



施策/分析一覧

スポーツ事業者様向け

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

施策

分析

シナリオ



アプリ/web接客



BI





BI 分析一覧①

目的	分析分類	#	分析名	分析を通して実現できること	対象ページ
売上を 可視化したい	販売チャネル/商品/ 顧客の売上可視化	1	自社EC/店舗 売上分析	自社ECの売上状況を可視化し、売上に寄与するチャネルを把握する	P8~13
		2	自社EC/店舗/モール 売上分析	自社EC/モール別に売上状況を可視化し、売上に寄与するチャネルを把握する	P14~20
		3	グッズ/チケット売上分析	グッズ/チケット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	P21~26
		4	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	P27~33
		5	選手別売上分析	選手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	P34~40
		6	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	P41~47
		7	来場状況可視化分析	チケット購入者数/来場者数を可視化し、売上が変動した要因を把握する	P48~53
顧客状態を 把握したい	会員推移の把握	8	月次顧客ステータス推移分析	月別に、グッズ購入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	P55~62
		9	週次顧客ステータス推移分析	週別に、グッズ購入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	P63~70
		10	日次顧客ステータス推移分析	日別に、グッズ購入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	P71~78
	相互送客状況の把握	11	チケットからグッズ送客分析	チケット購入からグッズ購入へ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	P79~84
		12	グッズからチケット送客分析	グッズ購入からチケット購入へ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	P85~91
		13	チケットからグッズ送客 組み合わせ分析	チケット購入からグッズ購入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	P92~96
		14	グッズからチケット送客 組み合わせ分析	グッズ購入からチケット購入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	P97~101
		15	イベントからチケット送客分析	イベント申込からチケット購入へ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	P102~107
		16	チケットからイベント送客分析	チケット購入からイベント申込へ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	P108~113
		17	イベントからチケット送客 組み合わせ分析	イベント申込からチケット購入に送客する際の申込イベント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	P114~118
		18	チケットからイベント送客 組み合わせ分析	チケット購入からイベント申込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	P119~123
		19	イベントからグッズ送客分析	イベント申込からグッズ購入へ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	P124~129



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
顧客状態を 把握したい	相互送客状況の把握	20	グッズからイベント送客分析	グッズ購入からイベント申込へ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	P131~137
		21	イベントからグッズ送客 組み合わせ分析	イベント申込からグッズ購入に送客する際の申込イベント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	P138~142
		22	グッズからイベント送客 組み合わせ分析	グッズ購入からイベント申込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	P143~147
	優良顧客の把握	23	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	P148~151
		24	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	P152~155
		25	年別購入状況分析	初回購入年別に購入状況を可視化し、次年度以降の新規/既存顧客から年またぎでの購入状況を把握する	P156~160
在庫状態を 把握したい	在庫の把握	26	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	P162~166
		27	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	P167~171
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	28	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	P173~177
		29	コホート分析	会員登録/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	P178~186
	アプローチすべき タイミングの把握	30	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	P187~190
		31	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	P191~197
	アプローチすべき 商品の把握	32	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	P198~204
		33	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	P205~210
		34	商品別の閲覧購入状況分析	各商品ごとに閲覧数/お気に入り登録数/カート登録数/購入数を可視化し、閲覧購入状況を把握する	P211~215
サイトアクセス 分析をしたい	アクセス状況の可視化	35	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	P217~220
		36	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	P221~225
		37	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	P226~230



BI 分析一覧③

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	アプリ利用状況の可視化	38	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	P232~236
	利用デバイスの可視化	39	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	P237~241
		40	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	P242~246
		41	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	P247~251
施策効果を 可視化したい	広告効果の可視化	42	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	P253~261
		43	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	P262~269
		44	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	P270~277
		45	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	P278~282
		46	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	P283~287
		47	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	P288~292
		48	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	P293~297
	b→dash施策からの 効果可視化	49	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	P298~303
		50	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	P304~309
		51	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	P310~314
		52	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	P315~320
		53	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	P321~326
		54	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	P327~332
		55	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	P333~338
		56	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	P339~344

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の売上状況を可視化し、売上に寄与するチャネルを把握する	P8~13
		2	自社EC/店舗/モール 売上分析	自社EC/モール別に売上状況を可視化し、売上に寄与するチャネルを把握する	P14~20
		3	グッズ/チケット売上分析	グッズ/チケット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	P21~26
		4	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	P27~33
		5	選手別売上分析	選手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	P34~40
		6	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	P41~47
		7	来場状況可視化分析	チケット購入者数/来場者数を可視化し、売上が変動した要因を把握する	P48~53
顧客状態を 把握したい	会員推移の把握	8	月次顧客ステータス推移分析	月別に、グッズ購入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	P55~62
		9	週次顧客ステータス推移分析	週別に、グッズ購入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	P63~70
		10	日次顧客ステータス推移分析	日別に、グッズ購入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	P71~78
	相互送客状況の把握	11	チケットからグッズ送客分析	チケット購入からグッズ購入へ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	P79~84
		12	グッズからチケット送客分析	グッズ購入からチケット購入へ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	P85~91
		13	チケットからグッズ送客 組み合わせ分析	チケット購入からグッズ購入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	P92~96
		14	グッズからチケット送客 組み合わせ分析	グッズ購入からチケット購入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	P97~101
		15	イベントからチケット送客分析	イベント申込からチケット購入へ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	P102~107
		16	チケットからイベント送客分析	チケット購入からイベント申込へ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	P108~113
		17	イベントからチケット送客 組み合わせ分析	イベント申込からチケット購入に送客する際の申込イベント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	P114~118
		18	チケットからイベント送客 組み合わせ分析	チケット購入からイベント申込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	P119~123
		19	イベントからグッズ送客分析	イベント申込からグッズ購入へ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	P124~129

施策分類	#	施策名
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/店舗の**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日 売上金額	2日 売上金額	...	31日 売上金額
2021	1	EC	?	?	...	?
2021	1	店舗	?	?	...	?
2021	2	EC	?	?	...	?
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮		⋮

自社EC/店舗の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日 売上金額	2日 売上金額	...	31日 売上金額
2021	1	EC	240,400	190,400	...	440,550
2021	1	店舗	271,170	171,170	...	421,518
2021	2	EC	318,900	158,900	...	-
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮		⋮

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



本レポートで確認可能な代表的な項目

NO	項目
1	年
2	年/月
3	年/月/日
4	年 × 販売チャネル
5	年/月 × 販売チャネル
6	年/月/日 × 販売チャネル

etc...



レポート：NO6『年/月/日 × 販売チャネル』

集計期間		2021/1/1 ~ 2021/12/31					
年	月	販売チャネル	1日	2日	3日	…	31日
			売上金額	売上金額	売上金額		売上金額
2021	1	EC	240,400	190,400	51,400	…	440,550
2021	1	店舗	271,170	171,170	31,170	…	421,518
2021	2	EC	318,900	158,900	38,900	…	-
2021	2	店舗	279,400	97,400	158,900	…	-
2021	3	EC	292,100	92,100	22,100	…	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

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	グッズ/チケットフラグ	テキスト	-	-	○	-
11	購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
12	購入回数-計算用	テキスト	-	-	-	○

#	データファイルを 構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/ 表側	計算用 指標
13	数量-計算用	整数	-	-	-	○
14	売上金額-計算用	整数	-	-	-	●
15	利用ポイント数-計算用	整数	-	-	-	○
16	販売チャネル	テキスト	-	-	●	-
17	販売チャネル_詳細	テキスト	-	-	○	-
18	商品ID	テキスト	-	-	○	-
19	品番	テキスト	-	-	○	-
20	商品名	テキスト	-	-	○	-
21	商品カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
22	商品カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
23	商品サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	○	-
24	商品サブカテゴリ名_1	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります12



利用するデータファイル②

データ
ファイル名

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ID_2	テキスト	-	-	○	-
26	商品サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
27	カラー	テキスト	-	-	○	-
28	サイズ	テキスト	-	-	○	-
29	選手ID	テキスト	-	-	○	-
30	選手名	テキスト	-	-	○	-
31	試合ID	テキスト	-	-	○	-
32	チケット名	テキスト	-	-	○	-
33	顧客ID	テキスト	-	-	○	-
34	性別	テキスト	-	-	○	-
35	年代	テキスト	-	-	○	-
36	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
37	会員種別	テキスト	-	-	○	-
38	会員ランク	テキスト	-	-	○	-
39	応援選手名_1	テキスト	-	-	○	-
40	応援選手名_2	テキスト	-	-	○	-
41	応援選手名_3	テキスト	-	-	○	-
42	LTV-計算用	整数	-	-	-	○
43	支払方法	テキスト	-	-	○	-
44	流入チャネル	テキスト	-	-	○	-
45	注文金額帯	テキスト	-	-	○	-
46	新規/リピート	テキスト	-	-	○	-
47	返品年月日	日付	-	○	-	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

施策分類	#	施策名
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日 売上金額	2日 購入者数	...	31日 購入者数
2021	1	EC	?	?	...	?
2021	1	店舗	?	?	...	?
2021	1	モール	?	?	...	?
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮		⋮

自社EC/店舗/モール別の売上状況を
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日 売上金額	2日 購入者数	...	31日 購入者数
2021	1	EC	240,400	190,400	...	440,550
2021	1	店舗	271,170	171,170	...	671,500
2021	1	モール	288,480	228,480	...	528,660
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮		⋮

自社EC/店舗/モール別の売上状況を
可視化することで、**改善箇所を把握し、**
効果的な施策の実施/検証を行うことができる



本レポートで確認可能な代表的な項目

NO	項目
1	年 × 販売チャネル
2	年/月 × 販売チャネル
3	年/月/日 × 販売チャネル
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		2021/1/1 ~ 2021/12/31					
年	月	販売チャネル	1日	2日	3日	…	31日
			売上金額	売上金額	売上金額		売上金額
2021	1	EC	240,400	190,400	187,500	…	440,550
2021	1	店舗	271,170	171,170	155,100	…	671,500
2021	1	モール	288,480	228,480	256,290	…	528,660
2021	2	EC	262,036	207,536	232,645	…	-
2021	2	店舗	269,248	213,248	243,298	…	-
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮		⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



レポート：NO6『年/月/日 × 販売チャネル × 販売チャネル詳細』

集計期間

2021/1/1 ~ 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
2021	1	EC	-	240,400	350,670	…	440,550
2021	1	店舗	-	162,702	154,460	…	402,900
2021	1	モール	Amazon	108,468	103,570	…	268,600
2021	2	EC	-	288,480	265,220	…	-
2021	2	店舗	-	144,240	128,000	…	-
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮		⋮

※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

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	グッズ/チケットフラグ	テキスト	-	-	○	-
11	購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
12	購入回数-計算用	テキスト	-	-	-	○

#	データファイルを 構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/ 表側	計算用 指標
13	数量-計算用	整数	-	-	-	○
14	売上金額-計算用	整数	-	-	-	●
15	利用ポイント数-計算用	整数	-	-	-	○
16	販売チャネル	テキスト	-	-	●	-
17	販売チャネル_詳細	テキスト	-	-	●	-
18	商品ID	テキスト	-	-	○	-
19	品番	テキスト	-	-	○	-
20	商品名	テキスト	-	-	○	-
21	商品カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
22	商品カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
23	商品サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	○	-
24	商品サブカテゴリ名_1	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります19



利用するデータファイル②

データ
ファイル名

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ID_2	テキスト	-	-	○	-
26	商品サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
27	カラー	テキスト	-	-	○	-
28	サイズ	テキスト	-	-	○	-
29	選手ID	テキスト	-	-	○	-
30	選手名	テキスト	-	-	○	-
31	試合ID	テキスト	-	-	○	-
32	チケット名	テキスト	-	-	○	-
33	顧客ID	テキスト	-	-	○	-
34	性別	テキスト	-	-	○	-
35	年代	テキスト	-	-	○	-
36	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
37	会員種別	テキスト	-	-	○	-
38	会員ランク	テキスト	-	-	○	-
39	応援選手名_1	テキスト	-	-	○	-
40	応援選手名_2	テキスト	-	-	○	-
41	応援選手名_3	テキスト	-	-	○	-
42	LTV-計算用	整数	-	-	-	○
43	支払方法	テキスト	-	-	○	-
44	流入チャネル	テキスト	-	-	○	-
45	注文金額帯	テキスト	-	-	○	-
46	新規/リピート	テキスト	-	-	○	-
47	返品年月日	日付	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

施策分類	#	施策名
販売チャネル/ 商品/顧客の 売上可視化	3	<u>グッズ/チケット売上分析</u>



実現できること



グッズ/チケット別に**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	月	グッズ/チケットフラグ	売上金額
2021	1	グッズ	?
2021	1	チケット	?
2021	2	グッズ	?
⋮	⋮	⋮	⋮

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

年	月	グッズ/チケットフラグ	売上金額
2021	1	グッズ	3,619,600
2021	1	チケット	4,957,080
2021	2	グッズ	3,905,172
⋮	⋮	⋮	⋮

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	年 × グッズ/チケットフラグ
2	年/月 × グッズ/チケットフラグ
3	年/月/日 × グッズ/チケットフラグ

etc...



レポート：NO2『年/月 × グッズ/チケットフラグ』

集計期間		2021/1/1 ~ 2021/12/31	
年	月	グッズ/チケットフラグ	売上金額
2021	1	グッズ	3,619,600
2021	1	チケット	4,957,080
2021	2	グッズ	3,905,172
2021	2	チケット	5,056,222
2021	3	グッズ	3,866,886
⋮	⋮	⋮	⋮

※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

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	グッズ/チケットフラグ	テキスト	-	-	●	-
11	購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
12	購入回数-計算用	テキスト	-	-	-	○

#	データファイルを 構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/ 表側	計算用 指標
13	数量-計算用	整数	-	-	-	○
14	売上金額-計算用	整数	-	-	-	●
15	利用ポイント数-計算用	整数	-	-	-	○
16	販売チャネル	テキスト	-	-	○	-
17	販売チャネル_詳細	テキスト	-	-	○	-
18	商品ID	テキスト	-	-	○	-
19	品番	テキスト	-	-	○	-
20	商品名	テキスト	-	-	○	-
21	商品カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
22	商品カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
23	商品サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	○	-
24	商品サブカテゴリ名_1	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります25



利用するデータファイル②

データ
ファイル名

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ID_2	テキスト	-	-	○	-
26	商品サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
27	カラー	テキスト	-	-	○	-
28	サイズ	テキスト	-	-	○	-
29	選手ID	テキスト	-	-	○	-
30	選手名	テキスト	-	-	○	-
31	試合ID	テキスト	-	-	○	-
32	チケット名	テキスト	-	-	○	-
33	顧客ID	テキスト	-	-	○	-
34	性別	テキスト	-	-	○	-
35	年代	テキスト	-	-	○	-
36	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
37	会員種別	テキスト	-	-	○	-
38	会員ランク	テキスト	-	-	○	-
39	応援選手名_1	テキスト	-	-	○	-
40	応援選手名_2	テキスト	-	-	○	-
41	応援選手名_3	テキスト	-	-	○	-
42	LTV-計算用	整数	-	-	-	○
43	支払方法	テキスト	-	-	○	-
44	流入チャネル	テキスト	-	-	○	-
45	注文金額帯	テキスト	-	-	○	-
46	新規/リピート	テキスト	-	-	○	-
47	返品年月日	日付	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

施策分類	#	施策名
販売チャネル/ 商品/顧客の 売上可視化	4	<u>商品別売上分析</u>



実現できること



商品別に**売上状況を可視化**し、
売上が変動した要因を把握する

これまで

商品名	購入者数	購入回数	売上金額
レプリカユニフォーム (ホーム用)	?	?	?
レプリカユニフォーム (ビジター用)	?	?	?
ミニロゴキャップ	?	?	?
⋮	⋮	⋮	⋮

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
レプリカユニフォーム (ホーム用)	10,241	15,238	3,828,600
レプリカユニフォーム (ビジター用)	10,036	14,933	3,752,028
ミニロゴキャップ	9,319	13,867	3,484,026
⋮	⋮	⋮	⋮

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	商品カテゴリ
3	商品カテゴリ × 商品名
4	年/月 × 商品名
5	年/月 × 商品カテゴリ

NO	項目
6	年/月 × 商品カテゴリ × 性別
7	年/月 × 商品カテゴリ × 年代
8	年/月 × 商品カテゴリ × 都道府県
9	年/月 × 商品カテゴリ × 会員種別
10	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

2021/7/1 ~ 2021/7/31

商品名

購入者数

購入回数

売上金額

レプリカユニフォーム(ホーム用)

10,241

15,238

3,828,600

レプリカユニフォーム(ビジター用)

10,036

14,933

3,752,028

ミニロゴキャップ

9,319

13,867

3,484,026

ロゴTシャツ

10,548

15,695

3,943,458

応援フェイスタオル

11,060

16,457

4,134,888

⋮

⋮

⋮

⋮

※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『商品カテゴリ × 商品名』

集計期間

2021/7/1 ~ 2021/7/31

商品カテゴリ

商品名

購入者数

購入回数

売上金額

ユニフォーム

レプリカユニフォーム(ホーム用)

10,241

15,238

3,828,600

ユニフォーム

レプリカユニフォーム(ビジター用)

10,036

14,933

3,752,028

ウェア

ミニロゴキャップ

9,319

13,867

3,484,026

ウェア

ロゴTシャツ

10,548

15,695

3,943,458

応援グッズ

応援フェイスタオル

11,060

16,457

4,134,888

⋮

⋮

⋮

⋮

⋮

※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

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	グッズ/チケットフラグ	テキスト	-	-	○	-
11	購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
12	購入回数-計算用	テキスト	-	-	-	●

#	データファイルを 構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/ 表側	計算用 指標
13	数量-計算用	整数	-	-	-	○
14	売上金額-計算用	整数	-	-	-	●
15	利用ポイント数-計算用	整数	-	-	-	○
16	販売チャネル	テキスト	-	-	○	-
17	販売チャネル_詳細	テキスト	-	-	○	-
18	商品ID	テキスト	-	-	○	-
19	品番	テキスト	-	-	○	-
20	商品名	テキスト	-	-	●	-
21	商品カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
22	商品カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
23	商品サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	○	-
24	商品サブカテゴリ名_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

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ID_2	テキスト	-	-	○	-
26	商品サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
27	カラー	テキスト	-	-	○	-
28	サイズ	テキスト	-	-	○	-
29	選手ID	テキスト	-	-	○	-
30	選手名	テキスト	-	-	○	-
31	試合ID	テキスト	-	-	○	-
32	チケット名	テキスト	-	-	○	-
33	顧客ID	テキスト	-	-	○	-
34	性別	テキスト	-	-	○	-
35	年代	テキスト	-	-	○	-
36	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
37	会員種別	テキスト	-	-	○	-
38	会員ランク	テキスト	-	-	○	-
39	応援選手名_1	テキスト	-	-	○	-
40	応援選手名_2	テキスト	-	-	○	-
41	応援選手名_3	テキスト	-	-	○	-
42	LTV-計算用	整数	-	-	-	○
43	支払方法	テキスト	-	-	○	-
44	流入チャネル	テキスト	-	-	○	-
45	注文金額帯	テキスト	-	-	○	-
46	新規/リピート	テキスト	-	-	○	-
47	返品年月日	日付	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

施策分類	#	施策名
販売チャネル/ 商品/顧客の 売上可視化	5	<u>選手別売上分析</u>



実現できること



選手別に**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

選手名	購入者数	購入回数	売上金額	平均LTV
田中	?	?	?	?
松本	?	?	?	?
渡邊	?	?	?	?
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

選手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

選手名	購入者数	購入回数	売上金額	平均LTV
田中	10,139	150,129	3,828,600	41,703
松本	9,936	147,126	3,752,028	40,869
渡邊	9,226	136,617	3,484,026	37,950
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

選手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	選手名
3	商品カテゴリ
4	商品カテゴリ × 商品名
5	年/月 × 選手名
6	年/月 × 商品名

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：NO2『選手名』

集計期間

2021/7/1 ~ 2021/7/31

選手名

購入者数

購入回数

売上金額

平均LTV

田中

10,139

150,129

3,828,600

41,703

松本

9,936

147,126

3,752,028

40,869

渡邊

9,226

136,617

3,484,026

37,950

佐藤

10,443

154,633

3,943,458

42,954

鈴木

10,950

162,139

4,134,888

45,039

⋮

⋮

⋮

⋮

⋮

※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	2021/7/1 ~ 2021/7/31				
商品カテゴリ	商品名	購入者数	購入回数	売上金額	平均LTV
ユニフォーム	レプリカユニホーム 田中選手	10,819	148,227	3,912,200	42,186
ユニフォーム	レプリカユニホーム 松本選手	11,144	152,674	4,029,566	43,452
ユニフォーム	レプリカユニホーム 渡辺選手	9,845	134,887	3,560,102	38,389
ユニフォーム	レプリカユニホーム 佐藤選手	11,468	157,121	4,146,932	44,717
ユニフォーム	レプリカユニホーム 鈴木選手	11,035	151,192	3,990,444	43,030
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



利用するデータファイル①

データ ファイル名

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	グッズ/チケットフラグ	テキスト	-	-	○	-
11	購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
12	購入回数-計算用	テキスト	-	-	-	●

#	データファイルを 構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/ 表側	計算用 指標
13	数量-計算用	整数	-	-	-	○
14	売上金額-計算用	整数	-	-	-	●
15	利用ポイント数-計算用	整数	-	-	-	○
16	販売チャネル	テキスト	-	-	○	-
17	販売チャネル_詳細	テキスト	-	-	○	-
18	商品ID	テキスト	-	-	○	-
19	品番	テキスト	-	-	○	-
20	商品名	テキスト	-	-	○	-
21	商品カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
22	商品カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
23	商品サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	○	-
24	商品サブカテゴリ名_1	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります39



利用するデータファイル②

データ
ファイル名

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ID_2	テキスト	-	-	○	-
26	商品サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
27	カラー	テキスト	-	-	○	-
28	サイズ	テキスト	-	-	○	-
29	選手ID	テキスト	-	-	○	-
30	選手名	テキスト	-	-	●	-
31	試合ID	テキスト	-	-	○	-
32	チケット名	テキスト	-	-	○	-
33	顧客ID	テキスト	-	-	○	-
34	性別	テキスト	-	-	○	-
35	年代	テキスト	-	-	○	-
36	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
37	会員種別	テキスト	-	-	○	-
38	会員ランク	テキスト	-	-	○	-
39	応援選手名_1	テキスト	-	-	○	-
40	応援選手名_2	テキスト	-	-	○	-
41	応援選手名_3	テキスト	-	-	○	-
42	LTV-計算用	整数	-	-	-	●
43	支払方法	テキスト	-	-	○	-
44	流入チャネル	テキスト	-	-	○	-
45	注文金額帯	テキスト	-	-	○	-
46	新規/リピート	テキスト	-	-	○	-
47	返品年月日	日付	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

施策分類	#	施策名
販売チャネル/ 商品/顧客の 売上可視化	6	<u>顧客属性別売上分析</u>



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	5,013	7,223	1,876,014	...
20	10,743	15,478	4,020,030	...
30	10,231	14,741	3,828,600	...
⋮	⋮	⋮	⋮	

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

2021/7/1 ~ 2021/7/31

年代

購入者数

購入回数

売上金額

10

5,013

7,223

1,876,014

...

