

# 施策/分析一覧

生協事業者様向け

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/組合員の売上可視化	1	自社EC/店舗 売上分析	自社EC/店舗別に売上状況を可視化し、売上に寄与するチャネルを把握する	<a href="#">P7~12</a>
		2	チャネル別売上分析	販売チャネ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	<a href="#">P13~19</a>
		3	商品別売上分析	商品別に売上状況を可視化し、売上が変動した要因を把握する	<a href="#">P20~26</a>
		4	組合員属性別売上分析	組合員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	<a href="#">P27~33</a>
組合員状態を把握したい	会員推移の把握	5	月次組合員ステータス推移分析	月別に会員登録者数などの推移を可視化し、各指標が変動した要因を把握する	<a href="#">P35~41</a>
		6	週次組合員ステータス推移分析	週別に会員登録者数などの推移を可視化し、各指標が変動した要因を把握する	<a href="#">P42~48</a>
		7	日次組合員ステータス推移分析	日別に会員登録者数などの推移を可視化し、各指標が変動した要因を把握する	<a href="#">P49~55</a>
	優良組合員の把握	8	デシル分析	購入金額をもとに、ランクを10等分することで優良組合員を把握する	<a href="#">P56~59</a>
		9	RFM分析	組合員を「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、優良組合員を把握する	<a href="#">P60~63</a>
		10	年別購入状況分析	初回購入年別に購入状況を可視化し、次年度以降のリピート状況を把握する	<a href="#">P64~69</a>
在庫状態を確認したい	在庫の把握	11	在庫数推移分析	各商品ごとに在庫数の推移を可視化し、在庫状態を把握する	<a href="#">P71~75</a>
		12	在庫回転率分析	各商品ごとに在庫回転率を可視化し、在庫状態を把握する	<a href="#">P76~80</a>
LTV向上に向けた示唆を得たい	改善すべき歩留まりの把握	13	購入転換率分析	ビジネスプロセスにおける歩留まりを可視化し、改善すべきプロセスを把握する	<a href="#">P82~87</a>
		14	コホート分析	会員登録/初回購入した組合員の定着率を可視化し、改善すべきプロセスを把握する	<a href="#">P88~96</a>
		15	企画回単位のレポート率分析	企画回単位別にレポート状況を可視化し、改善すべきプロセスを把握する	<a href="#">P97~105</a>
	アプローチすべきタイミングの把握	16	F2転換タイミング分析	初回購入した組合員の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	<a href="#">P106~109</a>
		17	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	<a href="#">P110~117</a>
	アプローチすべき商品の把握	18	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	<a href="#">P118~125</a>
		19	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	<a href="#">P126~131</a>
		20	商品別の閲覧購入状況分析	各商品ごとに閲覧数や購入数などを可視化し、閲覧購入状況を把握する	<a href="#">P132~137</a>



# BI 分析一覧②

目的	分析分類	#	分析名	分析を通して実現できること	対象ページ
サイトアクセス 分析をしたい	アクセス状況の可視化	21	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	<a href="#">P139~142</a>
		22	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	<a href="#">P143~147</a>
		23	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	<a href="#">P148~152</a>
	アプリ利用状況の可視化	24	アプリ利用状況分析	アプリを利用している組合員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	<a href="#">P153~157</a>
		利用デバイスの可視化	25	利用デバイス分析	利用デバイス別に組合員数や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
	26		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	<a href="#">P163~167</a>
	27	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	<a href="#">P168~172</a>	
施策効果を 可視化したい	広告効果の可視化	28	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	<a href="#">P174~182</a>
		29	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	<a href="#">P183~190</a>
		30	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	<a href="#">P191~198</a>
		31	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	<a href="#">P199~203</a>
		32	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	<a href="#">P204~208</a>
		33	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	<a href="#">P209~213</a>
		34	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	<a href="#">P214~218</a>
	b→dash施策からの 効果可視化	35	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	<a href="#">P219~225</a>
		36	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	<a href="#">P226~232</a>
		37	メール開封時間帯分析	時間帯毎にメールを開封した組合員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	<a href="#">P233~237</a>
		38	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	<a href="#">P238~243</a>
		39	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	<a href="#">P244~250</a>
		40	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	<a href="#">P251~257</a>
		41	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	<a href="#">P258~264</a>
		42	チャネル別施策成果分析	チャネル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	<a href="#">P265~270</a>

**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/組合員の売上可視化	1	自社EC/店舗 売上分析	自社EC/店舗別に売上状況を可視化し、売上に寄与するチャネルを把握する	<a href="#">P7~12</a>
		2	チャネル別売上分析	販売チャネ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	<a href="#">P13~19</a>
		3	商品別売上分析	商品別に売上状況を可視化し、売上が変動した要因を把握する	<a href="#">P20~26</a>
		4	組合員属性別売上分析	組合員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	<a href="#">P27~33</a>
組合員状態を把握したい	会員推移の把握	5	月次組合員ステータス推移分析	月別に会員登録者数などの推移を可視化し、各指標が変動した要因を把握する	<a href="#">P35~41</a>
		6	週次組合員ステータス推移分析	週別に会員登録者数などの推移を可視化し、各指標が変動した要因を把握する	<a href="#">P42~48</a>
		7	日次組合員ステータス推移分析	日別に会員登録者数などの推移を可視化し、各指標が変動した要因を把握する	<a href="#">P49~55</a>
	優良組合員の把握	8	デシル分析	購入金額をもとに、ランクを10等分することで優良組合員を把握する	<a href="#">P56~59</a>
		9	RFM分析	組合員を「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、優良組合員を把握する	<a href="#">P60~63</a>
		10	年別購入状況分析	初回購入年別に購入状況を可視化し、次年度以降のリピート状況を把握する	<a href="#">P64~69</a>
在庫状態を確認したい	在庫の把握	11	在庫数推移分析	各商品ごとに在庫数の推移を可視化し、在庫状態を把握する	<a href="#">P71~75</a>
		12	在庫回転率分析	各商品ごとに在庫回転率を可視化し、在庫状態を把握する	<a href="#">P76~80</a>
LTV向上に向けた示唆を得たい	改善すべき歩留まりの把握	13	購入転換率分析	ビジネスプロセスにおける歩留まりを可視化し、改善すべきプロセスを把握する	<a href="#">P82~87</a>
		14	コホート分析	会員登録/初回購入した組合員の定着率を可視化し、改善すべきプロセスを把握する	<a href="#">P88~96</a>
		15	企画回単位のレポート率分析	企画回単位別にレポート状況を可視化し、改善すべきプロセスを把握する	<a href="#">P97~105</a>
	アプローチすべきタイミングの把握	16	F2転換タイミング分析	初回購入した組合員の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	<a href="#">P106~109</a>
		17	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	<a href="#">P110~117</a>
	アプローチすべき商品の把握	18	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	<a href="#">P118~125</a>
		19	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	<a href="#">P126~131</a>
		20	商品別の閲覧購入状況分析	各商品ごとに閲覧数や購入数などを可視化し、閲覧購入状況を把握する	<a href="#">P132~137</a>

分析分類	#	分析名
販売チャネル/ 商品/組合員の 売上可視化	1	<u>自社EC/店舗 売上分析</u>



# 実現できること



自社EC/店舗別に**売上状況を可視化し、**  
**売上に寄与するチャンネルを把握する**

## これまで

年	販売 チャンネル	1月	2月	12月
		売上金額	売上金額	売上金額
2019	自社EC			...
2019	店舗		???	...
2020	自社EC			...

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

## これから

年	販売 チャンネル	1月	2月	12月
		売上金額	売上金額	売上金額
2019	自社EC	340,400	371,170	...
2019	店舗	302,956	330,341	...
2020	自社EC	418,692	456,539	...

自社EC/店舗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
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：NO4『年 × 販売チャネル』

集計期間

2019/1/1 ~ 2021/12/31

年	販売チャネル	1月	2月	3月	4月	...	12月
		売上金額	売上金額	売上金額	売上金額		売上金額
2019	自社EC	340,400	371,170	218,900	379,400	...	392,100
2019	店舗	302,956	330,341	194,821	337,666	...	348,969
2020	自社EC	418,692	456,539	269,247	466,662	...	482,283
2020	店舗	374,440	408,287	240,790	417,340	...	431,310
2021	自社EC	449,328	489,944	288,948	500,808	...	517,572
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮		⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



# 利用するデータファイル①

データ  
ファイル名

## 自社EC/店舗 売上分析用

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
1	注文明細ID	テキスト	●	-	●	-
2	注文ID	テキスト	-	-	○	-
3	注文年月日	日付	-	●	-	-
4	注文年	テキスト	-	-	●	-
5	注文月	テキスト	-	-	● (表頭)	-
6	注文日	テキスト	-	-	○	-
7	注文時間	テキスト	-	-	○	-
8	注文曜日	テキスト	-	-	○	-
9	平日フラグ	真偽値	-	-	○	-
10	企画回	テキスト	-	-	○	-
11	販売チャンネル	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
12	販売チャンネル_詳細	テキスト	-	-	○	-
13	購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
14	購入回数-計算用	テキスト	-	-	-	○
15	数量-計算用	整数	-	-	-	○
16	売上金額-計算用	整数	-	-	-	●
17	利用ポイント数-計算用	整数	-	-	-	○
18	商品ID	テキスト	-	-	○	-
19	品番	テキスト	-	-	○	-
20	商品名	テキスト	-	-	○	-
21	商品ブランドID	テキスト	-	-	○	-
22	商品ブランド名	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります



# 利用するデータファイル②

データ  
ファイル名

## 自社EC/店舗 売上分析用

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
23	商品カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
24	商品カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
25	商品サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	○	-
26	商品サブカテゴリ名_1	テキスト	-	-	○	-
27	商品サブカテゴリID_2	テキスト	-	-	○	-
28	商品サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
29	カラー	テキスト	-	-	○	-
30	サイズ	テキスト	-	-	○	-
31	組合員ID	テキスト	-	-	○	-
32	性別	テキスト	-	-	○	-
33	年代	テキスト	-	-	○	-

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
34	年齢	テキスト	-	-	○	-
35	エリア	テキスト	-	-	○	-
36	都道府県	テキスト	-	-	○	-
37	会員種別	テキスト	-	-	○	-
38	会員ランク	テキスト	-	-	○	-
39	支払方法	テキスト	-	-	○	-
40	流入チャネル	テキスト	-	-	○	-
41	注文金額帯	テキスト	-	-	○	-
42	新規/リピート	テキスト	-	-	○	-
43	返品年月日	日付	-	○	-	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
販売チャネル/ 商品/組合員の 売上可視化	2	<u>チャンネル別売上分析</u>



# 実現できること



販売チャンネル別に**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	日	販売チャンネル	売上金額
2021	1	1	自社EC	
2021	1	1	店舗	???
2021	1	1	モール	
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

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

## これから

年	月	日	販売チャンネル	売上金額
2021	1	1	自社EC	497,080
2021	1	1	店舗	286,231
2021	1	1	モール	175,896
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

販売チャンネル別の売上状況を可視化することで、  
**改善箇所を把握し、**  
**効果的な施策の実施/検証を行うことができる**



# 本レポートで確認可能な代表的な項目

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

etc...

