

施策/分析一覧

EC/店舗オムニ事業者様向け

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	自社EC/店舗 売上分析	自社EC/店舗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	P7~12	
		2	自社EC/店舗/モール 売上分析	自社EC/店舗/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	会員推移の把握	5	月次顧客ステータス推移分析	月別に、会員登録者数などの推移を可視化し、各指標が変動した要因を把握する	P35~41	
		6	週次顧客ステータス推移分析	週別に、会員登録者数などの推移を可視化し、各指標が変動した要因を把握する	P42~48	
		7	日次顧客ステータス推移分析	日別に、会員登録者数などの推移を可視化し、各指標が変動した要因を把握する	P49~55	
	優良顧客の把握	8	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	P56~59	
		9	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	P60~63	
		10	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	P64~69	
在庫状態を把握したい	在庫の把握	11	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	P71~75	
		12	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	P76~80	
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	13	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	P82~87	
		14	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	P88~96	
	アプローチすべき タイミングの把握	15	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	P97~100	
		16	購入間隔分析	商品が購入される間隔を可視化し、購入タイミングを把握する	P101~108	
		アプローチすべき 商品の把握	17	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	P109~116
	18		F1F2購入商品の組み合わせ分析	初回購入した商品と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	P117~123	
	19		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	P124~129	
	相互送客状況の把握		20	自社EC/店舗購入分析	自社ECのみ、店舗のみ、自社EC/店舗での販売チャネルごとで、購入状況を可視化し、相互送客状況を把握する	P130~135
			21	自社EC/店舗送客分析	自社EC→店舗、店舗→自社ECでの送客タイミングを可視化し、送客率を上げるための要因を把握する	P136~141
			22	店舗からEC送客 商品組み合わせ分析	店舗→自社ECに送客する際の購入商品の組み合わせを可視化し、送客率を高めるための要因を把握する	P142~146
23			自社ECから店舗送客 商品組み合わせ分析	自社EC→店舗に送客する際の購入商品の組み合わせを可視化し、送客率を高めるための要因を把握する	P147~151	



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	P153~156	
		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	P157~161	
		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、時間帯ごとの傾向を把握する	P162~166	
	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	P167~171	
		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	P172~176
			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	P177~181
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	P182~186		
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、広告運用を最適化させる	P188~196	
		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	P197~204	
		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	P205~212	
		34	月次広告媒体別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	P213~217	
		35	日次広告媒体別CPA分析	日×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	P218~222	
		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CPAの変動を可視化し、広告運用を最適化させる	P223~227	
		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CPAの変動を可視化し、広告運用を最適化させる	P228~232	
	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、売上に寄与するメール施策を把握する	P233~239	
		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	P240~246	
		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	P247~251	
		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、売上に寄与する施策を把握する	P252~257	
		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、売上に寄与する施策を把握する	P258~264	
		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、売上に寄与する施策を把握する	P265~271	
		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、売上に寄与する施策を把握する	P272~278	
		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、売上に寄与する施策を把握する	P279~284	

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/店舗 売上分析	自社EC/店舗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	P7~12	
		2	自社EC/店舗/モール 売上分析	自社EC/店舗/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	会員推移の把握	5	月次顧客ステータス推移分析	月別に、会員登録者数などの推移を可視化し、各指標が変動した要因を把握する	P35~41	
		6	週次顧客ステータス推移分析	週別に、会員登録者数などの推移を可視化し、各指標が変動した要因を把握する	P42~48	
		7	日次顧客ステータス推移分析	日別に、会員登録者数などの推移を可視化し、各指標が変動した要因を把握する	P49~55	
	優良顧客の把握	8	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	P56~59	
		9	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	P60~63	
		10	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	P64~69	
		在庫状態を把握したい	在庫の把握	11	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
12	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	P76~80	
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	13	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	P82~87	
		14	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	P88~96	
	アプローチすべき タイミングの把握	15	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	P97~100	
		16	購入間隔分析	商品が購入される間隔を可視化し、購入タイミングを把握する	P101~108	
		アプローチすべき 商品の把握	17	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	P109~116
	18		F1F2購入商品の組み合わせ分析	初回購入した商品と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	P117~123	
	19		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	P124~129	
	相互送客状況の把握	相互送客状況の把握	20	自社EC/店舗購入分析	自社ECのみ、店舗のみ、自社EC/店舗での販売チャネルごとで、購入状況を可視化し、相互送客状況を把握する	P130~135
			21	自社EC/店舗送客分析	自社EC→店舗、店舗→自社ECでの送客タイミングを可視化し、送客率を上げるための要因を把握する	P136~141
			22	店舗からEC送客 商品組み合わせ分析	店舗→自社ECに送客する際の購入商品の組み合わせを可視化し、送客率を高めるための要因を把握する	P142~146
23			自社ECから店舗送客 商品組み合わせ分析	自社EC→店舗に送客する際の購入商品の組み合わせを可視化し、送客率を高めるための要因を把握する	P147~151	

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/店舗 売上分析</u>



実現できること



自社EC/店舗別に**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	2月	12月
		売上金額	売上金額	売上金額
2019	自社EC			...
2019	店舗		???	...
2020	自社EC			...

自社EC/店舗別に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	2月	12月
		売上金額	売上金額	売上金額
2019	自社EC	348,403	257,659	... 363,717
2019	店舗	451,094	356,910	... 470,923
2020	自社EC	365,954	289,546	... 382,040

自社EC/店舗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	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：NO5『年/月 × 販売チャネル』

集計期間 2019/1/1 ~ 2021/12/31

年	販売チャネル	1月	2月	3月	4月	...	12月
		売上金額	売上金額	売上金額	売上金額		売上金額
2019	自社EC	328,403	275,659	306,288	317,774	...	363,717
2019	店舗	451,094	356,910	296,566	411,438	...	470,923
2020	自社EC	365,954	289,546	321,718	333,782	...	382,040
2020	店舗	490,949	388,443	431,603	447,788	...	512,529
2021	自社EC	430,107	340,304	378,116	392,295	...	449,013
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮		⋮

※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/店舗 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	-	-	● (表頭)	-
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	販売チャンネル	テキスト	-	-	●	-
11	販売チャンネル_詳細	テキスト	-	-	○	-
12	購入者数-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
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	商品ブランドID	テキスト	-	-	○	-
21	商品ブランド名	テキスト	-	-	○	-
22	商品カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
23	商品カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
24	商品サブカテゴリID_1	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/店舗 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
25	商品サブカテゴリ名_1	テキスト	-	-	○	-
26	商品サブカテゴリID_2	テキスト	-	-	○	-
27	商品サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
28	カラー	テキスト	-	-	○	-
29	サイズ	テキスト	-	-	○	-
30	顧客ID	テキスト	-	-	○	-
31	性別	テキスト	-	-	○	-
32	年代	テキスト	-	-	○	-
33	年齢	テキスト	-	-	○	-
34	エリア	テキスト	-	-	○	-
35	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
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	顧客ラベル	テキスト	-	-	○	-
40	初回接触媒体名	テキスト	-	-	○	-
41	最終接触媒体名	テキスト	-	-	○	-
42	支払方法	テキスト	-	-	○	-
43	流入チャネル	テキスト	-	-	○	-
44	注文金額帯	テキスト	-	-	○	-
45	新規/リピート	テキスト	-	-	○	-
46	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>自社EC/店舗/モール 売上分析</u>



実現できること



自社EC/店舗/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	月	販売チャンネル	1月 売上金額	31日 売上金額
2020	1	自社EC
2020	1	店舗	? ? ?	...
2020	1	モール

販売チャンネル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	月	販売チャンネル	1月 売上金額	31日 売上金額
2020	1	自社EC	240,400	240,400
2020	1	店舗	271,170	271,170
2020	1	モール	197,128	171,170

販売チャンネ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
4	年 × 販売チャネル × 販売チャネル詳細
5	年/月 × 販売チャネル × 販売チャネル詳細
6	年/月/日 × 販売チャネル × 販売チャネル詳細

etc...

レポート : NO3『年/月/日 × 販売チャネル』

集計期間 2019/1/1 ~ 2021/12/31

年	月	販売チャネル	1日 売上金額	2日 売上金額	3日 売上金額	...	31日 売上金額
2019	1	自社EC	240,400	190,400	151,400	...	240,550
2019	1	店舗	271,170	171,170	141,170	...	271,500
2019	1	モール	197,128	156,128	124,148	...	197,251
2019	2	自社EC	262,036	207,536	165,026	...	-
2019	2	店舗	245,208	194,208	154,428	...	-
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※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『年/月 × 販売チャネル × 販売チャネル詳細』

集計期間 2019/1/1 ~ 2021/12/31

年	月	販売チャネル	販売チャネル詳細	1日	2日	...	31日
				売上金額	売上金額		売上金額
2019	1	自社EC	サイトA	81,736	64,736	...	81,787
2019	1	店舗	新宿店	103,372	81,872	...	103,437
2019	1	店舗	原宿店	93,756	74,256	...	93,815
2019	1	モール	Amazon	69,716	55,216	...	69,760
2019	1	モール	楽天	74,524	59,024	...	74,571
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮		⋮

※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/店舗 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	販売チャンネル	テキスト	-	-	●	-
11	販売チャンネル_詳細	テキスト	-	-	●	-
12	購入者数-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
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	商品ブランドID	テキスト	-	-	○	-
21	商品ブランド名	テキスト	-	-	○	-
22	商品カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
23	商品カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
24	商品サブカテゴリID_1	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/店舗 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
25	商品サブカテゴリ名_1	テキスト	-	-	○	-
26	商品サブカテゴリID_2	テキスト	-	-	○	-
27	商品サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
28	カラー	テキスト	-	-	○	-
29	サイズ	テキスト	-	-	○	-
30	顧客ID	テキスト	-	-	○	-
31	性別	テキスト	-	-	○	-
32	年代	テキスト	-	-	○	-
33	年齢	テキスト	-	-	○	-
34	エリア	テキスト	-	-	○	-
35	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
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	顧客ラベル	テキスト	-	-	○	-
40	初回接触媒体名	テキスト	-	-	○	-
41	最終接触媒体名	テキスト	-	-	○	-
42	支払方法	テキスト	-	-	○	-
43	流入チャネル	テキスト	-	-	○	-
44	注文金額帯	テキスト	-	-	○	-
45	新規/リピート	テキスト	-	-	○	-
46	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	商品別売上分析



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
無地Tシャツ			
ロゴTシャツ		???	
ボーダー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
無地Tシャツ	10,120	14,680	3,828,600
ロゴTシャツ	10,200	15,300	3,905,172
ボーダーTシャツ	10,900	16,350	4,173,174

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 ~ 2021/1/31

商品名	購入者数	購入回数	売上金額
無地Tシャツ	10,120	14,680	3,828,600
ロゴTシャツ	10,200	15,300	3,905,172
ボーダーTシャツ	10,900	15,350	4,173,174
フレンチスリーブカットソー	11,200	16,800	4,288,032
ノースリーブカットソー	11,300	16,950	4,326,318
⋮	⋮	⋮	⋮

※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 ~ 2021/1/31

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	無地Tシャツ	10,120	14,680	3,828,600
トップス	ロゴTシャツ	10,200	15,300	3,905,172
トップス	ボーダーTシャツ	10,900	16,350	4,173,174
トップス	フレンチスリーブカットソー	11,200	16,800	4,288,032
トップス	ノースリーブカットソー	11,300	16,950	4,326,318
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※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/店舗 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	販売チャンネル	テキスト	-	-	○	-
11	販売チャンネル_詳細	テキスト	-	-	○	-
12	購入者数-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
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	商品ブランドID	テキスト	-	-	○	-
21	商品ブランド名	テキスト	-	-	○	-
22	商品カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
23	商品カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
24	商品サブカテゴリID_1	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/店舗 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
25	商品サブカテゴリ名_1	テキスト	-	-	○	-
26	商品サブカテゴリID_2	テキスト	-	-	○	-
27	商品サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
28	カラー	テキスト	-	-	○	-
29	サイズ	テキスト	-	-	○	-
30	顧客ID	テキスト	-	-	○	-
31	性別	テキスト	-	-	○	-
32	年代	テキスト	-	-	○	-
33	年齢	テキスト	-	-	○	-
34	エリア	テキスト	-	-	○	-
35	都道府県	テキスト	-	-	○	-

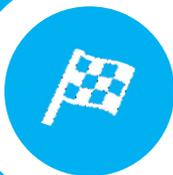
#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
36	会員種別	テキスト	-	-	○	-
37	会員ランク	テキスト	-	-	○	-
38	職業	テキスト	-	-	○	-
39	顧客ラベル	テキスト	-	-	○	-
40	初回接触媒体名	テキスト	-	-	○	-
41	最終接触媒体名	テキスト	-	-	○	-
42	支払方法	テキスト	-	-	○	-
43	流入チャネル	テキスト	-	-	○	-
44	注文金額帯	テキスト	-	-	○	-
45	新規/リピート	テキスト	-	-	○	-
46	返品年月日	日付	-	○	-	-

※ ● : 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	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	3,565,000
20	13,440	18,024	4,278,000
30	13,440	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
10	11,200	15,020	3,565,000
20	13,440	18,024	4,278,000
30	12,208	16,372	3,885,850
40	12,544	16,822	3,992,800
50	12,656	16,973	4,028,450
⋮	⋮	⋮	⋮

※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	11,850,060
2021	1	女	24,819	33,284	7,900,040
2021	2	男	37,973	50,925	12,087,061
2021	2	女	27,053	36,280	8,611,044
2021	3	男	41,696	55,918	13,272,067
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※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①

データ
ファイル名

自社EC/店舗 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	販売チャンネル	テキスト	-	-	○	-
11	販売チャンネル_詳細	テキスト	-	-	○	-
12	購入者数-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
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	商品ブランドID	テキスト	-	-	○	-
21	商品ブランド名	テキスト	-	-	○	-
22	商品カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
23	商品カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
24	商品サブカテゴリID_1	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/店舗 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
25	商品サブカテゴリ名_1	テキスト	-	-	○	-
26	商品サブカテゴリID_2	テキスト	-	-	○	-
27	商品サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
28	カラー	テキスト	-	-	○	-
29	性別	テキスト	-	-		-
30	年代	テキスト	-	-		-
31	年齢	テキスト	-	-		-
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	-	-		-

