
30	購入者数[間接/配信]-計算用(テキスト)	テキスト	-	-	-	○
31	購入金額[間接/配信]-計算用(整数)	整数	-	-	-	○
32	購入数[間接/クリック]-計算用(整数)	整数	-	-	-	○
33	購入者数[間接/クリック]-計算用(テキスト)	テキスト	-	-	-	○
34	購入金額[間接/クリック]-計算用(整数)	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。