# レポート : NO3『年/月/日 × 販売チャネル』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/1/31

年	月	日	販売チャネル	売上金額
2021	1	1	自社EC	497,080
2021	1	1	店舗	286,231
2021	1	1	モール	175,896
2021	1	2	自社EC	571,642
2021	1	2	店舗	343,478
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※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	日	販売チャネル	販売チャネル詳細	売上金額
2021	1	1	EC	自社EC	159,906
2021	1	1	店舗	大宮店	135,920
2021	1	1	店舗	渋谷店	150,311
2021	1	1	モール	Amazon	89,547
2021	1	1	モール	楽天	86,349
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



# 利用するデータファイル①

データ  
ファイル名

## 自社EC/店舗 売上分析用

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
1	注文明細ID	テキスト	●	-	●	-
2	注文ID	テキスト	-	-	●	-
3	注文年月日	日付	-	●	-	-
4	注文年	テキスト	-	-	●	-
5	注文月	テキスト	-	-	●	-
6	注文日	テキスト	-	-	○ (表頭)	-
7	注文時間	テキスト	-	-	○	-
8	注文曜日	テキスト	-	-	○	-
9	平日フラグ	真偽値	-	-	○	-
10	企画回	テキスト	-	-	-	○
11	販売チャンネル	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
12	販売チャンネル_詳細	テキスト	-	-	●	-
13	購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
14	購入回数-計算用	テキスト	-	-	-	○
15	数量-計算用	整数	-	-	-	○
16	売上金額-計算用	整数	-	-	-	●
17	利用ポイント数-計算用	整数	-	-	-	○
18	商品ID	テキスト	-	-	○	-
19	品番	テキスト	-	-	○	-
20	商品名	テキスト	-	-	○	-
21	商品ブランドID	テキスト	-	-	○	-
22	商品ブランド名	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります



# 利用するデータファイル②

データ  
ファイル名

## 自社EC/店舗 売上分析用

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
23	商品カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
24	商品カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
25	商品サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	○	-
26	商品サブカテゴリ名_1	テキスト	-	-	○	-
27	商品サブカテゴリID_2	テキスト	-	-	○	-
28	商品サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
29	カラー	テキスト	-	-	○	-
30	サイズ	テキスト	-	-	○	-
31	組合員ID	テキスト	-	-	○	-
32	性別	テキスト	-	-	○	-
33	年代	テキスト	-	-	○	-

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
34	年齢	テキスト	-	-	○	-
35	エリア	テキスト	-	-	○	-
36	都道府県	テキスト	-	-	○	-
37	会員種別	テキスト	-	-	○	-
38	会員ランク	テキスト	-	-	○	-
39	支払方法	テキスト	-	-	○	-
40	流入チャネル	テキスト	-	-	○	-
41	注文金額帯	テキスト	-	-	○	-
42	新規/リピート	テキスト	-	○	-	-
43	返品年月日	日付	-	○	-	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
販売チャネル/ 商品/組合員の 売上可視化	3	<b>商品別売上分析</b>



# 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
野菜カレー			
豆腐ハンバーグ		???	
ほうれんそうスープ			

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
野菜カレー	10,120	15,000	3,828,600
豆腐ハンバーグ	8,602	12,750	3,254,310
ほうれんそうスープ	9,007	13,350	3,407,454

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



# 本レポートで確認可能な代表的な項目

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

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

etc...



# レポート：NO1『商品名』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/1/31

商品名	購入者数	購入回数	売上金額
野菜カレー	10,120	15,000	3,828,600
豆腐ハンバーグ	8,602	12,750	3,254,310
ほうれんそうスープ	9,007	13,350	3,407,454
あんかけ豆腐の素	9,310	13,800	3,522,312
わかめスープ	11,334	16,800	4,288,032
⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



# レポート : NO4『商品カテゴリ × 商品名』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/1/31

商品カテゴリ	商品名	購入者数	購入回数	売上金額
レトルト食品	野菜カレー	10,120	15,000	3,828,600
レトルト食品	豆腐ハンバーグ	8,602	12,750	3,254,310
レトルト食品	ほうれんそうスープ	9,007	13,350	3,407,454
レトルト食品	あんかけ豆腐の素	9,310	13,800	3,522,312
レトルト食品	わかめスープ	11,334	16,800	4,288,032
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



# 利用するデータファイル①

データ  
ファイル名

## 自社EC/店舗 売上分析用

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
1	注文明細ID	テキスト	●	-	-	-
2	注文ID	テキスト	-	-	○	-
3	注文年月日	日付	-	●	-	-
4	注文年	テキスト	-	-	○	-
5	注文月	テキスト	-	-	○	-
6	注文日	テキスト	-	-	○	-
7	注文時間	テキスト	-	-	○	-
8	注文曜日	テキスト	-	-	○	-
9	平日フラグ	真偽値	-	-	○	-
10	企画回	テキスト	-	-	-	○
11	販売チャンネル	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
12	販売チャンネル_詳細	テキスト	-	-	○	-
13	購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
14	購入回数-計算用	テキスト	-	-	-	●
15	数量-計算用	整数	-	-	-	○
16	売上金額-計算用	整数	-	-	-	●
17	利用ポイント数-計算用	整数	-	-	-	○
18	商品ID	テキスト	-	-	○	-
19	品番	テキスト	-	-	○	-
20	商品名	テキスト	-	-	●	-
21	商品ブランドID	テキスト	-	-	○	-
22	商品ブランド名	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります



# 利用するデータファイル②

データ  
ファイル名

## 自社EC/店舗 売上分析用

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
23	商品カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
24	商品カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
25	商品サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	○	-
26	商品サブカテゴリ名_1	テキスト	-	-	○	-
27	商品サブカテゴリID_2	テキスト	-	-	○	-
28	商品サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
29	カラー	テキスト	-	-	○	-
30	サイズ	テキスト	-	-	○	-
31	組合員ID	テキスト	-	-	○	-
32	性別	テキスト	-	-	○	-
33	年代	テキスト	-	-	○	-

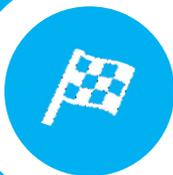
#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
34	年齢	テキスト	-	-	○	-
35	エリア	テキスト	-	-	○	-
36	都道府県	テキスト	-	-	○	-
37	会員種別	テキスト	-	-	○	-
38	会員ランク	テキスト	-	-	○	-
39	支払方法	テキスト	-	-	○	-
40	流入チャネル	テキスト	-	-	○	-
41	注文金額帯	テキスト	-	-	○	-
42	新規/リピート	テキスト	-	-	○	-
43	返品年月日	日付	-	○	-	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
販売チャネル/ 商品/組合員の 売上可視化	4	<b>組合員属性別売上分析</b>



# 実現できること



組合員属性別に**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			

組合員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	5,920	7,023	9,832,200
20	7,282	8,638	12,093,606
30	7,755	9,200	12,880,182

組合員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 × 商品カテゴリ × 都道府県

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

etc...



# レポート：NO2『年代』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/1/31

年代	購入者数	購入回数	売上金額
10	5,920	7,023	9,832,200
20	7,282	8,638	12,093,606
30	7,755	9,200	12,880,182
40	9,058	10,745	15,043,266
50	8,821	10,464	14,649,978
⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



# レポート：NO6『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	20,194	23,957	33,539,601
2021	1	女	24,839	29,467	41,253,709
2021	2	男	26,455	31,383	43,936,877
2021	2	女	30,897	36,654	51,315,589
2021	3	男	30,090	35,696	49,974,005
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



# 利用するデータファイル①

データ  
ファイル名

## 自社EC/店舗 売上分析用

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
1	注文明細ID	テキスト	●	-	-	-
2	注文ID	テキスト	-	-	○	-
3	注文年月日	日付	-	●	-	-
4	注文年	テキスト	-	-	○	-
5	注文月	テキスト	-	-	○	-
6	注文日	テキスト	-	-	○	-
7	注文時間	テキスト	-	-	○	-
8	注文曜日	テキスト	-	-	○	-
9	平日フラグ	真偽値	-	-	○	-
10	企画回	テキスト	-	-	-	○
11	販売チャンネル	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
12	販売チャンネル_詳細	テキスト	-	-	○	-
13	購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
14	購入回数-計算用	テキスト	-	-	-	●
15	数量-計算用	整数	-	-	-	○
16	売上金額-計算用	整数	-	-	-	●
17	利用ポイント数-計算用	整数	-	-	-	○
18	商品ID	テキスト	-	-	○	-
19	品番	テキスト	-	-	○	-
20	商品名	テキスト	-	-	○	-
21	商品ブランドID	テキスト	-	-	○	-
22	商品ブランド名	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります



# 利用するデータファイル②

データ  
ファイル名

## 自社EC/店舗 売上分析用

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
23	商品カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
24	商品カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
25	商品サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	○	-
26	商品サブカテゴリ名_1	テキスト	-	-	○	-
27	商品サブカテゴリID_2	テキスト	-	-	○	-
28	商品サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
29	カラー	テキスト	-	-	○	-
30	サイズ	テキスト	-	-	○	-
31	組合員ID	テキスト	-	-	○	-
32	性別	テキスト	-	-	○	-
33	年代	テキスト	-	-	○	-

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
34	年齢	テキスト	-	-	○	-
35	エリア	テキスト	-	-	○	-
36	都道府県	テキスト	-	-	○	-
37	会員種別	テキスト	-	-	○	-
38	会員ランク	テキスト	-	-	○	-
39	支払方法	テキスト	-	-	○	-
40	流入チャネル	テキスト	-	-	○	-
41	注文金額帯	テキスト	-	-	○	-
42	新規/リピート	テキスト	-	-	○	-
43	返品年月日	日付	-	○	-	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります



# BI 分析一覧①

目的	分析分類	#	分析名	分析を通して実現できること	対象ページ
売上を可視化したい	販売チャネル/商品/組合員の売上可視化	1	自社EC/店舗 売上分析	自社EC/店舗別に売上状況を可視化し、売上に寄与するチャネルを把握する	<a href="#">P7~12</a>
		2	チャネル別売上分析	販売チャネ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	<a href="#">P13~19</a>
		3	商品別売上分析	商品別に売上状況を可視化し、売上が変動した要因を把握する	<a href="#">P20~26</a>
		4	組合員属性別売上分析	組合員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	<a href="#">P27~33</a>
組合員状態を把握したい	会員推移の把握	5	月次組合員ステータス推移分析	月別に会員登録者数などの推移を可視化し、各指標が変動した要因を把握する	<a href="#">P35~41</a>
		6	週次組合員ステータス推移分析	週別に会員登録者数などの推移を可視化し、各指標が変動した要因を把握する	<a href="#">P42~48</a>
		7	日次組合員ステータス推移分析	日別に会員登録者数などの推移を可視化し、各指標が変動した要因を把握する	<a href="#">P49~55</a>
	優良組合員の把握	8	デシル分析	購入金額をもとに、ランクを10等分することで優良組合員を把握する	<a href="#">P56~59</a>
		9	RFM分析	組合員を「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、優良組合員を把握する	<a href="#">P60~63</a>
		10	年別購入状況分析	初回購入年別に購入状況を可視化し、次年度以降のリピート状況を把握する	<a href="#">P64~69</a>
在庫状態を確認したい	在庫の把握	11	在庫数推移分析	各商品ごとに在庫数の推移を可視化し、在庫状態を把握する	<a href="#">P71~75</a>
		12	在庫回転率分析	各商品ごとに在庫回転率を可視化し、在庫状態を把握する	<a href="#">P76~80</a>
LTV向上に向けた示唆を得たい	改善すべき歩留まりの把握	13	購入転換率分析	ビジネスプロセスにおける歩留まりを可視化し、改善すべきプロセスを把握する	<a href="#">P82~87</a>
		14	コホート分析	会員登録/初回購入した組合員の定着率を可視化し、改善すべきプロセスを把握する	<a href="#">P88~96</a>
		15	企画回単位のレポート率分析	企画回単位別にレポート状況を可視化し、改善すべきプロセスを把握する	<a href="#">P97~105</a>
	アプローチすべきタイミングの把握	16	F2転換タイミング分析	初回購入した組合員の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	<a href="#">P106~109</a>
		17	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	<a href="#">P110~117</a>
	アプローチすべき商品の把握	18	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	<a href="#">P118~125</a>
		19	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	<a href="#">P126~131</a>
		20	商品別の閲覧購入状況分析	各商品ごとに閲覧数や購入数などを可視化し、閲覧購入状況を把握する	<a href="#">P132~137</a>

分析分類	#	分析名
会員推移の把握	5	<u>月次組合員ステータス推移分析</u>



# 実現できること



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

## これまで

年	1月	2月	3月	...	12月
	会員登録者数	会員登録者数	会員登録者数		会員登録者数
2017				...	
2018		???		...	
2019				...	
⋮	⋮	⋮	⋮		⋮

月別に会員登録者数などの推移を可視化できておらず、**改善箇所の把握**、および、**効果的な施策を実施することができていない**

## これから

年	1月	2月	3月	...	12月
	会員登録者数	会員登録者数	会員登録者数		会員登録者数
2017	1,250	1,150	1,000	...	1,200
2018	980	1,050	1,356	...	1,260
2019	988	1,404	1,080	...	1,296
⋮	⋮	⋮	⋮		⋮

月別に会員登録者数などの推移を可視化することで、**改善箇所を把握し**、**効果的な施策の実施/検証を行うことができる**



# 本レポートで確認可能な代表的な項目

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

etc...