#	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
36	サイズ	テキスト	-	-	○	-
37	顧客ID	テキスト	-	-	○	-
38	職業	テキスト	-	-	○	-
39	顧客ラベル	テキスト	-	-	○	-
40	初回接触媒体名	テキスト	-	-	○	-
41	最終接触媒体名	テキスト	-	-	○	-
42	支払方法	テキスト	-	-	○	-
43	流入チャネル	テキスト	-	-	○	-
44	注文金額帯	テキスト	-	-	○	-
45	新規/リピート	テキスト	-	-	○	-
46	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	自社EC/店舗 売上分析	自社EC/店舗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	P7~12	
		2	自社EC/店舗/モール 売上分析	自社EC/店舗/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	会員推移の把握	5	月次顧客ステータス推移分析	月別に、会員登録者数などの推移を可視化し、各指標が変動した要因を把握する	P35~41	
		6	週次顧客ステータス推移分析	週別に、会員登録者数などの推移を可視化し、各指標が変動した要因を把握する	P42~48	
		7	日次顧客ステータス推移分析	日別に、会員登録者数などの推移を可視化し、各指標が変動した要因を把握する	P49~55	
	優良顧客の把握	8	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	P56~59	
		9	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	P60~63	
		10	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	P64~69	
在庫状態を把握したい	在庫の把握	11	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	P71~75	
		12	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	P76~80	
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	13	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	P82~87	
		14	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	P88~96	
	アプローチすべき タイミングの把握	15	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	P97~100	
		16	購入間隔分析	商品が購入される間隔を可視化し、購入タイミングを把握する	P101~108	
	アプローチすべき 商品の把握	17	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	P109~116	
		18	F1F2購入商品の組み合わせ分析	初回購入した商品と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	P117~123	
		19	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	P124~129	
	相互送客状況の把握	相互送客状況の把握	20	自社EC/店舗購入分析	自社ECのみ、店舗のみ、自社EC/店舗での販売チャネルごとで、購入状況を可視化し、相互送客状況を把握する	P130~135
			21	自社EC/店舗送客分析	自社EC→店舗、店舗→自社ECでの送客タイミングを可視化し、送客率を上げるための要因を把握する	P136~141
			22	店舗からEC送客 商品組み合わせ分析	店舗→自社ECに送客する際の購入商品の組み合わせを可視化し、送客率を高めるための要因を把握する	P142~146
			23	自社ECから店舗送客 商品組み合わせ分析	自社EC→店舗に送客する際の購入商品の組み合わせを可視化し、送客率を高めるための要因を把握する	P147~151

分析分類	#	分析名
会員推移の把握	5	<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、**会員登録者数などの推移を可視化し、各指標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
	会員登録者数	会員登録者数	会員登録者数		会員登録者数
2019				...	
2020			???	...	
2021				...	
⋮	⋮	⋮	⋮		⋮

月別に、会員登録者数など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
	会員登録者数	会員登録者数	会員登録者数		会員登録者数
2019	1,250	1,150	1,000	...	1,200
2020	980	1,050	1,356	...	1,260
2021	988	1,404	1,080	...	1,296
⋮	⋮	⋮	⋮		⋮

月別に、会員登録者数など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 × 都道府県
5	年/月 × 会員ランク
6	年/月 × 会員種別

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
	会員登録者数	会員登録者数	会員登録者数	会員登録者数		会員登録者数
2017	1,250	1,150	1,000	1,500	...	1,200
2018	980	1,050	1,356	1,575	...	1,260
2019	988	1,404	1,080	1,620	...	1,296
2020	1,020	1,332	1,443	1,665	...	1,332
2021	1,130	1,140	1,496	1,695	...	1,356
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮		⋮

※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 × 年代』

集計期間

開始日なし ~ 終了日なし

年	年代	1月	2月	3月	4月	...	12月
		会員登録者数	会員登録者数	会員登録者数	会員登録者数		会員登録者数
2021	10	78	72	60	90	...	72
2021	20	100	120	130	150	...	120
2021	30	200	240	260	300	...	240
2021	40	260	240	200	300	...	240
2021	50	300	360	390	450	...	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

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	累計購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
9	新規購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
10	当月購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
11	累計退会者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
12	新規退会者数-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
13	累計購入回数-計算用	整数	-	-	-	○
14	新規購入回数-計算用	整数	-	-	-	○
15	当月購入回数-計算用	整数	-	-	-	○
16	累計購入回数(EC)-計算用	整数	-	-	-	○
17	新規購入回数(EC)-計算用	整数	-	-	-	○
18	当月購入回数(EC)-計算用	整数	-	-	-	○
19	累計購入回数(店舗)-計算用	整数	-	-	-	○
20	新規購入回数(店舗)-計算用	整数	-	-	-	○
21	当月購入回数(店舗)-計算用	整数	-	-	-	○
22	累計来店回数-計算用	整数	-	-	-	○
23	新規来店回数-計算用	整数	-	-	-	○
24	当月上店回数-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

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
25	累計購入金額-計算用	整数	-	-	-	○
26	新規購入金額-計算用	整数	-	-	-	○
27	当月購入金額-計算用	整数	-	-	-	○
28	累計購入金額(EC)-計算用	整数	-	-	-	○
29	新規購入金額(EC)-計算用	整数	-	-	-	○
30	当月購入金額(EC)-計算用	整数	-	-	-	○
31	累計購入金額(店舗)-計算用	整数	-	-	-	○
32	新規購入金額(店舗)-計算用	整数	-	-	-	○
33	当月購入金額(店舗)-計算用	整数	-	-	-	○
34	累計LINE ID連携数-計算用	テキスト	-	-	-	○
35	新規LINE ID連携数-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
36	性別	テキスト	-	-	○	-
37	年代	テキスト	-	-	○	-
38	年齢	テキスト	-	-	○	-
39	エリア	テキスト	-	-	○	-
40	都道府県	テキスト	-	-	○	-
41	会員種別	テキスト	-	-	○	-
42	会員ランク	テキスト	-	-	○	-
43	職業	テキスト	-	-	○	-
44	顧客ラベル	テキスト	-	-	○	-
45	初回接触媒体名	テキスト	-	-	○	-
46	最終接触媒体名	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
会員推移の把握	6	<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、**会員登録者数などの推移を可視化し、各指標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
		会員登録者数	会員登録者数	会員登録者数
2020	1			...
2020	2		???	...
2020	3			...
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

週別に、会員登録者数など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
		会員登録者数	会員登録者数	会員登録者数
2020	1	200	400	100
2020	2	210	420	105
2020	3	216	432	108
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

週別に、会員登録者数など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 × 都道府県
5	年/月/週 × 会員ランク
6	年/月/週 × 会員種別

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 会員登録者数	2週目 会員登録者数	3週目 会員登録者数	4週目 会員登録者数
2021	1	200	400	300	100
2021	2	210	420	315	105
2021	3	216	432	324	108
2021	4	222	444	333	111
2021	5	226	452	339	113
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※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/週 × 年代』

集計期間

開始日なし ~ 終了日なし

年	月	年代	1週目	2週目	3週目	4週目
			会員登録者数	会員登録者数	会員登録者数	会員登録者数
2021	1	10	12	24	18	6
2021	2	20	20	40	30	10
2021	3	30	40	80	60	20
2021	4	40	40	80	60	20
2021	5	50	60	120	90	30
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※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

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-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	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	累計購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
10	新規購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
11	当日購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
12	累計退会者数-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
13	新規退会者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
14	累計購入回数-計算用	整数	-	-	-	○
15	新規購入回数-計算用	整数	-	-	-	○
16	当日購入回数-計算用	整数	-	-	-	○
17	累計購入回数(EC)-計算用	整数	-	-	-	○
18	新規購入回数(EC)-計算用	整数	-	-	-	○
19	当日購入回数(EC)-計算用	整数	-	-	-	○
20	累計購入回数(店舗)-計算用	整数	-	-	-	○
21	新規購入回数(店舗)-計算用	整数	-	-	-	○
22	当日購入回数(店舗)-計算用	整数	-	-	-	○
23	累計来店回数-計算用	整数	-	-	-	○
24	新規来店回数-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

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
25	当日来店回数-計算用	整数	-	-	-	○
26	累計購入金額-計算用	整数	-	-	-	○
27	新規購入金額-計算用	整数	-	-	-	○
28	当日購入金額-計算用	整数	-	-	-	○
29	累計購入金額(EC)-計算用	整数	-	-	-	○
30	新規購入金額(EC)-計算用	整数	-	-	-	○
31	当年月日購入金額(EC)-計算用	整数	-	-	-	○
32	累計購入金額(店舗)-計算用	整数	-	-	-	○
33	新規購入金額(店舗)-計算用	整数	-	-	-	○
34	当年月日購入金額(店舗)-計算用	整数	-	-	-	○
35	累計LINE ID連携数-計算用	テキスト	-	-	-	○
36	新規LINE ID連携数-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
37	性別	テキスト	-	-	○	-
38	年代	テキスト	-	-	○	-
39	年齢	テキスト	-	-	○	-
40	エリア	テキスト	-	-	○	-
41	都道府県	テキスト	-	-	○	-
42	会員種別	テキスト	-	-	○	-
43	会員ランク	テキスト	-	-	○	-
44	職業	テキスト	-	-	○	-
45	顧客ラベル	テキスト	-	-	○	-
46	初回接触媒体名	テキスト	-	-	○	-
47	最終接触媒体名	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
会員推移の把握	7	<u>日次顧客ステータス推移分析</u>



実現できること



日別に、**会員登録者数**などの推移を可視化し、
各指標が変動した要因を把握する

これまで

年	月	1日	2日	31日
		会員登録者数	会員登録者数	会員登録者数
2020	1			...
2020	2		???	...
2020	3			...
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

日別に、会員登録者数など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	2日	31日
		会員登録者数	会員登録者数	会員登録者数
2020	1	30	40	...
2020	2	32	42	...
2020	3	32	43	...
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

日別に、会員登録者数など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 × 都道府県
5	年/月/日 × 会員ランク
6	年/月/日 × 会員種別

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
		会員登録者数	会員登録者数	会員登録者数	会員登録者数		会員登録者数
2021	1	30	40	40	55	...	35
2021	2	32	42	42	58	...	-
2021	3	32	43	42	59	...	38
2021	4	33	44	43	61	...	-
2021	5	34	45	45	62	...	40
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮		⋮

※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 × 年代』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/1/31

年	月	年代	1日 会員登録者数	2日 会員登録者数	3日 会員登録者数	...	31日 会員登録者数
2021	1	10	2	2	2	...	2
2021	1	20	3	4	4	...	4
2021	1	30	6	8	8	...	7
2021	1	40	6	8	8	...	7
2021	1	50	9	12	12	...	11
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮		⋮

※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

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	累計購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
10	新規購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
11	当日購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
12	累計退会者数-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
13	新規退会者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
14	累計購入回数-計算用	整数	-	-	-	○
15	新規購入回数-計算用	整数	-	-	-	○
16	当日購入回数-計算用	整数	-	-	-	○
17	累計購入回数(EC)-計算用	整数	-	-	-	○
18	新規購入回数(EC)-計算用	整数	-	-	-	○
19	当日購入回数(EC)-計算用	整数	-	-	-	○
20	累計購入回数(店舗)-計算用	整数	-	-	-	○
21	新規購入回数(店舗)-計算用	整数	-	-	-	○
22	当日購入回数(店舗)-計算用	整数	-	-	-	○
23	累計来店回数-計算用	整数	-	-	-	○
24	新規来店回数-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

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
25	当日来店回数-計算用	整数	-	-	-	○
26	累計購入金額-計算用	整数	-	-	-	○
27	新規購入金額-計算用	整数	-	-	-	○
28	当日購入金額-計算用	整数	-	-	-	○
29	累計購入金額(EC)-計算用	整数	-	-	-	○
30	新規購入金額(EC)-計算用	整数	-	-	-	○
31	当年月日購入金額(EC)-計算用	整数	-	-	-	○
32	累計購入金額(店舗)-計算用	整数	-	-	-	○
33	新規購入金額(店舗)-計算用	整数	-	-	-	○
34	当年月日購入金額(店舗)-計算用	整数	-	-	-	○
35	累計LINE ID連携数-計算用	テキスト	-	-	-	○
36	新規LINE ID連携数-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
37	性別	テキスト	-	-	○	-
38	年代	テキスト	-	-	○	-
39	年齢	テキスト	-	-	○	-
40	エリア	テキスト	-	-	○	-
41	都道府県	テキスト	-	-	○	-
42	会員種別	テキスト	-	-	○	-
43	会員ランク	テキスト	-	-	○	-
44	職業	テキスト	-	-	○	-
45	顧客ラベル	テキスト	-	-	○	-
46	初回接触媒体名	テキスト	-	-	○	-
47	最終接触媒体名	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
優良顧客の 把握	8	<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	-	-	○	-

#	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
7	年齢	テキスト	-	-	○	-
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	-	-	○	-

※ ● : 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>RFM分析</u>



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	テキスト	-	-	○	-
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	顧客ラベル	テキスト	-	-	○	-
14	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
15	最終接触媒体名	テキスト	-	-	○	-
16	購入商品ID	テキスト	-	-	○	-
17	購入品番	テキスト	-	-	○	-
18	購入商品名	テキスト	-	-	○	-
19	購入商品ブランドID	テキスト	-	-	○	-
20	購入商品ブランド名	テキスト	-	-	○	-
21	購入商品カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
22	購入商品カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
23	購入商品サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	○	-
24	購入商品サブカテゴリ名_1	テキスト	-	-	○	-
25	購入商品サブカテゴリID_2	テキスト	-	-	○	-
26	購入商品サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
27	購入商品カラー	テキスト	-	-	○	-
28	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	10	<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	2020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	2020年			
	購入者数	昨年からの継続者数	継続率	累計購入金額
2015	11,038	4,345	38.9%	228(百万)
2016	10,997	4,509	41.0%	231(百万)
2017	12,021	1,323	42.5%	245(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 ~ 2021/12/31