20

10,743

15,478

4,020,030

...

30

10,231

14,741

3,828,600

...

40

10,026

14,446

3,752,028

...

50

4,604

6,633

1,722,870

...

⋮

⋮

⋮

⋮

※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	25,309	35,261	81,599,771	...
2021	1	女	18,728	26,093	60,383,831	...
2021	2	男	33,660	46,896	108,527,695	...
2021	2	女	17,969	25,035	57,935,837	...
2021	3	男	31,889	44,428	102,815,711	...
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	

※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

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	グッズ/チケットフラグ	テキスト	-	-	○	-
11	購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
12	購入回数-計算用	テキスト	-	-	-	●

#	データファイルを 構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/ 表側	計算用 指標
13	数量-計算用	整数	-	-	-	○
14	売上金額-計算用	整数	-	-	-	●
15	利用ポイント数-計算用	整数	-	-	-	○
16	販売チャネル	テキスト	-	-	○	-
17	販売チャネル_詳細	テキスト	-	-	○	-
18	商品ID	テキスト	-	-	○	-
19	品番	テキスト	-	-	○	-
20	商品名	テキスト	-	-	○	-
21	商品カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
22	商品カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
23	商品サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	○	-
24	商品サブカテゴリ名_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

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ID_2	テキスト	-	-	○	-
26	商品サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
27	カラー	テキスト	-	-	○	-
28	サイズ	テキスト	-	-	○	-
29	選手ID	テキスト	-	-	○	-
30	選手名	テキスト	-	-	○	-
31	顧客ID	テキスト	-	-	○	-
32	性別	テキスト	-	-	○	-
33	年代	テキスト	-	-	● (いずれか 1つ)	-
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	-	-		-

#	データファイルを 構成しているカラム	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	試合ID	テキスト	-	-	○	-
38	チケット名	テキスト	-	-	○	-
39	応援選手名_1	テキスト	-	-	○	-
40	応援選手名_2	テキスト	-	-	○	-
41	応援選手名_3	テキスト	-	-	○	-
42	LTV-計算用	整数	-	-	-	○
43	支払方法	テキスト	-	-	○	-
44	流入チャネル	テキスト	-	-	○	-
45	注文金額帯	テキスト	-	-	○	-
46	新規/リピート	テキスト	-	-	○	-
47	返品年月日	日付	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

施策分類	#	施策名
販売チャネル/ 商品/顧客の 売上可視化	7	<u>来場状況可視化分析</u>



実現できること



チケット購入者数/来場者数を可視化し、
売上が変動した要因を把握する

これまで

年代	購入者数	来場者数	来場率
10	?	?	?
20	?	?	?
30	?	?	?
⋮	⋮	⋮	⋮

チケット購入者数/来場者数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	来場者数	来場率
10	29,621	21,031	71.0%
20	31,114	22,713	73.0%
30	31,547	21,452	68.0%
⋮	⋮	⋮	⋮

チケット購入者数/来場者数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

2021/7/1 ~ 2021/7/31

年代

購入者数

来場者数

来場率

10

29,621

21,031

71.1%

20

31,114

22,713

72.9%

30

31,547

21,452

68.0%

40

31,394

21,662

69.0%

50

29,724

22,293

76.2%

⋮

⋮

⋮

⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



レポート：NO6『年/月 × 性別』

集計期間		2021/1/1 ~ 2021/12/31			
年	月	性別	購入者数	来場者数	来場率
2021	1	男	107,380	77,819	72.1%
2021	1	女	73,018	58,274	80.6%
2021	2	男	139,018	101,381	73.3%
2021	2	女	63,354	48,192	76.5%
2021	3	男	113,823	80,172	70.2%
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※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

来場状況可視化分析用

#	データファイルを 構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/ 表側	計算用 指標
1	受注ID	テキスト	●	-	-	-
2	受注年月日	日付	-	○	-	-
3	受注年	テキスト	-	-	○	-
4	受注月	テキスト	-	-	○	-
5	受注日	テキスト	-	-	○	-
6	受注時間	テキスト	-	-	○	-
7	受注曜日	テキスト	-	-	○	-
8	試合実施年月日	日付	-	-	○	-
9	試合実施年	テキスト	-	●	○	-
10	試合実施月	テキスト	-	-	●	-
11	試合実施日	テキスト	-	-	●	-
12	試合実施時間	テキスト	-	-	○	-
13	試合実施曜日	テキスト	-	-	○	-

#	データファイルを 構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/ 表側	計算用 指標
14	購入者数-計算用	整数	-	-	○	-
15	来場者数-計算用	整数	-	-	-	●
16	初来場者数-計算用	整数	-	-	-	●
17	チケット名	テキスト	-	-	-	○
18	開催場所	テキスト	-	-	○	-
19	ホームチーム名	テキスト	-	-	○	-
20	アウェイチーム名	テキスト	-	-	○	-
21	ホームチームスコア	整数	-	-	○	-
22	アウェイチームスコア	整数	-	-	○	-
23	勝敗	テキスト	-	-	○	-
24	天候	テキスト	-	-	○	-
25	気温	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の売上状況を可視化し、売上に寄与するチャネルを把握する	P8~13
		2	自社EC/店舗/モール 売上分析	自社EC/モール別に売上状況を可視化し、売上に寄与するチャネルを把握する	P14~20
		3	グッズ/チケット売上分析	グッズ/チケット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	P21~26
		4	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	P27~33
		5	選手別売上分析	選手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	P34~40
		6	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	P41~47
		7	来場状況可視化分析	チケット購入者数/来場者数を可視化し、売上が変動した要因を把握する	P48~53
顧客状態を 把握したい	会員推移の把握	8	月次顧客ステータス推移分析	月別に、グッズ購入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	P55~62
		9	週次顧客ステータス推移分析	週別に、グッズ購入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	P63~70
		10	日次顧客ステータス推移分析	日別に、グッズ購入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	P71~78
	相互送客状況の把握	11	チケットからグッズ送客分析	チケット購入からグッズ購入へ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	P79~84
		12	グッズからチケット送客分析	グッズ購入からチケット購入へ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	P85~91
		13	チケットからグッズ送客 組み合わせ分析	チケット購入からグッズ購入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	P92~96
		14	グッズからチケット送客 組み合わせ分析	グッズ購入からチケット購入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	P97~101
		15	イベントからチケット送客分析	イベント申込からチケット購入へ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	P102~107
		16	チケットからイベント送客分析	チケット購入からイベント申込へ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	P108~113
		17	イベントからチケット送客 組み合わせ分析	イベント申込からチケット購入に送客する際の申込イベント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	P114~118
		18	チケットからイベント送客 組み合わせ分析	チケット購入からイベント申込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	P119~123
		19	イベントからグッズ送客分析	イベント申込からグッズ購入へ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	P124~129

施策分類	#	施策名
会員推移の把握	8	<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、**グッズ購入者数**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 購入者数	2月 購入者数	3月 購入者数	...	12月 購入者数
2017	?	?	?	...	?
2018	?	?	?	...	?
2019	?	?	?	...	?
⋮	⋮	⋮	⋮		⋮

月別に、グッズ購入者数などの推移を
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 購入者数	2月 購入者数	3月 購入者数	...	12月 購入者数
2017	1,093	1,290	1,380	...	1,218
2018	1,031	1,217	1,302	...	1,224
2019	1,113	1,314	1,406	...	1,322
⋮	⋮	⋮	⋮		⋮

月別に、グッズ購入者数などの推移を
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	5月	...	12月
	購入者数	購入者数	購入者数	購入者数	購入者数		購入者数
2017	1,093	1,290	1,380	1,553	1,402	...	1,218
2018	1,031	1,217	1,302	1,493	1,389	...	1,224
2019	1,113	1,314	1,406	1,612	1,500	...	1,322
2020	1,052	1,241	1,328	1,523	1,417	...	1,248
2021	1,062	1,254	1,341	1,538	1,431	...	1,261
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮		⋮

※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
		購入者数	購入者数	購入者数	購入者数		購入者数
2017	10	182	168	195	179	...	190
2018	20	172	193	225	201	...	182
2019	30	231	219	201	217	...	180
2020	40	144	159	142	153	...	132
2021	50	126	119	116	127	...	102
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮		⋮

※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	性別	テキスト	-	-	○	-
7	年代	テキスト	-	-	○	-
8	都道府県	テキスト	-	-	○	-
9	累計会員登録者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
10	新規会員登録者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
11	累計購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
12	新規購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
13	当月購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○

#	データファイルを 構成しているカラム	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	累計グッズ購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
15	新規グッズ購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
16	当月グッズ購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
17	累計チケット購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
18	新規チケット購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
19	当月チケット購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
20	累計来場者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
21	新規来場者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
22	当月来場者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
23	累計イベント申込者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
24	新規イベント申込者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
25	当月イベント申込者数-計算用	テキスト	-	-	-	○

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります



利用するデータファイル②

データ ファイル名

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
26	累計イベント参加者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
27	新規イベント参加者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
28	当月イベント参加者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
29	累計退会者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
30	新規退会者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
31	累計購入回数-計算用	整数	-	-	-	○
32	新規購入回数-計算用	整数	-	-	-	○
33	当月購入回数-計算用	整数	-	-	-	○
34	累計グッズ購入回数-計算用	整数	-	-	-	○
35	新規グッズ購入回数-計算用	整数	-	-	-	○
36	当月グッズ購入回数-計算用	整数	-	-	-	○
37	累計チケット購入回数-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
38	新規チケット購入回数-計算用	整数	-	-	-	○
39	当月チケット購入回数-計算用	整数	-	-	-	○
40	累計イベント申込回数-計算用	整数	-	-	-	○
41	新規イベント申込回数-計算用	整数	-	-	-	○
42	当月イベント申込回数-計算用	整数	-	-	-	○
43	累計イベント参加回数-計算用	整数	-	-	-	○
44	新規イベント参加回数-計算用	整数	-	-	-	○
45	当月イベント参加回数-計算用	整数	-	-	-	○
46	累計購入回数(EC)-計算用	整数	-	-	-	○
47	新規購入回数(EC)-計算用	整数	-	-	-	○
48	当月購入回数(EC)-計算用	整数	-	-	-	○
49	累計購入回数(店舗)-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③

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
50	新規購入回数(店舗)-計算用	整数	-	-	-	○
51	当月購入回数(店舗)-計算用	整数	-	-	-	○
52	累計来店回数-計算用	整数	-	-	-	○
53	新規来店回数-計算用	整数	-	-	-	○
54	当月上店回数-計算用	整数	-	-	-	○
55	累計購入金額-計算用	整数	-	-	-	○
56	新規購入金額-計算用	整数	-	-	-	○
57	当月購入金額-計算用	整数	-	-	-	○
58	累計グッズ購入金額-計算用	整数	-	-	-	○
59	新規グッズ購入金額-計算用	整数	-	-	-	○
60	当月グッズ購入金額-計算用	整数	-	-	-	○
61	累計チケット購入金額-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
62	新規チケット購入金額-計算用	整数	-	-	-	○
63	当月チケット購入金額-計算用	整数	-	-	-	○
64	累計購入金額(EC)-計算用	整数	-	-	-	○
65	新規購入金額(EC)-計算用	整数	-	-	-	○
66	当月購入金額(EC)-計算用	整数	-	-	-	○
67	累計購入金額(店舗)-計算用	整数	-	-	-	○
68	新規購入金額(店舗)-計算用	整数	-	-	-	○
69	当月購入金額(店舗)-計算用	整数	-	-	-	○
70	累計LINE ID連携数-計算用	テキスト	-	-	-	○
71	新規LINE ID連携数-計算用	テキスト	-	-	-	○
72	会員種別	テキスト	-	-	○	-
73	会員ランク	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

施策分類	#	施策名
会員推移の把握	9	<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、**グッズ購入者数**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 購入者数	2週目 購入者数	...	4週目 購入者数
2021	1	?	?	...	?
2021	2	?	?	...	?
2021	3	?	?	...	?
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

週別に、グッズ購入者数などの推移を
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 購入者数	2週目 購入者数	...	4週目 購入者数
2021	1	215	432	...	104
2021	2	211	423	...	102
2021	3	219	441	...	106
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

週別に、グッズ購入者数などの推移を
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	2週目	3週目	4週目
		購入者数	購入者数	購入者数	購入者数
2021	1	215	432	291	104
2021	2	211	423	285	102
2021	3	219	441	297	106
2021	4	239	480	323	115
2021	5	224	449	303	108
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※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
			購入者数	購入者数	購入者数	購入者数
2021	1	10	43	38	41	36
2021	2	20	49	57	52	43
2021	3	30	55	58	49	51
2021	4	40	34	32	29	36
2021	5	50	30	27	26	35
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※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-週	テキスト	●	-	●	-
2	顧客ID	テキスト	-	-	○	-
3	LINE ID	テキスト	-	-	○	-
4	性別	テキスト	-	-	○	-
5	年代	テキスト	-	-	○	-
6	都道府県	テキスト	-	-	○	-
7	年	テキスト	-	-	●	-
8	月	テキスト	-	-	●	-
9	週	テキスト	-	-	● (表頭)	-
10	累計会員登録者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
11	新規会員登録者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
12	累計購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
13	新規購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○

#	データファイルを 構成しているカラム	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	当週購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
15	累計グッズ購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
16	新規グッズ購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
17	当週グッズ購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
18	累計チケット購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
19	新規チケット購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
20	当週チケット購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
21	累計来場者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
22	新規来場者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
23	当月来場者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
24	累計イベント申込者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
25	新規イベント申込者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
26	当週イベント申込者数-計算用	テキスト	-	-	-	○

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります



利用するデータファイル②

データ ファイル名

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
27	累計イベント参加者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
28	新規イベント参加者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
29	当週イベント参加者数-計算用	整数	-	-	-	○
30	累計退会者数-計算用	整数	-	-	-	○
31	新規退会者数-計算用	整数	-	-	-	○
32	累計購入回数-計算用	整数	-	-	-	○
33	新規購入回数-計算用	整数	-	-	-	○
34	当週購入回数-計算用	整数	-	-	-	○
35	累計グッズ購入回数-計算用	整数	-	-	-	○
36	新規グッズ購入回数-計算用	整数	-	-	-	○
37	当週グッズ購入回数-計算用	整数	-	-	-	○
38	累計チケット購入回数-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
39	新規チケット購入回数-計算用	整数	-	-	-	○
40	当週チケット購入回数-計算用	整数	-	-	-	○
41	累計イベント申込回数-計算用	整数	-	-	-	○
42	新規イベント申込回数-計算用	整数	-	-	-	○
43	当週イベント申込回数-計算用	整数	-	-	-	○
44	累計イベント参加回数-計算用	整数	-	-	-	○
45	新規イベント参加回数-計算用	整数	-	-	-	○
46	当週イベント参加回数-計算用	整数	-	-	-	○
47	累計購入回数(EC)-計算用	整数	-	-	-	○
48	新規購入回数(EC)-計算用	整数	-	-	-	○
49	当週購入回数(EC)-計算用	整数	-	-	-	○
50	累計購入回数(店舗)-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③

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
51	新規購入回数(店舗)-計算用	整数	-	-	-	○
52	当週購入回数(店舗)-計算用	整数	-	-	-	○
53	累計来店回数-計算用	整数	-	-	-	○
54	新規来店回数-計算用	整数	-	-	-	○
55	当週来店回数-計算用	整数	-	-	-	○
56	累計購入金額-計算用	整数	-	-	-	○
57	新規購入金額-計算用	整数	-	-	-	○
58	当週購入金額-計算用	整数	-	-	-	○
59	累計グッズ購入金額-計算用	整数	-	-	-	○
60	新規グッズ購入金額-計算用	整数	-	-	-	○
61	当週グッズ購入金額-計算用	整数	-	-	-	○
62	累計チケット購入金額-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
63	新規チケット購入金額-計算用	整数	-	-	-	○
64	当週チケット購入金額-計算用	整数	-	-	-	○
65	累計購入金額(EC)-計算用	整数	-	-	-	○
66	新規購入金額(EC)-計算用	整数	-	-	-	○
67	当週購入金額(EC)-計算用	整数	-	-	-	○
68	累計購入金額(店舗)-計算用	テキスト	-	-	-	○
69	新規購入金額(店舗)-計算用	テキスト	-	-	-	○
70	当週購入金額(店舗)-計算用	テキスト	-	-	-	○
71	累計LINE ID連携数-計算用	テキスト	-	-	-	○
72	新規LINE ID連携数-計算用	テキスト	-	-	-	○
73	会員種別	テキスト	-	-	○	-
74	会員ランク	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

施策分類	#	施策名
会員推移の把握	10	<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、**グッズ購入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 購入者数	2日 購入者数	...	31日 購入者数
2021	1	?	?	...	?
2021	2	?	?	...	?
2021	3	?	?	...	?
⋮	⋮	⋮	⋮		⋮

日別に、グッズ購入者数などの推移を
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 購入者数	2日 購入者数	...	31日 購入者数
2021	1	31	42	...	35
2021	2	26	36	...	-
2021	3	33	44	...	37
⋮	⋮	⋮	⋮		⋮

日別に、グッズ購入者数などの推移を
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		開始日なし ~ 終了日なし						
年	月	1日	2日	3日	4日	5日	...	31日
		購入者数	購入者数	購入者数	購入者数	購入者数		購入者数
2021	1	31	42	39	56	52	...	35
2021	2	26	36	33	48	44	...	-
2021	3	33	44	41	59	55	...	37
2021	4	32	43	40	58	54	...	-
2021	5	35	48	44	64	59	...	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		開始日なし ~ 終了日なし						
年	月	年代	1日	2日	3日	3日	...	31日
			購入者数	購入者数	購入者数	購入者数		購入者数
2021	1	10	4	5	5	6	...	4
2021	1	20	7	10	9	8	...	8
2021	1	30	9	12	11	14	...	10
2021	1	40	7	9	9	10	...	8
2021	1	50	3	4	4	3	...	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