# レポート：NO1『年/月』

集計期間

開始日なし ~ 終了日なし

年	1月	2月	3月	4月	...	12月
	会員登録者数	会員登録者数	会員登録者数	会員登録者数		会員登録者数
2017	1,250	1,150	1,000	1,500	...	1,200
2018	980	1,050	1,356	1,575	...	1,260
2019	988	1,404	1,080	1,620	...	1,296
2020	1,020	1,332	1,443	1,665	...	1,332
2021	1,130	1,140	1,496	1,695	...	1,356
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮		⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



# レポート：NO3『年/月 × 年代』

集計期間

開始日なし ~ 終了日なし

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

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



# 利用するデータファイル①

データ  
ファイル名

## 月次組合員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	組合員ID-年-月	テキスト	●	-	●	-
2	組合員ID	テキスト	-	-	○	-
3	LINE ID	テキスト	-	-	○	-
4	年	テキスト	-	-	●	-
5	月	テキスト	-	-	●	-
6	累計組合員加入者数-計算用	テキスト	-	-	● (表頭)	-
7	新規組合員加入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
8	累計EC会員登録者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
9	新規EC会員登録者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
10	累計購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
11	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
12	当月購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
13	累計宅配利用者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
14	新規宅配利用者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
15	当月宅配利用者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
16	累計退会者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
17	新規退会者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
18	累計購入回数-計算用	整数	-	-	-	○
19	新規購入回数-計算用	整数	-	-	-	○
20	当月購入回数-計算用	整数	-	-	-	○
21	累計購入回数(EC)-計算用	整数	-	-	-	○
22	新規購入回数(EC)-計算用	整数	-	-	-	○

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります



# 利用するデータファイル②

## データ ファイル名

## 月次組合員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
23	当月購入回数(EC)-計算用	整数	-	-	-	○
24	累計購入回数(店舗)-計算用	整数	-	-	-	○
25	新規購入回数(店舗)-計算用	整数	-	-	-	○
26	当月購入回数(店舗)-計算用	整数	-	-	-	○
27	累計購入金額-計算用	整数	-	-	-	○
28	新規購入金額-計算用	整数	-	-	-	○
29	当月購入金額-計算用	整数	-	-	-	○
30	累計購入金額(EC)-計算用	整数	-	-	-	○
31	新規購入金額(EC)-計算用	整数	-	-	-	○
32	当月購入金額(EC)-計算用	整数	-	-	-	○
33	累計購入金額(店舗)-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
34	新規購入金額(店舗)-計算用	整数	-	-	-	○
35	当月購入金額(店舗)-計算用	整数	-	-	-	○
36	累計LINE ID連携数-計算用	テキスト	-	-	-	○
37	新規LINE ID連携数-計算用	テキスト	-	-	-	○
38	性別	テキスト	-	-	○	-
39	年代	テキスト	-	-	○	-
40	年齢	テキスト	-	-	○	-
41	エリア	テキスト	-	-	○	-
42	都道府県	テキスト	-	-	○	-
43	会員種別	テキスト	-	-	○	-
44	会員ランク	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
会員推移の把握	6	<u>週次組合員ステータス推移分析</u>



# 実現できること



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

## これまで

年	月	1週目	2週目	4週目
		会員登録者数	会員登録者数	会員登録者数
2020	1			...
2020	2		???	...
2020	3			...
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

週別に会員登録者数などの推移を可視化できておらず、**改善箇所の把握**、および、**効果的な施策を実施することができていない**

## これから

年	月	1週目	2週目	4週目
		会員登録者数	会員登録者数	会員登録者数
2020	1	200	400	100
2020	2	210	420	105
2020	3	216	432	108
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

週別に会員登録者数などの推移を可視化することで、**改善箇所を把握し**、**効果的な施策の実施/検証を行うことができる**



# 本レポートで確認可能な代表的な項目

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

etc...



# レポート：NO1『年/月/週』

集計期間

開始日なし ~ 終了日なし

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

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



# レポート：NO3『年/月/週 × 年代』

集計期間

開始日なし ~ 終了日なし

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

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



# 利用するデータファイル①

データ  
ファイル名

## 週次組合員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	組合員ID-年-月-週	テキスト	●	-	●	-
2	組合員ID	テキスト	-	-	○	-
3	LINE ID	テキスト	-	-	○	-
4	年	テキスト	-	-	●	-
5	月	テキスト	-	-	●	-
6	週	テキスト	-	-	● (表頭)	-
7	累計組合員加入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
8	新規組合員加入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
9	累計EC会員登録者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
10	新規EC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	●	-	●	-

#	データファイルを構成しているカラム	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	当週購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
14	累計宅配利用者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
15	新規宅配利用者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
16	当月宅配利用者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
17	累計退会者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
18	新規退会者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
19	累計購入回数-計算用	整数	-	-	-	○
20	新規購入回数-計算用	整数	-	-	-	○
21	当週購入回数-計算用	整数	-	-	-	○
22	累計購入回数(EC)-計算用	整数	-	-	-	○
23	新規購入回数(EC)-計算用	整数	-	-	-	○

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります



# 利用するデータファイル②

データ  
ファイル名

## 週次組合員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
24	当週購入回数(EC)-計算用	整数	-	-	-	○
25	累計購入回数(店舗)-計算用	整数	-	-	-	○
26	新規購入回数(店舗)-計算用	整数	-	-	-	○
27	当週購入回数(店舗)-計算用	整数	-	-	-	○
28	累計購入金額-計算用	整数	-	-	-	○
29	新規購入金額-計算用	整数	-	-	-	○
30	当週購入金額-計算用	整数	-	-	-	○
31	累計購入金額(EC)-計算用	整数	-	-	-	○
32	新規購入金額(EC)-計算用	整数	-	-	-	○
33	当週購入金額(EC)-計算用	整数	-	-	-	○
34	累計購入金額(店舗)-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
35	新規購入金額(店舗)-計算用	整数	-	-	-	○
36	当週購入金額(店舗)-計算用	整数	-	-	-	○
37	累計LINE ID連携数-計算用	テキスト	-	-	-	○
38	新規LINE ID連携数-計算用	テキスト	-	-	-	○
39	性別	テキスト	-	-	○	-
40	年代	テキスト	-	-	○	-
41	年齢	テキスト	-	-	○	-
42	エリア	テキスト	-	-	○	-
43	都道府県	テキスト	-	-	○	-
44	会員種別	テキスト	-	-	○	-
45	会員ランク	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
会員推移の把握	7	<u>日次組合員ステータス推移分析</u>



# 実現できること



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

## これまで

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

日別に会員登録者数などの推移を可視化できておらず、**改善箇所の把握**、および、**効果的な施策を実施することができていない**

## これから

年	月	1日	2日	31日
		会員登録者数	会員登録者数	会員登録者数
2020	1	30	40	...
2020	2	32	42	...
2020	3	32	43	...
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

日別に会員登録者数などの推移を可視化することで、**改善箇所を把握し**、**効果的な施策の実施/検証を行うことができる**



# 本レポートで確認可能な代表的な項目

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

etc...



# レポート：NO1『年/月/日』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/12/31

年	月	1日	2日	3日	4日	...	31日
		会員登録者数	会員登録者数	会員登録者数	会員登録者数		会員登録者数
2021	1	30	40	40	55	...	35
2021	2	32	42	42	58	...	-
2021	3	32	43	42	59	...	38
2021	4	33	44	43	61	...	-
2021	5	34	45	45	62	...	40
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮		⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



# レポート：NO3『年/月/日 × 年代』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/1/31

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

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



# 利用するデータファイル①

## データ ファイル名

## 日次組合員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	組合員ID-年-月-日	テキスト	●	-	●	-
2	組合員ID	テキスト	-	-	○	-
3	LINE ID	テキスト	-	-	○	-
4	年	テキスト	-	-	●	-
5	月	テキスト	-	-	●	-
6	日	テキスト	-	-	● (表頭)	-
7	累計組合員加入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
8	新規組合員加入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
9	累計EC会員登録者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
10	新規EC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	-	-	-	○

#	データファイルを構成しているカラム	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	当日購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
14	累計宅配利用者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
15	新規宅配利用者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
16	当月宅配利用者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
17	累計退会者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
18	新規退会者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
19	累計購入回数-計算用	整数	-	-	-	○
20	新規購入回数-計算用	整数	-	-	-	○
21	当日購入回数-計算用	整数	-	-	-	○
22	累計購入回数(EC)-計算用	整数	-	-	-	○
23	新規購入回数(EC)-計算用	整数	-	-	-	○

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります



# 利用するデータファイル②

データ  
ファイル名

## 日次組合員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
24	当日購入回数(EC)-計算用	整数	-	-	-	○
25	累計購入回数(店舗)-計算用	整数	-	-	-	○
26	新規購入回数(店舗)-計算用	整数	-	-	-	○
27	当日購入回数(店舗)-計算用	整数	-	-	-	○
28	累計購入金額-計算用	整数	-	-	-	○
29	新規購入金額-計算用	整数	-	-	-	○
30	当日購入金額-計算用	整数	-	-	-	○
31	累計購入金額(EC)-計算用	整数	-	-	-	○
32	新規購入金額(EC)-計算用	整数	-	-	-	○
33	当日購入金額(EC)-計算用	整数	-	-	-	○
34	累計購入金額(店舗)-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
35	新規購入金額(店舗)-計算用	整数	-	-	-	○
36	当日購入金額(店舗)-計算用	整数	-	-	-	○
37	累計LINE ID連携数-計算用	テキスト	-	-	-	○
38	新規LINE ID連携数-計算用	テキスト	-	-	-	○
39	性別	テキスト	-	-	○	-
40	年代	テキスト	-	-	○	-
41	年齢	テキスト	-	-	○	-
42	エリア	テキスト	-	-	○	-
43	都道府県	テキスト	-	-	○	-
44	会員種別	テキスト	-	-	○	-
45	会員ランク	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
優良組合員の 把握	8	<u>デシル分析</u>



# 実現できること



購入金額をもとに、**ランクを10等分**することで  
**優良組合員を把握**する

## これまで

顧客ランク	購入者数	合計 購入金額	1人あたりの 平均購入回数
ランク1		...	
ランク2		???	...
ランク3		...	