初回購入年

2020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

11,038

4,345

38.9%

3.3

36,425

6,280

228,751,512

2016

10,997

4,509

41.0%

3.4

37,390

6,200

231,816,760

2017

10,172

4,374

43.0%

3.1

31,533

6,110

192,667,852

2018

9,871

4,047

41.0%

2.9

28,626

6,120

175,190,508

2019

9,224

3,597

39.0%

3.1

28,594

5,990

171,280,456

⋮

⋮

⋮

⋮

⋮

⋮

⋮

⋮

※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	テキスト	-	-	● (表頭)	-
4	初回購入年月日	日付	-	○	-	-
5	初回購入年	テキスト	-	-	●	-
6	初回購入月	テキスト	-	-	○	-
7	初回購入日	テキスト	-	-	○	-
8	初回購入年月日(EC)	日付	-	○	-	-
9	初回購入年(EC)	テキスト	-	-	○	-
10	初回購入月(EC)	テキスト	-	-	○	-
11	初回購入日(EC)	テキスト	-	-	○	-
12	初回購入年月日(店舗)	日付	-	○	-	-
13	初回購入年(店舗)	テキスト	-	-	○	-
14	初回購入月(店舗)	テキスト	-	-	○	-
15	初回購入日(店舗)	テキスト	-	-	○	-
16	当年購入者-計算用	テキスト	-	-	-	●
17	当年購入者(EC)-計算用	テキスト	-	-	-	○
18	当年購入者(店舗)-計算用	テキスト	-	-	-	○
19	昨年からの継続者数-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
20	購入回数-計算用	整数	-	-	-	●
21	購入回数(EC)-計算用	整数	-	-	-	○
22	購入回数(店舗)-計算用	整数	-	-	-	○
23	購入金額-計算用	整数	-	-	-	●
24	購入金額(EC)-計算用	整数	-	-	-	○
25	購入金額(店舗)-計算用	整数	-	-	-	○
26	来店回数-計算用	整数	-	-	○	-
27	性別	テキスト	-	-	○	-
28	年代	テキスト	-	-	○	-
29	年齢	整数	-	-	○	-
30	エリア	テキスト	-	-	○	-
31	都道府県	テキスト	-	-	○	-
32	会員種別	テキスト	-	-	○	-
33	会員ランク	テキスト	-	-	○	-
34	職業	テキスト	-	-	○	-
35	顧客ラベル	テキスト	-	-	○	-
36	初回接触媒体名	テキスト	-	-	○	-
37	最終接触媒体名	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/店舗 売上分析	自社EC/店舗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	P7~12	
		2	自社EC/店舗/モール 売上分析	自社EC/店舗/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	会員推移の把握	5	月次顧客ステータス推移分析	月別に、会員登録者数などの推移を可視化し、各指標が変動した要因を把握する	P35~41	
		6	週次顧客ステータス推移分析	週別に、会員登録者数などの推移を可視化し、各指標が変動した要因を把握する	P42~48	
		7	日次顧客ステータス推移分析	日別に、会員登録者数などの推移を可視化し、各指標が変動した要因を把握する	P49~55	
	優良顧客の把握	8	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	P56~59	
		9	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	P60~63	
		10	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	P64~69	
在庫状態を把握したい	在庫の把握	11	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	P71~75	
		12	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	P76~80	
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	13	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	P82~87	
		14	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	P88~96	
	アプローチすべき タイミングの把握	15	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	P97~100	
		16	購入間隔分析	商品が購入される間隔を可視化し、購入タイミングを把握する	P101~108	
	アプローチすべき 商品の把握	17	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	P109~116	
		18	F1F2購入商品の組み合わせ分析	初回購入した商品と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	P117~123	
		19	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	P124~129	
	相互送客状況の把握	相互送客状況の把握	20	自社EC/店舗購入分析	自社ECのみ、店舗のみ、自社EC/店舗での販売チャネルごとで、購入状況を可視化し、相互送客状況を把握する	P130~135
			21	自社EC/店舗送客分析	自社EC→店舗、店舗→自社ECでの送客タイミングを可視化し、送客率を上げるための要因を把握する	P136~141
			22	店舗からEC送客 商品組み合わせ分析	店舗→自社ECに送客する際の購入商品の組み合わせを可視化し、送客率を高めるための要因を把握する	P142~146
23			自社ECから店舗送客 商品組み合わせ分析	自社EC→店舗に送客する際の購入商品の組み合わせを可視化し、送客率を高めるための要因を把握する	P147~151	

分析分類	#	分析名
在庫の把握	11	在庫数推移分析



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	無地Tシャツ	ロゴTシャツ	長袖リブニット
		平均在庫数	平均在庫数	平均在庫数
2020	1			...
2020	2		???	...
2020	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	無地Tシャツ	ロゴTシャツ	長袖リブニット
		平均在庫数	平均在庫数	平均在庫数
2020	1	300	420	... 350
2020	2	306	428	... 357
2020	3	327	458	... 382
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

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	無地Tシャツ	ロゴTシャツ	ボーダーTシャツ	コットンブラウス	ニットカーディガン	...	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
2021	1	300	420	400	556	490	...	350
2021	2	306	428	408	567	500	...	357
2021	3	327	458	436	606	534	...	382
2021	4	336	470	448	623	549	...	392
2021	5	339	475	452	628	554	...	396
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※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	12	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	無地Tシャツ	...	
2021	2	ロゴTシャツ	? ? ?	
2021	3	ボーダー 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	在庫 回転率
2021	1	無地Tシャツ	400	0.7
2021	2	ロゴTシャツ	408	0.8
2021	3	ボーダー Tシャツ	436	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

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	無地Tシャツ	400	535	0.7
2021	1	ロゴTシャツ	408	530	0.8
2021	1	ボーダーTシャツ	436	710	0.6
2021	1	フレンチスリーブカットソー	390	599	0.7
2021	1	ノースリーブカットソー	452	605	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	自社EC/店舗 売上分析	自社EC/店舗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	P7~12
		2	自社EC/店舗/モール 売上分析	自社EC/店舗/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	会員推移の把握	5	月次顧客ステータス推移分析	月別に、会員登録者数などの推移を可視化し、各指標が変動した要因を把握する	P35~41
		6	週次顧客ステータス推移分析	週別に、会員登録者数などの推移を可視化し、各指標が変動した要因を把握する	P42~48
		7	日次顧客ステータス推移分析	日別に、会員登録者数などの推移を可視化し、各指標が変動した要因を把握する	P49~55
	優良顧客の把握	8	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	P56~59
		9	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	P60~63
		10	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	P64~69
在庫状態を把握したい	在庫の把握	11	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	P71~75
		12	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	P76~80
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	13	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	P82~87
		14	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	P88~96
	アプローチすべき タイミングの把握	15	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	P97~100
		16	購入間隔分析	商品が購入される間隔を可視化し、購入タイミングを把握する	P101~108
	アプローチすべき 商品の把握	17	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	P109~116
		18	F1F2購入商品の組み合わせ分析	初回購入した商品と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	P117~123
		19	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	P124~129
	相互送客状況の把握	20	自社EC/店舗購入分析	自社ECのみ、店舗のみ、自社EC/店舗での販売チャネルごとで、購入状況を可視化し、相互送客状況を把握する	P130~135
		21	自社EC/店舗送客分析	自社EC→店舗、店舗→自社ECでの送客タイミングを可視化し、送客率を上げるための要因を把握する	P136~141
		22	店舗からEC送客 商品組み合わせ分析	店舗→自社ECに送客する際の購入商品の組み合わせを可視化し、送客率を高めるための要因を把握する	P142~146
		23	自社ECから店舗送客 商品組み合わせ分析	自社EC→店舗に送客する際の購入商品の組み合わせを可視化し、送客率を高めるための要因を把握する	P147~151

分析分類	#	分析名
改善すべき 歩留まりの把握	13	購入転換率分析



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	F5転換率
2019		...	
2020		???	...
2021		...	

ビジネスプロセスの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	初回購入者数	2回目購入者数	F5転換率
2019	29,642	8,922	61.3%
2020	35,412	11,141	60.1%
2021	36,836	11,828	64.9%

ビジネスプロセスの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

2015/1/1 ~ 2021/12/31

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

F5転換率

2015

36,836

11,828

32.1%

6,776

57.3%

...

62.8%

2016

38,113

14,940

39.2%

8,267

55.3%

...

67.2%

2017

41,843

16,419

39.2%

9,562

58.2%

...

68.3%

2018

46,028

17,086

37.1%

10,101

59.1%

...

64.6%

2019

46,802

15,964

34.1%

9,471

59.3%

...

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①

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	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
12	初回購入品番	テキスト	-	-	○	-
13	初回購入商品名	テキスト	-	-	○	-
14	初回購入商品ブランドID	テキスト	-	-	○	-
15	初回購入商品ブランド名	テキスト	-	-	○	-
16	初回購入商品カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
17	初回購入商品カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
18	初回購入商品サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	○	-
19	初回購入商品サブカテゴリ名_1	テキスト	-	-	○	-
20	初回購入商品サブカテゴリID_2	テキスト	-	-	○	-
21	初回購入商品サブカテゴリ名_2	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

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
22	初回購入商品カラー	テキスト	-	-	○	-
23	初回購入商品サイズ	テキスト	-	-	○	-
24	会員登録者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
25	初回購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
26	2回目購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
27	3回目購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
28	4回目購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
29	5回目購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
30	性別	テキスト	-	-	○	-
31	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
32	年齢	テキスト	-	-	○	-
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	顧客ラベル	テキスト	-	-	○	-
39	初回接触媒体名	テキスト	-	-	○	-
40	最終接触媒体名	テキスト	-	-	○	-
41	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	14	<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)
2021	1		...	
2021	2		???	...
2021	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、**効率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)
2021	1	2,454	740	207
2021	2	2,912	737	206
2021	3	2,704	573	160
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

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

2021/1/1 ~ 2021/12/31

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	転換までの平均タイミング(月)	累計購入金額	2回目購入者数(当月)	2回目購入者数(12ヶ月後)
2021	1	2,454	740	30.2%	2.5	15,378	74	7
2021	2	2,912	737	25.3%	2.5	14,677	74	7
2021	3	2,704	573	21.2%	2.0	15,921	57	6
2021	4	1,934	396	20.5%	1.3	13,888	40	4
2021	5	2,759	800	29.0%	2.7	17,200	80	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

2021/1/1 ~ 2021/1/31

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	転換までの平均タイミング(月)	累計購入金額	...	2回目購入者数(12ヶ月後)
2021	1	トップス	445	33	7.4%	2.5	15,378	...	7
2021	1	アウター	687	106	15.4%	2.6	14,677	...	7
2021	1	スカート	540	173	32.0%	2.7	15,921	...	6
2021	1	パンツ	515	197	38.2%	2.6	13,888	...	4
2021	1	シューズ	442	173	39.1%	2.8	17,200	...	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/月 × 年代』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/1/31

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	転換までの平均タイミング(月)	累計購入金額	...	2回目購入者数(12ヶ月後)
2021	1	10	123	37	30.0%	2.6	15,378	...	7
2021	1	20	687	220	32.0%	2.6	14,677	...	7
2021	1	30	540	170	31.5%	2.8	15,921	...	6
2021	1	40	515	155	30.1%	2.6	13,888	...	4
2021	1	50	442	153	34.6%	2.6	17,200	...	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：NO14『初回購入年/月 × 商品カテゴリ × 年代』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/1/31

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	転換までの平均タイミング(月)	2回目購入者数(12ヶ月後)
2021	1	トップス	10	6	2	33.3%	1.3	7
2021	1	トップス	20	34	11	32.4%	1.3	7
2021	1	トップス	30	27	6	22.2%	1.3	6
2021	1	トップス	40	26	10	38.5%	1.3	4
2021	1	トップス	50	22	9	40.1%	1.3	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

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	初回購入日	テキスト	-	-	○	-
6	初回購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
7	転換までの平均タイミング(月)-計算用	整数	-	-	-	●
8	転換までの平均タイミング(週)-計算用	整数	-	-	-	○
9	転換までの平均タイミング(日)-計算用	整数	-	-	-	○
10	2回目購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
11	2回目購入者数(当月)-計算用	テキスト	-	-	-	●
12	2回目購入者数(1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
13	2回目購入者数(2ヶ月後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
14	2回目購入者数(3ヶ月後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
15	2回目購入者数(4ヶ月後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
16	2回目購入者数(5ヶ月後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
17	2回目購入者数(6ヶ月後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
18	2回目購入者数(7ヶ月後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
19	2回目購入者数(8ヶ月後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
20	2回目購入者数(9ヶ月後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
21	2回目購入者数(10ヶ月後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
22	2回目購入者数(11ヶ月後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
23	2回目購入者数(12ヶ月後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
24	累計購入金額-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

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
25	性別	テキスト	-	-	○	-
26	年代	テキスト	-	-	○	-
27	年齢	テキスト	-	-	○	-
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	顧客ラベル	テキスト	-	-	○	-
34	初回接触媒体名	テキスト	-	-	○	-
35	最終接触媒体名	テキスト	-	-	○	-
36	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
37	初回購入品番	テキスト	-	-	○	-
38	初回購入商品名	テキスト	-	-	○	-
39	初回購入商品ブランドID	テキスト	-	-	○	-
40	初回購入商品ブランド名	テキスト	-	-	○	-
41	初回購入商品カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
42	初回購入商品カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
43	初回購入商品サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	○	-
44	初回購入商品サブカテゴリ名_1	テキスト	-	-	○	-
45	初回購入商品サブカテゴリID_2	テキスト	-	-	○	-
46	初回購入商品サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
47	初回購入商品カラー	テキスト	-	-	○	-
48	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	15	F2転換タイミング分析