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-週	テキスト	●	-	●	-
2	顧客ID	テキスト	-	-	○	-
3	LINEID	テキスト	-	-	○	-
4	性別	テキスト	-	-	○	-
5	年代	テキスト	-	-	○	-
6	都道府県	テキスト	-	-	○	-
7	年	テキスト	-	-	●	-
8	月	テキスト	-	-	●	-
9	日	テキスト	-	-	● (表頭)	-
10	累計会員登録者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
11	新規会員登録者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
12	累計購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
13	新規購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○

#	データファイルを 構成しているカラム	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	当週購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
15	累計グッズ購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
16	新規グッズ購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
17	当週グッズ購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
18	累計チケット購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
19	新規チケット購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
20	当週チケット購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
21	累計来場者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
22	新規来場者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
23	当月来場者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
24	累計イベント申込者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
25	新規イベント申込者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
26	当週イベント申込者数-計算用	テキスト	-	-	-	○

※ ●：必須項目 / ○：任意項目 になります



利用するデータファイル②

データ ファイル名

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
27	累計イベント参加者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
28	新規イベント参加者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
29	当週イベント参加者数-計算用	整数	-	-	-	○
30	累計退会者数-計算用	整数	-	-	-	○
31	新規退会者数-計算用	整数	-	-	-	○
32	累計購入回数-計算用	整数	-	-	-	○
33	新規購入回数-計算用	整数	-	-	-	○
34	当週購入回数-計算用	整数	-	-	-	○
35	累計グッズ購入回数-計算用	整数	-	-	-	○
36	新規グッズ購入回数-計算用	整数	-	-	-	○
37	当週グッズ購入回数-計算用	整数	-	-	-	○
38	累計チケット購入回数-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
39	新規チケット購入回数-計算用	整数	-	-	-	○
40	当週チケット購入回数-計算用	整数	-	-	-	○
41	累計イベント申込回数-計算用	整数	-	-	-	○
42	新規イベント申込回数-計算用	整数	-	-	-	○
43	当週イベント申込回数-計算用	整数	-	-	-	○
44	累計イベント参加回数-計算用	整数	-	-	-	○
45	新規イベント参加回数-計算用	整数	-	-	-	○
46	当週イベント参加回数-計算用	整数	-	-	-	○
47	累計購入回数(EC)-計算用	整数	-	-	-	○
48	新規購入回数(EC)-計算用	整数	-	-	-	○
49	当週購入回数(EC)-計算用	整数	-	-	-	○
50	累計購入回数(店舗)-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③

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
51	新規購入回数(店舗)-計算用	整数	-	-	-	○
52	当週購入回数(店舗)-計算用	整数	-	-	-	○
53	累計来店回数-計算用	整数	-	-	-	○
54	新規来店回数-計算用	整数	-	-	-	○
55	当週来店回数-計算用	整数	-	-	-	○
56	累計購入金額-計算用	整数	-	-	-	○
57	新規購入金額-計算用	整数	-	-	-	○
58	当週購入金額-計算用	整数	-	-	-	○
59	累計グッズ購入金額-計算用	整数	-	-	-	○
60	新規グッズ購入金額-計算用	整数	-	-	-	○
61	当週グッズ購入金額-計算用	整数	-	-	-	○
62	累計チケット購入金額-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
63	新規チケット購入金額-計算用	整数	-	-	-	○
64	当週チケット購入金額-計算用	整数	-	-	-	○
65	累計購入金額(EC)-計算用	整数	-	-	-	○
66	新規購入金額(EC)-計算用	整数	-	-	-	○
67	当週購入金額(EC)-計算用	整数	-	-	-	○
68	累計購入金額(店舗)-計算用	テキスト	-	-	-	○
69	新規購入金額(店舗)-計算用	テキスト	-	-	-	○
70	当週購入金額(店舗)-計算用	テキスト	-	-	-	○
71	累計LINE ID連携数-計算用	テキスト	-	-	-	○
72	新規LINE ID連携数-計算用	テキスト	-	-	-	○
73	会員種別	テキスト	-	-	○	-
74	会員ランク	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

施策分類	#	施策名
相互送客 状況の把握	11	<u>チケットからグッズ送客分析</u>



実現できること



チケット購入からグッズ購入への**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

初回購入年	年代	初回購入数	送客者数 (当月)	...	送客者数 (12ヶ月後)
2019	10	?	?	...	?
2019	20	?	?	...	?
2019	30	?	?	...	?
⋮	⋮	⋮	⋮		⋮

チケット購入からグッズ購入への送客タイミングを可視化できておらず、**改善箇所の把握**、および、**効果的な施策を実施することができていない**

これから

初回購入年	年代	初回購入数	送客者数 (当月)	...	送客者数 (12ヶ月後)
2019	10	1,031	151	...	21
2019	20	1,042	153	...	19
2019	30	1,102	142	...	18
⋮	⋮	⋮	⋮		⋮

チケット購入からグッズ購入への送客タイミングを可視化することで、**改善箇所を把握し、
効果的な施策の実施/検証を行うことができる**



本レポートで確認可能な代表的な項目

NO	項目
1	初回購入年
2	初回購入年 × 性別
3	初回購入年 × 年代
4	初回購入年 × 都道府県
5	初回購入年 × 会員種別

etc...



レポート：NO2『初回購入年 × 性別』

集計期間

2019/1/1 ~ 2021/12/31

初回購入年	性別	初回購入者数	送客者数	送客率	送客時の 平均購入回数	生涯LTV	送客者数 (当月)	送客者数 (1ヶ月後)	送客者数 (12ヶ月後)
2019	男	1,031	502	40.7%	1.5	53,118	151	103	21
2019	女	1,119	539	42.1%	1.2	53,649	153	104	19
2020	男	1,320	572	41.9%	1.4	49,931	142	98	18
2020	女	1,104	528	43.0%	1.4	46,213	131	85	17
2021	男	1,218	582	42.7%	1.1	55,774	159	89	20
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります

レポート：NO3『初回購入年 × 年代』

集計期間 2019/1/1 ~ 2021/12/31

初回購入年	年代	初回購入者数	送客者数	送客率	送客時の 平均購入回数	生涯LTV	送客者数 (当月)	送客者数 (1ヶ月後)		送客者数 (12ヶ月後)
2019	10	428	210	48.7%	1.5	53,118	73	71	...	5
2019	20	513	219	51.7%	1.6	53,649	74	64	...	7
2019	30	538	203	51.9%	1.2	49,931	69	68	...	8
2019	40	434	193	50.8%	1.6	46,213	64	55	...	8
2019	50	414	231	53.3%	1.5	55,774	77	49	...	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

チケットからグッズ送客分析用

#	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	性別	テキスト	-	-	○	-
3	年代	テキスト	-	-	○	-
4	都道府県	テキスト	-	-	●	-
5	初回購入年月日	日付	-	-	●	-
6	初回購入年	テキスト	-	-	○	-
7	初回購入月	テキスト	-	-	○	-
8	初回購入日	テキスト	-	-	○	-
9	初回購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
10	送客者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
11	平均送客タイミング(月)-計算用	整数	-	-	-	●
12	平均送客タイミング(週)-計算用	整数	-	-	-	○
13	平均送客タイミング(日)-計算用	整数	-	-	-	○
14	送客者数(当月)-計算用	整数	-	-	-	●
15	送客者数(1ヶ月後)-計算用	整数	-	-	-	●
16	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
17	送客者数(3ヶ月後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
18	送客者数(4ヶ月後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
19	送客者数(5ヶ月後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
20	送客者数(6ヶ月後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
21	送客者数(7ヶ月後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
22	送客者数(8ヶ月後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
23	送客者数(9ヶ月後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
24	送客者数(10ヶ月後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
25	送客者数(11ヶ月後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
26	送客者数(12ヶ月後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
27	送客時の平均購入回数-計算用	テキスト	-	-	-	●
28	生涯LTV-計算用	テキスト	-	-	-	●
29	会員種別	整数	-	-	○	-
30	会員ランク	整数	-	-	○	-
31	初回購入チケット試合ID	整数	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

施策分類	#	施策名
相互送客 状況の把握	12	<u>グッズからチケット送客分析</u>



実現できること



グッズ購入からチケット購入への**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

初回購入年	年代	初回購入者数	送客者数 (当月)	...	送客者数 (12ヶ月後)
2019	10	?	?	...	?
2019	20	?	?	...	?
2019	30	?	?	...	?
⋮	⋮	⋮	⋮		⋮

グッズ購入からチケット購入への送客タイミングを可視化できておらず、**改善箇所の把握**、および、**効果的な施策を実施することができていない**

これから

初回購入年	年代	初回購入者数	送客者数 (当月)	...	送客者数 (12ヶ月後)
2019	10	1,032	150	...	36
2019	20	1,081	152	...	31
2019	30	1,138	158	...	32
⋮	⋮	⋮	⋮		⋮

グッズ購入からチケット購入への送客タイミングを可視化することで、**改善箇所を把握し、
効果的な施策の実施/検証を行うことができる**



本レポートで確認可能な代表的な項目

NO	項目
1	初回購入年
2	初回購入年 × 性別
3	初回購入年 × 年代
4	初回購入年 × 都道府県
5	初回購入年 × 会員種別

etc...



レポート：NO2『初回購入年 × 性別』

集計期間

2019/1/1 ~ 2021/12/31

初回購入年	性別	初回購入者数	送客者数	送客率	送客時の 平均購入回数	生涯LTV	送客者数 (当月)	送客者数 (1ヶ月後)	送客者数 (12ヶ月後)
2019	男	516	210	40.7%	1.5	53,118	151	103	14
2019	女	521	219	42.1%	1.3	53,649	153	104	14
2020	男	485	203	41.9%	1.5	49,931	142	98	17
2020	女	448	193	43.0%	1.7	46,213	131	94	13
2021	男	541	231	42.7%	1.6	55,774	159	106	25
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります

レポート：NO3『初回購入年 × 年代』

集計期間 2019/1/1 ~ 2021/12/31

初回購入年	年代	初回購入者数	送客者数	送客率	送客時の 平均購入回数	生涯LTV	送客者数 (当月)	送客者数 (1ヶ月後)		送客者数 (12ヶ月後)
2019	10	1,032	503	48.7%	1.5	51,200	150	203	...	36
2019	20	1,081	529	48.9%	1.3	51,712	152	205	...	31
2019	30	1,138	537	47.2%	1.5	53,248	158	213	...	32
2019	40	1,182	589	49.8%	1.7	49,152	169	228	...	34
2019	50	1,121	564	50.3%	1.6	45,568	177	240	...	36
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮		⋮

※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

グッズからチケット送客分析用

#	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	性別	テキスト	-	-	○	-
3	年代	テキスト	-	-	○	-
4	都道府県	テキスト	-	-	○	-
5	初回購入年月日	日付	-	●	-	-
6	初回購入年	テキスト	-	-	●	-
7	初回購入月	テキスト	-	-	○	-
8	初回購入日	テキスト	-	-	○	-
9	初回購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
10	送客者数-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
11	平均送客タイミング(月)-計算用	整数	-	-	-	○
12	平均送客タイミング(週)-計算用	整数	-	-	-	○
13	平均送客タイミング(日)-計算用	整数	-	-	-	●
14	送客者数(当月)-計算用	整数	-	-	-	●
15	送客者数(1ヶ月後)-計算用	整数	-	-	-	●
16	送客者数(2ヶ月後)-計算用	整数	-	-	-	●
17	送客者数(3ヶ月後)-計算用	整数	-	-	-	●
18	送客者数(4ヶ月後)-計算用	整数	-	-	-	●
19	送客者数(5ヶ月後)-計算用	整数	-	-	-	●
20	送客者数(6ヶ月後)-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

グッズからチケット送客分析用

#	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	送客者数(7ヶ月後)-計算用	整数	-	-	-	●
22	送客者数(8ヶ月後)-計算用	整数	-	-	-	●
23	送客者数(9ヶ月後)-計算用	整数	-	-	-	●
24	送客者数(10ヶ月後)-計算用	整数	-	-	-	●
25	送客者数(11ヶ月後)-計算用	整数	-	-	-	●
26	送客者数(12ヶ月後)-計算用	整数	-	-	-	●
27	送客時の平均購入回数-計算用	整数	-	-	-	●
28	生涯LTV-計算用	整数	-	-	○	-
29	会員種別	テキスト	-	-	○	-
30	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
31	初回購入商品ID	テキスト	-	-	○	-
32	初回購入商品品番	真偽値	-	-	○	-
33	初回購入商品名	テキスト	-	-	○	-
34	初回購入商品カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
35	初回購入商品カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
36	初回購入商品サブカテゴリID_1	整数	-	-	○	-
37	初回購入商品サブカテゴリ名_1	整数	-	-	○	-
38	初回購入商品サブカテゴリID_2	整数	-	-	○	-
39	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

施策分類	#	施策名
相互送客 状況の把握	13	チケットからグッズ送客 組み合わせ分析



実現できること



チケット購入からグッズ購入に送客する際の**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

[チケット] 購入年	[チケット] 購入月	[チケット] 購入チケット名	[グッズ] 購入商品名	[グッズ] 購入者数	[グッズ] 購入金額
2021	1	指定席A	タオル	?	?
2021	1	指定席A	ウェア	?	?
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

チケット購入からグッズ購入に送客する際の購入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

[チケット] 購入年	[チケット] 購入月	[チケット] 購入チケット名	[グッズ] 購入商品名	[グッズ] 購入者数	[グッズ] 購入金額
2021	1	指定席A	タオル	421	547,300
2021	1	指定席A	ウェア	231	592,000
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

チケット購入からグッズ購入に送客する際の購入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	[チケット]購入年/月 × [チケット]購入チケット名 × [グッズ]購入商品名
2	[チケット]購入年/月 × [チケット]購入チケット名 × [グッズ]購入商品カテゴリ名
3	[チケット]購入年/月 × [チケット]購入チケット名 × [グッズ]購入商品サブカテゴリ名_1
4	[チケット]購入年/月 × [チケット]購入チケット名 × [グッズ]購入商品サブカテゴリ名_2

etc...



レポート：NO1『[チケット]購入年/月 × [チケット]購入チケット名 × [グッズ]購入商品名』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/1/31

[チケット]
購入年

[チケット]
購入月

[チケット]
購入チケット名

[グッズ]
購入商品名

[グッズ]
購入者数

[グッズ]
購入金額

2021

1

指定席A

タオル

421

547,300

2021

1

指定席A

ウェア

231

592,000

2021

1

指定席A

キャップ

391

469,200

2021

1

指定席A

応援グッズ

324

453,600

2021

1

指定席A

ユニフォーム

128

843,000

⋮

⋮

⋮

⋮

⋮

⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



利用するデータファイル

データ ファイル名

チケットからグッズ送客 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-購入チケット試合ID- 購入グッズ商品ID	テキスト	●	-	-	-
2	顧客ID	テキスト	-	-	○	-
3	[チケット]購入年月日	日付	-	●	-	-
4	[チケット]購入年	テキスト	-	-	●	-
5	[チケット]購入月	テキスト	-	-	●	-
6	[チケット]購入日	テキスト	-	-	○	-
7	[チケット]購入試合ID	テキスト	-	-	○	-
8	[チケット]購入チケット名	テキスト	-	-	●	-
9	[チケット]購入チケット試合日	テキスト	-	-	○	-
10	[チケット]購入チケット曜日	テキスト	-	-	○	-
11	[チケット]購入チケット試合開始時間	テキスト	-	-	○	-
12	[チケット]購入チケット開催場所	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	[チケット]購入チケットホームチーム名	テキスト	-	-	○	-
14	[チケット]購入チケットアウェイチーム名	テキスト	-	-	○	-
15	[グッズ]購入商品ID	テキスト	-	-	○	-
16	[グッズ]購入商品名	テキスト	-	-	●	-
17	[グッズ]購入商品カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
18	[グッズ]購入商品カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
19	[グッズ]購入商品サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	○	-
20	[グッズ]購入商品サブカテゴリ名_1	テキスト	-	-	○	-
21	[グッズ]購入商品サブカテゴリID_2	テキスト	-	-	○	-
22	[グッズ]購入商品サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
23	[グッズ]購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
24	[グッズ]購入金額-計算用	整数	-	-	-	●

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

施策分類	#	施策名
相互送客 状況の把握	14	グッズからチケット送客 組み合わせ分析



実現できること



グッズ購入からチケット購入に送客する際の**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

[グッズ] 購入年	[グッズ] 購入月	[グッズ] 購入商品名	[チケット] 購入チケット名	[チケット] 購入者数	[チケット] 購入金額
2021	1	応援グッズ	交流戦/ 4月12日	?	?
2021	1	応援グッズ	交流戦/ 4月12日	?	?
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

グッズ購入からチケット購入に送客する際の購入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

[グッズ] 購入年	[グッズ] 購入月	[グッズ] 購入商品名	[チケット] 購入チケット名	[チケット] 購入者数	[チケット] 購入金額
2021	1	応援グッズ	交流戦/ 4月12日	398	597,000
2021	1	応援グッズ	交流戦/ 4月12日	302	453,000
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

グッズ購入からチケット購入に送客する際の購入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	[グッズ]購入年/月 × [グッズ]購入商品名 × [チケット]購入チケット名
2	[グッズ]購入年/月 × [グッズ]購入商品カテゴリ名 × [チケット]購入チケット名
3	[グッズ]購入年/月 × [グッズ]購入商品サブカテゴリ名_1 × [チケット]購入チケット名
4	[グッズ]購入年/月 × [グッズ]購入商品サブカテゴリ名_2 × [チケット]購入チケット名

etc...