購入金額をもとに優良組合員を分類できておらず、  
**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	1人あたりの 平均購入回数
ランク1	20	4,039,100	1.0
ランク2	20	2,755,500	1.0
ランク3	20	2,020,400	1.0

購入金額をもとに優良組合員を分類することで、  
**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**

# レポート

集計期間 90日前 ~ 終了日なし

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



# 利用するデータファイル

データ  
ファイル名

## デシル分析用

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
1	注文ID	テキスト	●	-	-	●
2	注文日	テキスト	-	●	-	-
3	組合員ID	テキスト	-	-	-	●
4	注文金額	整数	-	-	-	●
5	性別	テキスト	-	-	○	-
6	年代	テキスト	-	-	○	-

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
7	年齢	テキスト	-	-	○	-
8	エリア	テキスト	-	-	○	-
9	都道府県	テキスト	-	-	○	-
10	会員種別	テキスト	-	-	○	-
11	会員ランク	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
優良組合員の把握	9	<u>RFM分析</u>



# 実現できること



組合員を「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、優良組合員を把握する

## これまで

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

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

## これから

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

組合員を分類することで、  
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	注文ID	テキスト	●	-	-	-
2	注文日	テキスト	-	●	-	-
3	組合員ID	テキスト	-	-	-	●
4	注文金額	整数	-	-	-	●
5	性別	テキスト	-	-	○	-
6	年代	テキスト	-	-	○	-
7	年齢	テキスト	-	-	○	-
8	エリア	テキスト	-	-	○	-
9	都道府県	テキスト	-	-	○	-
10	会員種別	テキスト	-	-	○	-
11	会員ランク	テキスト	-	-	○	-
12	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
13	購入品番	テキスト	-	-	-	○
14	購入商品名	テキスト	-	-	-	○
15	購入商品ブランドID	テキスト	-	-	-	○
16	購入商品ブランド名	テキスト	-	-	-	○
17	購入商品カテゴリID	テキスト	-	-	-	○
18	購入商品カテゴリ名	テキスト	-	-	-	○
19	購入商品サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	-	○
20	購入商品サブカテゴリ名_1	テキスト	-	-	-	○
21	購入商品サブカテゴリID_2	テキスト	-	-	-	○
22	購入商品サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	-	○
23	購入商品カラー	テキスト	-	-	-	○
24	購入商品サイズ	テキスト	-	-	-	○

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
優良組合員の 把握	10	<u>年別購入状況分析</u>



# 実現できること



初回購入年別に**購入状況を可視化し、**  
**次年度以降のリピート状況を把握する**

## これまで

初回購入年	2020年			
	購入者数	昨年から継続者数	継続率	累計購入金額
2015			...	
2016		???	...	
2017			...	

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

## これから

初回購入年	2020年			
	購入者数	昨年から継続者数	継続率	累計購入金額
2015	11,038	4,345	38.9%	228(百万)
2016	10,997	4,509	41.0%	231(百万)
2017	10,172	4,374	43.0%	192(百万)

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



# 本レポートで確認可能な代表的な項目

NO	項目
1	初回購入年



# レポート：NO1『初回購入年』

集計期間

2015/1/1 ~ 2021/12/31

初回購入年	2020年						
	購入者数	昨年からの継続者数	継続率	平均購入回数	累計購入回数	購入単価	累計購入金額
2015	11,038	4,345	38.9%	3.3	36,425	6,280	228,751,512
2016	10,997	4,509	41.0%	3.4	37,390	6,200	231,816,760
2017	10,172	4,374	43.0%	3.1	31,533	6,110	192,667,852
2018	9,871	4,047	41.0%	2.9	28,626	6,120	175,190,508
2019	9,224	3,597	39.0%	3.1	28,594	5,990	171,280,456
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



# 利用するデータファイル①

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	組合員ID-購入年	テキスト	●	-	-	-
2	組合員ID	テキスト	-	-	○	-
3	購入年月日	日付	-	●	-	-
4	購入年	テキスト	-	-	● (表頭)	-
5	購入月	テキスト	-	-	○	-
6	購入日	テキスト	-	-	○	-
7	初回購入年月日	日付	-	○	-	-
8	初回購入年	テキスト	-	-	●	-
9	初回購入月	テキスト	-	-	○	-

#	データファイルを構成しているカラム	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	初回購入日	テキスト	-	-	○	-
11	初回購入年月日(EC)	日付	-	○	-	-
12	初回購入年(EC)	テキスト	-	-	○	-
13	初回購入月(EC)	テキスト	-	-	○	-
14	初回購入日(EC)	テキスト	-	-	○	-
15	初回購入年月日(店舗)	日付	-	○	-	-
16	初回購入年(店舗)	テキスト	-	-	○	-
17	初回購入月(店舗)	テキスト	-	-	○	-
18	初回購入日(店舗)	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

## 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
19	当年購入者-計算用	テキスト	-	-	-	●
20	当年購入者(EC)-計算用	テキスト	-	-	-	○
21	当年購入者(店舗)-計算用	テキスト	-	-	-	○
22	昨年からの継続者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
23	購入回数-計算用	整数	-	-	-	●
24	購入回数(EC)-計算用	整数	-	-	-	○
25	購入回数(店舗)-計算用	整数	-	-	-	○
26	購入金額-計算用	整数	-	-	-	●
27	購入金額(EC)-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
28	購入金額(店舗)-計算用	整数	-	-	-	○
29	来店回数-計算用	整数	-	-	○	-
30	性別	テキスト	-	-	○	-
31	年代	テキスト	-	-	○	-
32	年齢	テキスト	-	-	○	-
33	エリア	テキスト	-	-	○	-
34	都道府県	テキスト	-	-	○	-
35	会員種別	テキスト	-	-	○	-
36	会員ランク	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 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/組合員の売上可視化	1	自社EC/店舗 売上分析	自社EC/店舗別に売上状況を可視化し、売上に寄与するチャネルを把握する	<a href="#">P7~12</a>
		2	チャネル別売上分析	販売チャネ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	<a href="#">P13~19</a>
		3	商品別売上分析	商品別に売上状況を可視化し、売上が変動した要因を把握する	<a href="#">P20~26</a>
		4	組合員属性別売上分析	組合員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	<a href="#">P27~33</a>
組合員状態を把握したい	会員推移の把握	5	月次組合員ステータス推移分析	月別に会員登録者数などの推移を可視化し、各指標が変動した要因を把握する	<a href="#">P35~41</a>
		6	週次組合員ステータス推移分析	週別に会員登録者数などの推移を可視化し、各指標が変動した要因を把握する	<a href="#">P42~48</a>
		7	日次組合員ステータス推移分析	日別に会員登録者数などの推移を可視化し、各指標が変動した要因を把握する	<a href="#">P49~55</a>
	優良組合員の把握	8	デシル分析	購入金額をもとに、ランクを10等分することで優良組合員を把握する	<a href="#">P56~59</a>
		9	RFM分析	組合員を「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、優良組合員を把握する	<a href="#">P60~63</a>
		10	年別購入状況分析	初回購入年別に購入状況を可視化し、次年度以降のレポート状況を把握する	<a href="#">P64~69</a>
在庫状態を確認したい	在庫の把握	11	在庫数推移分析	各商品ごとに在庫数の推移を可視化し、在庫状態を把握する	<a href="#">P71~75</a>
		12	在庫回転率分析	各商品ごとに在庫回転率を可視化し、在庫状態を把握する	<a href="#">P76~80</a>
LTV向上に向けた示唆を得たい	改善すべき歩留まりの把握	13	購入転換率分析	ビジネスプロセスにおける歩留まりを可視化し、改善すべきプロセスを把握する	<a href="#">P82~87</a>
		14	コホート分析	会員登録/初回購入した組合員の定着率を可視化し、改善すべきプロセスを把握する	<a href="#">P88~96</a>
		15	企画回単位のレポート率分析	企画回単位別にレポート状況を可視化し、改善すべきプロセスを把握する	<a href="#">P97~105</a>
	アプローチすべきタイミングの把握	16	F2転換タイミング分析	初回購入した組合員の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	<a href="#">P106~109</a>
		17	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	<a href="#">P110~117</a>
	アプローチすべき商品の把握	18	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	<a href="#">P118~125</a>
		19	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	<a href="#">P126~131</a>
		20	商品別の閲覧購入状況分析	各商品ごとに閲覧数や購入数などを可視化し、閲覧購入状況を把握する	<a href="#">P132~137</a>

分析分類	#	分析名
在庫の把握	11	<b>在庫数推移分析</b>



# 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	野菜カレー 平均在庫数	豆腐ハンバーグ 平均在庫数	鯖カレー缶詰 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	野菜カレー 平均在庫数	豆腐ハンバーグ 平均在庫数	鯖カレー缶詰 平均在庫数
2021	1	300	420	... 350
2021	2	306	428	... 357
2021	3	327	458	... 382
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

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



# 本レポートで確認可能な代表的な項目

NO	項目
1	年/月 × 商品名
2	年/月/日 × 商品名

etc...



# レポート：NO1『年/月 × 商品名』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/12/31

年	月	野菜カレー	豆腐ハンバーグ	ほうれんそうスープ	あんかけ豆腐の素	わかめスープ	...	鯖カレー缶詰
		平均在庫数	平均在庫数	平均在庫数	平均在庫数	平均在庫数		平均在庫数
2021	1	300	420	400	556	490	...	350
2021	2	306	428	408	567	500	...	357
2021	3	327	458	436	606	534	...	382
2021	4	336	470	448	623	549	...	392
2021	5	339	475	452	628	554	...	396
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



# 利用するデータファイル

データ  
ファイル名

## 在庫分析用

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

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

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
在庫の把握	12	<b>在庫回転率分析</b>



# 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	野菜カレー	...	
2021	2	豆腐ハンバーグ	? ? ?	
2021	3	ほうれんそう スープ	...	

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	野菜カレー	400	0.7
2021	2	豆腐ハンバーグ	408	0.8
2021	3	ほうれんそう スープ	436	0.6

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



# 本レポートで確認可能な代表的な項目

NO	項目
1	年/月 × 商品名
2	年/月/日 × 商品名

etc...