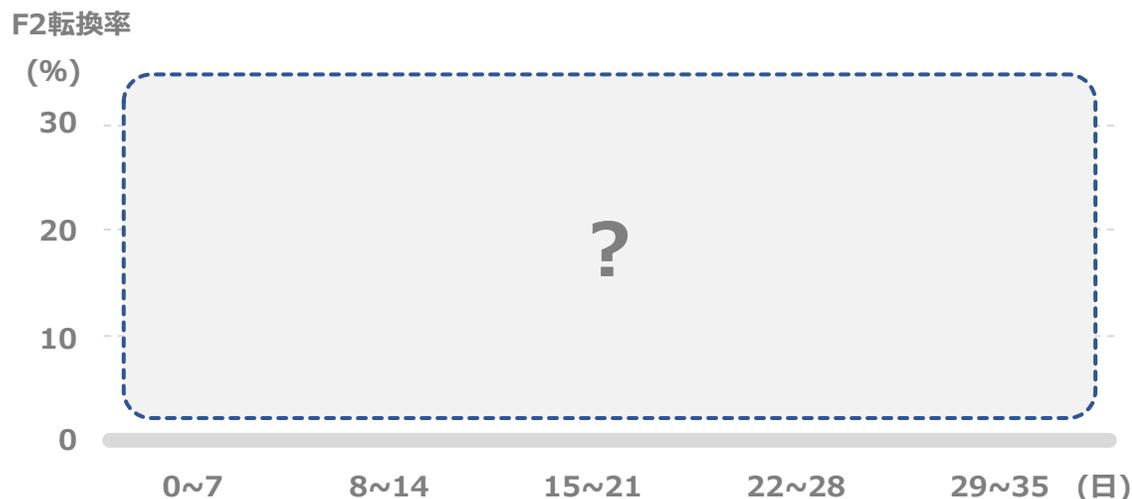


実現できること



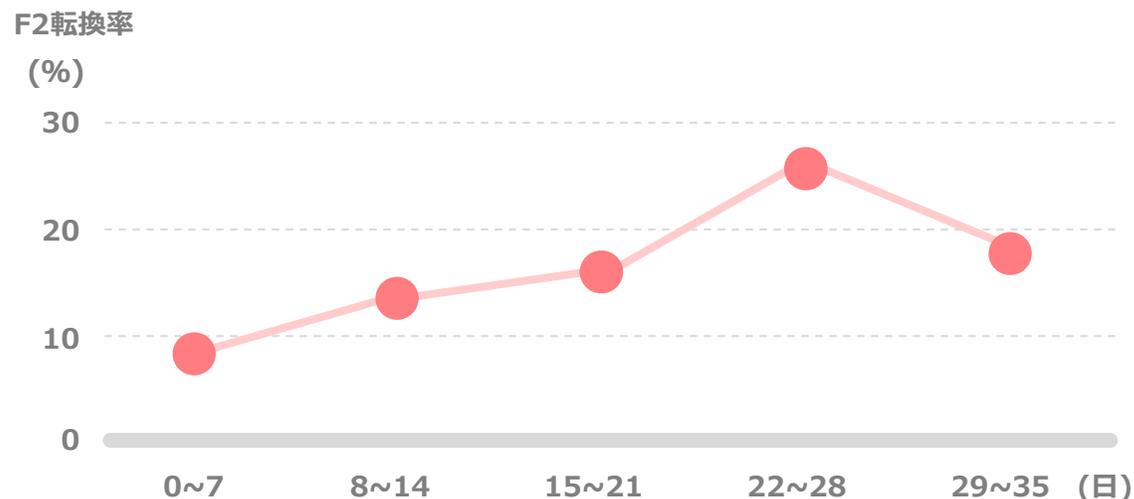
初回購入した顧客の**F2転換タイミングを可視化し、**
2回目購入させる適切なタイミングを把握する

これまで



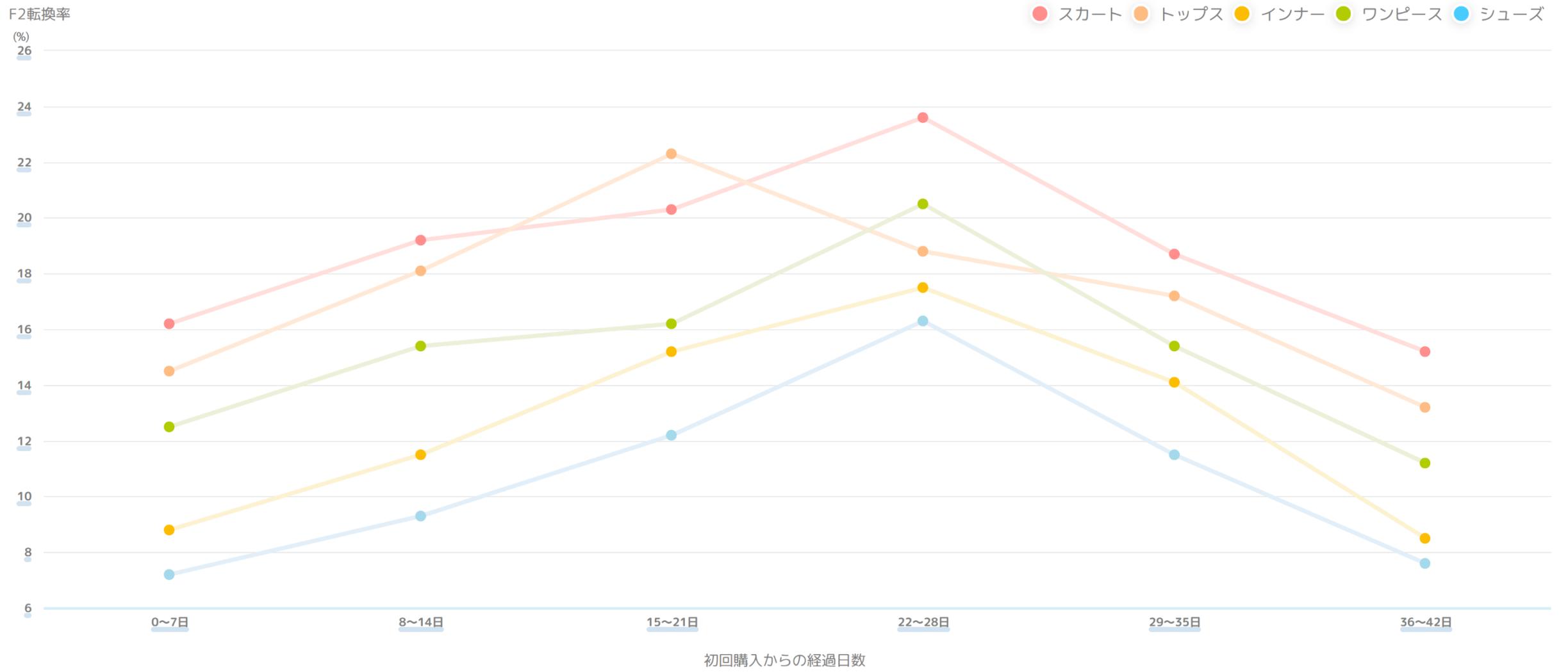
F2転換のタイミングを可視化できておらず、
改善箇所の把握、および、
効果的な施策を実施することができていない

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

初回購入日 2020/06/04 ~ 2020/08/24
初回購入日から 42 日
顧客 性別





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	初回購入日	日付	-	●	-	-
4	2回目購入日	日付	-	●	-	-
5	性別	テキスト	-	-	○	-
6	年代	テキスト	-	-	○	-
7	年齢	テキスト	-	-	○	-
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	顧客ラベル	テキスト	-	-	○	-
14	初回接触媒体名	テキスト	-	-	○	-
15	最終接触媒体名	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
16	初回購入商品ID	テキスト	-	-	●	-
17	初回購入品番	テキスト	-	-	○	-
18	初回購入商品名	テキスト	-	-	○	-
19	初回購入商品ブランドID	テキスト	-	-	○	-
20	初回購入商品ブランド名	テキスト	-	-	○	-
21	初回購入商品カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
22	初回購入商品カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
23	初回購入商品サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	○	-
24	初回購入商品サブカテゴリ名_1	テキスト	-	-	○	-
25	初回購入商品サブカテゴリID_2	テキスト	-	-	○	-
26	初回購入商品サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
27	初回購入商品カラー	テキスト	-	-	○	-
28	初回購入商品サイズ	テキスト	-	-	○	-
29	初回販売チャネル	テキスト	-	-	○	-
30	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	16	<u>購入間隔分析</u>



実現できること



商品が購入される**間隔を可視化し、**
購入タイミングを把握する

これまで

初回購入商品名	購入者数	平均購入間隔	平均購入金額
無地Tシャツ		...	
ロゴTシャツ		???	...
ロングTシャツ		...	

商品が購入される間隔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

初回購入商品名	購入者数	平均購入間隔	平均購入金額
無地Tシャツ	823	5.7	12,636
ロゴTシャツ	496	6.3	23,535
ロングTシャツ	523	11.5	14,535

商品が購入される間隔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	初回購入商品名
2	初回購入商品ブランド
3	初回購入商品カテゴリ
4	初回購入商品名 × 性別
5	初回購入商品名 × 年代
6	初回購入商品名 × 都道府県

NO	項目
7	初回購入商品ブランド × 性別
8	初回購入商品ブランド × 年代
9	初回購入商品ブランド × 都道府県
10	初回購入商品カテゴリ × 性別
11	初回購入商品カテゴリ × 年代
12	初回購入商品カテゴリ × 都道府県

etc...



レポート：NO1『初回購入商品名』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/12/31

初回購入商品名

購入者数

平均購入間隔

平均購入回数

平均購入金額

無地Tシャツ

823

6.4

13

12,636

ロゴTシャツ

496

6.5

11

23,402

ボーダーTシャツ

541

8.1

8

15,600

フレンチスリーブカットソー

813

7.5

10

25,105

ノースリーブカットソー

627

5.4

6

24,636

⋮

⋮

⋮

⋮

⋮

※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『初回購入商品ブランド』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/12/31

初回購入商品ブランド

購入者数

平均購入間隔

平均購入回数

平均購入金額

ブランドA

9,053

5.5

14

25,009

ブランドB

9,958

6.5

9

27,510

ブランドC

20,822

7.3

8

57,521

ブランドD

7,242

6.5

11

20,007

ブランドE

13,580

7.4

6

37,514

⋮

⋮

⋮

⋮

⋮

※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『初回購入商品カテゴリ』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/12/31

初回購入商品カテゴリ

購入者数

平均購入間隔

平均購入回数

平均購入金額

トップス

2,716

6.5

10

7,503

スカート

2,263

6.3

11

6,877

アウター

815

8.6

8

5,177

シューズ

1,630

7.5

10

3,601

パーツ

2,987

8.5

6

12,379

⋮

⋮

⋮

⋮

⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります

レポート：NO11『初回購入商品カテゴリ × 年代』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/12/31

初回購入商品カテゴリ

年代

購入者数

平均購入間隔

平均購入回数

平均購入金額

トックス

10

815

5.5

10

5,177

トックス

20

951

6.8

11

6,877

トックス

30

1,005

7.5

8

7,640

トックス

40

326

6.4

10

7,577

トックス

50

597

5.3

6

12,379

⋮

⋮

⋮

⋮

⋮

⋮

※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

購入間隔分析用

#	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	初回購入日	テキスト	-	-	○	-
6	初回購入商品ID	テキスト	-	-	○	-
7	初回購入商品品番	テキスト	-	-	○	-
8	初回購入商品名	テキスト	-	-	●	-
9	初回購入商品ブランドID	テキスト	-	-	○	-
10	初回購入商品ブランド名	テキスト	-	-	○	-
11	初回購入商品カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
12	初回購入商品カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
13	初回購入商品サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	○	-
14	初回購入商品サブカテゴリ名_1	テキスト	-	-	○	-
15	初回購入商品サブカテゴリID_2	テキスト	-	-	○	-
16	初回購入商品サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
17	初回購入商品カラー	テキスト	-	-	○	-
18	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
19	購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
20	平均購入回数-計算用	整数	-	-	-	●
21	平均購入金額-計算用	整数	-	-	-	●
22	初回購入から最終購入までの日数-計算用	整数	-	-	-	○
23	平均購入間隔-計算用	小数	-	-	-	●
24	最終購入日からの経過日数-計算用	整数	-	-	-	○
25	最終購入日から購入間隔までの残日数-計算用	整数	-	-	-	○
26	性別	テキスト	-	-	○	-
27	年代	テキスト	-	-	○	-
28	年齢	テキスト	-	-	○	-
29	エリア	テキスト	-	-	○	-
30	都道府県	テキスト	-	-	○	-
31	会員種別	テキスト	-	-	○	-
32	会員ランク	テキスト	-	-	○	-
33	職業	テキスト	-	-	○	-
34	顧客ラベル	テキスト	-	-	○	-
35	初回接触媒体名	テキスト	-	-	○	-
36	最終接触媒体名	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
アプローチすべき商品の把握	17	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	同時購入数	同時購入金額
無地Tシャツ	ブラウス	...	
ロゴTシャツ	ロングスカート	? ? ?	
ボーダーTシャツ	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
無地Tシャツ	ブラウス	112	995,860
ロゴTシャツ	ロングスカート	96	1,087,500
ボーダーTシャツ	デニムパンツ	77	750,520

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

2021/1/1 ~ 2021/12/31

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
無地Tシャツ	ブラウス	112	101	995,860
ロゴTシャツ	ロングスカート	96	87	1,087,500
ボーダーTシャツ	デニムパンツ	77	61	750,520
フレンチスリーブカットソー	プリーツスカート	63	58	974,400
ノースリーブカットソー	パンプス	59	54	196,200
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※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

2021/1/1 ~ 2021/12/31

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

112

101

995,860

ブランドB

ブランドK

96

87

1,087,500

ブランドC

ブランドA

77

61

750,520

ブランドD

ブランドA

63

58

974,400

ブランドE

ブランドF

59

54

196,200

⋮

⋮

⋮

⋮

⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



レポート : NO3『購入商品カテゴリ × 同時購入商品カテゴリ』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/12/31

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
Tシャツ	スキニー	112	101	995,860
カットソー	ジャケット	96	87	1,087,500
ブラウス	カーディガン	77	61	750,520
ポロシャツ	Tシャツ	63	58	974,400
ワイシャツ	ジャケット	59	54	196,200
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※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	購入品番	テキスト	-	-	○	-
10	購入商品名	テキスト	-	-	●	-
11	購入商品ブランドID	テキスト	-	-	○	-
12	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
13	購入商品カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
14	購入商品カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
15	購入商品サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	○	-
16	購入商品サブカテゴリ名_1	テキスト	-	-	○	-
17	購入商品サブカテゴリID_2	テキスト	-	-	○	-
18	購入商品サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
19	購入商品カラー	テキスト	-	-	○	-
20	購入商品サイズ	テキスト	-	-	○	-
21	同時購入商品ID	テキスト	-	-	○	-
22	同時購入品番	テキスト	-	-	○	-
23	同時購入商品名	テキスト	-	-	●	-
24	同時購入商品ブランドID	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
25	同時購入商品ブランド名	テキスト	-	-	○	-
26	同時購入商品カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
27	同時購入商品カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
28	同時購入商品サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	○	-
29	同時購入商品サブカテゴリ名_1	テキスト	-	-	○	-
30	同時購入商品サブカテゴリID_2	テキスト	-	-	○	-
31	同時購入商品サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
32	同時購入商品カラー	テキスト	-	-	○	-
33	同時購入商品サイズ	テキスト	-	-	○	-
34	同時購入数-計算用	テキスト	-	-	-	●
35	同時購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
36	同時購入商品金額-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
37	性別	テキスト	-	-	○	-
38	年代	テキスト	-	-	○	-
39	年齢	テキスト	-	-	○	-
40	エリア	テキスト	-	-	○	-
41	都道府県	テキスト	-	-	○	-
42	会員種別	テキスト	-	-	○	-
43	会員ランク	テキスト	-	-	○	-
44	職業	テキスト	-	-	○	-
45	顧客ラベル	テキスト	-	-	○	-
46	初回接触媒体名	テキスト	-	-	○	-
47	最終接触媒体名	テキスト	-	-	○	-
48	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
アプローチすべき商品の把握	18	F1F2購入商品の組み合わせ分析