レポート：NO1『[グッズ]購入年/月 × [グッズ]購入商品名 × [チケット]購入チケット名』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/1/31

[グッズ]
購入年

[グッズ]
購入月

[グッズ]
購入商品名

[チケット]
購入チケット名

[チケット]
購入者数

[チケット]
購入金額

2021

1

応援グッズ

交流戦/4月12日

398

597,000

2021

1

応援グッズ

交流戦/4月16日

302

453,000

2021

1

応援グッズ

交流戦/4月21日

412

618,000

2021

1

応援グッズ

交流戦/4月27日

392

588,000

2021

1

応援グッズ

交流戦/4月30日

413

619,000

⋮

⋮

⋮

⋮

⋮

⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



利用するデータファイル

データ ファイル名

グッズからチケット送客 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-購入チケット試合ID- 購入グッズ商品ID	テキスト	●	-	-	-
2	顧客ID	テキスト	-	-	○	-
3	[グッズ]購入年月日	日付	-	●	-	-
4	[グッズ]購入年	テキスト	-	-	●	-
5	[グッズ]購入月	テキスト	-	-	●	-
6	[グッズ]購入日	テキスト	-	-	○	-
7	[グッズ]購入商品ID	テキスト	-	-	○	-
8	[グッズ]購入商品名	テキスト	-	-	●	-
9	[グッズ]購入商品カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
10	[グッズ]購入商品カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
11	[グッズ]購入商品サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	○	-
12	[グッズ]購入商品サブカテゴリ名_1	テキスト	-	-	○	-

#	データファイルを 構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/ 表側	計算用 指標
13	[グッズ]購入商品サブカテゴリID_2	テキスト	-	-	○	-
14	[グッズ]購入商品サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
15	[チケット]購入試合ID	テキスト	-	-	○	-
16	[チケット]購入チケット名	テキスト	-	-	●	-
17	[チケット]購入チケット試合日	テキスト	-	-	○	-
18	[チケット]購入チケット曜日	テキスト	-	-	○	-
19	[チケット]購入チケット試合開始時間	テキスト	-	-	○	-
20	[チケット]購入チケット開催場所	テキスト	-	-	○	-
21	[チケット]購入チケットホームチーム名	テキスト	-	-	○	-
22	[チケット]購入チケットアウェイチーム名	テキスト	-	-	○	-
23	[チケット]購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
24	[チケット]購入金額-計算用	整数	-	-	-	●

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

施策分類	#	施策名
相互送客 状況の把握	15	<u>イベントからチケット送客分析</u>



実現できること



イベント申込からチケット購入への**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

初回購入年	年代	初回購入者数	送客者数 (当月)	...	送客者数 (12ヶ月後)
2019	10	?	?	...	?
2019	20	?	?	...	?
2019	30	?	?	...	?
⋮	⋮	⋮	⋮		⋮

イベント申込からチケット購入への送客タイミングを可視化できておらず、**改善箇所の把握**、および、**効果的な施策を実施することができていない**

これから

初回購入年	年代	初回購入者数	送客者数 (当月)	...	送客者数 (12ヶ月後)
2019	10	204	30	...	8
2019	20	218	32	...	7
2019	30	259	38	...	8
⋮	⋮	⋮	⋮		⋮

イベント申込からチケット購入への送客タイミングを可視化することで、**改善箇所を把握し、効果的な施策の実施/検証を行うことができる**



本レポートで確認可能な代表的な項目

NO	項目
1	初回申込年
2	初回申込年 × 性別
3	初回申込年 × 年代
4	初回申込年 × 都道府県
5	初回申込年 × 会員種別

etc…



レポート：NO2『初回申込年 × 性別』

集計期間		2019/1/1 ~ 2021/12/31								
初回申込年	性別	初回購入者数	送客者数	送客率	送客時の 平均購入回数	生涯LTV	送客者数 (当月)	送客者数 (1ヶ月後)		送客者数 (12ヶ月後)
2019	男	511	261	51.0%	1.5	51,623	25	21	...	8
2019	女	516	274	53.1%	1.3	44,396	26	18	...	9
2020	男	510	266	53.2%	1.4	40,782	27	17	...	7
2020	女	534	287	53.7%	1.5	37,169	26	15	...	5
2021	男	596	324	54.3%	1.6	38,201	28	16	...	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：NO3『初回申込年 × 年代』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/12/31

初回申込年	年代	初回購入者数	送客者数	送客率	送客時の 平均購入回数	生涯LTV	送客者数 (当月)	送客者数 (1ヶ月後)		送客者数 (12ヶ月後)
2019	10	204	106	51.9%	1.5	50,712	30	34	...	8
2019	20	218	132	60.4%	1.3	54,262	32	36	...	7
2019	30	259	134	51.7%	1.5	54,262	38	43	...	8
2019	40	188	98	52.2%	1.4	46,655	28	31	...	6
2019	50	151	73	48.3%	1.3	37,527	22	25	...	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

イベントからチケット送客分析用

#	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	性別	テキスト	-	-	○	-
3	年代	テキスト	-	-	○	-
4	都道府県	テキスト	-	-	○	-
5	初回申込年月日	日付	-	●	-	-
6	初回申込年	テキスト	-	-	●	-
7	初回申込月	テキスト	-	-	○	-
8	初回申込日	テキスト	-	-	○	-
9	初回申込者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
10	送客者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
11	平均送客タイミング(月)-計算用	整数	-	-	-	●
12	平均送客タイミング(週)-計算用	整数	-	-	-	○
13	平均送客タイミング(日)-計算用	整数	-	-	-	○
14	送客者数(当月)-計算用	整数	-	-	-	●
15	送客者数(1ヶ月後)-計算用	整数	-	-	-	●
16	送客者数(2ヶ月後)-計算用	整数	-	-	-	●
19	送客者数(3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
20	送客者数(4ヶ月後)-計算用	整数	-	-	-	●
21	送客者数(5ヶ月後)-計算用	整数	-	-	-	●
22	送客者数(6ヶ月後)-計算用	整数	-	-	-	●
23	送客者数(7ヶ月後)-計算用	整数	-	-	-	●
24	送客者数(8ヶ月後)-計算用	整数	-	-	-	●
25	送客者数(9ヶ月後)-計算用	整数	-	-	-	●
26	送客者数(10ヶ月後)-計算用	整数	-	-	-	●
27	送客者数(11ヶ月後)-計算用	整数	-	-	-	●
28	送客者数(12ヶ月後)-計算用	整数	-	-	-	●
29	送客時の平均購入回数-計算用	テキスト	-	-	○	-
30	生涯LTV-計算用	テキスト	-	-	○	-
31	会員種別	テキスト	-	-	○	-
32	会員ランク	テキスト	-	-	○	-
33	初回申込イベントID	テキスト	-	-	○	-
34	初回申込イベント名	テキスト	-	-	○	-
35	初回申込イベント内容_1	テキスト	-	-	○	-
36	初回申込イベント内容_2	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

施策分類	#	施策名
相互送客 状況の把握	16	<u>チケットからイベント送客分析</u>



実現できること



チケット購入からイベント申込への**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

初回購入年	年代	初回申込者数	送客者数 (当月)	...	送客者数 (12ヶ月後)
2019	10	?	?	...	?
2019	20	?	?	...	?
2019	30	?	?	...	?
⋮	⋮	⋮	⋮		⋮

チケット購入からイベント申込への送客タイミングを可視化できておらず、**改善箇所の把握**、および、**効果的な施策を実施することができていない**

これから

初回購入年	年代	初回申込者数	送客者数 (当月)	...	送客者数 (12ヶ月後)
2019	10	203	34	...	7
2019	20	247	40	...	8
2019	30	229	38	...	8
⋮	⋮	⋮	⋮		⋮

チケット購入からイベント申込への送客タイミングを可視化することで、**改善箇所を把握し、効果的な施策の実施/検証を行うことができる**



本レポートで確認可能な代表的な項目

NO	項目
1	初回購入年
2	初回購入年 × 性別
3	初回購入年 × 年代
4	初回購入年 × 都道府県
5	初回購入年 × 会員種別

etc...

レポート：NO2『初回購入年 × 性別』

集計期間 2019/1/1 ~ 2021/12/31

初回購入年	性別	初回申込者数	送客者数	送客率	送客時の 平均申込回数	生涯LTV	送客者数 (当月)	送客者数 (1ヶ月後)	送客者数 (12ヶ月後)
2019	男	526	256	48.3%	1.5	51,163	74	117	14
2019	女	531	267	50.2%	1.5	60,372	75	118	13
2020	男	568	266	55.8%	1.6	57,814	80	126	15
2020	女	589	283	52.1%	1.7	44,512	83	131	14
2021	男	602	329	48.3%	1.8	35,302	84	133	16
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



レポート：NO3『初回購入年 × 年代』

集計期間

2019/1/1 ~ 2021/12/31

初回購入年	年代	初回申込者数	送客者数	送客率	送客時の 平均申込回数	生涯LTV	送客者数 (当月)	送客者数 (1ヶ月後)		送客者数 (12ヶ月後)
2019	10	203	98	48.3%	1.2	49248	34	42	...	7
2019	20	247	124	50.2%	1.3	50750	40	50	...	8
2019	30	229	128	55.8%	1.2	54268	38	47	...	8
2019	40	177	92	52.2%	1.6	46278	30	37	...	6
2019	50	177	68	48.3%	1.5	37283	23	29	...	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

チケットからイベント送客分析用

#	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	性別	テキスト	-	-	○	-
3	年代	テキスト	-	-	○	-
4	都道府県	テキスト	-	-	○	-
5	初回購入年月日	日付	-	●	-	-
6	初回購入年	テキスト	-	-	●	-
7	初回購入月	テキスト	-	-	○	-
8	初回購入日	テキスト	-	-	○	-
9	初回購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
10	送客者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
11	平均送客タイミング(月)-計算用	整数	-	-	-	●
12	平均送客タイミング(週)-計算用	整数	-	-	-	○
13	平均送客タイミング(日)-計算用	整数	-	-	-	○
14	送客者数(当月)-計算用	整数	-	-	-	●
15	送客者数(1ヶ月後)-計算用	整数	-	-	-	●
16	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
17	送客者数(3ヶ月後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
18	送客者数(4ヶ月後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
19	送客者数(5ヶ月後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
20	送客者数(6ヶ月後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
21	送客者数(7ヶ月後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
22	送客者数(8ヶ月後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
23	送客者数(9ヶ月後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
24	送客者数(10ヶ月後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
25	送客者数(11ヶ月後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
26	送客者数(12ヶ月後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
27	送客時の平均購入回数-計算用	テキスト	-	-	-	●
28	生涯LTV-計算用	テキスト	-	-	-	●
29	会員種別	整数	-	-	○	-
30	会員ランク	整数	-	-	○	-
31	初回購入チケット試合ID	整数	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

施策分類	#	施策名
相互送客 状況の把握	17	<u>イベントからチケット送客</u> <u>組み合わせ分析</u>



実現できること



イベント申込からチケット購入に送客する際の**申込イベント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

[イベント] 購入年	[イベント] 購入月	[イベント] 申込イベント名	[チケット] 購入チケット名	[チケット] 購入者数	[チケット] 購入金額
2021	1	トーク ショーA	トークA チケット	?	?
2021	1	ファン フェスタA	フェスタA チケット	?	?
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

イベント申込からチケット購入に送客する際の申込イベント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

[イベント] 購入年	[イベント] 購入月	[イベント] 申込イベント名	[チケット] 購入チケット名	[チケット] 購入者数	[チケット] 購入金額
2021	1	トーク ショーA	トークA チケット	403	403,000
2021	1	ファン フェスタA	フェスタA チケット	312	468,000
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

イベント申込からチケット購入に送客する際の申込イベント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	[イベント]申込年/月 × [イベント]申込イベント名 × [チケット]購入チケット名



レポート：NO1『[イベント]申込年/月 × [イベント]申込イベント名 × [チケット]購入チケット名』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/12/31

[イベント]
申込年

[イベント]
申込月

[イベント]
申込イベント名

[チケット]
購入チケット名

[チケット]
購入者数

[チケット]
購入金額

2021

1

トークショーA

トークAチケット

403

403,000

2021

1

ファンフェスタA

フェスタAチケット

312

468,000

2021

2

トークショーB

トークBチケット

457

548,400

2021

2

トークショーC

トークCチケット

391

430,100

2021

3

ファンフェスタB

フェスタBチケット

433

649,500

⋮

⋮

⋮

⋮

⋮

⋮

※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

イベントからチケット送客 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-申込イベントID- 購入チケット試合ID	テキスト	●	-	-	-
2	顧客ID	テキスト	-	-	○	-
3	[イベント]申込年月日	日付	-	●	-	-
4	[イベント]申込年	テキスト	-	-	●	-
5	[イベント]申込月	テキスト	-	-	●	-
6	[イベント]申込日	テキスト	-	-	○	-
7	[イベント]申込イベントID	テキスト	-	-	○	-
8	[イベント]申込イベント名	テキスト	-	-	●	-
9	[イベント]申込イベント内容_1	テキスト	-	-	○	-
10	[イベント]申込イベント内容_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
11	[チケット]購入試合ID	テキスト	-	-	○	-
12	[チケット]購入チケット名	テキスト	-	-	●	-
13	[チケット]購入チケット試合日	テキスト	-	-	○	-
14	[チケット]購入チケット曜日	テキスト	-	-	○	-
15	[チケット]購入チケット 試合開始時間	テキスト	-	-	○	-
16	[チケット]購入チケット開催場所	テキスト	-	-	○	-
17	[チケット]購入チケット ホームチーム名	テキスト	-	-	○	-
18	[チケット]購入チケット アウェイチーム名	テキスト	-	-	○	-
19	[チケット]購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
20	[チケット]購入金額-計算用	整数	-	-	-	●

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

施策分類	#	施策名
相互送客 状況の把握	18	チケットからイベント送客 組み合わせ分析



実現できること



チケット購入からイベント申込に送客する際の**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

[チケット] 購入年	[チケット] 購入月	[チケット] 購入チケット名	[イベント] 申込イベント名	[イベント] 申込者数
2021	1	トークA チケット	トークショーA	?
2021	1	フェスタA チケット	ファンフェスタA	?
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

チケット購入からイベント申込に送客する際の購入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

[チケット] 購入年	[チケット] 購入月	[チケット] 購入チケット名	[イベント] 申込イベント名	[イベント] 申込者数
2021	1	トークA チケット	トークショーA	412
2021	1	フェスタA チケット	ファンフェスタA	321
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

チケット購入からイベント申込に送客する際の購入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	[チケット]購入年/月 × [チケット]購入チケット名 × [イベント]申込イベント名



レポート：NO1『[チケット]購入年/月 × [チケット]購入チケット名 × [イベント]申込イベント名』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/12/31

[チケット]
購入年

[チケット]
購入月

[チケット]
購入チケット名

[イベント]
申込イベント名

[イベント]
申込者数

2021

1

トークAチケット

トークショーA

412

2021

1

フェスタAチケット

ファンフェスタA

321

2021

1

トークBチケット

トークショーB

388

2021

1

トークCチケット

トークショーC

362

2021

1

フェスタBチケット

ファンフェスタB

451

⋮

⋮

⋮

⋮

⋮

※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

チケットからイベント送客 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-購入チケット試合ID- 申込イベントID	テキスト	●	-	-	-
2	顧客ID	テキスト	-	-	○	-
3	[チケット]購入年月日	日付	-	●	-	-
4	[チケット]購入年	テキスト	-	-	●	-
5	[チケット]購入月	テキスト	-	-	●	-
6	[チケット]購入日	テキスト	-	-	○	-
7	[チケット]購入試合ID	テキスト	-	-	○	-
8	[チケット]購入チケット名	テキスト	-	-	●	-
9	[チケット]購入チケット試合日	テキスト	-	-	○	-
10	[チケット]購入チケット曜日	テキスト	-	-	○	-

#	データファイルを 構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/ 表側	計算用 指標
11	[チケット]購入チケット 試合開始時間	テキスト	-	-	○	-
12	[チケット]購入チケット開催場所	テキスト	-	-	○	-
13	[チケット]購入チケット ホームチーム名	テキスト	-	-	○	-
14	[チケット]購入チケット アウェイチーム名	テキスト	-	-	○	-
15	[イベント]申込イベントID	テキスト	-	-	○	-
16	[イベント]申込イベント名	テキスト	-	-	●	-
17	[イベント]申込イベント内容_1	テキスト	-	-	○	-
18	[イベント]申込イベント内容_2	テキスト	-	-	○	-
19	[イベント]申込者数-計算用	テキスト	-	-	-	●

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

施策分類	#	施策名
相互送客 状況の把握	19	<u>イベントからグッズ送客分析</u>



実現できること



イベント申込からグッズ購入への**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

初回申込年	年代	初回購入者数	送客者数 (当月)	...	送客者数 (12ヶ月後)
2019	10	?	?	...	?
2019	20	?	?	...	?
2019	30	?	?	...	?
⋮	⋮	⋮	⋮		⋮

イベント申込からグッズ購入への送客タイミングを可視化できておらず、**改善箇所の把握**、および、**効果的な施策を実施することができていない**

これから

初回申込年	年代	初回購入者数	送客者数 (当月)	...	送客者数 (12ヶ月後)
2019	10	169	28	...	5
2019	20	172	29	...	7
2019	30	177	30	...	6
⋮	⋮	⋮	⋮		⋮

イベント申込からグッズ購入への送客タイミングを可視化することで、**改善箇所を把握し、効果的な施策の実施/検証を行うことができる**



本レポートで確認可能な代表的な項目

NO	項目
1	初回申込年
2	初回申込年 × 性別
3	初回申込年 × 年代
4	初回申込年 × 都道府県
5	初回申込年 × 会員種別

etc...

レポート：NO2『初回申込年 × 性別』

集計期間

2019/1/1 ~ 2021/12/31

初回申込年	性別	初回購入者数	送客者数	送客率	送客時の 平均購入回数	生涯LTV	送客者数 (当月)	送客者数 (1ヶ月後)		送客者数 (12ヶ月後)
2019	男	512	253	49.4%	1.5	50,921	86	121	...	15
2019	女	456	219	48.1%	1.3	45,320	77	108	...	13
2020	男	553	281	50.8%	1.4	54,995	93	131	...	16
2020	女	517	251	48.5%	1.5	51,430	87	122	...	15
2021	男	584	281	48.5%	1.7	58,050	98	138	...	17
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮		⋮

※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『初回申込年 × 年代』

集計期間

2019/1/1 ~ 2021/12/31

初回申込年	年代	初回購入者数	送客者数	送客率	送客時の 平均購入回数	生涯LTV	送客者数 (当月)	送客者数 (1ヶ月後)		送客者数 (12ヶ月後)
2019	10	169	99	58.5%	1.5	50,248	28	43	...	5
2019	20	172	103	59.9%	1.5	51,253	29	44	...	7
2019	30	177	112	63.2%	1.6	52,760	30	46	...	6
2019	40	165	95	57.5%	1.5	49,243	28	43	...	4
2019	50	157	93	59.3%	1.4	46,731	26	40	...	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

イベントからグッズ送客分析用

#	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	性別	テキスト	-	-	○	-
3	年代	テキスト	-	-	○	-
4	都道府県	テキスト	-	-	○	-
5	初回購入年月日	日付	-	●	-	-
6	初回購入年	テキスト	-	-	●	-
7	初回購入月	テキスト	-	-	○	-
8	初回購入日	テキスト	-	-	○	-
9	初回購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
10	送客者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
11	平均送客タイミング(月)-計算用	整数	-	-	-	●
12	平均送客タイミング(週)-計算用	整数	-	-	-	○
13	平均送客タイミング(日)-計算用	整数	-	-	-	○
14	送客者数(当月)-計算用	整数	-	-	-	●
15	送客者数(1ヶ月後)-計算用	整数	-	-	-	●
16	送客者数(2ヶ月後)-計算用	整数	-	-	-	●
17	送客者数(3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
18	送客者数(4ヶ月後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
29	送客者数(5ヶ月後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
20	送客者数(6ヶ月後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
21	送客者数(7ヶ月後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
22	送客者数(8ヶ月後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
23	送客者数(9ヶ月後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
24	送客者数(10ヶ月後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
25	送客者数(11ヶ月後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
26	送客者数(12ヶ月後)-計算用	テキスト	-	-	○	-
27	送客時の平均購入回数-計算用	テキスト	-	-	○	-
28	生涯LTV-計算用	テキスト	-	-	○	-
29	会員種別	整数	-	-	○	-
30	会員ランク	整数	-	-	○	-
31	初回購入チケット試合ID	整数	-	-	○	-
32	初回申込イベント名	テキスト	-	-	○	-
33	初回申込イベント内容_1	テキスト	-	-	○	-
34	初回申込イベント内容_2	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
顧客状態を 把握したい	相互送客状況の把握	20	グッズからイベント送客分析	グッズ購入からイベント申込へ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	P131~137
		21	イベントからグッズ送客 組み合わせ分析	イベント申込からグッズ購入に送客する際の申込イベント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	P138~142
		22	グッズからイベント送客 組み合わせ分析	グッズ購入からイベント申込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	P143~147
	優良顧客の把握	23	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	P148~151
		24	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	P152~155
		25	年別購入状況分析	初回購入年別に購入状況を可視化し、次年度以降の新規/既存顧客から年またぎでの購入状況を把握する	P156~160
在庫状態を 把握したい	在庫の把握	26	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	P162~166
		27	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	P167~171
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	28	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	P173~177
		29	コホート分析	会員登録/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	P178~186
	アプローチすべき タイミングの把握	30	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	P187~190
		31	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	P191~197
	アプローチすべき 商品の把握	32	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	P198~204
		33	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	P205~210
		34	商品別の閲覧購入状況分析	各商品ごとに閲覧数/お気に入り登録数/カート登録数/購入数を可視化し、閲覧購入状況を把握する	P211~215
サイトアクセス 分析をしたい	アクセス状況の可視化	35	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	P217~220
		36	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	P221~225
		37	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	P226~230

施策分類	#	施策名
相互送客 状況の把握	20	<u>グッズからイベント送客分析</u>



実現できること



グッズ購入からイベント申込への**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

初回購入年	年代	初回申込者数	送客者数 (当月)	...	送客者数 (12ヶ月後)
2019	10	?	?	...	?
2019	20	?	?	...	?
2019	30	?	?	...	?
⋮	⋮	⋮	⋮		⋮

グッズ購入からイベント申込への送客タイミングを可視化できておらず、**改善箇所の把握**、および、**効果的な施策を実施することができていない**

これから

初回購入年	年代	初回申込者数	送客者数 (当月)	...	送客者数 (12ヶ月後)
2019	10	169	29	...	5
2019	20	172	30	...	4
2019	30	180	31	...	3
⋮	⋮	⋮	⋮		⋮

グッズ購入からイベント申込への送客タイミングを可視化することで、**改善箇所を把握し、効果的な施策の実施/検証を行うことができる**



本レポートで確認可能な代表的な項目

NO	項目
1	初回購入年
2	初回購入年 × 性別
3	初回購入年 × 年代
4	初回購入年 × 都道府県
5	初回購入年 × 会員種別

etc...