# レポート：NO1『年/月 × 商品名』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/1/31

年	月	商品名	累計売上点数	平均在庫数	在庫回転率
2021	1	野菜カレー	400	535	0.7
2021	1	豆腐ハンバーグ	408	530	0.8
2021	1	ほうれんそうスープ	436	710	0.6
2021	1	あんかけ豆腐の素	390	599	0.7
2021	1	わかめスープ	452	605	0.7
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



# 利用するデータファイル

データ  
ファイル名

## 在庫分析用

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

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

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります



# BI 分析一覧①

目的	分析分類	#	分析名	分析を通して実現できること	対象ページ
売上を可視化したい	販売チャネル/商品/組合員の売上可視化	1	自社EC/店舗 売上分析	自社EC/店舗別に売上状況を可視化し、売上に寄与するチャネルを把握する	<a href="#">P7~12</a>
		2	チャネル別売上分析	販売チャネ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	<a href="#">P13~19</a>
		3	商品別売上分析	商品別に売上状況を可視化し、売上が変動した要因を把握する	<a href="#">P20~26</a>
		4	組合員属性別売上分析	組合員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	<a href="#">P27~33</a>
組合員状態を把握したい	会員推移の把握	5	月次組合員ステータス推移分析	月別に会員登録者数などの推移を可視化し、各指標が変動した要因を把握する	<a href="#">P35~41</a>
		6	週次組合員ステータス推移分析	週別に会員登録者数などの推移を可視化し、各指標が変動した要因を把握する	<a href="#">P42~48</a>
		7	日次組合員ステータス推移分析	日別に会員登録者数などの推移を可視化し、各指標が変動した要因を把握する	<a href="#">P49~55</a>
	優良組合員の把握	8	デシル分析	購入金額をもとに、ランクを10等分することで優良組合員を把握する	<a href="#">P56~59</a>
		9	RFM分析	組合員を「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、優良組合員を把握する	<a href="#">P60~63</a>
		10	年別購入状況分析	初回購入年別に購入状況を可視化し、次年度以降のリピート状況を把握する	<a href="#">P64~69</a>
在庫状態を確認したい	在庫の把握	11	在庫数推移分析	各商品ごとに在庫数の推移を可視化し、在庫状態を把握する	<a href="#">P71~75</a>
		12	在庫回転率分析	各商品ごとに在庫回転率を可視化し、在庫状態を把握する	<a href="#">P76~80</a>
LTV向上に向けた示唆を得たい	改善すべき歩留まりの把握	13	購入転換率分析	ビジネスプロセスにおける歩留まりを可視化し、改善すべきプロセスを把握する	<a href="#">P82~87</a>
		14	コホート分析	会員登録/初回購入した組合員の定着率を可視化し、改善すべきプロセスを把握する	<a href="#">P88~96</a>
		15	企画回単位のレポート率分析	企画回単位別にレポート状況を可視化し、改善すべきプロセスを把握する	<a href="#">P97~105</a>
	アプローチすべきタイミングの把握	16	F2転換タイミング分析	初回購入した組合員の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	<a href="#">P106~109</a>
		17	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	<a href="#">P110~117</a>
	アプローチすべき商品の把握	18	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	<a href="#">P118~125</a>
		19	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	<a href="#">P126~131</a>
		20	商品別の閲覧購入状況分析	各商品ごとに閲覧数や購入数などを可視化し、閲覧購入状況を把握する	<a href="#">P132~137</a>

分析分類	#	分析名
改善すべき 歩留まりの把握	13	<b>購入転換率分析</b>



# 実現できること



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

## これまで

初回購入年	初回購入者数	2回目購入者数	F5転換率
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	F5転換率
2015	36,836	11,828	62.8%
2016	38,113	14,940	67.2%
2017	41,843	16,419	68.3%

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



# 本レポートで確認可能な代表的な項目

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

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

etc...



# レポート：NO4『初回購入年』

集計期間

2015/1/1 ~ 2021/12/31

初回購入年	初回購入者数	2回目購入者数	F2転換率	3回目購入者数	F3転換率	...	F5転換率
2015	36,836	11,828	32.1%	6,776	57.3%	...	62.8%
2016	38,113	14,940	39.2%	8,267	55.3%	...	67.2%
2017	41,843	16,419	39.2%	9,562	58.2%	...	68.3%
2018	46,028	17,086	37.1%	10,101	59.1%	...	64.6%
2019	46,802	15,964	34.1%	9,471	59.3%	...	69.1%
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



# 利用するデータファイル①

データ  
ファイル名

## 購入転換率分析用

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

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

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります



# 利用するデータファイル②

データ  
ファイル名

## 購入転換率分析用

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
20	初回購入商品サブカテゴリID_2	テキスト	-	-	○	-
21	初回購入商品サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
22	初回購入商品カラー	テキスト	-	-	○	-
23	初回購入商品サイズ	テキスト	-	-	○	-
24	組合加入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
25	初回購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
26	2回目購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
27	3回目購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
28	4回目購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	●

#	データファイルを構成しているカラム	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	5回目購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
29	性別	テキスト	-	-	○	-
30	年代	テキスト	-	-	○	-
31	年齢	テキスト	-	-	○	-
32	エリア	テキスト	-	-	○	-
33	都道府県	テキスト	-	-	○	-
34	会員種別	テキスト	-	-	○	-
35	会員ランク	テキスト	-	-	○	-
36	販売チャネル	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
改善すべき 歩留まりの把握	14	<u>コホート分析</u>



# 実現できること



会員登録/初回購入した組合員の**定着率を可視化し、改善すべきプロセスを把握**する

## これまで

初回購入年	初回購入月	初回購入者数	2回目購入者数	2回目購入者数 (12ヶ月後)
2021	1			...
2021	2		???	...
2021	3			...
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

会員登録/初回購入した組合員の定着率を可視化できておらず、**改善箇所の把握**、および、**効率的な施策を実施することができていない**

## これから

初回購入年	初回購入月	初回購入者数	2回目購入者数	2回目購入者数 (12ヶ月後)
2021	1	2,454	740	...
2021	2	2,912	737	...
2021	3	2,704	573	...
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

会員登録/初回購入した組合員の定着率を可視化することで、**改善箇所を把握し、効果的な施策の実施/検証を行うことができる**



# 本レポートで確認可能な代表的な項目

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

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

etc...



# レポート：NO2『初回購入年/月』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/12/31

初回購入年	初回購入月	初回購入者	2回目購入者数	2回目購入率	転換までの平均タイミング(月)	累計購入金額	2回目購入者数(当月)	2回目購入者数(12ヶ月後)
2021	1	2,454	740	30.2%	2.5	15,378	74	7
2021	2	2,912	737	25.3%	2.5	14,677	74	7
2021	3	2,704	573	21.2%	2.0	15,921	57	6
2021	4	1,934	396	20.5%	1.3	13,888	40	4
2021	5	2,759	800	29.0%	2.7	17,200	80	8
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります

# レポート：NO6『初回購入年/月 × 商品カテゴリ』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/1/31

初回購入年	初回購入月	商品カテゴリ	初回購入者	2回目購入者数	2回目購入率	転換までの平均タイミング(月)	累計購入金額	...	2回目購入者数(12ヶ月後)
2021	1	お惣菜	445	33	7.4%	2.5	15,378	...	7
2021	1	缶詰	687	106	15.4%	2.6	14,677	...	7
2021	1	冷凍野菜	540	173	32.0%	2.7	15,921	...	6
2021	1	レトルト食品	515	197	38.2%	2.6	13,888	...	4
2021	1	乳製品	442	173	39.1%	2.8	17,200	...	8
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



# レポート：NO9『初回購入年/月 × 年代』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/1/31

初回購入年	初回購入月	年代	初回購入者	2回目購入者数	2回目購入率	転換までの平均タイミング(月)	累計購入金額	...	2回目購入者数(12ヶ月後)
2021	1	10	123	37	30.0%	2.6	15,378	...	7
2021	1	20	687	220	32.0%	2.6	14,677	...	7
2021	1	30	540	170	31.5%	2.8	15,921	...	6
2021	1	40	515	155	30.1%	2.6	13,888	...	4
2021	1	50	442	153	34.6%	2.6	17,200	...	8
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



# レポート：NO14『初回購入年/月 × 商品カテゴリ × 年代』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/1/31

初回購入年	初回購入月	商品カテゴリ	年代	初回購入者	2回目購入者数	2回目購入率	転換までの平均タイミング(月)	2回目購入者数(12ヶ月後)
2021	1	レトルト食品	10	6	2	33.3%	1.3	7
2021	1	レトルト食品	20	34	11	32.4%	1.3	7
2021	1	レトルト食品	30	27	6	22.2%	1.3	6
2021	1	レトルト食品	40	26	10	38.5%	1.3	4
2021	1	レトルト食品	50	22	9	40.1%	1.3	8
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



# 利用するデータファイル①

データ  
ファイル名

## コホート分析用

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
1	組合員ID	テキスト	●	-	●	-
2	初回購入年月日	日付	-	●	-	-
3	初回購入年	テキスト	-	-	●	-
4	初回購入月	テキスト	-	-	●	-
5	初回購入日	テキスト	-	-	○	-
6	初回購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
7	転換までの平均タイミング(月) -計算用	整数	-	-	-	●
8	転換までの平均タイミング(週) -計算用	整数	-	-	-	○
9	転換までの平均タイミング(日) -計算用	整数	-	-	-	○
10	2回目購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
11	2回目購入者数(当月) -計算用	テキスト	-	-	-	●

#	データファイルを構成しているカラム	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	2回目購入者数(1ヶ月後) -計算用	テキスト	-	-	-	●
13	2回目購入者数(2ヶ月後) -計算用	テキスト	-	-	-	●
14	2回目購入者数(3ヶ月後) -計算用	テキスト	-	-	-	●
15	2回目購入者数(4ヶ月後) -計算用	テキスト	-	-	-	●
16	2回目購入者数(5ヶ月後) -計算用	テキスト	-	-	-	●
17	2回目購入者数(6ヶ月後) -計算用	テキスト	-	-	-	●
18	2回目購入者数(7ヶ月後) -計算用	テキスト	-	-	-	●
19	2回目購入者数(8ヶ月後) -計算用	テキスト	-	-	-	●
20	2回目購入者数(9ヶ月後) -計算用	テキスト	-	-	-	●
21	2回目購入者数(10ヶ月後) -計算用	テキスト	-	-	-	●
22	2回目購入者数(11ヶ月後) -計算用	テキスト	-	-	-	●

※ ● : 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
23	2回目購入者数(12ヶ月後) -計算用	テキスト	-	-	-	●
24	累計購入金額-計算用	整数	-	-	-	●
25	性別	テキスト	-	-	○	-
26	年代	テキスト	-	-	○	-
27	年齢	テキスト	-	-	○	-
28	エリア	テキスト	-	-	○	-
29	都道府県	テキスト	-	-	○	-
30	会員種別	テキスト	-	-	○	-
31	会員ランク	テキスト	-	-	○	-
32	初回購入商品ID	テキスト	-	-	○	-
33	初回購入品番	テキスト	-	-	○	-

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
34	初回購入商品名	テキスト	-	-	○	-
35	初回購入商品ブランドID	テキスト	-	-	○	-
36	初回購入商品ブランド名	テキスト	-	-	○	-
37	初回購入商品カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
38	初回購入商品カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
39	初回購入商品サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	○	-
40	初回購入商品サブカテゴリ名_1	テキスト	-	-	○	-
41	初回購入商品サブカテゴリID_2	テキスト	-	-	○	-
42	初回購入商品サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
43	初回購入商品カラー	テキスト	-	-	○	-
44	初回購入商品サイズ	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
改善すべき 歩留まりの把握	15	<u>企画回単位のリピート率分析</u>



# 実現できること



企画回単位別に**リピート状況を可視化し、改善すべきプロセスを把握**する

## これまで

初回購入企画回	商品カテゴリ	初回購入者数	リピート者数	リピート者数 (12ヶ月後)
2020	お惣菜		...	
2020	缶詰		???	...
2020	冷凍野菜		...	
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

企画回単位別にリピート状況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

初回購入企画回	商品カテゴリ	初回購入者数	リピート者数	...	リピート者数 (12ヶ月後)
2020	お惣菜	171	24	...	3
2020	缶詰	256	40	...	3
2020	冷凍野菜	281	45	...	4
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

企画回単位別にリピート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	初回購入企画回
2	初回購入年
3	初回購入年/月
4	初回購入年/月/日
5	初回購入企画回 × 商品名
6	初回購入企画回 × 商品ブランド
7	初回購入企画回 × 商品カテゴリ
8	初回購入企画回 × 商品サブカテゴリ
9	初回購入企画回 × 性別

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

etc...