実現できること



初回購入した商品と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
ブラックスキニー	ニットカーディガン		
半袖カットソー	ブラックスキニー	???	
ニットカーディガン	半袖カットソー		

商品の組み合わせ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
ブラックスキニー	ニットカーディガン	410	5,020
半袖カットソー	ブラックスキニー	404	6,300
ニットカーディガン	半袖カットソー	385	5,890

商品の組み合わせ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	初回購入商品名 × 2回目購入商品名
2	初回購入年 × 初回購入月 × 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 × 初回購入月 × 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『初回購入商品名 × 2回目購入商品名』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/12/31

初回購入商品名	2回目商品購入商品名	2回目購入者数	2回目購入金額
ブラックスキニー	長袖リブニット	31	3,300
半袖カットソー	ブラックスキニー	77	10,450
ニットカーディガン	半袖カットソー	14	16,500
長袖リブニット	ニットカーディガン	52	2,750
VネックTシャツ	VネックTシャツ	43	5,500
⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



レポート：NO2『初回購入年 × 初回購入月 × 初回購入商品カテゴリ × 2回目購入商品カテゴリ』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/1/31

初回購入年	初回購入月	初回購入商品カテゴリ	2回目購入商品カテゴリ	2回目購入者数	2回目購入金額
2021	1	スキニー	カットソー	410	5,020
2021	1	ワンピース	カーディガン	404	5,050
2021	1	トップス	ブラウス	488	6,100
2021	1	デニムジャケット	ワンピース	532	6,650
2021	1	カットソー	ジャケット	412	5,150
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※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	初回購入日	テキスト	-	-	○	-
7	初回購入商品ID	テキスト	-	-	○	-
8	初回購入品番	テキスト	-	-	○	-
9	初回購入商品名	テキスト	-	-	●	-
10	初回購入商品ブランドID	テキスト	-	-	○	-
11	初回購入商品ブランド名	テキスト	-	-	○	-
12	初回購入商品カテゴリ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	初回購入商品カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
14	初回購入商品サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	○	-
15	初回購入商品サブカテゴリ名_1	テキスト	-	-	○	-
16	初回購入商品サブカテゴリID_2	テキスト	-	-	○	-
17	初回購入商品サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
18	初回購入商品カラー	テキスト	-	-	○	-
19	初回購入商品サイズ	テキスト	-	-	○	-
20	2回目購入商品ID	テキスト	-	-	○	-
21	2回目購入品番	テキスト	-	-	○	-
22	2回目購入商品名	テキスト	-	-	●	-
23	2回目購入商品ブランドID	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	2回目購入商品ブランド名	テキスト	-	-	○	-
26	2回目購入商品カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
27	2回目購入商品カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
28	2回目購入商品サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	○	-
29	2回目購入商品サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
30	2回目購入商品サブカテゴリID_2	テキスト	-	-	○	-
31	2回目購入商品サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
32	2回目購入商品カラー	テキスト	-	-	○	-
33	2回目購入商品サイズ	テキスト	-	-	○	-
34	2回目購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
35	2回目購入金額-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
36	性別	テキスト	-	-	○	-
37	年代	テキスト	-	-	○	-
38	年齢	テキスト	-	-	○	-
39	エリア	テキスト	-	-	○	-
40	都道府県	テキスト	-	-	○	-
41	会員種別	テキスト	-	-	○	-
42	会員ランク	テキスト	-	-	○	-
43	職業	テキスト	-	-	○	-
44	顧客ラベル	テキスト	-	-	○	-
45	初回接触媒体名	テキスト	-	-	○	-
46	最終接触媒体名	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
アプローチすべき商品の把握	19	<u>商品別の閲覧購入状況分析</u>



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)	PV数 (モバイル)	売上金額 (モバイル) [前年同月]
無地Tシャツ			...	
ロゴTシャツ		???	...	
ボーダーTシャツ			...	

各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)	PV数 (モバイル)	売上金額 (モバイル) [前年同月]
無地Tシャツ	10,000	4,500	5,500	500,000
ロゴTシャツ	10,200	4,590	5,610	510,000
ボーダーTシャツ	10,900	4,905	5,995	545,000

各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
7	サイズ

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)	UU数	UU数 (PC)	UU数 (モバイル)	売上金額 (モバイル) [前年同月]
無地Tシャツ	10,000	4,500	5,500	3,300	1,030	2,000	500,000
ロゴTシャツ	10,200	4,590	5,610	3,091	1,051	2,040	510,000
ボーダーTシャツ	10,900	4,905	5,995	3,303	1,123	2,180	545,000
フレンチスリーブ カットソー	11,200	5,040	6,160	3,394	1,154	2,240	560,000
ノースリーブ カットソー	11,300	5,085	6,215	3,424	1,164	2,260	565,000
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※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	商品名	テキスト	-	-	●	-
6	ブランドID	テキスト	-	-	○	-
7	ブランド名	テキスト	-	-	○	-
8	カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
9	カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
10	サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	○	-
11	サブカテゴリ名_1	テキスト	-	-	○	-
12	サブカテゴリID_2	テキスト	-	-	○	-
13	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
14	カラー	テキスト	-	-	○	-
15	サイズ	テキスト	-	-	○	-
16	デバイスカテゴリ	テキスト	-	-	○	-
17	ページURL(パラメータ付き)	テキスト	-	-	○	-
18	ページURL	テキスト	-	-	○	-
19	ページタイトル	テキスト	-	-	○	-
20	ページ滞在時間-計算用	整数	-	-	○	-
21	PV数-計算用	整数	-	-	-	●
22	PV数(PC)-計算用	整数	-	-	-	●
23	PV数(モバイル)-計算用	整数	-	-	-	●
24	PV数(タブレット)-計算用	整数	-	-	-	○
25	UU数-計算用	整数	-	-	-	○
26	UU数(PC)-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(モバイル)-計算用	整数	-	-	-	○
28	UU数(タブレット)-計算用	整数	-	-	-	○
29	購入数-計算用	整数	-	-	-	●
30	購入数(PC)-計算用	整数	-	-	-	●
31	購入数(モバイル)-計算用	整数	-	-	-	●
32	購入数(タブレット)-計算用	整数	-	-	-	○
33	売上金額-計算用	整数	-	-	-	●
34	売上金額(PC)-計算用	整数	-	-	-	●
35	売上金額(モバイル)-計算用	整数	-	-	-	●
36	売上金額(タブレット)-計算用	整数	-	-	-	○
37	PV数-計算用[前年同日]	整数	-	-	-	○
38	PV数(PC)-計算用[前年同日]	整数	-	-	-	○
39	PV数(モバイル)-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	PV数(タブレット)-計算用[前年同日]	整数	-	-	-	○
41	UU数-計算用[前年同日]	整数	-	-	-	○
42	UU数(PC)-計算用[前年同日]	整数	-	-	-	○
43	UU数(モバイル)-計算用[前年同日]	整数	-	-	-	○
44	UU数(タブレット)-計算用[前年同日]	整数	-	-	-	○
45	購入数-計算用[前年同日]	整数	-	-	-	○
46	購入数(PC)-計算用[前年同日]	整数	-	-	-	○
47	購入数(モバイル)-計算用[前年同日]	整数	-	-	-	○
48	購入数(タブレット)-計算用[前年同日]	整数	-	-	-	○
49	売上金額-計算用[前年同日]	整数	-	-	-	○
50	売上金額(PC)-計算用[前年同日]	整数	-	-	-	○
51	売上金額(モバイル)-計算用[前年同日]	整数	-	-	-	○
52	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

分析分類	#	分析名
相互送客 状況の把握	20	<u>自社EC/店舗購入分析</u>



実現できること



自社ECのみ、店舗のみ、自社EC/店舗での販売チャネルごとに、**購入状況を可視化し、相互送客状況を把握**する

これまで

購入年	販売チャネル	7月		
		顧客数	期間内購入回数	累計購入金額
2021	自社EC		...	
2021	店舗	???	...	
2021	自社EC/店舗		...	

販売チャネル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

購入年	販売チャネル	7月		
		顧客数	期間内購入回数	累計購入金額
2021	自社EC	5,579	1,674	11,886,617
2021	店舗	24,477	7,343	52,150,696
2021	自社EC/店舗	30,056	9,017	64,037,314

販売チャネル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	販売チャネル × 購入年/月
2	販売チャネル × 購入年/月 × 性別
3	販売チャネル × 購入年/月 × 年代
4	販売チャネル × 購入年/月 × 都道府県
5	販売チャネル × 購入年/月 × 会員種別
6	販売チャネル × 購入年/月 × 会員ランク

etc...

レポート：NO1『販売チャネル × 購入年/月』

集計期間

2020/7/1 ~ 2020/9/30

購入年	販売チャネル	7月					8月	9月	
		顧客数	期間内購入回数	期間内購入金額	累計購入回数	累計購入金額	顧客数	累計購入金額	
2020	自社EC	5,579	1,674	11,886,617	16,737	118,866,174	5,746	...	173,739,775
2020	店舗	24,477	7,343	52,150,696	73,431	521,506,962	24,911	...	580,543,509
2020	自社EC/店舗	30,056	9,017	64,037,313	90,168	640,373,136	30,657	...	754,283,284
2021	自社EC	6,179	1,832	17,845,600	18,922	125,840,170	6,128	...	192,800,765
2021	店舗	29,544	8143	55,254,656	78,560	559,400,972	28,800	...	620,533,510
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※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『販売チャネル × 購入年/月 × 年代』

集計期間

2021/7/1 ~ 2021/9/30

販売チャネル	購入月	年代	7月					9月	
			顧客数	期間内購入回数	期間内購入金額	累計購入回数	累計購入金額	累計購入金額	
自社EC	2021	10	502	151	1,069,796	1,506	10,697,956	...	15,636,580
自社EC	2021	20	1,060	318	2,258,457	3,180	22,584,573	...	33,010,557
自社EC	2021	30	1,227	368	2,615,056	3,682	26,150,558	...	38,222,751
自社EC	2021	40	1,116	335	2,377,323	3,347	23,773,235	...	34,747,955
自社EC	2021	50	1,004	301	2,139,591	3,013	21,395,911	...	31,273,160
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※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

EC/店舗購入状況分析用

#	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-購入月	テキスト	●	-	-	-
2	顧客ID	テキスト	-	-	○	-
3	購入年	テキスト	-	-	●	-
4	購入月	テキスト	-	-	● (表頭)	-
5	顧客数-計算用	テキスト	-	-	-	●
6	期間内購入回数-計算用	整数	-	-	-	●
7	期間内購入金額-計算用	整数	-	-	-	●
8	累計購入回数-計算用	整数	-	-	-	●
9	累計購入金額-計算用	整数	-	-	-	●
10	販売チャネル	テキスト	-	-	●	-
11	性別	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
12	年代	テキスト	-	-	○	-
13	年齢	テキスト	-	-	○	-
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	職業	テキスト	-	-	○	-
19	顧客ラベル	テキスト	-	-	○	-
20	初回接触媒体名	テキスト	-	-	○	-
21	最終接触媒体名	テキスト	-	-	○	-
22	新規/リピート	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
相互送客 状況の把握	21	自社EC/店舗送客分析



実現できること



自社EC→店舗、店舗→自社ECでの**送客タイミングを可視化し、送客率を上げるための要因を把握**する

これまで

初回販売チャンネル	年代	初回購入者数	送客者数	送客者数 (12ヶ月後)
自社EC	10		...	
自社EC	20		???	...
自社EC	30		...	

自社EC/店舗の送客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

初回販売チャンネル	年代	初回購入者数	送客者数	送客者数 (12ヶ月後)
自社EC	10	180	36	...
自社EC	20	367	90	...
自社EC	30	425	92	...

自社EC/店舗の送客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	初回販売チャンネル
2	初回販売チャンネル × 性別
3	初回販売チャンネル × 年代
4	初回販売チャンネル × 都道府県
5	初回販売チャンネル × 会員種別
6	初回販売チャンネル × 会員ランク

etc...