レポート：NO2『初回購入年 × 性別』

集計期間

2019/1/1 ~ 2021/12/31

初回購入年	性別	初回申込者数	送客者数	送客率	送客時の 平均購入回数	生涯LTV	送客者数 (当月)	送客者数 (1ヶ月後)	送客者数 (12ヶ月後)
2019	男	499	253	50.7%	1.4	51,332	89	120	14
2019	女	414	219	52.9%	1.2	42,606	74	100	12
2020	男	538	281	52.2%	1.3	55,387	96	129	15
2020	女	509	251	49.3%	1.3	52,359	91	122	14
2021	男	579	281	48.5%	1.5	59,545	103	139	16
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります

レポート：NO3『初回購入年 × 年代』

集計期間 2020/1/1 ~ 2021/12/31

初回購入年	年代	初回申込者数	送客者数	送客率	送客時の 平均購入回数	生涯LTV	送客者数 (当月)	送客者数 (1ヶ月後)		送客者数 (12ヶ月後)
2020	10	169	95	56.3%	1.5	50,152	29	41	...	5
2020	20	172	103	59.9%	1.5	51,155	30	42	...	4
2020	30	180	112	62.1%	1.6	53,663	31	44	...	3
2020	40	150	95	63.3%	1.3	44,635	26	36	...	6
2020	50	153	93	60.6%	1.4	45,638	26	37	...	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

グッズからイベント送客分析用

#	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	性別	テキスト	-	-	○	-
3	年代	テキスト	-	-	○	-
4	都道府県	テキスト	-	-	○	-
5	初回購入年月日	日付	-	●	-	-
6	初回購入年	テキスト	-	-	●	-
7	初回購入月	テキスト	-	-	○	-
8	初回購入日	テキスト	-	-	○	-
9	初回購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
10	送客者数-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
11	平均送客タイミング(月)-計算用	整数	-	-	-	●
12	平均送客タイミング(週)-計算用	整数	-	-	-	○
13	平均送客タイミング(日)-計算用	整数	-	-	-	○
14	送客者数(当月)-計算用	整数	-	-	-	●
15	送客者数(1ヶ月後)-計算用	整数	-	-	-	●
16	送客者数(2ヶ月後)-計算用	整数	-	-	-	●
17	送客者数(3ヶ月後)-計算用	整数	-	-	-	●
18	送客者数(4ヶ月後)-計算用	整数	-	-	-	●
19	送客者数(5ヶ月後)-計算用	整数	-	-	-	●
20	送客者数(6ヶ月後)-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

グッズからイベント送客分析用

#	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	送客者数(7ヶ月後)-計算用	整数	-	-	-	●
22	送客者数(8ヶ月後)-計算用	整数	-	-	-	●
23	送客者数(9ヶ月後)-計算用	整数	-	-	-	●
24	送客者数(10ヶ月後)-計算用	整数	-	-	-	●
25	送客者数(11ヶ月後)-計算用	整数	-	-	-	●
26	送客者数(12ヶ月後)-計算用	整数	-	-	-	●
27	送客時の平均購入回数-計算用	整数	-	-	-	●
28	生涯LTV-計算用	整数	-	-	-	●
29	会員種別	テキスト	-	-	○	-
30	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
31	初回購入商品ID	テキスト	-	-	○	-
32	初回購入商品品番	テキスト	-	-	○	-
33	初回購入商品名	テキスト	-	-	○	-
34	初回購入商品カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
35	初回購入商品カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
36	初回購入商品サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	○	-
37	初回購入商品サブカテゴリ名_1	テキスト	-	-	○	-
38	初回購入商品サブカテゴリID_2	テキスト	-	-	○	-
39	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

施策分類	#	施策名
相互送客 状況の把握	21	イベントからグッズ送客 組み合わせ分析



実現できること



イベント申込からグッズ購入に送客する際の**申込イベント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

[イベント] 購入年	[イベント] 購入月	[イベント] 購入チケット名	[グッズ] 購入商品名	[グッズ] 購入者数	[グッズ] 購入金額
2021	1	トーク ショーA	タオル	?	?
2021	1	トーク ショーA	ウェア	?	?
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

イベント申込からグッズ購入に送客する際の申込イベント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

[イベント] 購入年	[イベント] 購入月	[イベント] 購入チケット名	[グッズ] 購入商品名	[グッズ] 購入者数	[グッズ] 購入金額
2021	1	トーク ショーA	タオル	412	419,416
2021	1	ファン フェスタA	ウェア	303	454,500
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

イベント申込からグッズ購入に送客する際の申込イベント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	[イベント]申込年/月 × [イベント]購入チケット名 × [グッズ]購入商品名
2	[イベント]申込年/月 × [イベント]購入チケット名 × [グッズ]購入商品カテゴリ名
3	[イベント]申込年/月 × [イベント]購入チケット名 × [グッズ]購入サブカテゴリ名_1
4	[イベント]申込年/月 × [イベント]購入チケット名 × [グッズ]購入サブカテゴリ名_2

etc...



レポート：NO1『[イベント]申込年/月 × [イベント]購入チケット名 × [グッズ]購入商品名』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/12/31

[イベント]
申込年

[イベント]
申込月

[イベント]
購入チケット名

[グッズ]
購入商品名

[グッズ]
購入者数

[グッズ]
購入金額

2021

1

トークショーA

タオル

412

419,416

2021

1

トークショーA

ウェア

303

454,500

2021

2

トークショーA

キャップ

318

477,000

2021

2

トークショーA

応援グッズ

378

453,600

2021

3

トークショーA

ストラップ

510

459,000

⋮

⋮

⋮

⋮

⋮

⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



利用するデータファイル

データ ファイル名

イベントからチケット送客 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-申込イベントID- 購入グッズ商品ID	テキスト	●	-	-	-
2	顧客ID	テキスト	-	-	○	-
3	[イベント]申込年月日	日付	-	●	-	-
4	[イベント]申込年	テキスト	-	-	●	-
5	[イベント]申込月	テキスト	-	-	●	-
6	[イベント]申込日	テキスト	-	-	○	-
7	[イベント]申込イベントID	テキスト	-	-	○	-
8	[イベント]申込イベント名	テキスト	-	-	●	-
9	[イベント]申込イベント内容_1	テキスト	-	-	○	-
10	[イベント]申込イベント内容_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
11	[グッズ]購入商品ID	テキスト	-	-	○	-
12	[グッズ]購入商品名	テキスト	-	-	●	-
13	[グッズ]購入商品カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
14	[グッズ]購入商品カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
15	[グッズ]購入商品サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	○	-
16	[グッズ]購入商品サブカテゴリ名_1	テキスト	-	-	○	-
17	[グッズ]購入商品サブカテゴリID_2	テキスト	-	-	○	-
18	[グッズ]購入商品サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
19	[グッズ]購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
20	[グッズ]購入金額-計算用	整数	-	-	-	●

※●：必須項目 / ○：任意項目 になります

施策分類	#	施策名
相互送客 状況の把握	22	グッズからイベント送客 組み合わせ分析



実現できること



グッズ購入からイベント申込に送客する際の**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

[グッズ] 購入年	[グッズ] 購入月	[グッズ] 購入商品名	[イベント] 申込イベント名	[イベント] 申込者数
2021	1	タオル	トークショーA	?
2021	1	タオル	ファンフェスタA	?
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

グッズ購入からイベント申込に送客する際の購入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

[グッズ] 購入年	[グッズ] 購入月	[グッズ] 購入商品名	[イベント] 申込イベント名	[イベント] 申込者数
2021	1	タオル	トークショーA	412
2021	1	タオル	ファンフェスタA	328
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

グッズ購入からイベント申込に送客する際の購入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	[グッズ]購入年/月 × [グッズ]購入商品名 × [イベント]申込イベント名
2	[グッズ]購入年/月 × [グッズ]購入カテゴリ名 × [イベント]申込イベント名
3	[グッズ]購入年/月 × [グッズ]購入サブカテゴリ名_1 × [イベント]申込イベント名
4	[グッズ]購入年/月 × [グッズ]購入サブカテゴリ名_2 × [イベント]申込イベント名

etc...



レポート：NO1『[グッズ]購入年/月 × [グッズ]購入商品名 × [イベント]申込イベント名』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/1/31

[グッズ]
購入年

[グッズ]
購入月

[グッズ]
購入商品名

[イベント]
申込イベント名

[イベント]
申込者数

2021

1

タオル

トークショーA

412

2021

1

タオル

ファンフェスタA

328

2021

1

タオル

トークショーB

420

2021

1

タオル

トークショーC

485

2021

1

タオル

ファンフェスタB

487

⋮

⋮

⋮

⋮

⋮

※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

グッズからイベント送客 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-申込イベントID- 購入グッズ商品ID	テキスト	●	-	-	-
2	顧客ID	テキスト	-	-	○	-
3	[イベント]申込年月日	日付	-	●	-	-
4	[イベント]申込年	テキスト	-	-	●	-
5	[イベント]申込月	テキスト	-	-	●	-
6	[イベント]申込日	テキスト	-	-	○	-
7	[イベント]申込イベントID	テキスト	-	-	○	-
8	[イベント]申込イベント名	テキスト	-	-	●	-
9	[イベント]申込イベント内容_1	テキスト	-	-	○	-
10	[イベント]申込イベント内容_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
11	[グッズ]購入商品ID	テキスト	-	-	○	-
12	[グッズ]購入商品名	テキスト	-	-	●	-
13	[グッズ]購入商品カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
14	[グッズ]購入商品カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
15	[グッズ]購入商品サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	○	-
16	[グッズ]購入商品サブカテゴリ名_1	テキスト	-	-	○	-
17	[グッズ]購入商品サブカテゴリID_2	テキスト	-	-	○	-
18	[グッズ]購入商品サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
19	[グッズ]購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
20	[グッズ]購入金額-計算用	整数	-	-	-	●

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

施策分類	#	施策名
優良顧客の把握	23	<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	売上金額 比率	平均 購入単価
ランク1	?	?	?	?
ランク2	?	?	?	?
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

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	売上金額 比率	平均 購入単価
ランク1	20	4,039,100	30.2%	201,955
ランク2	20	2,755,500	20.6%	131,214
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

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**

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	顧客ID	テキスト	-	-	-	●
3	性別	テキスト	-	-	○	-
4	年代	テキスト	-	-	○	-
5	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
6	受注日	テキスト	-	●	-	-
7	受注金額	整数	-	-	-	●
8	会員種別	テキスト	-	-	○	-
9	会員ランク	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

施策分類	#	施策名
優良顧客の把握	24	<u>RFM分析</u>



実現できること



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

これまで

最終購入からの経過日数	累計購入金額				...
	~19,999円	~49,999円	~69,999円	~99,999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	~99,999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	都道府県	テキスト	-	-	○	-
8	会員種別	テキスト	-	-	○	-
9	会員ランク	テキスト	-	-	○	-
10	購入商品ID	テキスト	-	-	○	-
11	購入品番	テキスト	-	-	○	-

#	データファイルを 構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/ 表側	計算用 指標
12	購入商品名	テキスト	-	-	○	-
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	購入チケット名	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

施策分類	#	施策名
優良顧客の把握	25	<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
新規/既存顧客から年またぎでの購入状況を把握する

これまで

初回 購入年	2020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 購入金額
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				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 購入金額
2016	9,224	3,597	39.0%	3.1	...	171(百万)
2017	9,871	4,047	41.0%	2.9	...	175(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		2016/1/1 ~ 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
2016	9,224	3,597	39.0%	3.1	28,594	5,990	171,280,456
2017	9,871	4,047	41.0%	2.9	28,626	6,120	175,190,508
2018	10,172	4,374	43.0%	3.1	31,533	6,110	192,667,852
2019	10,997	4,509	41.0%	3.4	37,390	6,200	231,816,760
2020	11,038	4,915	44.5%	3.3	36,425	6,280	228,751,512
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



利用するデータファイル

データ
ファイル名

年別購入状況分析用

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

#	データファイルを 構成しているカラム	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	初回購入年	テキスト	-	-	● (表頭)	-
12	初回購入月	テキスト	-	-	○	-
13	初回購入日	テキスト	-	-	○	-
14	当年購入者-計算用	テキスト	-	-	-	●
15	昨年からの継続者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
16	購入回数-計算用	整数	-	-	-	●
17	購入金額-計算用	整数	-	-	-	●
18	会員種別	テキスト	-	-	○	-
19	会員ランク	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります



BI 分析一覧②

目的	分析分類	#	分析名	分析を通して実現できること	対象ページ
顧客状態を 把握したい	相互送客状況の把握	20	グッズからイベント送客分析	グッズ購入からイベント申込へ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	P131~137
		21	イベントからグッズ送客 組み合わせ分析	イベント申込からグッズ購入に送客する際の申込イベント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	P138~142
		22	グッズからイベント送客 組み合わせ分析	グッズ購入からイベント申込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	P143~147
	優良顧客の把握	23	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	P148~151
		24	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	P152~155
		25	年別購入状況分析	初回購入年別に購入状況を可視化し、次年度以降の新規/既存顧客から年またぎでの購入状況を把握する	P156~160
在庫状態を 把握したい	在庫の把握	26	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	P162~166
		27	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	P167~171
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	28	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	P173~177
		29	コホート分析	会員登録/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	P178~186
	アプローチすべき タイミングの把握	30	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	P187~190
		31	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	P191~197
	アプローチすべき 商品の把握	32	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	P198~204
		33	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	P205~210
		34	商品別の閲覧購入状況分析	各商品ごとに閲覧数/お気に入り登録数/カート登録数/購入数を可視化し、閲覧購入状況を把握する	P211~215
サイトアクセス 分析をしたい	アクセス状況の可視化	35	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	P217~220
		36	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	P221~225
		37	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	P226~230

施策分類	#	施策名
在庫の把握	26	<u>在庫数推移分析</u>



実現できること



各商品ごとに**在庫数の推移を可視化**し、**在庫状態を把握**する

これまで

年	月	ユニフォームA 平均在庫数	ウェアA 平均在庫数	...	日用品A 平均在庫数
2021	1	?	?	...	?
2021	2	?	?	...	?
2021	3	?	?	...	?
⋮	⋮	⋮	⋮		⋮

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

これから

年	月	ユニフォームA 平均在庫数	ウェアA 平均在庫数	...	日用品A 平均在庫数
2021	1	312	423	...	352
2021	2	331	448	...	373
2021	3	287	389	...	324
⋮	⋮	⋮	⋮		⋮

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	ユニフォームA	ウェアA	ユニフォームB	タオルA	応援グッズB	…	日用品A
		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	312	423	392	548	516	…	352
2021	2	331	448	416	581	547	…	373
2021	3	287	389	361	504	475	…	324
2021	4	271	368	341	477	449	…	306
2021	5	321	436	404	564	531	…	363
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮		⋮

※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

在庫数推移分析用

#	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	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	-	-	○	-

#	データファイルを 構成しているカラム	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	商品名	テキスト	-	-	● (表頭)	-
11	商品カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
12	商品カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
13	商品サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	○	-
14	商品サブカテゴリ名_1	テキスト	-	-	○	-
15	商品サブカテゴリID_2	テキスト	-	-	○	-
16	商品サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
17	カラー	テキスト	-	-	○	-
18	サイズ	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

施策分類	#	施策名
在庫の把握	27	<u>在庫回転率分析</u>



実現できること



各商品ごとに**在庫回転率を可視化**し、**在庫状態を把握**する

これまで

年	月	商品名	累計売上点数	在庫回転率
2021	1	ユニフォームA	?	?
2021	1	ウェアA	?	?
2021	1	ユニフォームB	?	?

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	ユニフォームA	412	78.0%
2021	1	ウェアA	474	88.4%
2021	1	ユニフォームB	379	71.5%

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 ~ 2021/12/31				
年	月	商品名	累計売上点数	平均在庫数	在庫回転率	
2021	1	ユニフォームA	412	528	78.0%	...
2021	2	ウェアA	474	419	88.4%	...
2021	3	ユニフォームB	379	271	71.5%	...
2021	4	タオルA	358	281	78.5%	...
2021	5	応援グッズB	424	347	81.8%	...
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	

※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

データ
ファイル名

在庫回転率分析用

#	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	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	-	-	○	-

#	データファイルを 構成しているカラム	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	商品名	テキスト	-	-	● (表頭)	-
11	商品カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
12	商品カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
13	商品サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	○	-
14	商品サブカテゴリ名_1	テキスト	-	-	○	-
15	商品サブカテゴリID_2	テキスト	-	-	○	-
16	商品サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
17	カラー	テキスト	-	-	○	-
18	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
顧客状態を 把握したい	相互送客状況の把握	20	グッズからイベント送客分析	グッズ購入からイベント申込へ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	P131~137
		21	イベントからグッズ送客 組み合わせ分析	イベント申込からグッズ購入に送客する際の申込イベント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	P138~142
		22	グッズからイベント送客 組み合わせ分析	グッズ購入からイベント申込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	P143~147
	優良顧客の把握	23	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	P148~151
		24	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	P152~155
		25	年別購入状況分析	初回購入年別に購入状況を可視化し、次年度以降の新規/既存顧客から年またぎでの購入状況を把握する	P156~160
在庫状態を 把握したい	在庫の把握	26	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	P162~166
		27	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	P167~171
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	28	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	P173~177
		29	コホート分析	会員登録/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	P178~186
	アプローチすべき タイミングの把握	30	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	P187~190
		31	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	P191~197
	アプローチすべき 商品の把握	32	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	P198~204
		33	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	P205~210
		34	商品別の閲覧購入状況分析	各商品ごとに閲覧数/お気に入り登録数/カート登録数/購入数を可視化し、閲覧購入状況を把握する	P211~215
サイトアクセス 分析をしたい	アクセス状況の可視化	35	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	P217~220
		36	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	P221~225
		37	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	P226~230

施策分類	#	施策名
改善すべき 歩留まりの把握	28	<u>購入転換率分析</u>



実現できること



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

これまで

初回購入年	初回購入者数	2回目 購入者数	F2転換率	...	F5転換率
2015	?	?	?	...	?
2016	?	?	?	...	?
2017	?	?	?	...	?