# レポート：NO1『初回購入企画回』

集計期間

2017/1/1 ~ 2021/12/31

初回購入企画回	初回購入者数	リピート者数	リピート率	平均リピート タイミング(月)	生涯LTV	...	リピート者数 (12ヶ月後)
2017	792	119	15.0%	6.5	115,378	...	3
2018	911	137	17.3%	6.4	132,685	...	3
2019	974	146	18.5%	6.6	141,915	...	4
2020	1,220	183	23.1%	6.5	177,682	...	5
2021	1,410	212	26.7%	5.5	205,373	...	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：NO7『初回購入企画回 × 商品カテゴリ』

集計期間

2020/1/1 ~ 2021/12/31

初回購入企画回	商品カテゴリ	初回購入者数	リピート者数	リピート率	平均リピート タイミング(月)	生涯LTV	...	リピート者数 (12ヶ月後)
2020	お惣菜	171	24	14.1%	6.5	115,378	...	3
2020	缶詰	256	40	15.6%	5.8	132,685	...	3
2020	冷凍野菜	281	45	16.0%	6.0	141,915	...	4
2020	レトルト食品	232	39	16.8%	5.5	177,682	...	5
2020	乳製品	183	29	15.9%	5.9	205,373	...	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：NO10『初回購入企画回 × 年代』

集計期間

2020/1/1 ~ 2021/12/31

初回購入企画回	年代	初回購入者数	リピート者数	リピート率	平均リピート タイミング(月)	生涯LTV	...	リピート者数 (12ヶ月後)
2020	10	220	24	10.9%	6.4	115,378	...	3
2020	20	268	40	14.9%	6.7	132,685	...	3
2020	30	317	45	14.2%	5.6	141,915	...	4
2020	40	207	39	18.8%	5.6	177,682	...	5
2020	50	207	29	14.0%	6.8	205,373	...	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：NO15『初回購入企画回 × 商品カテゴリ × 年代』

集計期間

2020/1/1 ~ 2021/1/31

初回購入企画回	商品カテゴリ	年代	初回購入者数	リピート者数	リピート率	平均リピート タイミング(月)	生涯LTV	...	リピート者数 (12ヶ月後)
2020	レトルト食品	10	32	5	16.8%	6.5	115,378	...	3
2020	レトルト食品	20	49	9	18.5%	7.0	132,685	...	3
2020	レトルト食品	30	53	10	18.8%	8.8	141,915	...	4
2020	レトルト食品	40	44	9	20.4%	6.5	177,682	...	5
2020	レトルト食品	50	35	7	20.1%	5.4	205,373	...	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①

データ  
ファイル名

## 企画回単位のレポート率分析用

#	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	組合員ID	テキスト	●	-	●	-
2	初回購入年月日	日付	-	●	-	-
3	初回購入年	テキスト	-	-	○	-
4	初回購入月	テキスト	-	-	○	-
5	初回購入日	テキスト	-	-	○	-
6	初回購入企画回	テキスト	-	-	●	-
7	購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
8	レポートまでの平均タイミング(月)-計算用	整数	-	-	-	●
9	レポートまでの平均タイミング(週)-計算用	整数	-	-	-	○
10	レポートまでの平均タイミング(日)-計算用	整数	-	-	-	○
11	レポート者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
12	レポート者数(当月)-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	レポート者数(1か月後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
14	レポート者数(2か月後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
15	レポート者数(3か月後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
16	レポート者数(4か月後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
17	レポート者数(5か月後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
18	レポート者数(6か月後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
19	レポート者数(7か月後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
20	レポート者数(8か月後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
21	レポート者数(9か月後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
22	レポート者数(10か月後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
23	レポート者数(11か月後)-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

## 企画回単位のレポート率分析用

#	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
24	レポート者数(12か月後)-計算用	テキスト	-	-	-	●
25	累計購入金額-計算用	整数	-	-	-	○
26	性別	テキスト	-	-	○	-
27	年代	テキスト	-	-	○	-
28	年齢	テキスト	-	-	○	-
29	エリア	テキスト	-	-	○	-
30	都道府県	テキスト	-	-	○	-
31	会員種別	テキスト	-	-	○	-
32	会員ランク	テキスト	-	-	○	-
33	初回購入商品ID	テキスト	-	-	○	-
34	初回購入品番	テキスト	-	-	○	-

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

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
アプローチすべき タイミングの把握	16	<b>F2転換タイミング分析</b>

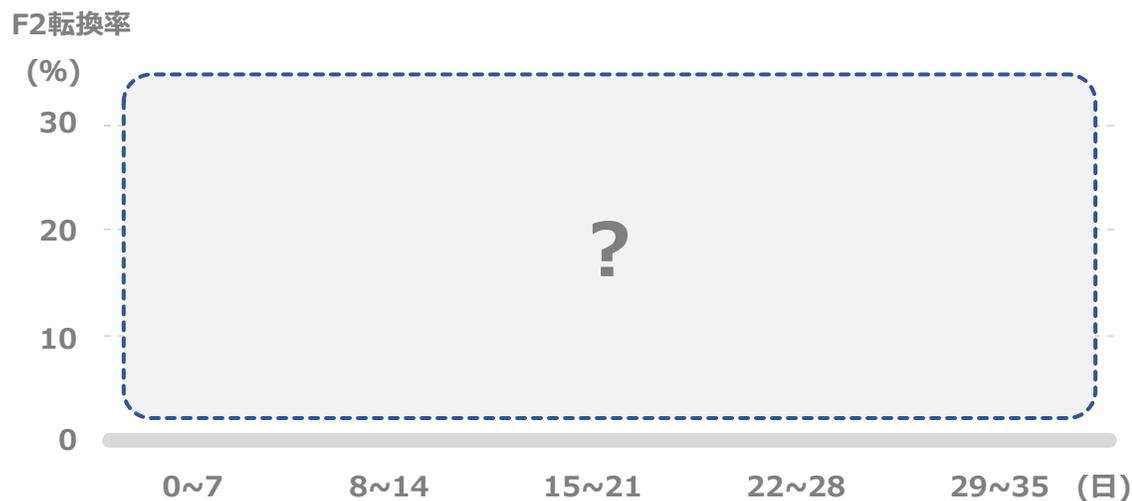


# 実現できること



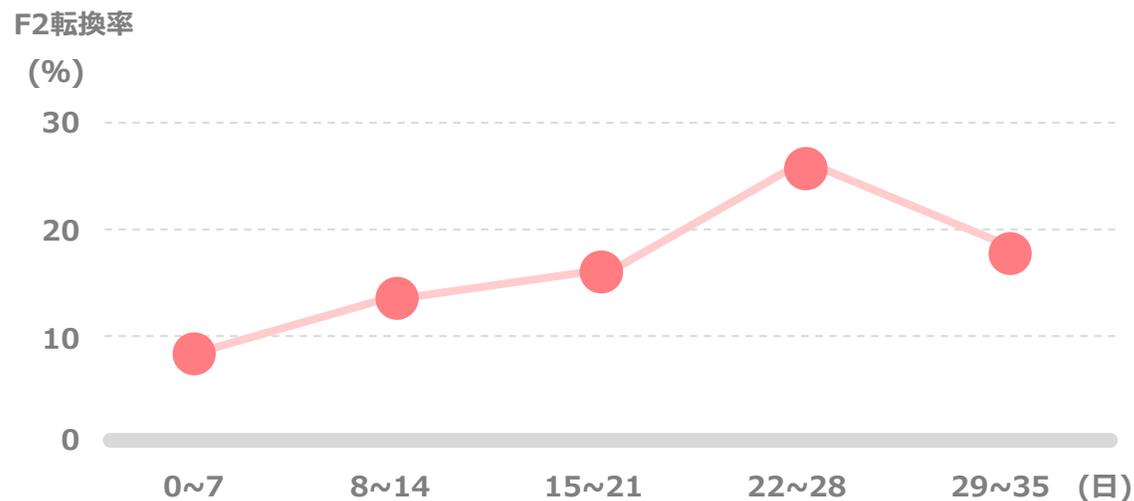
初回購入した組合員の**F2転換タイミングを可視化し、**  
**2回目購入させる適切なタイミングを把握する**

## これまで



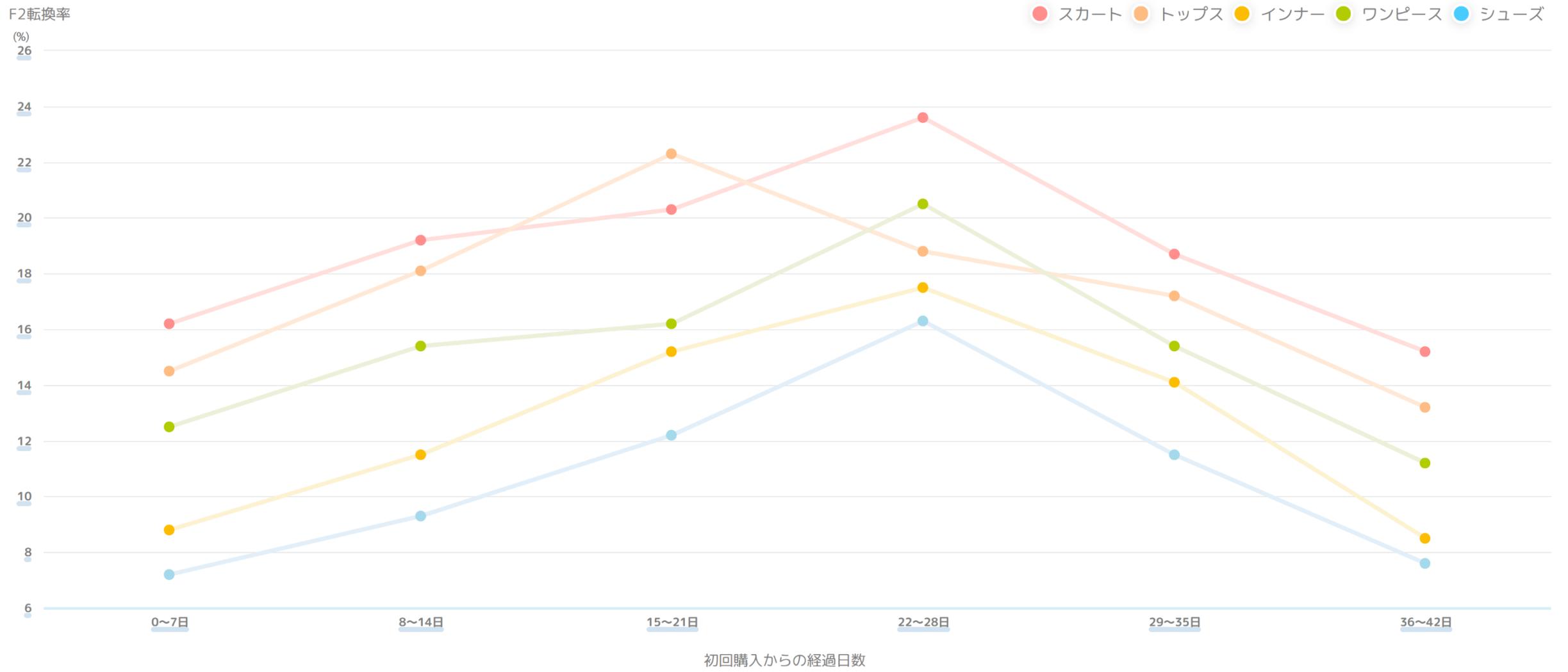
F2転換のタイミングを可視化できておらず、  
改善箇所の把握、および、  
効果的な施策を実施することができていない

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

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

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
アプローチすべき タイミングの把握	17	<b>購入間隔分析</b>



# 実現できること



商品が購入される**間隔を可視化し、**  
**購入タイミングを把握**する

## これまで

初回購入商品名	購入者数	平均購入間隔	平均購入金額
野菜カレー		...	
豆腐ハンバーグ		???	...
ほうれんそうスープ		...	