レポート：NO3『初回販売チャネル × 年代』

集計期間

2021/7/1 ~ 2021/12/31

初回販売チャネル	年代	初回購入者数	送客者数	送客率	平均送客 タイミング(月)	送客時の 平均購入回数	送客者数 (12ヶ月後)
自社EC	10	180	36	20.0%	1.3	1.5	2
自社EC	20	367	90	24.5%	1.4	1.6	4
自社EC	30	425	92	21.6%	1.2	1.4	4
自社EC	40	387	83	21.4%	1.4	1.7	4
自社EC	50	348	65	18.7%	1.7	1.8	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①

データ
ファイル名

EC/店舗送客状況分析用

#	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	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	初回購入日	テキスト	-	-	○	-
6	初回購入者数-計算用	整数	-	-	-	●
7	送客者数-計算用	整数	-	-	-	●
8	平均送客タイミング(月)-計算用	整数	-	-	-	●
9	平均送客タイミング(週)-計算用	整数	-	-	-	○
10	平均送客タイミング(日)-計算用	整数	-	-	-	○
11	送客者数(当月)-計算用	整数	-	-	-	●
12	送客者数(1ヶ月後)-計算用	整数	-	-	-	●
13	送客者数(2ヶ月後)-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
14	送客者数(3ヶ月後)-計算用	整数	-	-	-	●
15	送客者数(4ヶ月後)-計算用	整数	-	-	-	●
16	送客者数(5ヶ月後)-計算用	整数	-	-	-	●
17	送客者数(6ヶ月後)-計算用	整数	-	-	-	●
18	送客者数(7ヶ月後)-計算用	整数	-	-	-	●
19	送客者数(8ヶ月後)-計算用	整数	-	-	-	●
20	送客者数(9ヶ月後)-計算用	整数	-	-	-	●
21	送客者数(10ヶ月後)-計算用	整数	-	-	-	●
22	送客者数(11ヶ月後)-計算用	整数	-	-	-	●
23	送客者数(12ヶ月後)-計算用	整数	-	-	-	●
24	送客時の平均購入回数-計算用	整数	-	-	-	●
25	送客者数(2回目購入)-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

EC/店舗送客状況分析用

#	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
26	送客者数(3回目購入)-計算用	整数	-	-	-	○
27	送客者数(4回目購入)-計算用	整数	-	-	-	○
28	送客者数(5回目購入)-計算用	整数	-	-	-	○
29	送客者数(6回目購入)-計算用	整数	-	-	-	○
30	生涯LTV-計算用	整数	-	-	-	●
31	性別	テキスト	-	-	○	-
32	年代	テキスト	-	-	○	-
33	年齢	テキスト	-	-	○	-
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	-	-	○	-

#	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
38	職業	テキスト	-	-	○	-
39	顧客ラベル	テキスト	-	-	○	-
40	初回接触媒体名	テキスト	-	-	○	-
41	最終接触媒体名	テキスト	-	-	○	-
42	初回販売チャンネル	テキスト	-	-	●	-
43	初回購入商品ID	テキスト	-	-	○	-
44	初回購入商品品番	テキスト	-	-	○	-
45	初回購入商品名	テキスト	-	-	○	-
46	初回購入商品カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
47	初回購入商品カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
48	初回購入商品ブランドID	テキスト	-	-	○	-
49	初回購入商品ブランド名	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
相互送客 状況の把握	22	店舗からEC送客 商品組み合わせ分析



実現できること



店舗→自社ECに送客する際の**購入商品の組み合わせを可視化し、送客率を高めるための要因を把握**する

これまで

[店舗] 購入年	[店舗] 購入月	[店舗] 購入商品名	[EC] 購入商品名	[EC] 購入者数	[EC] 購入金額
2021	1	無地Tシャツ	ブラウス		
2021	1	ロゴTシャツ	ロングスカート	???	
2021	1	ボーダーTシャツ	デニムパンツ		
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

店舗→自社ECに送客する際の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

[店舗] 購入年	[店舗] 購入月	[店舗] 購入商品名	[EC] 購入商品名	[EC] 購入者数	[EC] 購入金額
2021	1	無地Tシャツ	ブラウス	64	224,035
2021	1	ロゴTシャツ	ロングスカート	73	384,205
2021	1	ボーダーTシャツ	デニムパンツ	31	139,500
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

店舗→自社ECに送客する際の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	[店舗]購入年/月 × [店舗]購入商品名 × [EC]購入商品名
2	[店舗]購入年/月 × [店舗]購入商品ブランド名 × [EC]購入商品ブランド名
3	[店舗]購入年/月 × [店舗]購入商品カテゴリ名 × [EC]購入商品カテゴリ名
4	[店舗]購入年/月 × [店舗]購入商品サブカテゴリ名 × [EC]購入商品サブカテゴリ名

etc...



レポート：NO1『[店舗]購入年/月 × [店舗]購入商品名 × [EC]購入商品名』

集計期間 2021/1/1 ~ 2021/12/31

[店舗]購入年	[店舗]購入月	[店舗]購入商品名	[EC]購入商品名	[EC]購入者数	[EC]購入金額
2021	1	無地Tシャツ	ブラウス	64	224,035
2021	1	ロゴTシャツ	ロングスカート	73	384,205
2021	1	ボーダーTシャツ	デニムパンツ	31	139,500
2021	1	フレンチスリーブカットソー	トレンチコート	77	192,500
2021	1	ノースリーブカットソー	パンプス	14	201,260
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※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

店舗からEC送客 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-店舗購入商品ID-EC購入商品ID	テキスト	●	-	-	-
2	顧客ID	テキスト	-	-	○	-
3	[店舗]購入年月日	日付	-	●	-	-
4	[店舗]購入年	テキスト	-	-	●	-
5	[店舗]購入月	テキスト	-	-	●	-
6	[店舗]購入日	テキスト	-	-	○	-
7	[店舗]購入商品ID	テキスト	-	-	○	-
8	[店舗]購入商品名	テキスト	-	-	●	-
9	[店舗]購入商品カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
10	[店舗]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
11	[店舗]購入商品ブランドID	テキスト	-	-	○	-
12	[店舗]購入商品ブランド名	テキスト	-	-	○	-
13	[EC]購入商品ID	テキスト	-	-	○	-
14	[EC]購入商品名	テキスト	-	-	●	-
15	[EC]購入商品カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
16	[EC]購入商品カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
17	[EC]購入商品ブランドID	テキスト	-	-	○	-
18	[EC]購入商品ブランド名	テキスト	-	-	○	-
19	[EC]購入者数-計算用	整数	-	-	-	●
20	[EC]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
相互送客 状況の把握	23	自社ECから店舗送客 商品組み合わせ分析



実現できること



自社EC→店舗に送客する際の**購入商品の組み合わせを可視化し、送客率を高めるための要因を把握**する

これまで

[EC] 購入年	[EC] 購入月	[EC] 購入商品名	[店舗] 購入商品名	[店舗] 購入者数	[店舗] 購入金額
2021	1	無地Tシャツ	ブラウス		
2021	1	ロゴTシャツ	ロングスカート	???	
2021	1	ボーダーTシャツ	デニムパンツ		
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

自社EC→店舗に送客する際の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

[EC] 購入年	[EC] 購入月	[EC] 購入商品名	[店舗] 購入商品名	[店舗] 購入者数	[店舗] 購入金額
2021	1	無地Tシャツ	ブラウス	64	224,035
2021	1	ロゴTシャツ	ロングスカート	73	384,205
2021	1	ボーダーTシャツ	デニムパンツ	31	139,500
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

自社EC→店舗に送客する際の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	[EC]購入年/月 × [EC]購入商品名 × [店舗]購入商品名
2	[EC]購入年/月 × [EC]購入商品ブランド名 × [店舗]購入商品ブランド名
3	[EC]購入年/月 × [EC]購入商品カテゴリ名 × [店舗]購入商品カテゴリ名
4	[EC]購入年/月 × [EC]購入商品サブカテゴリ名 × [店舗]購入商品サブカテゴリ名

etc...



レポート：NO1『[EC]購入年/月 × [EC]購入商品名 × [店舗]購入商品名』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/12/31

[EC] 購入年	[EC] 購入月	[EC] 購入商品名	[店舗] 購入商品名	[店舗] 購入者数	[店舗] 購入金額
2021	1	無地Tシャツ	ブラウス	64	224,035
2021	1	ロゴTシャツ	ロングスカート	73	384,205
2021	1	ボーダーTシャツ	デニムパンツ	31	139,500
2021	1	フレンチスリーブカットソー	トレンチコート	77	192,500
2021	1	ノースリーブカットソー	パンプス	14	201,260
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※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

店舗からEC送客 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-EC購入商品ID-店舗購入商品ID	テキスト	●	-	-	-
2	顧客ID	テキスト	-	-	○	-
3	[EC]購入年月日	日付	-	●	-	-
4	[EC]購入年	テキスト	-	-	●	-
5	[EC]購入月	テキスト	-	-	●	-
6	[EC]購入日	テキスト	-	-	○	-
7	[EC]購入商品ID	テキスト	-	-	○	-
8	[EC]購入商品名	テキスト	-	-	●	-
9	[EC]購入商品カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
10	[EC]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
11	[EC]購入商品ブランドID	テキスト	-	-	○	-
12	[EC]購入商品ブランド名	テキスト	-	-	○	-
13	[店舗]購入商品ID	テキスト	-	-	○	-
14	[店舗]購入商品名	テキスト	-	-	●	-
15	[店舗]購入商品カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
16	[店舗]購入商品カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
17	[店舗]購入商品ブランドID	テキスト	-	-	○	-
18	[店舗]購入商品ブランド名	テキスト	-	-	○	-
19	[店舗]購入者数-計算用	整数	-	-	-	●
20	[店舗]購入金額-計算用	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	P153~156	
		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	P157~161	
		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、時間帯ごとの傾向を把握する	P162~166	
	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	P167~171	
		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	P172~176
			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	P177~181
		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	P182~186	
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、広告運用を最適化させる	P188~196	
		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	P197~204	
		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	P205~212	
		34	月次広告媒体別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	P213~217	
		35	日次広告媒体別CPA分析	日×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	P218~222	
		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CPAの変動を可視化し、広告運用を最適化させる	P223~227	
		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CPAの変動を可視化し、広告運用を最適化させる	P228~232	
	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、売上に寄与するメール施策を把握する	P233~239	
		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	P240~246	
		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	P247~251	
		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、売上に寄与する施策を把握する	P252~257	
		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、売上に寄与する施策を把握する	P258~264	
		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、売上に寄与する施策を把握する	P265~271	
		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、売上に寄与する施策を把握する	P272~278	
		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、売上に寄与する施策を把握する	P279~284	

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
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%
Tablet	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	P153~156	
		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	P157~161	
		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、時間帯ごとの傾向を把握する	P162~166	
	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	P167~171	
		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	P172~176
			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	P177~181
		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	P182~186	
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、広告運用を最適化させる	P188~196	
		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	P197~204	
		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	P205~212	
		34	月次広告媒体別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	P213~217	
		35	日次広告媒体別CPA分析	日×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	P218~222	
		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CPAの変動を可視化し、広告運用を最適化させる	P223~227	
		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CPAの変動を可視化し、広告運用を最適化させる	P228~232	
	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、売上に寄与するメール施策を把握する	P233~239	
		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	P240~246	
		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	P247~251	
		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、売上に寄与する施策を把握する	P252~257	
		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、売上に寄与する施策を把握する	P258~264	
		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、売上に寄与する施策を把握する	P265~271	
		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、売上に寄与する施策を把握する	P272~278	
		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、売上に寄与する施策を把握する	P279~284	

分析分類	#	分析名
広告効果の 可視化	31	<u>流入チャンネル別CVR分析</u>



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**させる

これまで

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

流入チャネル別のCVR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	購入者数	CVR(購入)
ディスプレイ	3,179,034	1,059,678	1.3%
リスティング	2,959,161	986,387	1.3%
ソーシャル	2,859,151	953,050	1.2%

流入チャネル別のCVR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 × 年/月/日
3	流入チャネル × 広告媒体
4	流入チャネル × 広告媒体 × 年/月/日

NO	項目
5	流入チャネル × 広告媒体 × 広告キャンペーン
6	流入チャネル × 広告媒体 × 広告キャンペーン × 年/月/日
7	流入チャネル × 広告媒体 × 広告キャンペーン × 広告グループ
8	流入チャネル × 広告媒体 × 広告キャンペーン × 広告グループ × 年/月/日

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
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『流入チャネル × 年/月/日』

集計期間

2021/7/1 ~ 2021/7/31

流入チャネル	年	月	日	セッション数	直接CV数	CVR
ディスプレイ	2021	7	1	48,194	514	1.1%
ディスプレイ	2021	7	2	39,361	401	1.0%
ディスプレイ	2021	7	3	40,189	425	1.1%
ディスプレイ	2021	7	4	49,134	510	1.0%
ディスプレイ	2021	7	5	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『流入チャネル × 広告媒体』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/12/31

流入チャネル	広告媒体	セッション数	直接CV数	直接CVR
ディスプレイ	Google	435,807	4,793	1.1%
ディスプレイ	Yahoo	423,871	4,238	1.0%
リスティング	Google	591,832	11,244	1.9%
リスティング	Yahoo	594,555	10,701	1.8%
メール	-	534,230	8,905	1.7%
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※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『流入チャネル × 広告媒体 × 年/月/日』

集計期間

2021/7/1 ~ 2021/7/31

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

#	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	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	-	-	-	○
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	購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
21	購入数-計算用	整数	-	-	-	○
22	購入金額-計算用	整数	-	-	-	○
23	購入数[ファースト]-計算用	小数	-	-	-	○
24	購入数[ラスト]-計算用	小数	-	-	-	○
25	購入数[ファースト/ラスト]-計算用	小数	-	-	-	○
26	購入数[間接]-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
27	購入数[均等]-計算用	小数	-	-	-	○
28	購入数[減衰]-計算用	小数	-	-	-	○
29	性別	テキスト	-	-	○	-
30	年代	テキスト	-	-	○	-
31	年齢	テキスト	-	-	○	-
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	顧客ラベル	テキスト	-	-	○	-
38	初回接触媒体名	テキスト	-	-	○	-
39	最終接触媒体名	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
40	受注ID	テキスト	-	-	○	-
41	商品ID	テキスト	-	-	○	-
42	商品名	テキスト	-	-	○	-
43	ブランドID	テキスト	-	-	○	-
44	ブランド名	テキスト	-	-	○	-
45	カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
46	カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
47	サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	○	-
48	サブカテゴリ名_1	テキスト	-	-	○	-
49	サブカテゴリID_2	テキスト	-	-	○	-
50	サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
51	カラー	テキスト	-	-	○	-
52	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	流入チャンネル別一気通貫分析



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	購入率
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	購入率
ディスプレイ	11,320	8,223	12.4%
リスティング	3,962	2,882	14.2%
アフィリエイト	5,660	4,117	11.2%

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	流入チャネル × 年/月/日
3	流入チャネル × 広告媒体
4	流入チャネル × 広告媒体 × 年/月/日
5	流入チャネル × 広告媒体 × 広告キャンペーン

NO	項目
6	流入チャネル × 広告媒体 × 広告キャンペーン × 年/月/日
7	流入チャネル × 広告媒体 × 広告キャンペーン × 広告グループ ^o
8	流入チャネル × 広告媒体 × 広告キャンペーン × 広告グループ ^o × 年/月/日
9	流入チャネル × 性別
10	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	購入率
ディスプレイ	11,320	8,233	1,023	12.4%
リスティング	3,962	2,882	410	14.2%
アフィリエイト	5,660	4,117	459	11.2%
メール	4,528	3,293	442	13.4%
ソーシャル	12,792	9,303	1,098	11.8%
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※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』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/1/31

流入チャネル	広告媒体	PV数	セッション数	購入者数	購入率
ディスプレイ	Google	4,528	3,293	439	13.3%
リスティング	Yahoo	6,792	4,940	614	12.4%
ディスプレイ	Google	2,377	1,729	264	15.3%
リスティング	Yahoo	1,585	1,153	164	14.2%
メール	-	9,303	1,098	139	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：NO9『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