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	F2転換率	...	F5転換率
2015	29,642	8,922	30.1%	...	61.3%
2016	35,412	11,141	31.5%	...	60.1%
2017	36,836	11,828	32.1%	...	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 × 商品カテゴリ
8	初回購入年 × 商品サブカテゴリ

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

4回目
購入者数

F4転換率

5回目
購入者数

F5転換率

2015

29,642

8,922

30.1%

4,571

51.2%

2,799

61.2%

1,715

61.3%

2016

35,412

11,141

31.5%

6,251

56.1%

3,964

63.4%

2,383

60.1%

2017

36,836

11,828

32.1%

6,776

57.3%

4,255

62.8%

2,760

64.9%

2018

38,113

14,940

39.2%

8,267

55.3%

5,555

67.2%

3,516

63.3%

2019

41,843

16,419

39.2%

9,562

58.2%

6,535

68.3%

4,321

66.1%

⋮

⋮

⋮

⋮

⋮

⋮

⋮

⋮

⋮

⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



利用するデータファイル

データ ファイル名

購入転換率分析用

#	データファイルを 構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/ 表側	計算用 指標
1	顧客ID-初回購入商品ID	テキスト	●	-	-	-
2	顧客ID	テキスト	-	-	○	-
3	性別	テキスト	-	-	○	-
4	年代	テキスト	-	-	○	-
5	都道府県	テキスト	-	-	○	-
6	会員登録年月日	日付	-	○	-	-
7	会員登録年	テキスト	-	-	○	-
8	会員登録月	テキスト	-	-	○	-
9	会員登録日	テキスト	-	-	○	-
10	初回購入年月日	日付	-	●	-	-
11	初回購入年	テキスト	-	-	●	-
12	初回購入月	テキスト	-	-	○	-
13	初回購入日	テキスト	-	-	○	-
14	初回購入商品ID	テキスト	-	-	○	-
15	初回購入品番	テキスト	-	-	○	-
16	初回購入商品名	テキスト	-	-	○	-
17	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
18	初回購入商品カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
19	初回購入商品サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	○	-
20	初回購入商品サブカテゴリ名_1	テキスト	-	-	○	-
21	初回購入商品サブカテゴリID_2	テキスト	-	-	○	-
22	初回購入商品サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
23	初回購入商品カラー	テキスト	-	-	○	-
24	初回購入商品サイズ	テキスト	-	-	○	-
25	初回購入チケット名	テキスト	-	-	○	-
26	会員登録者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
27	初回購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
28	2回目購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
29	3回目購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
30	4回目購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
31	5回目購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
32	会員種別	テキスト	-	-	○	-
33	会員ランク	テキスト	-	-	○	-
34	販売チャネル	テキスト	-	-	○	-

施策分類	#	施策名
改善すべき 歩留まりの把握	29	<u>コホート分析</u>



実現できること



会員登録/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)
2020	1	?	?	...	?
2020	2	?	?	...	?
2020	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)
2020	1	2,454	740	...	7
2020	2	2,912	737	...	7
2020	3	2,704	573	...	6
⋮	⋮	⋮	⋮		⋮

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 × 商品カテゴリ
6	初回購入年/月 × 商品サブカテゴリ
7	初回購入年/月 × 性別
8	初回購入年/月 × 年代

NO	項目
9	初回購入年/月 × 都道府県
10	初回購入年/月 × 会員種別
11	初回購入年/月 × 会員ランク
12	初回購入年/月 × 商品カテゴリ × 性別
13	初回購入年/月 × 商品カテゴリ × 年代
14	初回購入年/月 × 商品カテゴリ × 都道府県
15	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		2020/1/1 ~ 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(1ヶ月後)	2回目購入者数(12ヶ月後)	
2020	1	2,454	740	30.2%	2.5	15,378	74	215	...	7
2020	2	2,912	737	25.3%	2.5	14,677	74	214	...	7
2020	3	2,704	573	21.2%	2.0	15,921	57	166	...	6
2020	4	1,934	396	20.5%	1.3	13,888	40	115	...	4
2020	5	2,759	800	29.0%	2.7	17,200	80	232	...	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：NO5『初回購入年/月 × 商品カテゴリ』

集計期間

2020/1/1 ~ 2021/12/31

初回購入年	初回購入月	商品カテゴリ	初回 購入者数	2回目 購入者数	2回目 購入率	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 (1ヶ月後)	
2020	1	ユニフォーム	466	141	5.7%	0.5	2,922	14	41	...
2020	1	ウェア	245	74	3.0%	0.3	1,538	7	21	...
2020	1	帽子	270	81	3.3%	0.3	1,692	8	24	...
2020	1	タオル	515	155	6.3%	0.5	3,229	16	45	...
2020	1	応援グッズ	687	207	8.4%	0.7	4,306	21	60	...
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



レポート：NO8『初回購入年/月 × 年代』

集計期間

2020/1/1 ~ 2021/12/31

初回購入年	初回購入月	年代	初回 購入者数	2回目 購入者数	2回目 購入率	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 (1ヶ月後)	
2020	1	10	393	118	4.8%	0.4	2,460	12	34	...
2020	1	20	736	222	9.0%	0.8	4,613	22	64	...
2020	1	30	908	274	11.2%	0.9	5,690	27	79	...
2020	1	40	834	252	10.3%	0.9	5,229	25	73	...
2020	1	50	564	170	6.9%	0.6	3,537	17	49	...
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



レポート：NO13『初回購入年/月 × 商品カテゴリ × 年代』

集計期間

2020/1/1 ~ 2021/12/31

初回購入年	初回購入月	商品カテゴリ	年代	初回購入者数	2回目購入者数	2回目購入率	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)	
2020	1	ユニフォーム	20	59	18	0.7%	0.1	369	2	...
2020	1	ウェア	20	67	20	0.8%	0.1	418	2	...
2020	1	帽子	20	114	34	1.4%	0.1	714	3	...
2020	1	タオル	20	133	40	1.6%	0.1	837	4	...
2020	1	応援グッズ	20	106	32	1.3%	0.1	664	3	...
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



利用するデータファイル①

データ ファイル名

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	性別	テキスト	-	-	○	-
3	年代	テキスト	-	-	○	-
4	都道府県	テキスト	-	-	○	-
5	初回購入年月日	日付	-	●	-	-
6	初回購入年	テキスト	-	-	●	-
7	初回購入月	テキスト	-	-	●	-
8	初回購入日	テキスト	-	-	○	-
9	初回購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
10	転換までの平均タイミング(月)- 計算用	整数	-	-	-	●
11	転換までの平均タイミング(週)- 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
12	転換までの平均タイミング(週)- 計算用	整数	-	-	-	○
13	転換までの平均タイミング(日)- 計算用	テキスト	-	-	-	●
14	2回目購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
15	2回目購入者数(当月)-計算用	テキスト	-	-	-	●
16	2回目購入者数(1ヶ月後)- 計算用	テキスト	-	-	-	●
17	2回目購入者数(2ヶ月後)- 計算用	テキスト	-	-	-	●
18	2回目購入者数(3ヶ月後)- 計算用	テキスト	-	-	-	●
19	2回目購入者数(4ヶ月後)- 計算用	テキスト	-	-	-	●
20	2回目購入者数(5ヶ月後)- 計算用	テキスト	-	-	-	●
21	2回目購入者数(6ヶ月後)- 計算用	テキスト	-	-	-	●

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります



利用するデータファイル②

データ ファイル名

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
22	2回目購入者数(7ヶ月後)- 計算用	テキスト	-	-	-	●
23	2回目購入者数(8ヶ月後)- 計算用	テキスト	-	-	-	●
24	2回目購入者数(9ヶ月後)- 計算用	テキスト	-	-	-	●
25	2回目購入者数(10ヶ月後)- 計算用	テキスト	-	-	-	●
26	2回目購入者数(11ヶ月後)- 計算用	テキスト	-	-	-	●
27	2回目購入者数(12ヶ月後)- 計算用	テキスト	-	-	-	●
28	累計購入金額-計算用	整数	-	-	○	-
29	会員種別	テキスト	-	-	○	-
30	会員ランク	テキスト	-	-	○	-
31	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
32	初回購入商品名	テキスト	-	-	○	-
33	初回購入商品カテゴリID	真偽値	-	-	○	-
34	初回購入商品カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
35	初回購入商品サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	○	-
36	初回購入商品サブカテゴリ名_1	テキスト	-	-	○	-
37	初回購入商品サブカテゴリID_2	整数	-	-	○	-
38	初回購入商品サブカテゴリ名_2	整数	-	-	○	-
39	初回購入商品カラー	整数	-	-	○	-
40	初回購入商品サイズ	テキスト	-	-	○	-
41	初回購入チケット名	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

施策分類	#	施策名
アプローチすべき タイミングの把握	30	<u>F2転換タイミング分析</u>

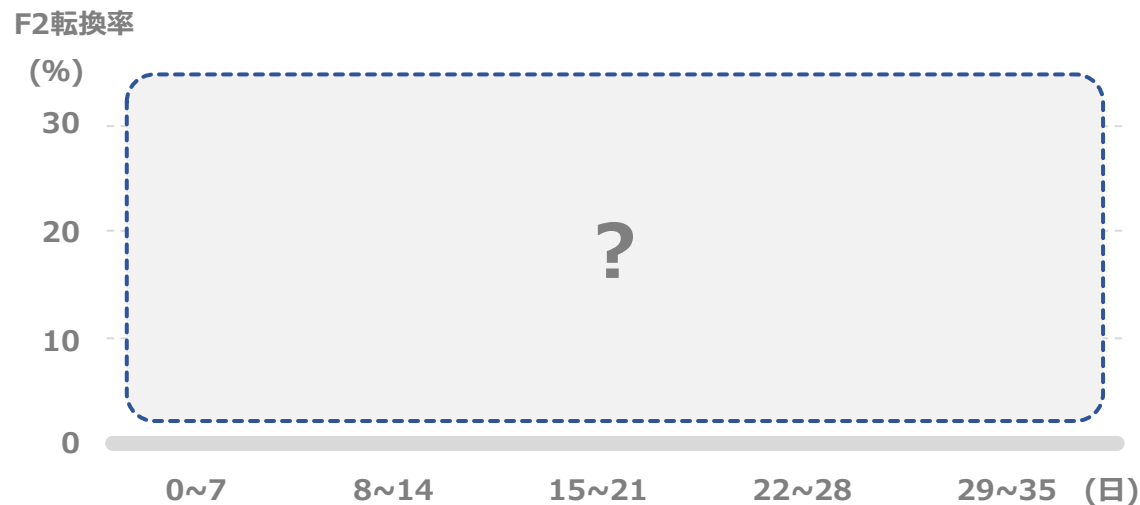


実現できること



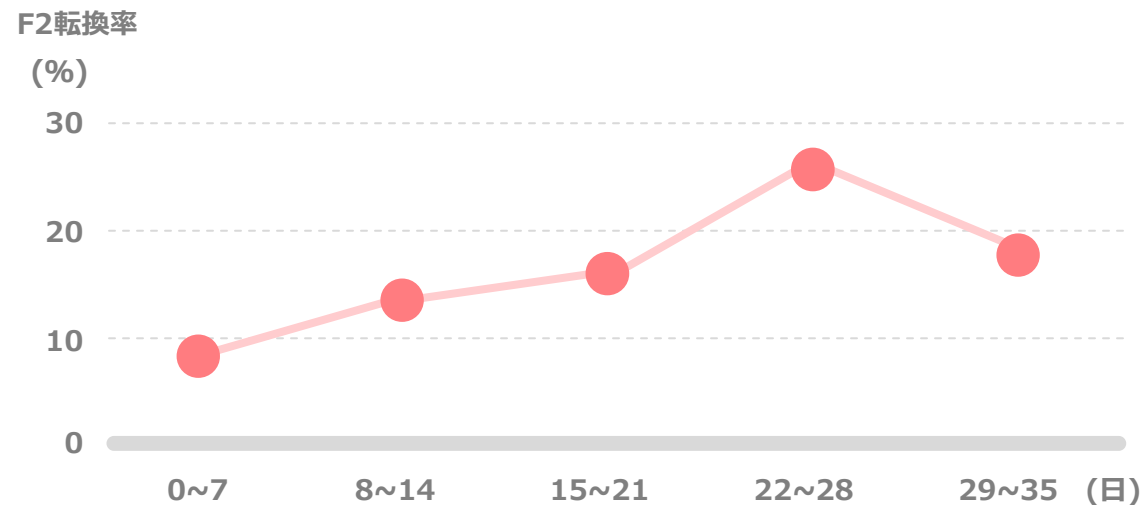
初回購入した顧客の**F2転換タイミングを可視化し、
2回目購入させる適切なタイミングを把握**する

これまで



F2転換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

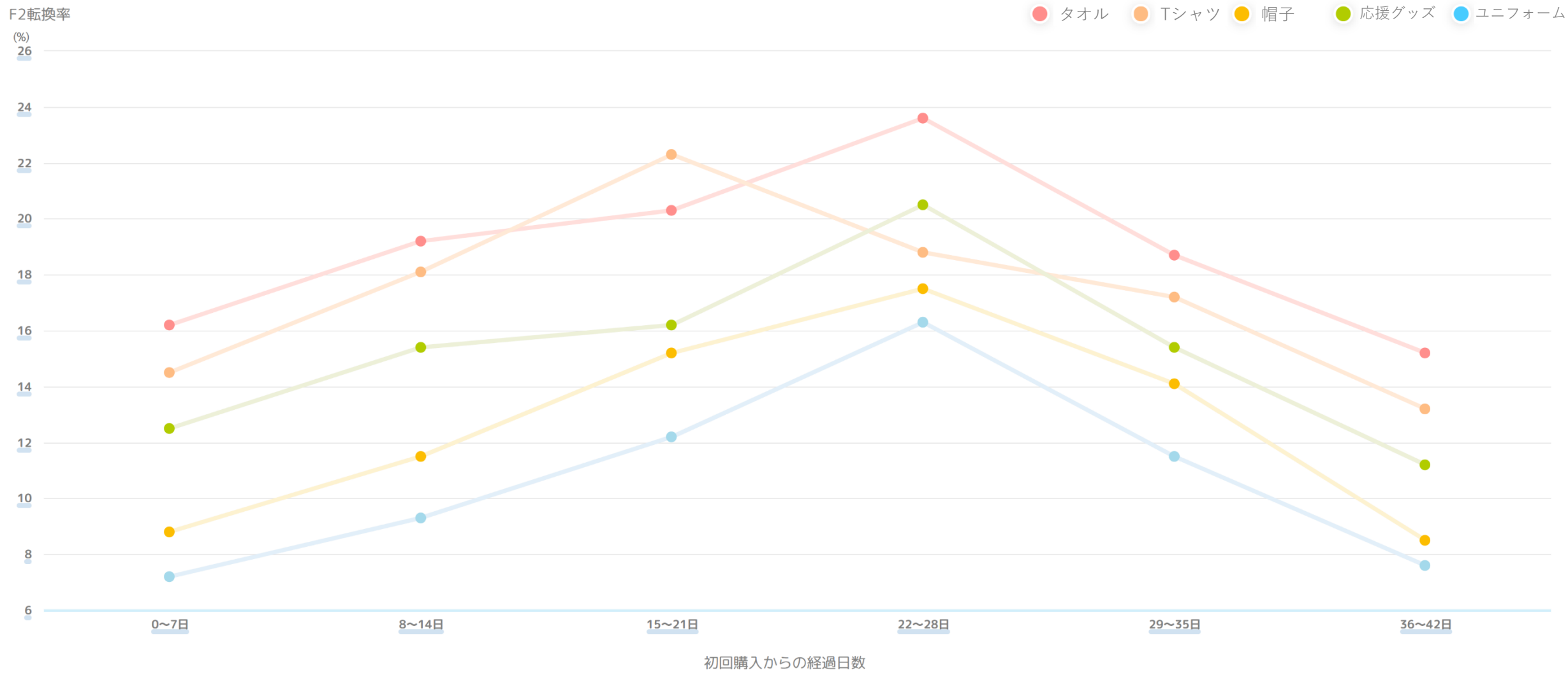
▼

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	性別	テキスト	-	-	○	-
4	年代	テキスト	-	-	○	-
5	都道府県	テキスト	-	-	○	-
6	初回購入日	テキスト	-	●	-	-
7	2回目購入日	テキスト	-	●	-	-
8	会員種別	テキスト	-	-	○	-
9	会員ランク	テキスト	-	-	○	-
10	初回購入商品ID	テキスト	-	-	●	-
11	初回購入品番	テキスト	-	-	○	-
12	初回購入商品名	テキスト	-	-	○	-

#	データファイルを 構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/ 表側	計算用 指標
13	初回購入商品カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
14	初回購入商品カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
15	初回購入商品サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	○	-
16	初回購入商品サブカテゴリ名_1	テキスト	-	-	○	-
17	初回購入商品サブカテゴリID_2	テキスト	-	-	○	-
18	初回購入商品サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
19	初回購入商品カラー	テキスト	-	-	○	-
20	初回購入商品サイズ	テキスト	-	-	○	-
21	初回購入チケット名	テキスト	-	-	○	-
22	初回販売チャネル	テキスト	-	-	○	-
23	販売チャネル	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

施策分類	#	施策名
アプローチすべき タイミングの把握	31	<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 購入回数	平均 購入金額
キーホルダーA	?	?	?	?
チケットホルダーA	?	?	?	?
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

商品が購入される間隔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	購入者数	平均 購入間隔	平均 購入回数	平均 購入金額
キーホルダーA	823	66	13	12,636
チケットホルダーA	496	66	11	23,402
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

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	初回購入商品カテゴリ
3	初回購入商品名 × 性別
4	初回購入商品名 × 年代
5	初回購入商品名 × 都道府県
6	初回購入商品カテゴリ × 年代
7	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

キーホルダーA

823

66

13

12,636

チケットホルダーA

496

66

11

23,402

帽子A

541

91

8

15,600

タオルB

813

73

10

25,105

応援グッズB

627

121

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

タオル

2,716

76

10

7,503

ウェア

2,263

66

11

6,877

帽子

815

89

8

5,177

ユニフォーム

1,630

73

10

3,601

応援グッズ

2,987

121

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：NO6『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
タオル	10	815	75	10	5,177
タオル	20	951	66	11	6,877
タオル	30	1,005	73	8	7,640
タオル	40	326	80	10	7,577
タオル	50	597	123	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	性別	テキスト	-	-	○	-
3	年代	テキスト	-	-	○	-
4	都道府県	テキスト	-	-	○	-
5	初回購入年月日	日付	-	●	-	-
6	初回購入年	テキスト	-	-	○	-
7	初回購入月	テキスト	-	-	○	-
8	初回購入日	テキスト	-	-	○	-
9	初回購入商品ID	テキスト	-	-	○	-
10	初回購入商品品番	テキスト	-	-	○	-
11	初回購入商品名	テキスト	-	-	●	-
12	初回購入商品カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
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	-	-	○	-

#	データファイルを 構成しているカラム	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	初回購入チケット名	テキスト	-	-	○	-
21	購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
22	平均購入回数-計算用	整数	-	-	-	●
23	平均購入金額-計算用	整数	-	-	-	●
24	初回購入から最終購入までの日数- 計算用	整数	-	-	-	○
25	平均購入間隔-計算用	小数	-	-	-	●
26	最終購入日からの経過日数-計算用	整数	-	-	-	○
27	最終購入日から購入間隔までの残日数- 計算用	整数	-	-	-	○
28	会員種別	テキスト	-	-	○	-
29	会員ランク	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

施策分類	#	施策名
アプローチすべき商品の把握	32	<u>同時購入商品分析</u>



実現できること



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

これまで

購入商品名	同時購入商品名	同時購入数	同時購入者数	同時購入金額
キーホルダーA	帽子B	?	?	?
チケットホルダーA	応援グッズA	?	?	?
帽子A	ユニフォームA	?	?	?
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

同時に購入される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	同時購入者数	同時購入金額
キーホルダーA	帽子B	112	101	995,860
チケットホルダーA	応援グッズA	96	87	1,087,500
帽子A	ユニフォームA	77	61	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	購入商品カテゴリ × 同時購入商品カテゴリ
3	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
キーホルダーA	帽子B	112	101	995,860
チケットホルダーA	応援グッズA	96	87	1,087,500
帽子A	ユニフォームA	77	61	750,520
タオルB	タオルB	63	58	974,400
応援グッズB	ウェアB	59	54	196,200
ユニフォームB	キーホルダーB	56	51	493,860
ウェアA	チケットホルダーC	51	47	493,500
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※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『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

ユニフォーム

帽子

112

101

995,860

ウェア

雑貨

96

87

1,087,500

帽子

Tシャツ

77

61

750,520

タオル

ユニフォーム

63

58

974,400

応援グッズ

タオル

59

54

196,200

雑貨

応援グッズ

56

51

493,860

Tシャツ

ウェア

51

47

493,500

⋮

⋮

⋮

⋮

⋮

※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	性別	テキスト	-	-	○	-
3	年代	テキスト	-	-	○	-
4	都道府県	テキスト	-	-	○	-
5	受注年月日	日付	-	●	-	-
6	受注年	テキスト	-	-	○	-
7	受注月	テキスト	-	-	○	-
8	受注日	テキスト	-	-	○	-
9	受注ID	テキスト	-	-	○	-
10	顧客ID	テキスト	-	-	○	-

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



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
21	購入商品サイズ	テキスト	-	-	○	-
22	同時購入商品ID	テキスト	-	-	○	-
23	同時購入品番	テキスト	-	-	○	-
24	同時購入商品名	テキスト	-	-	●	-
25	同時購入商品カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
26	同時購入商品カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
27	同時購入商品サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	○	-
28	同時購入商品サブカテゴリ名_1	テキスト	-	-	○	-
29	同時購入商品サブカテゴリID_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
30	同時購入商品サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
31	同時購入商品カラー	テキスト	-	-	○	-
32	同時購入商品サイズ	テキスト	-	-	○	-
33	同時購入数-計算用	テキスト	-	-	-	●
34	同時購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
35	同時購入商品金額-計算用	整数	-	-	-	●
36	会員種別	テキスト	-	-	○	-
37	会員ランク	テキスト	-	-	○	-
38	販売チャネル	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

施策分類	#	施策名
アプローチすべき商品の把握	33	<u>F1F2購入商品の組み合わせ分析</u>



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回目購入者数	2回目購入金額
キーホルダーA	?	?
チケットホルダーA	?	?
帽子A	?	?
タオルB	?	?
⋮	⋮	⋮

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回目購入者数	2回目購入金額
キーホルダーA	31	3,300
チケットホルダーA	77	10,450
帽子A	14	16,500
タオルB	52	2,750
⋮	⋮	⋮

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	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

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

2回目購入者数

2回目購入金額

キーホルダーA

31

3,300

チケットホルダーA

77

10,450

帽子A

14

16,500

タオルB

52

2,750

応援グッズB

43

5,500

⋮

⋮

⋮

※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	性別	テキスト	-	-	○	-
4	年代	テキスト	-	-	●	-
5	都道府県	テキスト	-	-	○	-
6	初回購入年月日	日付	-	●	-	-
7	初回購入年	テキスト	-	-	●	-
8	初回購入月	テキスト	-	-	●	-
9	初回購入日	テキスト	-	-	○	-

#	データファイルを 構成しているカラム	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	初回購入商品ID	テキスト	-	-	○	-
11	初回購入品番	テキスト	-	-	○	-
12	初回購入商品名	テキスト	-	-	●	-
13	初回購入商品カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
14	初回購入商品カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
15	初回購入商品サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	○	-
16	初回購入商品サブカテゴリ名_1	テキスト	-	-	○	-
17	初回購入商品サブカテゴリID_2	テキスト	-	-	○	-
18	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

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
19	初回購入商品カラー	テキスト	-	-	○	-
20	初回購入商品サイズ	テキスト	-	-	○	-
21	2回目購入商品ID	テキスト	-	-	○	-
22	2回目購入品番	テキスト	-	-	○	-
23	2回目購入商品名	テキスト	-	-	●	-
24	2回目購入商品カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
25	2回目購入商品カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
26	2回目購入商品サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	○	-
27	2回目購入商品サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-

#	データファイルを 構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/ 表側	計算用 指標
28	2回目購入商品サブカテゴリID_2	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回目購入商品カラー	テキスト	-	-	○	-
31	2回目購入商品サイズ	テキスト	-	-	○	-
32	2回目購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
33	2回目購入金額-計算用	整数	-	-	-	●
34	会員種別	テキスト	-	-	○	-
35	会員ランク	テキスト	-	-	○	-

※ ●：必須項目 / ○：任意項目 になります

施策分類	#	施策名
アプローチすべき商品の把握	34	<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/お気に入り登録数/カート登録数/購入数**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)
帽子B	?	?	?	...	?
応援グッズA	?	?	?	...	?
ユニフォームA	?	?	?	...	?
⋮	⋮	⋮	⋮		⋮

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)
帽子B	10,000	4,500	5,500	...	500,000
応援グッズA	10,200	4,590	5,610	...	510,000
ユニフォームA	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	カテゴリ名
3	サブカテゴリ名_1
4	サブカテゴリ名_2

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)

帽子B

10,000

4,500

5,500

3,030

1,030

2,000

...