商品が購入される間隔が可視化できておらず、  
**改善箇所の把握、および、**  
**効果的な施策を実施することができていない**

## これから

初回購入商品名	購入者数	平均購入間隔	平均購入金額
野菜カレー	823	66.4	12,636
豆腐ハンバーグ	496	66.5	23,535
ほうれんそうスープ	523	91.6	14,535

商品が購入される間隔を可視化することで、  
**改善箇所を把握し、**  
**効果的な施策の実施/検証を行うことができる**



# 本レポートで確認可能な代表的な項目

NO	項目
1	初回購入商品名
2	初回購入商品ブランド
3	初回購入商品カテゴリ
4	初回購入商品名 × 性別
5	初回購入商品名 × 年代
6	初回購入商品名 × 都道府県

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

etc...



# レポート：NO1『初回購入商品名』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/12/31

初回購入商品名

購入者数

平均購入間隔

平均購入回数

平均購入金額

野菜カレー

823

66.4

13

12,636

豆腐ハンバーグ

496

66.5

11

23,402

ほうれんそうスープ

541

91.6

8

15,600

あんかけ豆腐の素

813

73.5

10

25,105

わかめスープ

627

121.4

6

24,636

⋮

⋮

⋮

⋮

⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



# レポート：NO2『初回購入商品ブランド』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/12/31

初回購入商品ブランド

購入者数

平均購入間隔

平均購入回数

平均購入金額

ブランドA

9,053

59.5

14

25,009

ブランドB

9,958

58.5

9

27,510

ブランドC

20,822

82.3

8

57,521

ブランドD

7,242

66.5

11

20,007

ブランドE

13,580

109.4

6

37,514

⋮

⋮

⋮

⋮

⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



# レポート：NO3『初回購入商品カテゴリ』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/12/31

初回購入商品カテゴリ

購入者数

平均購入間隔

平均購入回数

平均購入金額

お惣菜

2,716

76.5

10

7,503

缶詰

2,263

66.3

11

6,877

冷凍野菜

815

89.6

8

5,177

レトルト食品

1,630

73.5

10

3,601

乳製品

2,987

121.5

6

12,379

⋮

⋮

⋮

⋮

⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります

# レポート：NO11『初回購入商品カテゴリ × 年代』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/12/31

初回購入商品カテゴリ

年代

購入者数

平均購入間隔

平均購入回数

平均購入金額

レトルト食品

10

815

75.5

10

5,177

レトルト食品

20

951

66.8

11

6,877

レトルト食品

30

1,005

73.5

8

7,640

レトルト食品

40

326

80.4

10

7,577

レトルト食品

50

597

123.3

6

12,379

⋮

⋮

⋮

⋮

⋮

⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



# 利用するデータファイル

## データ ファイル名

## 購入間隔分析用

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

#	データファイルを構成しているカラム	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	初回購入商品サイズ	テキスト	-	-	○	-
19	購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
20	平均購入回数-計算用	整数	-	-	-	●
21	平均購入金額-計算用	整数	-	-	-	●
22	初回購入から最終購入までの日数-計算用	整数	-	-	-	○
23	平均購入間隔-計算用	小数	-	-	-	●
24	最終購入日からの経過日数-計算用	整数	-	-	-	○
25	最終購入日から購入間隔までの残日数-計算用	整数	-	-	-	○
26	性別	テキスト	-	-	○	-
27	年代	テキスト	-	-	○	-
28	年齢	テキスト	-	-	○	-
29	エリア	テキスト	-	-	○	-
30	都道府県	テキスト	-	-	○	-
31	会員種別	テキスト	-	-	○	-
32	会員ランク	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
アプローチすべき商品の把握	18	<b>同時購入商品分析</b>



# 実現できること



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

## これまで

購入商品名	同時購入商品名	同時購入数	同時購入金額
野菜カレー	あんかけ豆腐の素	...	
豆腐ハンバーグ	わかめスープ	???	
ほうれんそうスープ	ほうれんそうスープ	...	

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	同時購入金額
野菜カレー	あんかけ豆腐の素	112	995,860
豆腐ハンバーグ	わかめスープ	96	1,087,500
ほうれんそうスープ	ほうれんそうスープ	77	750,520

同時に購入される商品の相関を可視化することで、**改善箇所を把握し、効果的な施策の実施/検証を行うことができる**



# 本レポートで確認可能な代表的な項目

NO	項目
1	購入商品名 × 同時購入商品名
2	購入商品ブランド × 同時購入商品ブランド
3	購入商品カテゴリ × 同時購入商品カテゴリ
4	購入商品サブカテゴリ × 同時購入商品サブカテゴリ

etc...

# レポート：NO1『購入商品名 × 同時購入商品名』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/12/31

購入商品名	同時購入商品名	同時購入数	同時購入者数	同時購入金額
野菜カレー	あんかけ豆腐の素	112	101	995,860
豆腐ハンバーグ	わかめスープ	96	87	1,087,500
ほうれんそうスープ	ほうれんそうスープ	77	61	750,520
あんかけ豆腐の素	野菜カレー	63	58	974,400
わかめスープ	豆腐ハンバーグ	59	54	196,200
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



# レポート：NO2『購入商品ブランド × 同時購入商品ブランド』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/12/31

購入商品ブランド

同時購入商品ブランド

同時購入数

同時購入者数

同時購入金額

ブランドA

ブランドJ

112

101

995,860

ブランドB

ブランドK

96

87

1,087,500

ブランドC

ブランドA

77

61

750,520

ブランドD

ブランドA

63

58

974,400

ブランドE

ブランドF

59

54

196,200

⋮

⋮

⋮

⋮

⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



# レポート : NO3『購入商品カテゴリ × 同時購入商品カテゴリ』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/12/31

購入商品カテゴリ

同時購入商品カテゴリ

同時購入数

同時購入者数

同時購入金額

お惣菜

レトルト食品

112

101

995,860

缶詰

乳製品

96

87

1,087,500

冷凍野菜

お惣菜

77

61

750,520

レトルト食品

缶詰

63

58

974,400

乳製品

冷凍野菜

59

54

196,200

⋮

⋮

⋮

⋮

⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



# 利用するデータファイル①

データ  
ファイル名

## 同時購入商品分析用

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
1	注文ID-購入商品ID-同時購入商品ID	テキスト	●	-	-	-
2	注文年月日	日付	-	●	-	-
3	注文年	テキスト	-	-	○	-
4	注文月	テキスト	-	-	○	-
5	注文日	テキスト	-	-	○	-
6	注文ID	テキスト	-	-	○	-
7	組合員ID	テキスト	-	-	○	-
8	購入商品ID	テキスト	-	-	○	-
9	購入品番	テキスト	-	-	○	-
10	購入商品名	テキスト	-	-	●	-
11	購入商品ブランドID	テキスト	-	-	○	-

#	データファイルを構成しているカラム	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	購入商品ブランド名	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	同時購入商品ID	テキスト	-	-	○	-
22	同時購入品番	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります



# 利用するデータファイル②

データ  
ファイル名

## 同時購入商品分析用

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
23	同時購入商品名	テキスト	-	-	●	-
24	同時購入商品ブランドID	テキスト	-	-	○	-
25	同時購入商品ブランド名	テキスト	-	-	○	-
26	同時購入商品カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
27	同時購入商品カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
28	同時購入商品サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	○	-
29	同時購入商品サブカテゴリ名_1	テキスト	-	-	○	-
30	同時購入商品サブカテゴリID_2	テキスト	-	-	○	-
31	同時購入商品サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
32	同時購入商品カラー	テキスト	-	-	○	-
33	同時購入商品サイズ	テキスト	-	-	○	-

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
34	同時購入数-計算用	テキスト	-	-	-	●
35	同時購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
36	同時購入商品金額-計算用	整数	-	-	-	●
37	性別	テキスト	-	-	○	-
38	年代	テキスト	-	-	○	-
39	年齢	テキスト	-	-	○	-
40	エリア	テキスト	-	-	○	-
41	都道府県	テキスト	-	-	○	-
42	会員種別	テキスト	-	-	○	-
43	会員ランク	テキスト	-	-	○	-
44	販売チャネル	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
アプローチすべき商品の把握	19	<b>F1F2購入商品の組み合わせ分析</b>



# 実現できること



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

## これまで

初回購入商品名	2回目購入商品名	2回目購入者数	2回目購入金額
野菜カレー	あんかけ豆腐の素		
豆腐ハンバーグ	わかめスープ	???	
ほうれんそうスープ	ほうれんそうスープ		

初回購入と2回目購入で頻出する商品の組み合わせを可視化できておらず、**改善箇所の把握、および、効果的な施策を実施することができていない**

## これから

初回購入商品名	2回目購入商品名	2回目購入者数	2回目購入金額
野菜カレー	あんかけ豆腐の素	31	3300
豆腐ハンバーグ	わかめスープ	77	10,450
ほうれんそうスープ	ほうれんそうスープ	14	16,500

初回購入と2回目購入で頻出する商品の組み合わせを可視化することで、**改善箇所を把握し、効果的な施策の実施/検証を行うことができる**



# 本レポートで確認可能な代表的な項目

NO	項目
1	初回購入商品名 × 2回目購入商品名
2	初回購入年 × 初回購入月 × 初回購入商品カテゴリ × 2回目購入商品カテゴリ
3	初回購入年 × 初回購入月 × 初回購入商品ブランド × 2回目購入商品ブランド

etc...



# レポート：NO1『初回購入商品名 × 2回目購入商品名』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/12/31

初回購入商品名	2回目商品購入者名	2回目購入者数	2回目購入金額
野菜カレー	あんかけ豆腐の素	31	3,300
豆腐ハンバーグ	わかめスープ	77	10,450
ほうれんそうスープ	ほうれんそうスープ	14	16,500
あんかけ豆腐の素	野菜カレー	52	2,750
わかめスープ	豆腐ハンバーグ	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	組員ID-初回購入商品ID-2回目購入商品ID	テキスト	●	-	-	-
2	組員ID	テキスト	-	-	○	-
3	初回購入年月日	日付	-	●	-	-
4	初回購入年	テキスト	-	-	●	-
5	初回購入月	テキスト	-	-	●	-
6	初回購入日	テキスト	-	-	○	-
7	初回購入商品ID	テキスト	-	-	○	-
8	初回購入品番	テキスト	-	-	○	-
9	初回購入商品名	テキスト	-	-	●	-
10	初回購入商品ブランドID	テキスト	-	-	○	-
11	初回購入商品ブランド名	テキスト	-	-	○	-

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
12	初回購入商品カテゴリ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	-	-	○	-
16	初回購入商品サブカテゴリID_2	テキスト	-	-	○	-
17	初回購入商品サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
18	初回購入商品カラー	テキスト	-	-	○	-
19	初回購入商品サイズ	テキスト	-	-	○	-
20	2回目購入商品ID	テキスト	-	-	○	-
21	2回目購入品番	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 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
22	2回目購入商品名	テキスト	-	-	●	-
23	2回目購入商品ブランドID	テキスト	-	-	○	-
24	2回目購入商品ブランド名	テキスト	-	-	○	-
25	2回目購入商品カテゴリID	テキスト	-	-	○	-
26	2回目購入商品カテゴリ名	テキスト	-	-	○	-
27	2回目購入商品サブカテゴリID_1	テキスト	-	-	○	-
28	2回目購入商品サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
29	2回目購入商品サブカテゴリID_2	テキスト	-	-	○	-
30	2回目購入商品サブカテゴリ名_2	テキスト	-	-	○	-
31	2回目購入商品カラー	テキスト	-	-	○	-

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
32	2回目購入商品サイズ	テキスト	-	-	○	-
33	2回目購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
34	2回目購入金額-計算用	整数	-	-	-	●
35	性別	テキスト	-	-	○	-
36	年代	テキスト	-	-	○	-
37	年齢	テキスト	-	-	○	-
38	エリア	テキスト	-	-	○	-
39	都道府県	テキスト	-	-	○	-
40	会員種別	テキスト	-	-	○	-
41	会員ランク	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
アプローチすべき商品の把握	20	<b>商品別の閲覧購入状況分析</b>



# 実現できること



各商品ごとに**閲覧数や購入数などを可視化し、  
閲覧購入状況を把握**する

## これまで

商品名	PV数	PV数 (PC)	PV数 (モバイル)	売上金額 (モバイル)
野菜カレー			...	
豆腐ハンバーグ		???	...	
ほうれんそうスープ			...	
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

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)
野菜カレー	10,000	4,500	5,500	500,000
豆腐ハンバーグ	10,200	4,590	5,610	510,000
ほうれんそうスープ	10,900	4,905	5,995	545,000
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

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



# 本レポートで確認可能な代表的な項目

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

etc...