購入率

ディスプレイ

男

5,094

3,095

470

12.7%

ディスプレイ

女

6,226

4,528

553

12.2%

リスティング

男

2,179

1,585

264

16.7%

リスティング

女

1,783

1,297

185

14.2%

メール

男

1,220

1,130

154

13.6%

⋮

⋮

⋮

⋮

⋮

⋮

※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	-	-	○	-

#	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	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	-	-	-	●
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	購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
21	購入数-計算用	整数	-	-	-	○
22	購入金額-計算用	整数	-	-	-	○
23	購入数[ファースト]-計算用	小数	-	-	-	○
24	購入数[ラスト]-計算用	小数	-	-	-	○
25	購入数[ファースト/ラスト]-計算用	小数	-	-	-	○
26	購入数[間接]-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
27	購入数[均等]-計算用	小数	-	-	-	○
28	購入数[減衰]-計算用	小数	-	-	○	-
29	性別	テキスト	-	-	○	-
30	年代	テキスト	-	-	○	-
31	年齢	テキスト	-	-	○	-
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	顧客ラベル	テキスト	-	-	○	-
38	初回接触媒体名	テキスト	-	-	○	-
39	最終接触媒体名	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
40	受注ID	テキスト	-	-	○	-
41	商品ID	テキスト	-	-	○	-
42	商品名	テキスト	-	-	○	-
43	ブランドID	テキスト	-	-	○	-
44	ブランド名	テキスト	-	-	○	-
45	カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
46	カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
47	サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	○	-
48	サブカテゴリ名_1	テキスト	-	-	○	-
49	サブカテゴリID_2	テキスト	-	-	○	-
50	サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
51	カラー	テキスト	-	-	○	-
52	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	セッション数	CV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	CV数(ラスト)	CVR(ラスト)	CVR(均等)
ディスプレイ	12,560	140.0	1.1%	2.4%
リスティング	22,910	710.0	3.1%	2.3%
ソーシャル	16,443	401.0	2.4%	3.5%

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 × 広告キャンペーン
4	流入チャネル × 広告媒体 × 広告キャンペーン × 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 (ラスト)	CVR (ラスト)	CV数 (ファースト)	CVR (ファースト)	CV数 (均等)	CVR (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	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 (ラスト)	CVR (ラスト)	CV数 (ファースト)	CVR (ファースト)	CV数 (均等)	CVR (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 × 広告キャンペーン』

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 (ラスト)	CVR (ラスト)	CV数 (ファースト)	CVR (ファースト)	CV数 (均等)	CVR (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	-	-	○	-

#	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	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	-	-	-	●
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	購入者数-計算用	テキスト	-	-	○	-
21	購入数-計算用	整数	-	-	○	-
22	購入金額-計算用	整数	-	-	○	-
23	購入数[ファースト]-計算用	小数	-	-	-	●
24	購入数[ラスト]-計算用	小数	-	-	-	●
25	購入数[ファースト/ラスト]-計算用	小数	-	-	○	-
26	購入数[間接]-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
27	購入数[均等]-計算用	小数	-	-	-	●
28	購入数[減衰]-計算用	小数	-	-	○	-
29	性別	テキスト	-	-	○	-
30	年代	テキスト	-	-	○	-
31	年齢	テキスト	-	-	○	-
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	顧客ラベル	テキスト	-	-	○	-
38	初回接触媒体名	テキスト	-	-	○	-
39	最終接触媒体名	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
40	受注ID	テキスト	-	-	○	-
41	商品ID	テキスト	-	-	○	-
42	商品名	テキスト	-	-	○	-
43	ブランドID	テキスト	-	-	○	-
44	ブランド名	テキスト	-	-	○	-
45	カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
46	カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
47	サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	○	-
48	サブカテゴリ名_1	テキスト	-	-	○	-
49	サブカテゴリID_2	テキスト	-	-	○	-
50	サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
51	カラー	テキスト	-	-	○	-
52	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**CPAの変動を可視化し、**
広告運用を最適化させる

これまで

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

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

広告媒体	年	月	PV数	CPA
Google	2021	1	400	0.7
Google	2021	2	408	0.8
Google	2021	3	436	0.6
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

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

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	-	-	-	●

#	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	セッション数-計算用	整数	-	-	-	●
10	UU数-計算用	整数	-	-	-	○
11	購入数[直接]-計算用	整数	-	-	-	●
12	購入者数[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
13	購入金額[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
14	購入数[間接]-計算用	整数	-	-	-	○
15	購入者数[間接]-計算用	整数	-	-	-	○
16	購入金額[間接]-計算用	整数	-	-	-	○

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CPAの変動を可視化し、
広告運用を最適化させる

これまで

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

日×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

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

日×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/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

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

#	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	セッション数-計算用	整数	-	-	-	●
11	UU数-計算用	整数	-	-	-	○
12	購入数[直接]-計算用	整数	-	-	-	●
13	購入者数[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
14	購入金額[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
15	購入数[間接]-計算用	整数	-	-	-	○
16	購入者数[間接]-計算用	整数	-	-	-	○
17	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>



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	広告 キャンペーン	PV数	CPA
2021	1	期間限定 セール	...	
2021	1	売り尽くし キャンペーン	? ? ?	
2021	1	全品20%OFF キャンペーン	...	
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

月×広告キャンペーン別にCPA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 キャンペーン	PV数	CPA
2021	2021	期間限定 セール	3,614,580	5,123
2021	2021	売り尽くし キャンペーン	2,952,060	5,212
2021	2021	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CPA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 × 広告キャンペーン

レポート：NO1『年/月 × 広告キャンペーン』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/12/31

年	年	広告キャンペーン	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	売り尽くし 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	激安キャンペーン	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-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	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	-	-	-	●

#	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	セッション数-計算用	整数	-	-	-	●
11	UU数-計算用	整数	-	-	-	○
12	購入数[直接]-計算用	整数	-	-	-	●
13	購入者数[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
14	購入金額[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
15	購入数[間接]-計算用	整数	-	-	-	○
16	購入者数[間接]-計算用	整数	-	-	-	○
17	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**CPAの変動を可視化し、**
広告運用を最適化させる

これまで

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

日×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

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

日×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/日 × 広告キャンペーン

レポート：NO1『年/月/日 × 広告キャンペーン』

集計期間

2021/7/1 ~ 2021/7/31

キャンペーン名	年	月	日	PV数	セッション数	購入数 [直接]	CPA
期間限定セール	2021	7	1	120,486	48,194	514	5,123
売り尽くし キャンペーン	2021	7	2	98,402	39,361	401	5,212
全品20%OFF キャンペーン	2021	7	3	100,473	40,189	425	5,294
大感謝セール	2021	7	4	122,834	49,134	510	5,311
激安キャンペーン	2021	7	5	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-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	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	-	-	-	●

#	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	-	-	-	●
11	セッション数-計算用	整数	-	-	-	●
12	UU数-計算用	整数	-	-	-	○
13	購入数[直接]-計算用	整数	-	-	-	●
14	購入者数[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
15	購入金額[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
16	購入数[間接]-計算用	整数	-	-	-	○
17	購入者数[間接]-計算用	整数	-	-	-	○
18	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、
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	店舗 購入金額 [間接/開封]
2021	1	お気に入り 商品訴求	...	
2021	1	F2→F3 転換促進	? ? ?	
2021	1	コーディネート 商品訴求	...	
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

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	店舗 購入金額 [間接/開封]
2021	1	お気に入り 商品訴求	2,162,725	2,162,630
2021	1	2F2→F3 転換促進	2,739,475	2,121,640
2021	1	コーディネート 商品訴求	4,305,360	2,613,810
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

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	店舗_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	f2→f3 転換促進	2,739,475	2,629,895	373,445	14.2%	68,900	18.4%	212,164
2021	1	コーディネート 商品訴求	4,305,360	4,003,980	540,535	13.5%	207,430	38.4%	261,381
2021	1	かご落ち商品 リマインド	3,904,385	3,552,990	746,400	21.0%	309,110	41.4%	590,752
2021	1	初回限定 クーポン	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	店舗_購入金額 [間接/開封]
2021	1	お気に入り 商品訴求	お気に入り 登録お知らせ	432,545	410,917	64,431	15.68%	9,862	216,263
2021	1	お気に入り 商品訴求	セール開催 お知らせ	547,895	525,979	74,689	14.20%	13,780	212,164
2021	1	お気に入り 商品訴求	コーディネート 商品おすすめ	861,072	800,796	108,107	13.50%	41,486	261,381
2021	1	お気に入り 商品訴求	カート情報 お知らせ	780,877	710,598	149,280	21.01%	61,822	590,752
2021	1	お気に入り 商品訴求	限定クーポンの お知らせ	325,456	305,928	67,804	22.16%	25,045	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

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	テキスト	-	-	○	-
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	職業	テキスト	-	-	○	-
20	顧客ラベル	テキスト	-	-	○	-
21	初回接触媒体名	テキスト	-	-	○	-
22	最終接触媒体名	テキスト	-	-	○	-
23	配信数-計算用	整数	-	-	-	●
24	配信成功数-計算用	整数	-	-	-	●
25	開封数-計算用	整数	-	-	-	●
26	クリック者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
27	クリック数-計算用	整数	-	-	-	○
28	直帰数-計算用	整数	-	-	-	○
29	PV数-計算用	整数	-	-	-	○
30	EC_購入数[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
31	EC_購入者数[直接]-計算用	テキスト	-	-	-	○
32	EC_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
33	合計_購入数[直接]-計算用	整数	-	-	-	●
34	合計_購入者数[直接]-計算用	テキスト	-	-	-	○
35	合計_購入金額[直接]-計算用	整数	-	-	-	●
36	EC_購入数[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	○
37	EC_購入者数[間接/配信]-計算用	テキスト	-	-	-	○
38	EC_購入金額[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	○
39	店舗_購入数[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	○
40	店舗_購入者数[間接/配信]-計算用	テキスト	-	-	-	○
41	店舗_購入金額[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	○
42	合計_購入数[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	○
43	合計_購入者数[間接/配信]-計算用	テキスト	-	-	-	○
44	合計_購入金額[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	○
45	EC_購入数[間接/開封]-計算用	整数	-	-	-	●
46	EC_購入者数[間接/開封]-計算用	テキスト	-	-	-	○
47	EC_購入金額[間接/開封]-計算用	整数	-	-	-	●
48	店舗_購入数[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
49	店舗_購入者数[間接/開封]-計算用	テキスト	-	-	-	○
50	店舗_購入金額[間接/開封]-計算用	整数	-	-	-	●
51	合計_購入数[間接/開封]-計算用	整数	-	-	-	●
52	合計_購入者数[間接/開封]-計算用	テキスト	-	-	-	○
53	合計_購入金額[間接/開封]-計算用	整数	-	-	-	●
54	EC_購入数[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○
55	EC_購入者数[間接/クリック]-計算用	テキスト	-	-	-	○
56	EC_購入金額[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○
57	店舗_購入数[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○
58	店舗_購入者数[間接/クリック]-計算用	テキスト	-	-	-	○
59	店舗_購入金額[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○
60	合計_購入数[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○
60	合計_購入者数[間接/クリック]-計算用	テキスト	-	-	-	○
62	合計_購入金額[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○
63	チャンネル	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
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	F2 転換促進	デニム パンツ		
2021	1	F2 転換促進	Tシャツ	???	
2021	1	F2 転換促進	カーディガン		
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

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
期間限定 セール	1	F2 転換促進	デニム パンツ	102	1,076,100
売り尽くし キャンペーン	1	F2 転換促進	Tシャツ	111	1,172,949
20%OFF キャンペーン	1	F2 転換促進	カーディガン	122	1,287,944
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

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	お気に入り商品訴求	お気に入り登録 お知らせ	無地Tシャツ	100	1,055,000
2021	1	お気に入り商品訴求	お気に入り登録 お知らせ	ロゴTシャツ	102	1,076,100
2021	1	お気に入り商品訴求	お気に入り登録 お知らせ	ボーダーTシャツ	109	1,149,950
2021	1	お気に入り商品訴求	お気に入り登録 お知らせ	フレンチスリーブ カットソー	112	1,181,600
2021	1	お気に入り商品訴求	お気に入り登録 お知らせ	ノースリーブ カットソー	113	1,192,150
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※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	コーディネート商品訴求	無地Tシャツ	102	1,076,100
2021	1	コーディネート商品訴求	ロゴTシャツ	111	1,172,949
2021	1	コーディネート商品訴求	ボーダーTシャツ	122	1,287,944
2021	1	コーディネート商品訴求	フレンチスリーブ カットソー	127	1,335,208
2021	1	コーディネート商品訴求	ノースリーブ カットソー	107	1,132,543
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※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	-	-	●	-

#	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	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	テキスト	-	-	○	-
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	職業	テキスト	-	-	○	-
20	顧客ラベル	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

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
21	初回接触媒体名	テキスト	-	-	○	-
22	最終接触媒体名	テキスト	-	-	○	-
23	受注ID	テキスト	-	-	○	-
24	商品ID	テキスト	-	-	○	-
25	商品名	テキスト	-	-	●	-
26	ブランドID	テキスト	-	-	○	-
27	ブランド名	テキスト	-	-	○	-
28	カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
29	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
30	サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	○	-
31	サブカテゴリ名_1	テキスト	-	-	○	-
32	サブカテゴリID_2	テキスト	-	-	○	-
33	サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
34	カラー	テキスト	-	-	○	-
35	サイズ	テキスト	-	-	○	-
36	購入数-計算用	整数	-	-	-	○
37	購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
38	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>



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

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

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

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)	-
10	開封数-計算用	整数	-	-	-	○
11	開封者数-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
12	性別	テキスト	-	-	○	-
13	年代	テキスト	-	-	○	-
14	年齢	テキスト	-	-	○	-
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	職業	テキスト	-	-	○	-
20	顧客ラベル	テキスト	-	-	○	-
21	初回接触媒体名	テキスト	-	-	○	-
22	最終接触媒体名	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
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、
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]
2021	1	お気に入り 商品訴求	...	
2021	2	f2→f3 転換促進	? ? ?	
2021	3	コーディネート 商品訴求	...	
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