500,000

応援グッズA

10,200

4,590

5,610

3,091

1,051

2,040

...

510,000

ユニフォームA

10,900

4,905

5,995

3,303

1,123

2,180

...

545,000

タオルB

11,200

5,040

6,160

3,394

1,154

2,240

...

560,000

ウェアB

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

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	カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
7	カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
8	サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	○	-
9	サブカテゴリ名_1	テキスト	-	-	○	-
10	サブカテゴリID_2	テキスト	-	-	○	-
11	サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
12	カラー	テキスト	-	-	○	-
13	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
14	デバイスカテゴリ	テキスト	-	-	○	-
15	ページURL(パラメータ付き)	テキスト	-	-	○	-
16	ページURL	テキスト	-	-	○	-
17	ページタイトル	テキスト	-	-	○	-
18	ページ滞在時間-計算用	整数	-	-	○	-
19	PV数-計算用	整数	-	-	-	●
20	PV数(PC)-計算用	整数	-	-	-	●
21	PV数(モバイル)-計算用	整数	-	-	-	●
22	PV数(タブレット)-計算用	整数	-	-	○	-
23	UU数-計算用	整数	-	-	○	-
24	UU数(PC)-計算用	整数	-	-	○	-
25	UU数(モバイル)-計算用	整数	-	-	○	-
26	UU数(タブレット)-計算用	整数	-	-	○	-



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
顧客状態を 把握したい	相互送客状況の把握	20	グッズからイベント送客分析	グッズ購入からイベント申込へ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	P131~137
		21	イベントからグッズ送客 組み合わせ分析	イベント申込からグッズ購入に送客する際の申込イベント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	P138~142
		22	グッズからイベント送客 組み合わせ分析	グッズ購入からイベント申込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	P143~147
	優良顧客の把握	23	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	P148~151
		24	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	P152~155
		25	年別購入状況分析	初回購入年別に購入状況を可視化し、次年度以降の新規/既存顧客から年またぎでの購入状況を把握する	P156~160
在庫状態を 把握したい	在庫の把握	26	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	P162~166
		27	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	P167~171
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	28	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	P173~177
		29	コホート分析	会員登録/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	P178~186
	アプローチすべき タイミングの把握	30	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	P187~190
		31	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	P191~197
	アプローチすべき 商品の把握	32	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	P198~204
		33	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	P205~210
		34	商品別の閲覧購入状況分析	各商品ごとに閲覧数/お気に入り登録数/カート登録数/購入数を可視化し、閲覧購入状況を把握する	P211~215
サイトアクセス 分析をしたい	アクセス状況の可視化	35	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	P217~220
		36	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	P221~225
		37	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	P226~230

分析分類	#	分析名
アクセス状況の 可視化	35	<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

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	36	<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/リビート	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	37	<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/リビート	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③

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	アプリ利用状況の可視化	38	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	P232~236
	利用デバイスの可視化	39	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	P237~241
		40	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	P242~246
		41	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	P247~251
施策効果を 可視化したい	広告効果の可視化	42	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	P253~261
		43	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	P262~269
		44	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	P270~277
		45	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	P278~282
		46	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	P283~287
		47	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	P288~292
		48	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	P293~297
		49	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	P298~303
	b→dash施策からの 効果可視化	50	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	P304~309
		51	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	P310~314
		52	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	P315~320
		53	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	P321~326
		54	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	P327~332
		55	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	P333~338
		56	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	P339~344

分析分類	#	分析名
アプリ 利用状況の 可視化	38	アプリ利用状況分析



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	39	<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/リビート	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	40	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/リビート	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	41	<u>デバイスOS分析</u>



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/リビート	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③

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	アプリ利用状況の可視化	38	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	P232~236
	利用デバイスの可視化	39	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	P237~241
		40	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	P242~246
		41	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	P247~251
施策効果を 可視化したい	広告効果の可視化	42	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	P253~261
		43	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	P262~269
		44	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	P270~277
		45	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	P278~282
		46	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	P283~287
		47	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	P288~292
		48	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	P293~297
	b→dash施策からの 効果可視化	49	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	P298~303
		50	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	P304~309
		51	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	P310~314
		52	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	P315~320
		53	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	P321~326
		54	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	P327~332
		55	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	P333~338
		56	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	P339~344

施策分類	#	施策名
広告効果の 可視化	42	<u>流入チャネル別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	?	?	?

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

これから

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

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



本レポートで確認可能な代表的な項目

NO	項目
1	流入チャネル
2	年/月/日 × 流入チャネル
3	流入チャネル × 広告媒体
4	年/月/日 × 流入チャネル × 広告媒体
5	流入チャネル × 広告媒体 × 広告キャンペーン
6	年/月/日 × 流入チャネル × 広告媒体 × 広告キャンペーン
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	年/月/日 × 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

2021/7/1 ~ 2021/7/31

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

1,059,678

13,311

1.3%

リスティング

986,387

12,941

1.3%

ソーシャル

953,050

11,495

1.2%

メール

832,005

10,515

1.3%

アフィリエイト

857,205

9,515

1.1%

⋮

⋮

⋮

⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります

レポート：NO2『年/月/日 × 流入チャネル』

集計期間		2021/7/1 ~ 2021/7/31				
年	月	日	流入チャネル	セッション数	購入者数	CVR (購入)
2021	7	1	ディスプレイ	48,194	514	1.1%
2021	7	2	ディスプレイ	39,361	401	1.0%
2021	7	3	ディスプレイ	40,189	425	1.1%
2021	7	4	ディスプレイ	49,134	510	1.0%
2021	7	5	ディスプレイ	41,196	424	1.0%
2021	7	6	ディスプレイ	39,651	381	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		2021/7/1 ~ 2021/7/31		
流入チャネル	広告媒体	セッション数	購入者数	CVR (購入)
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%
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※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『年/月/日 × 流入チャネル × 広告媒体』

集計期間

2021/7/1 ~ 2021/7/31

年	月	日	流入チャネル	広告媒体	セッション数	購入者数	CVR (購入)
2021	7	1	ディスプレイ	Google	1,606	17	1.1%
2021	7	2	ディスプレイ	Google	1,312	13	1.0%
2021	7	3	ディスプレイ	Google	1,340	14	1.1%
2021	7	4	ディスプレイ	Google	1,638	17	1.0%
2021	7	5	ディスプレイ	Google	1,373	14	1.0%
2021	7	6	ディスプレイ	Google	1,322	13	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CVR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	性別	テキスト	-	-	○	-
5	年代	テキスト	-	-	○	-
6	都道府県	テキスト	-	-	○	-
7	年月日	日付	-	●	-	-
8	年	テキスト	-	-	●	-
9	月	テキスト	-	-	●	-
10	日	テキスト	-	-	○	-
11	流入チャネル	テキスト	-	-	●	-
12	広告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	広告種別	テキスト	-	-	○	-
14	広告ネットワーク	テキスト	-	-	○	-
15	キャンペーン名	テキスト	-	-	○	-
16	広告グループ	テキスト	-	-	○	-
17	広告名	テキスト	-	-	○	-
18	クリエイティブ名	テキスト	-	-	○	-
19	広告キーワード	テキスト	-	-	○	-
20	PV数-計算用	整数	-	-	-	○
21	セッション数-計算用	テキスト	-	-	-	●
22	UU数-計算用	テキスト	-	-	-	○
23	購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	●

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります



利用するデータファイル②

データ
ファイル名

流入チャネル別CVR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
24	購入数-計算用	整数	-	-	-	○
25	購入金額-計算用	整数	-	-	-	○
26	CV数[ファースト]-計算用	小数	-	-	-	○
27	CV数[ラスト]-計算用	小数	-	-	-	○
28	CV数[ファースト/ラスト]-計算用	小数	-	-	-	○
29	CV数[間接]-計算用	小数	-	-	-	○
30	CV数[均等]-計算用	小数	-	-	-	○
31	CV数[減衰]-計算用	小数	-	-	-	○
32	会員種別	テキスト	-	-	○	-
33	会員ランク	テキスト	-	-	○	-
34	受注ID	テキスト	-	-	○	-

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
35	商品ID	テキスト	-	-	○	-
36	商品名	テキスト	-	-	○	-
37	カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
38	カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
39	サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	○	-
40	サブカテゴリ名_1	テキスト	-	-	○	-
41	サブカテゴリID_2	テキスト	-	-	○	-
42	サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
43	カラー	テキスト	-	-	○	-
44	サイズ	テキスト	-	-	○	-
45	チケット名	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

施策分類

#

施策名

広告効果の
可視化

43

流入チャネル別一気通貫分析

[一覧へ戻る](#)



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	購入者数	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	購入者数	購入率
ディスプレイ	10,142	8,219	1,023	12.4%
リスティング	10,243	8,301	1,033	12.6%
アフィリエイト	11,055	8,959	1,115	13.6%
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

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



本レポートで確認可能な代表的な項目

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

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

10,142

8,219

1,023

12.4%

リスティング

10,243

8,301

1,033

12.6%

ソーシャル

11,055

8,959

1,115

13.6%

メール

11,460

9,287

1,156

14.1%

⋮

⋮

⋮

⋮

⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



レポート：NO3『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	購入者率	
ディスプレイ	Google	4,564	3,699	460	5.6%	...
ディスプレイ	Yahoo	3,854	3,123	389	4.7%	...
リスティング	Google	5,680	4,603	573	7.0%	...
リスティング	Yahoo	5,882	4,767	593	7.2%	...
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



レポート：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

購入者率

ディスプレイ

男

5,274

4,274

532

6.5%

...

ディスプレイ

女

4,868

3,945

491

6.0%

...

リスティング

男

6,187

5,014

624

7.6%

...

リスティング

女

3,955

3,205

399

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

流入チャネル別一気通貫分析用

#	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	性別	テキスト	-	-	○	-
5	年代	テキスト	-	-	○	-
6	都道府県	テキスト	-	-	○	-
7	年月日	日付	-	●	-	-
8	年	テキスト	-	-	○	-
9	月	テキスト	-	-	○	-
10	日	テキスト	-	-	○	-
11	流入チャネル	テキスト	-	-	●	-
12	広告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	広告種別	テキスト	-	-	○	-
14	広告ネットワーク	テキスト	-	-	○	-
15	キャンペーン名	テキスト	-	-	○	-
16	広告グループ	テキスト	-	-	○	-
17	広告名	テキスト	-	-	○	-
18	クリエイティブ名	テキスト	-	-	○	-
19	広告キーワード	テキスト	-	-	○	-
20	PV数-計算用	整数	-	-	-	●
21	セッション数-計算用	テキスト	-	-	-	○
22	UU数-計算用	テキスト	-	-	-	○
23	購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	●

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります



利用するデータファイル②

データ
ファイル名

流入チャネル別一気通貫分析用

#	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
24	購入数-計算用	整数	-	-	-	○
25	購入金額-計算用	整数	-	-	-	○
26	CV数[ファースト]-計算用	小数	-	-	-	○
27	CV数[ラスト]-計算用	小数	-	-	-	○
28	CV数[ファースト/ラスト]-計算用	小数	-	-	-	○
29	CV数[間接]-計算用	小数	-	-	-	○
30	CV数[均等]-計算用	小数	-	-	-	○
31	CV数[減衰]-計算用	小数	-	-	○	-
32	会員種別	テキスト	-	-	○	-
33	会員ランク	テキスト	-	-	○	-
34	受注ID	テキスト	-	-	○	-

#	データファイルを 構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/ 表側	計算用 指標
35	商品ID	テキスト	-	-	○	-
36	商品名	テキスト	-	-	○	-
37	カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
38	カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
39	サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	○	-
40	サブカテゴリ名_1	テキスト	-	-	○	-
41	サブカテゴリID_2	テキスト	-	-	○	-
42	サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
43	カラー	テキスト	-	-	○	-
44	サイズ	テキスト	-	-	○	-
45	チケット名	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

施策分類	#	施策名
広告効果の 可視化	44	<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)	...	CV数 (均等)	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)	...	CV数 (均等)	CVR (均等)
ディスプレイ	12,560	140.0	...	295.0	2.4%
リスティング	22,910	710.0	...	532.0	2.3%
ソーシャル	16,443	401.0	...	578.0	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%

⋮

⋮

⋮

⋮

⋮

⋮

⋮

⋮

※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%	20,403.0	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%
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※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 キャンペーン	90,243	5,332.0	5.9%	5,021.0	5.6%	3,881.0	4.3%
ディスプレイ	Google	チーム応援 キャンペーン	70,625	2,899.0	4.1%	3,673.0	5.2%	2,883.0	4.1%
ディスプレイ	Google	春のグッズ祭り	74,549	9,879.0	13.3%	7,869.0	10.6%	3,544.0	4.8%
ディスプレイ	Google	全品10%OFF キャンペーン	86,320	10,928.0	12.7%	8,822.0	10.2%	3,712.0	4.3%
ディスプレイ	Google	チーム初勝利 記念キャンペーン	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

アトリビューション分析用

#	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	性別	テキスト	-	-	○	-
5	年代	テキスト	-	-	○	-
6	都道府県	テキスト	-	-	○	-
7	年月日	日付	-	●	-	-
8	年	テキスト	-	-	○	-
9	月	テキスト	-	-	○	-
10	日	テキスト	-	-	○	-
11	流入チャネル	テキスト	-	-	●	-
12	広告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	広告種別	テキスト	-	-	○	-
14	広告ネットワーク	テキスト	-	-	○	-
15	キャンペーン名	テキスト	-	-	○	-
16	広告グループ	テキスト	-	-	○	-
17	広告名	テキスト	-	-	○	-
18	クリエイティブ名	テキスト	-	-	○	-
19	広告キーワード	テキスト	-	-	○	-
20	PV数-計算用	整数	-	-	-	●
21	セッション数-計算用	テキスト	-	-	○	-
22	UU数-計算用	テキスト	-	-	○	-
23	購入者数-計算用	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります



利用するデータファイル②

データ
ファイル名

アトリビューション分析用

#	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
24	購入数-計算用	整数	-	-	○	-
25	購入金額-計算用	整数	-	-	○	-
26	CV数[ファースト]-計算用	小数	-	-	-	●
27	CV数[ラスト]-計算用	小数	-	-	-	●
28	CV数[ファースト/ラスト]-計算用	小数	-	-	○	-
29	CV数[間接]-計算用	小数	-	-	○	-
30	CV数[均等]-計算用	小数	-	-	-	●
31	CV数[減衰]-計算用	小数	-	-	○	-
32	会員種別	テキスト	-	-	○	-
33	会員ランク	テキスト	-	-	○	-
34	受注ID	テキスト	-	-	○	-

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
35	商品ID	テキスト	-	-	○	-
36	商品名	テキスト	-	-	○	-
37	カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
38	カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
39	サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	○	-
40	サブカテゴリ名_1	テキスト	-	-	○	-
41	サブカテゴリID_2	テキスト	-	-	○	-
42	サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
43	カラー	テキスト	-	-	○	-
44	サイズ	テキスト	-	-	○	-
45	チケット名	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

施策分類

#

施策名

広告効果の
可視化

45

月次広告媒体別CPA分析

[一覧へ戻る](#)



実現できること



月×広告媒体別にCPAの変動を可視化し、
広告運用を最適化させる

これまで

年	月	広告媒体	PV数	セッション数		CPA
2021	1	Google	?	?	...	?
2021	2	Google	?	?	...	?
2021	3	Google	?	?	...	?

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

これから

年	月	広告媒体	PV数	セッション数		CPA
2021	1	Google	3,614,580	1,445,832	...	5,123
2021	2	Google	2,952,060	1,180,824	...	5,212
2021	3	Google	3,014,190	1,205,676	...	5,294

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	-	-	-	○

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

施策分類

#

施策名

広告効果の
可視化

46

日次広告媒体別CPA分析

[一覧へ戻る](#)



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

年	月	日	広告媒体	セッション数	CPA
2021	7	1	Google	...	...
2021	7	2	Google	...	...
2021	7	3	Google	...	...

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

年	月	日	広告媒体	セッション数	CPA
2021	7	1	Google	...	...
2021	7	2	Google	...	...
2021	7	3	Google	...	...

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

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

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



利用するデータファイル

データ ファイル名

日次広告媒体別CPA分析用

#	データファイルを 構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/ 表側	計算用 指標
1	年月-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

施策分類

#

施策名

広告効果の
可視化

47

月次広告キャンペーン別CPA分析

[一覧へ戻る](#)



実現できること



月×広告キャンペーン別にCPAの変動を可視化し、
広告運用を最適化させる

これまで

年	月	キャンペーン名	PV数	セッション数		CPA
2021	1	期間限定 セール	?	?	...	?
2021	2	チーム応援 キャンペーン	?	?	...	?
2021	3	春のグッズ祭り	?	?	...	?