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	購入金額 [直接]
2021	1	お気に入り 商品訴求	432,545	506,939
2021	2	f2→f3 転換促進	547,895	480,675
2021	3	コーディネート 商品訴求	861,072	967,300
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

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	購入数 [直接]	購入率 [直接]	購入金額 [直接]
2021	1	お気に入り 商品訴求	432,545	9,862	2.3%	586	5.9%	506,939
2021	1	f2→f3 転換促進	547,895	13,780	2.5%	558	4.1%	480,675
2021	1	コーディネート 商品訴求	861,072	41,486	4.8%	1,020	2.5%	967,300
2021	1	かご落ち商品 リマインド	780,877	61,822	7.9%	1,206	2.0%	1,369,800
2021	1	初回限定 クーポン	325,456	25,045	7.7%	1,630	6.5%	353,600
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※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	購入数 [直接]	購入金額 [直接]
2021	1	お気に入り商品訴求	お気に入り登録お知らせ	123,584	2,818	2.3%	286	144,840
2021	1	f2→f3 転換促進	セール開催 お知らせ	156,541	3,937	2.5%	258	137,336
2021	1	コーディネート 商品訴求	コーディネート 商品おすすめ	246,021	11,853	4.8%	620	276,371
2021	1	かご落ち商品 リマインド	カート情報 お知らせ	223,108	17,663	7.9%	706	391,371
2021	1	初回限定 クーポン	限定クーポン お知らせ	92,987	7,156	7.7%	830	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	-	-	●	-

#	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	コンテンツ名	テキスト	-	-	○	-
13	表示数-計算用	整数	-	-	-	●
14	クリック者数-計算用	整数	-	-	-	●
15	クリック数-計算用	整数	-	-	-	○
16	購入数[直接]-計算用	整数	-	-	-	●
17	購入者数[直接]-計算用	テキスト	-	-	-	○
18	購入金額[直接]-計算用	整数	-	-	-	●
19	購入数[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	○
20	購入者数[間接/配信]-計算用	テキスト	-	-	-	○
21	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、
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	配信数	店舗 購入金額 [間接/配信]
2021	1	お気に入り 商品訴求	...	
2021	1	f2→f3 転換促進	? ? ?	
2021	1	コーディネート 商品訴求	...	
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

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	施策名	配信数	店舗 購入金額 [間接/配信]
2021	1	お気に入り 商品訴求	432,545	216,263
2021	1	f2→f3 転換促進	547,895	212,164
2021	1	コーディネート 商品訴求	861,072	261,381
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

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	店舗_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	f2→f3 転換促進	1,369,738	1,314,948	32,873	2.5%	560,409
2021	1	コーディネート商品 訴求	2,152,680	2,001,990	96,095	4.8%	653,453
2021	1	かご落ち商品 リマインド	1,952,193	1,776,495	140,343	7.9%	1,784,168
2021	1	初回限定クーポン	813,640	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	店舗_購入金額 [間接/配信]
2021	1	2回目 購入促進	お気に入り登録 お知らせ	432,545	410,917	9,862	2.3%	540,657
2021	1	2回目 購入促進	セール開催 お知らせ	547,895	525,979	13,780	2.5%	583,909
2021	1	2回目 購入促進	コーディネート 商品おすすめ	861,072	800,796	41,486	4.8%	1,123,566
2021	1	2回目 購入促進	カート情報 お知らせ	780,877	710,598	61,822	7.9%	1,854,453
2021	1	2回目 購入促進	限定クーポン お知らせ	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	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	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	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	職業	テキスト	-	-	○	-
20	顧客ラベル	テキスト	-	-	○	-
21	初回接触媒体名	テキスト	-	-	○	-
22	最終接触媒体名	テキスト	-	-	○	-
23	配信数-計算用	整数	-	-	-	●
24	配信成功数-計算用	整数	-	-	-	●
25	クリック者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
26	クリック数-計算用	整数	-	-	-	○
27	直帰数-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
28	PV数-計算用	整数	-	-	-	○
29	EC_購入数[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
30	EC_購入者数[直接]-計算用	テキスト	-	-	-	○
31	EC_購入金額[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
32	合計_購入数[直接]-計算用	整数	-	-	-	●
33	合計_購入者数[直接]-計算用	テキスト	-	-	-	○
34	合計_購入金額[直接]-計算用	整数	-	-	-	●
35	EC_購入数[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	●
36	EC_購入者数[間接/配信]-計算用	テキスト	-	-	-	○
37	EC_購入金額[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	●
38	店舗_購入数[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	●
39	店舗_購入者数[間接/配信]-計算用	テキスト	-	-	-	○
40	店舗_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
41	合計_購入数[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	●
42	合計_購入者数[間接/配信]-計算用	テキスト	-	-	-	○
43	合計_購入金額[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	●
44	EC_購入数[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○
45	EC_購入者数[間接/クリック]-計算用	テキスト	-	-	-	○
46	EC_購入金額[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○
47	店舗_購入数[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○
48	店舗_購入者数[間接/クリック]-計算用	テキスト	-	-	-	○
49	店舗_購入金額[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○
50	合計_購入数[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○
51	合計_購入者数[間接/クリック]-計算用	テキスト	-	-	-	○
52	合計_購入金額[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○
53	チャンネル	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
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、
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	店舗 購入金額 [間接/配信]
2021	1	お気に入り 商品訴求	...	
2021	1	f2→f3 転換促進	? ? ?	
2021	1	コーディネート 商品訴求	...	
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

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	店舗 購入金額 [間接/配信]
2021	1	お気に入り 商品訴求	432,545	216,263
2021	1	f2→f3 転換促進	547,895	212,164
2021	1	コーディネート 商品訴求	861,072	261,381
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

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	購入率 [直接]	店舗_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	49,310	2.3%	5.9%	540,657
2021	1	f2→f3 転換促進	2,739,475	2,629,895	68,900	12.6%	4.0%	530,409
2021	1	コーディネート 商品訴求	4,305,360	4,003,980	207,430	24.1%	2.5%	653,453
2021	1	かご落ち商品 リマインド	3,904,385	3,552,990	309,110	39.6%	2.0%	1,476,879
2021	1	初回限定 クーポン	1,627,280	1,529,640	125,225	38.5%	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	店舗_購入金額 [間接/配信]
2021	1	お気に入り商品訴求	お気に入り登録お知らせ	432,545	410,917	9,862	2.3%	216,263
2021	1	f2→f3 転換促進	セール開催 お知らせ	547,895	525,979	13,780	2.5%	212,164
2021	1	コーディネート 商品訴求	コーディネート 商品おすすめ	861,072	800,796	41,486	4.8%	261,381
2021	1	かご落ち商品 リマインド	カート情報 お知らせ	780,877	710,598	61,822	7.9%	590,752
2021	1	初回限定 クーポン	限定クーポンの お知らせ	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	-	-	○	-
14	年齢	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	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	職業	テキスト	-	-	○	-
20	顧客ラベル	テキスト	-	-	○	-
21	初回接触媒体名	テキスト	-	-	○	-
22	最終接触媒体名	テキスト	-	-	○	-
23	配信数-計算用	整数	-	-	-	●
24	配信成功数-計算用	整数	-	-	-	●
25	クリック者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
26	クリック数-計算用	整数	-	-	-	○
27	直帰数-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

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
28	PV数-計算用	整数	-	-	-	○
29	EC_購入数[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
30	EC_購入者数[直接]-計算用	テキスト	-	-	-	○
31	EC_購入金額[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
32	合計_購入数[直接]-計算用	整数	-	-	-	●
33	合計_購入者数[直接]-計算用	テキスト	-	-	-	○
34	合計_購入金額[直接]-計算用	整数	-	-	-	●
35	EC_購入数[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	●
36	EC_購入者数[間接/配信]-計算用	テキスト	-	-	-	○
37	EC_購入金額[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	●
38	店舗_購入数[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	●
39	店舗_購入者数[間接/配信]-計算用	テキスト	-	-	-	○
40	店舗_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
41	合計_購入数[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	●
42	合計_購入者数[間接/配信]-計算用	テキスト	-	-	-	○
43	合計_購入金額[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	●
44	EC_購入数[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○
45	EC_購入者数[間接/クリック]-計算用	テキスト	-	-	-	○
46	EC_購入金額[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○
47	店舗_購入数[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○
48	店舗_購入者数[間接/クリック]-計算用	テキスト	-	-	-	○
49	店舗_購入金額[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○
50	合計_購入数[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○
51	合計_購入者数[間接/クリック]-計算用	テキスト	-	-	-	○
52	合計_購入金額[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○
53	チャンネル	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
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、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	店舗 購入金額 [間接/配信]
2021	1	お気に入り 商品訴求	...	
2021	1	f2→f3 転換促進	? ? ?	
2021	1	コーディネート 商品訴求	...	

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	店舗 購入金額 [間接/配信]
2021	1	お気に入り 商品訴求	432,545	216,263
2021	1	f2→f3 転換促進	547,895	212,164
2021	1	コーディネート 商品訴求	861,072	261,381

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	購入率 [直接]	店舗_購入金額 [間接/配信]
2021	1	お気に入り商品訴求	86,509	82,183	1,972	2.3%	5.9%	540,657
2021	1	f2→f3 転換促進	109,579	105,196	2,756	2.5%	4.0%	530,409
2021	1	コーディネート商品訴求	172,214	160,159	8,297	4.8%	2.5%	653,453
2021	1	かご落ち商品リマインド	156,175	142,120	12,364	7.9%	2.0%	1,476,879
2021	1	初回限定クーポン	65,091	61,186	5,009	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	店舗_購入金額 [間接/配信]
2021	1	お気に入り商品訴求	お気に入り登録お知らせ	432,545	410,917	9,862	2.3%	216,263
2021	1	お気に入り商品訴求	セール開催お知らせ	547,895	525,979	13,780	2.5%	212,164
2021	1	お気に入り商品訴求	コーディネート商品おすすめ	861,072	800,796	41,486	4.8%	261,381
2021	1	お気に入り商品訴求	カート情報お知らせ	780,877	710,598	61,822	7.9%	590,752
2021	1	お気に入り商品訴求	限定クーポンのお知らせ	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	-	-	○	-
14	年齢	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	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	職業	テキスト	-	-	○	-
20	顧客ラベル	テキスト	-	-	○	-
21	初回接触媒体名	テキスト	-	-	○	-
22	最終接触媒体名	テキスト	-	-	○	-
23	配信数-計算用	整数	-	-	-	●
24	配信成功数-計算用	整数	-	-	-	●
25	クリック者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
26	クリック数-計算用	整数	-	-	-	○
27	直帰数-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
28	PV数-計算用	整数	-	-	-	○
29	EC_購入数[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
30	EC_購入者数[直接]-計算用	テキスト	-	-	-	○
31	EC_購入金額[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
32	合計_購入数[直接]-計算用	整数	-	-	-	●
33	合計_購入者数[直接]-計算用	テキスト	-	-	-	○
34	合計_購入金額[直接]-計算用	整数	-	-	-	●
35	EC_購入数[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	●
36	EC_購入者数[間接/配信]-計算用	テキスト	-	-	-	○
37	EC_購入金額[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	●
38	店舗_購入数[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	●
39	店舗_購入者数[間接/配信]-計算用	テキスト	-	-	-	○
40	店舗_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
41	合計_購入数[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	●
42	合計_購入者数[間接/配信]-計算用	テキスト	-	-	-	○
43	合計_購入金額[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	●
44	EC_購入数[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○
45	EC_購入者数[間接/クリック]-計算用	テキスト	-	-	-	○
46	EC_購入金額[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○
47	店舗_購入数[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○
48	店舗_購入者数[間接/クリック]-計算用	テキスト	-	-	-	○
49	店舗_購入金額[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○
50	合計_購入数[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○
51	合計_購入者数[間接/クリック]-計算用	テキスト	-	-	-	○
52	合計_購入金額[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○
53	チャンネル	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
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、
売上に寄与する施策を把握**する

これまで

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

チャ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	チャネル	アプローチ数	店舗 購入金額 [間接/配信]
2021	1	メール	432,545	216,263
2021	1	SMS	547,895	212,164
2021	1	LINE	861,072	261,381

チャ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	合計_購入数 [直接]	合計_購入金額 [直接]	合計_購入数 [間接/配信]	店舗_購入金額 [間接/配信]
メール	271,732	1,256	14	506,939	19	157,000
SMS	95,434	2,291	71	480,675	81	114,000
LINE	153,307	1,644	146	967,300	140	298,000
アプリPush	107,840	2,589	80	353,600	92	198,000
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※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	合計_購入数 [直接]	合計_購入金額 [直接]	...	店舗_購入金額 [間接/配信]
2021	1	メール	271,732	1,256	14	480,675	...	216,263
2021	1	SMS	95,434	2,291	71	353,600	...	212,164
2021	1	LINE	153,307	1,644	146	576,323	...	261,381
2021	1	アプリPush	107,840	2,589	80	278,001	...	145,682
2021	2	メール	320,644	1,482	17	217,960	...	113,442
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※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

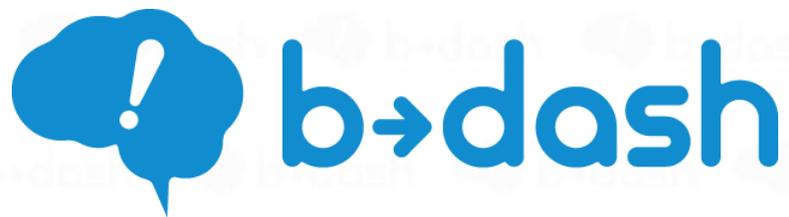
データ ファイル名

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	チャンネル	テキスト	-	-	●	-
7	アプローチ数-計算用	整数	-	-	-	●
8	クリック数-計算用	整数	-	-	-	●
9	EC_購入数[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
10	EC_購入者数[直接]-計算用	テキスト	-	-	-	○
11	EC_購入金額[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
12	合計_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
13	合計_購入者数[直接]-計算用	テキスト	-	-	-	○
14	合計_購入金額[直接]-計算用	整数	-	-	-	●
15	EC_購入数[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	●
16	EC_購入者数[間接/配信]-計算用	テキスト	-	-	-	○
17	EC_購入金額[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	●
18	店舗_購入数[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	●
19	店舗_購入者数[間接/配信]-計算用	テキスト	-	-	-	○
20	店舗_購入金額[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	●
21	合計_購入数[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	●
22	合計_購入者数[間接/配信]-計算用	テキスト	-	-	-	○
23	合計_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。