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	キャンペーン名	PV数	セッション数		CPA
2021	1	期間限定 セール	3,614,580	1,445,832	...	5,123
2021	2	チーム応援 キャンペーン	2,952,060	1,180,824	...	5,212
2021	3	春のグッズ祭り	3,014,190	1,205,676	...	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	月	キャンペーン名	PV数	セッション数	購入数 [直接]	CVR		CPA
2021	1	期間限定 キャンペーン	3,614,580	1,445,832	15,420	1.1%	...	5,123
2021	2	チーム応援 キャンペーン	2,952,060	1,180,824	12,030	1.0%	...	5,212
2021	3	春のグッズ祭り	3,014,190	1,205,676	12,747	1.1%	...	5,294
2021	4	全品10%OFF キャンペーン	3,685,020	1,474,008	15,300	1.0%	...	5,311
2021	5	チーム初勝利 記念キャンペーン	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

施策分類	#	施策名
広告効果の 可視化	48	<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

年	月	日	キャンペーン名	セッション数	CPA
2021	7	1	期間限定セール	...	...
2021	7	2	チーム応援キャンペーン	...	...
2021	7	3	春のグッズ祭り	...	...
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

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

年	月	日	キャンペーン名	セッション数	CPA
2021	7	1	期間限定セール	...	...
2021	7	2	チーム応援キャンペーン	...	...
2021	7	3	春のグッズ祭り	...	...
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

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						
年	月	日	キャンペーン名	PV数	セッション数	購入数 [直接]	...	CPA
2021	7	1	期間限定 キャンペーン	120,486	48,194	514	...	5,123
2021	7	2	チーム応援 キャンペーン	98,402	39,361	401	...	5,212
2021	7	3	春のグッズ祭り	100,473	40,189	425	...	5,294
2021	7	4	全品10%OFF キャンペーン	122,834	49,134	510	...	5,311
2021	7	5	チーム初勝利 記念キャンペーン	102,990	41,196	424	...	5,301
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



利用するデータファイル

データ ファイル名

日次広告キャンペーン別CPA分析用

#	データファイルを 構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/ 表側	計算用 指標
1	年月日-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

施策分類	#	施策名
b→dash施策 からの効果 可視化	49	<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	CVR	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	新着チケット お知らせ	?	...	?
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

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	CVR	購入金額 [間接/開封]
2021	1	お気に入り 商品訴求	432,545	...	540,657
2021	1	F2→F3 転換促進	547,895	...	530,409
2021	1	新着チケット お知らせ	861,072	...	653,453
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

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
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	CVR	
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%	5.9%	...
2021	1	F2→F3 転換促進	2,739,475	2,629,895	373,445	14.2%	68,900	18.4%	4.0%	...
2021	1	新着チケット お知らせ	4,305,360	4,003,980	540,535	13.5%	207,430	38.4%	2.5%	...
2021	1	応援選手別 商品紹介	3,904,385	3,552,990	746,400	21.0%	309,110	41.4%	2.0%	...
2021	1	かご落ち商品 リマインド	1,627,280	1,529,640	339,020	22.2%	125,225	36.9%	6.5%	...
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



レポート：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		CVR		購入金額 [直接]	購入数 [間接/開封]	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	...	5.9%	...	506,939	600	540,657
2021	1	お気に入り 商品訴求	セール開催 お知らせ	547,895	525,979	...	4.1%	...	480,675	598	530,409
2021	1	お気に入り 商品訴求	在庫数 リマインド	861,072	800,796	...	2.5%	...	967,300	1,089	653,453
2021	1	お気に入り 商品訴求	カート情報 お知らせ	780,877	710,598	...	2.0%	...	1,369,800	1,640	1,476,879
2021	1	お気に入り 商品訴求	関連商品 お知らせ	325,456	305,928	...	6.5%	...	353,600	1,656	473,401
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮		⋮		⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



利用するデータファイル

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	性別	テキスト	-	-	○	-
5	年代	テキスト	-	-	○	-
6	エリア	テキスト	-	-	○	-
7	都道府県	テキスト	-	-	○	-
8	配信年月日	日付	-	●	-	-
9	配信年	テキスト	-	-	●	-
10	配信月	テキスト	-	-	●	-
11	配信日	テキスト	-	-	○	-
12	配信時間	テキスト	-	-	○	-
13	シナリオ名	テキスト	-	-	●	-
14	コンテンツ名	テキスト	-	-	●	-
15	タイトル名	テキスト	-	-	○	-
16	配信数-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
17	配信成功数-計算用	整数	-	-	-	●
18	開封数-計算用	整数	-	-	-	●
19	クリック者数-計算用	整数	-	-	-	●
20	クリック数-計算用	整数	-	-	-	○
21	直帰数-計算用	整数	-	-	-	○
22	PV数-計算用	整数	-	-	-	○
23	購入数[直接]-計算用	整数	-	-	-	●
24	購入金額[直接]-計算用	整数	-	-	-	●
25	購入数[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	○
26	購入金額[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	○
27	購入数[間接/開封]-計算用	整数	-	-	-	●
28	購入金額[間接/開封]-計算用	整数	-	-	-	●
29	購入数[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○
30	購入金額[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○
31	チャネル	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

施策分類	#	施策名
b→dash施策 からの効果 可視化	50	<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	お気に入り商品訴求	...	AAA	?	?
2021	1	お気に入り商品訴求	...	BBB	?	?
2021	1	お気に入り商品訴求	...	CCC	?	?
⋮	⋮	⋮		⋮	⋮	⋮

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

これから

配信年	配信月	シナリオ名		商品名	購入者数	購入金額
2021	1	お気に入り商品訴求	...	AAA	100	1,055,000
2021	1	お気に入り商品訴求	...	BBB	102	1,076,100
2021	1	お気に入り商品訴求	...	CCC	109	1,149,950
⋮	⋮	⋮		⋮	⋮	⋮

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 × 商品カテゴリ
3	配信年/月 × シナリオ名 × コンテンツ名 × 商品サブカテゴリ
4	配信年/月 × シナリオ名 × 商品名
5	配信年/月 × シナリオ名 × 商品カテゴリ
6	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

AAA

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

BBB

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

CCC

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

DDD

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

EEE

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：NO4『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	応援選手別商品紹介	AAA	102	1,076,100
2021	1	応援選手別商品紹介	BBB	111	1,172,949
2021	1	応援選手別商品紹介	CCC	122	1,287,944
2021	1	応援選手別商品紹介	DDD	127	1,335,208
2021	1	応援選手別商品紹介	EEE	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

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	性別	テキスト	-	-	○	-
5	年代	テキスト	-	-	○	-
6	都道府県	テキスト	-	-	○	-
7	配信年月日	日付	-	-	○	-
8	配信年	テキスト	-	●	-	-
9	配信月	テキスト	-	-	●	-
10	配信日	テキスト	-	-	●	-
11	配信時間	テキスト	-	-	○	-
12	シナリオ名	テキスト	-	-	○	-
13	コンテンツ名	テキスト	-	-	●	-
14	タイトル名	テキスト	-	-	●	-
15	受注ID	テキスト	-	-	○	-

#	データファイルを 構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/ 表側	計算用 指標
16	商品ID	テキスト	-	-	○	-
17	商品名	テキスト	-	-	○	-
18	カテゴリID	テキスト	-	-	●	-
19	カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
20	サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	○	-
21	サブカテゴリ名_1	テキスト	-	-	○	-
22	サブカテゴリID_2	テキスト	-	-	○	-
23	サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
24	カラー	テキスト	-	-	○	-
25	サイズ	テキスト	-	-	○	-
26	チケット名	テキスト	-	-	○	-
27	購入数-計算用	整数	-	-	-	○
28	購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
29	購入金額-計算用	整数	-	-	-	●

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

施策分類	#	施策名
b→dash施策 からの効果 可視化	51	<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	00:00~09:00 開封者数	09:00~12:00 開封者数	...	21:00~00:00 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	00:00~09:00 開封者数	09:00~12:00 開封者数	...	21:00~00:00 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	性別	テキスト	-	-	○	-
3	年代	テキスト	-	-	○	-
4	都道府県	テキスト	-	-	○	-
5	メール配信年月日	日付	-	●	-	-
6	メール配信年	テキスト	-	-	●	-
7	メール配信月	テキスト	-	-	●	-
8	メール配信日	テキスト	-	-	○	-

#	データファイルを 構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/ 表側	計算用 指標
9	顧客ID	テキスト	-	-	○	-
10	メールコンテンツID	テキスト	-	-	○	-
11	メールコンテンツ名	テキスト	-	-	○	-
12	開封時間帯	テキスト	-	-	● (表頭)	-
13	開封数-計算用	整数	-	-	-	○
14	開封者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
15	会員種別	テキスト	-	-	○	-
16	会員ランク	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

施策分類

#

施策名

b→dash施策
からの効果
可視化

52

web接客成果分析

[一覧へ戻る](#)



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	CV金額
2021	1	お気に入り 商品訴求	?	?
2021	1	F2→F3転換 促進	?	?
2021	1	新着チケット お知らせ	?	?
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

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

これから

配信年	配信月	施策名	表示数	CV金額
2021	1	お気に入り 商品訴求	432,545	506,939
2021	1	F2→F3転換 促進	547,895	480,675
2021	1	新着チケット お知らせ	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	CV数	CVR	CV金額
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	新着チケットお知らせ	861,072	41,486	4.8%	1,020	2.5%	967,300
2021	1	応援選手別 商品紹介	780,877	61,822	7.9%	1,206	2.0%	1,369,800
2021	1	かご落ち商品 リマインド	325,456	25,045	7.7%	1,630	6.5%	353,600
2021	1	ファンクラブ 入会促進	378,952	44,896	11.9%	2,054	4.6%	576,323
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※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		クリック率	CV数	CVR	CV金額
2021	1	お気に入り 商品訴求	お気に入り登録 お知らせ	519,054	...	2.3%	703	5.9%	608,327
2021	1	F2→F3 転換促進	セール開催 お知らせ	657,474	...	2.5%	670	4.0%	576,810
2021	1	新着チケット お知らせ	応援選手別 商品おすすめ	1,033,286	...	4.8%	1,224	2.5%	1,160,760
2021	1	応援選手別 商品紹介	カート情報 お知らせ	937,052	...	7.9%	1,447	1.9%	1,643,760
2021	1	かご落ち商品 リマインド	新着商品 お知らせ	390,547	...	7.7%	1,956	6.5%	424,320
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮		⋮	⋮	⋮	⋮

※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	整数	-	-	-	○
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

施策分類	#	施策名
b→dash施策 からの効果 可視化	53	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	シナリオ名	配信数		クリック者数	クリック率	
2021	1	お気に入り 商品訴求	?	...	?	?	...
2021	1	F2→F3 転換促進	?	...	?	?	...
2021	1	新着チケット お知らせ	?	...	?	?	...
⋮	⋮	⋮	⋮		⋮	⋮	

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

これから

配信年	配信月	シナリオ名	配信数		クリック者数	クリック率	
2021	1	お気に入り 商品訴求	1,081,363	...	24,655	2.4%	...
2021	1	F2→F3 転換促進	1,369,738	...	34,450	2.5%	...
2021	1	新着チケット お知らせ	2,152,680	...	103,715	4.8%	...
⋮	⋮	⋮	⋮		⋮	⋮	

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
2021	1	お気に入り商品訴求	1,081,363	1,027,293	24,655	2.4%
2021	1	F2→F3 転換促進	1,369,738	1,314,948	34,450	2.5%
2021	1	新着チケットお知らせ	2,152,680	2,001,990	103,715	4.8%
2021	1	応援選手別商品紹介	1,952,193	1,776,495	154,555	7.9%
2021	1	かご落ち商品リマインド	813,640	764,820	62,613	7.7%
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※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『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

2021

1

2回目
購入促進

お気に入り登録
お知らせ

1,027,293

205,459

4,931

2.3%

...

2021

1

2回目
購入促進

セール開催
お知らせ

273,948

262,990

6,890

2.5%

...

2021

1

2回目
購入促進

応援選手別
商品おすすめ

430,536

400,398

20,743

4.8%

...

2021

1

2回目
購入促進

カート情報
お知らせ

390,439

355,299

30,911

7.9%

...

2021

1

2回目
購入促進

新着商品
お知らせ

162,728

152,964

12,523

7.7%

...

⋮

⋮

⋮

⋮

⋮

⋮

⋮

⋮

※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

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	性別	テキスト	-	-	○	-
5	年代	テキスト	-	-	○	-
6	エリア	テキスト	-	-	○	-
7	都道府県	テキスト	-	-	○	-
8	配信年月日	日付	-	●	-	-
9	配信年	テキスト	-	-	●	-
10	配信月	テキスト	-	-	●	-
11	配信日	テキスト	-	-	○	-
12	配信時間	テキスト	-	-	○	-
13	シナリオ名	テキスト	-	-	●	-
14	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
15	タイトル名	テキスト	-	-	○	-
16	配信数	整数	-	-	-	●
17	配信成功数	整数	-	-	-	●
18	クリック者数-計算用	整数	-	-	-	●
19	クリック数	整数	-	-	-	○
20	直帰数	整数	-	-	-	○
21	PV数	整数	-	-	-	○
22	購入数[直接]-計算用	整数	-	-	-	●
23	購入金額[直接]-計算用	整数	-	-	-	●
24	購入数[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	●
25	購入金額[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	●
26	購入数[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○
27	購入金額[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○
28	チャネル	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

施策分類	#	施策名
b→dash施策 からの効果 可視化	54	<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	CVR	購入金数 [直接]
2021	1	お気に入り 商品訴求	?	...	?
2021	1	F2→F3 転換促進	?	...	?
2021	1	新着チケット お知らせ	?	...	?
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

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	CVR	購入金数 [直接]
2021	1	お気に入り 商品訴求	2,162,725 ...	5.9% ...	2,930 ...
2021	1	F2→F3 転換促進	2,739,475 ...	4.0% ...	2,790 ...
2021	1	新着チケット お知らせ	4,305,360 ...	2.5% ...	5,100 ...
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

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



本レポートで確認可能な代表的な項目

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

etc...



レポート：NO3『配信年/月 × シナリオ名』

集計期間		2021/1/1 ~ 2021/1/31						
配信年	配信月	シナリオ名	配信数	配信成功数	クリック者数	クリック率	CVR	購入数 [直接]
2021	1	お気に入り 商品訴求	2,162,725	2,054,585	49,310	2.3%	5.9%	2,930
2021	1	F2→F3 転換促進	2,739,475	2,629,895	68,900	12.6%	4.0%	2,790
2021	1	新着チケット お知らせ	4,305,360	4,003,980	207,430	24.1%	2.5%	5,100
2021	1	応援選手別 商品紹介	3,904,385	3,552,990	309,110	39.6%	2.0%	6,030
2021	1	かご落ち商品 リマインド	1,627,280	1,529,640	125,225	38.5%	6.5%	8,150
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



レポート：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		CVR		購入金額 [直接]	購入数 [間接/配信]	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	...	5.9%	...	506,939	600	540,657
2021	1	2回目 購入促進	セール開催 お知らせ	547,895	525,979	...	4.1%	...	480,675	598	530,409
2021	1	2回目 購入促進	応援選手別 商品おすすめ	861,072	800,796	...	2.5%	...	967,300	1,089	653,453
2021	1	2回目 購入促進	カート情報 お知らせ	780,877	710,598	...	2.0%	...	1,369,800	1,640	1,476,879
2021	1	2回目 購入促進	新着商品 お知らせ	325,456	305,928	...	6.5%	...	353,600	1,656	473,401

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります

利用するデータファイル

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	性別	テキスト	-	-	○	-
5	年代	テキスト	-	-	○	-
6	エリア	テキスト	-	-	○	-
7	都道府県	テキスト	-	-	○	-
8	配信年月日	日付	-	●	-	-
9	配信年	テキスト	-	-	●	-
10	配信月	テキスト	-	-	●	-
11	配信日	テキスト	-	-	○	-
12	配信時間	テキスト	-	-	○	-
13	シナリオ名	テキスト	-	-	●	-
14	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
15	タイトル名	テキスト	-	-	○	-
16	配信数	整数	-	-	-	●
17	配信成功数	整数	-	-	-	●
18	クリック者数-計算用	整数	-	-	-	●
19	クリック数	整数	-	-	-	○
20	直帰数	整数	-	-	-	○
21	PV数	整数	-	-	-	○
22	購入数[直接]-計算用	整数	-	-	-	●
23	購入金額[直接]-計算用	整数	-	-	-	●
24	購入数[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	●
25	購入金額[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	●
26	購入数[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○
27	購入金額[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○
28	チャンネル	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

施策分類	#	施策名
b→dash施策 からの効果 可視化	55	<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	CVR	購入金数 [直接]
2021	1	お気に入り 商品訴求	?	...	?
2021	1	F2→F3 転換促進	?	...	?
2021	1	新着チケット お知らせ	?	...	?
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

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	CVR	購入金数 [直接]
2021	1	お気に入り 商品訴求	86,509	5.9%	117
2021	1	F2→F3 転換促進	109,579	4.0%	112
2021	1	新着チケット お知らせ	172,214	2.5%	204
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

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



本レポートで確認可能な代表的な項目

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

etc...



レポート：NO3『配信年/月 × シナリオ名』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/1/31

配信年	配信月	シナリオ名	配信数	配信成功数	クリック者数	クリック率	CVR	購入数 [直接]	
2021	1	お気に入り 商品訴求	86,509	82,183	1,972	2.3%	5.9%	117	...
2021	1	F2→F3 転換促進	109,579	105,196	2,756	2.5%	4.0%	112	...
2021	1	新着チケット お知らせ	172,214	160,159	8,297	4.8%	2.5%	204	...
2021	1	応援選手別 商品紹介	156,175	142,120	12,364	7.9%	2.0%	241	...
2021	1	かご落ち商品 リマインド	65,091	61,186	5,009	7.7%	6.5%	326	...
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	

※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		CVR		購入金額 [直接]	購入数 [間接/配信]	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	...	5.9%	...	506,939	600	540,657
2021	1	F2→F3 転換促進	セール開催 お知らせ	547,895	525,979	...	4.1%	...	480,675	598	530,409
2021	1	新着チケット お知らせ	応援選手別 商品おすすめ	861,072	800,796	...	2.5%	...	967,300	1,089	653,453
2021	1	応援選手別 商品紹介	カート情報 お知らせ	780,877	710,598	...	2.0%	...	1,369,800	1,640	1,476,879
2021	1	かご落ち商品 リマインド	新着商品 お知らせ	325,456	305,928	...	6.5%	...	353,600	1,656	473,401
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮		⋮		⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります

利用するデータファイル

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	性別	テキスト	-	-	○	-
5	年代	テキスト	-	-	○	-
6	エリア	テキスト	-	-	○	-
7	都道府県	テキスト	-	-	○	-
8	配信年月日	日付	-	●	-	-
9	配信年	テキスト	-	-	●	-
10	配信月	テキスト	-	-	●	-
11	配信日	テキスト	-	-	○	-
12	配信時間	テキスト	-	-	○	-
13	シナリオ名	テキスト	-	-	●	-
14	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
15	タイトル名	テキスト	-	-	○	-
16	配信数	整数	-	-	-	●
17	配信成功数	整数	-	-	-	●
18	クリック者数-計算用	整数	-	-	-	●
19	クリック数	整数	-	-	-	○
20	直帰数	整数	-	-	-	○
21	PV数	整数	-	-	-	○
22	購入数[直接]-計算用	整数	-	-	-	●
23	購入金額[直接]-計算用	整数	-	-	-	●
24	購入数[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	●
25	購入金額[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	●
26	購入数[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○
27	購入金額[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○
28	チャネル	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

施策分類

#

施策名

b→dash施策
からの効果
可視化

56

チャンネル別施策成果分析

[一覧へ戻る](#)



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	CVR (購入数)	購入数 [間接/配信]
2021	1	LINE	?	...	?
2021	1	アプリPush	?	...	?
2021	1	SMS	?	...	?
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

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	CVR (購入数)	購入数 [間接/配信]
2021	1	LINE	271,732	...	1.1%
2021	1	アプリPush	95,434	...	3.1%
2021	1	SMS	153,307	...	8.9%
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

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『チャネル』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/12/31

チャネル

アプローチ数

クリック数

購入数
[直接]

CVR
(購入数)

購入数
[間接/配信]

メール

49,246,212

3,364,152

61,812

1.8%

123,624

SMS

11,452,092

274,968

8,532

3.1%

11,172

LINE

1,839,684

19,728

1,068

5.4%

1,692

アプリPush

1,017,612

25,500

1,116

4.4%

2,088

⋮

⋮

⋮

⋮

⋮

⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



レポート：NO3『配信年/月 × チャンネル』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/12/31

配信年	配信月	チャンネル	アプローチ数	クリック数	購入数 [直接]	CVR (購入数)	購入数 [間接/配信]
2021	1	LINE	271,732	1,256	1020	1.1%	2,010
2021	1	アプリPush	95,434	2,291	480	3.1%	1,030
2021	1	SMS	153,307	1,644	250	8.9%	600
2021	1	メール	84,801	2,125	5,100	5.6%	10,200

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



利用するデータファイル

データ
ファイル名

チャンネル別施策成果分析用

#	データファイルを 構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/ 表側	計算用 指標
1	配信年月日-チャンネル	テキスト	●	-	-	-
2	配信年月日	日付	-	●	-	-
3	配信年	テキスト	-	-	●	-
4	配信月	テキスト	-	-	●	-
5	配信日	テキスト	-	-	○	-
6	配信時間	テキスト	-	-	○	-
7	チャンネル	テキスト	-	-	●	-

#	データファイルを 構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/ 表側	計算用 指標
8	アプローチ数-計算用	整数	-	-	-	●
9	クリック数-計算用	整数	-	-	-	●
10	購入数[直接]-計算用	整数	-	-	-	●
11	購入金額[直接]-計算用	整数	-	-	-	●
12	購入数[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	●
13	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。