# レポート：NO1『商品名』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/12/31

商品名	PV数	PV数(PC)	PV数(モバイル)	CV数	CV数(PC)	CV数(モバイル)	...	売上金額 (モバイル) [前年同月]
野菜カレー	10,120	9,010	8,789	10,050	6,559	3,491	...	520,000
豆腐ハンバーグ	12,245	10,902	10,635	12,161	7,936	4,224	...	629,200
ほうれんそうスープ	7,894	7,028	6,855	7,839	5,116	2,723	...	405,600
あんかけ豆腐の素	9,007	8,019	7,822	8,945	5,838	3,107	...	462,800
わかめスープ	12,043	10,722	10,459	11,960	7,805	4,154	...	618,800
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



# 利用するデータファイル①

データ  
ファイル名

## 商品別の閲覧購入状況分析用

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

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

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります



# 利用するデータファイル②

## データ ファイル名

## 商品別の閲覧購入状況分析用

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

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

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります



# BI 分析一覧②

目的	分析分類	#	分析名	分析を通して実現できること	対象ページ
サイトアクセス 分析をしたい	アクセス状況の可視化	21	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	<a href="#">P139~142</a>
		22	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	<a href="#">P143~147</a>
		23	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	<a href="#">P148~152</a>
	アプリ利用状況の可視化	24	アプリ利用状況分析	アプリを利用している組合員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	<a href="#">P153~157</a>
		利用デバイスの可視化	25	利用デバイス分析	利用デバイス別に組合員数や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
	26		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	<a href="#">P163~167</a>
	27	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	<a href="#">P168~172</a>	
施策効果を 可視化したい	広告効果の可視化	28	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	<a href="#">P174~182</a>
		29	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	<a href="#">P183~190</a>
		30	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	<a href="#">P191~198</a>
		31	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	<a href="#">P199~203</a>
		32	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	<a href="#">P204~208</a>
		33	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	<a href="#">P209~213</a>
		34	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	<a href="#">P214~218</a>
	b→dash施策からの 効果可視化	35	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	<a href="#">P219~225</a>
		36	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	<a href="#">P226~232</a>
		37	メール開封時間帯分析	時間帯毎にメールを開封した組合員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	<a href="#">P233~237</a>
		38	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	<a href="#">P238~243</a>
		39	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	<a href="#">P244~250</a>
		40	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	<a href="#">P251~257</a>
		41	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	<a href="#">P258~264</a>
42	チャネル別施策成果分析	チャネル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	<a href="#">P265~270</a>		

分析分類	#	分析名
アクセス状況の 可視化	21	<u>ページアクセス分析</u>



# 実現できること



サイト全体の**アクセス状況を可視化し、**  
**改善すべきページを把握**する

## これまで

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

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

## これから

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

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

# レポート

サイト流入日 2020/06/04 ~ 2020/08/24

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

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



# 利用するデータファイル

データファイル名

ページアクセス分析用

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

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
アクセス状況の 可視化	22	<u>ランディングページ分析</u>



# 実現できること



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

## これまで

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

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

## これから

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

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



# 本レポートで確認可能な代表的な項目

NO	項目
1	ランディングページURL
2	ランディングページタイトル

etc...



# レポート：NO1『ランディングページURL』

集計期間

2022/1/1 ~ 2022/1/31

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

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



# 利用するデータファイル

データファイル名

web分析用

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

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

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
アクセス状況の 可視化	23	<u>流入時間帯分析</u>



# 実現できること



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

## これまで

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

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

## これから

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

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



# 本レポートで確認可能な代表的な項目

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

etc...



# レポート：NO1『時間帯』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/1/31

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

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



# 利用するデータファイル

データファイル名

web分析用

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

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

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
アプリ 利用状況の 可視化	24	<u>アプリ利用状況分析</u>



# 実現できること



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

## これまで

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

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

## これから

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

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



# 本レポートで確認可能な代表的な項目

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

etc...



# レポート：NO2『年/月』

集計期間

2022/1/1 ~ 2022/12/31

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

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



# 利用するデータファイル

データファイル名

アプリ利用状況分析

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

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

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
利用デバイスの可視化	25	<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/リピート	テキスト	-	-	○	-
23	地域	テキスト	-	-	○	-
24	デバイスカテゴリ	テキスト	-	-	●	-

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

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
利用デバイスの可視化	26	<b>ブラウザ利用状況分析</b>



# 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/リポート	テキスト	-	-	○	-
23	地域	テキスト	-	-	○	-
24	デバイスカテゴリ	テキスト	-	-	○	-

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

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
利用デバイスの 可視化	27	<b>デバイスOS分析</b>



# 実現できること



OS別にセッション数やCV数などを可視化し、  
改善すべきページを把握する

## これまで

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

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

## これから

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

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



# 本レポートで確認可能な代表的な項目

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

etc...



# レポート : NO1『OS』

集計期間

2022/1/1 ~ 2022/1/31

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

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



# 利用するデータファイル

データファイル名

web分析用

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

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

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

# BI 分析一覧②

目的	分析分類	#	分析名	分析を通して実現できること	対象ページ
サイトアクセス 分析をしたい	アクセス状況の可視化	21	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	<a href="#">P139~142</a>
		22	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	<a href="#">P143~147</a>
		23	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	<a href="#">P148~152</a>
	アプリ利用状況の可視化	24	アプリ利用状況分析	アプリを利用している組合員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	<a href="#">P153~157</a>
		利用デバイスの可視化	25	利用デバイス分析	利用デバイス別に組合員数や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
	26		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	<a href="#">P163~167</a>
	27	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	<a href="#">P168~172</a>	
施策効果を 可視化したい	広告効果の可視化	28	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	<a href="#">P174~182</a>
		29	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	<a href="#">P183~190</a>
		30	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	<a href="#">P191~198</a>
		31	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	<a href="#">P199~203</a>
		32	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	<a href="#">P204~208</a>
		33	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	<a href="#">P209~213</a>
		34	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	<a href="#">P214~218</a>
	b→dash施策からの 効果可視化	35	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	<a href="#">P219~225</a>
		36	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	<a href="#">P226~232</a>
		37	メール開封時間帯分析	時間帯毎にメールを開封した組合員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	<a href="#">P233~237</a>
		38	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	<a href="#">P238~243</a>
		39	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	<a href="#">P244~250</a>
		40	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	<a href="#">P251~257</a>
		41	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	<a href="#">P258~264</a>
		42	チャネル別施策成果分析	チャネル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	<a href="#">P265~270</a>

分析分類	#	分析名
広告効果の 可視化	28	<u>流入チャンネル別CVR分析</u>



# 実現できること



流入チャネル別に**CVRの変動を可視化**し、**広告運用を最適化**させる

## これまで

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

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

## これから

流入チャネル	セッション数	購入者数	CVR(購入)
ディスプレイ	1,494,026	15,934	1.1%
リスティング	1,180,281	13,988	1.2%
ソーシャル	971,117	9,878	1.0%

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



# 本レポートで確認可能な代表的な項目

NO	項目
1	流入チャネル
2	流入チャネル × 年/月/日
3	流入チャネル × 広告媒体
4	流入チャネル × 広告媒体 × 年/月/日

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

etc...



# レポート：NO1『流入チャネル』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/12/31

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

1,494,026

15,934

1.1%

リスティング

1,180,281

13,988

1.2%

ソーシャル

971,117

9,878

1.0%

メール

642,431

6,852

1.1%

アフィリエイト

343,626

4,223

1.2%

⋮

⋮

⋮

⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります

# レポート：NO2『流入チャネル × 年/月/日』

集計期間

2020/7/1 ~ 2020/7/31

流入チャネル	年	月	日	セッション数	購入者数	CVR(購入)
ディスプレイ	2020	7	1	48,194	514	1.1%
ディスプレイ	2020	7	2	39,361	401	1.0%
ディスプレイ	2020	7	3	40,189	425	1.1%
ディスプレイ	2020	7	4	41,196	424	1.0%
ディスプレイ	2020	7	5	49,134	510	1.0%
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



# レポート : NO3『流入チャネル × 広告媒体』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/12/31

流入チャネル	広告媒体	セッション数	購入者数	CVR(購入)
ディスプレイ	Google	717,133	8,233	1.1%
ディスプレイ	Yahoo	776,894	8,462	1.1%
リスティング	Google	627,491	7,868	1.3%
リスティング	Yahoo	866,535	9,545	1.1%
メール	-	343,626	4,001	1.2%
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



# レポート : NO4『流入チャネル × 広告媒体 × 年/月/日』

集計期間

2020/7/1 ~ 2020/7/31

流入チャネル	広告媒体	年	月	日	セッション数	購入者数	CVR(購入)
ディスプレイ	Google	2020	7	1	23,133	287	1.2%
ディスプレイ	Google	2020	7	2	25,061	267	1.1%
ディスプレイ	Google	2020	7	3	20,242	278	1.4%
ディスプレイ	Google	2020	7	4	27,953	301	1.1%
ディスプレイ	Google	2020	7	5	11,085	121	1.1%
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



# 利用するデータファイル①

データ  
ファイル名

## 流入チャネル別分析用

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
1	セッションID	テキスト	●	-	●	-
2	ビジターID	テキスト	-	-	○	-
3	組合員ID	テキスト	-	-	○	-
4	年月日	日付	-	●	-	-
5	年	テキスト	-	-	●	-
6	月	テキスト	-	-	●	-
7	日	テキスト	-	-	○	-
8	流入チャネル	テキスト	-	-	●	-
9	広告ID	テキスト	-	-	○	-
10	広告種別	テキスト	-	-	○	-
11	広告ネットワーク	テキスト	-	-	○	-
12	キャンペーン名	テキスト	-	-	○	-

#	データファイルを構成しているカラム	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	広告グループ	テキスト	-	-	○	-
14	広告名	テキスト	-	-	○	-
15	クリエイティブ名	テキスト	-	-	○	-
16	広告キーワード	テキスト	-	-	○	-
17	PV数-計算用	整数	-	-	-	○
18	セッション数-計算用	テキスト	-	-	-	●
19	UU数-計算用	テキスト	-	-	-	○
20	購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
21	購入数-計算用	整数	-	-	-	○
22	購入金額-計算用	整数	-	-	-	○
23	購入数[ファースト]-計算用	小数	-	-	-	○
24	購入数[ラスト]-計算用	小数	-	-	-	○

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります



# 利用するデータファイル②

データ  
ファイル名

## 流入チャネル別分析用

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
25	購入数[ファースト/ラスト]-計算用	小数	-	-	-	○
26	購入数[間接]-計算用	小数	-	-	-	○
27	購入数[均等]-計算用	小数	-	-	-	○
28	購入数[減衰]-計算用	小数	-	-	-	○
29	性別	テキスト	-	-	○	-
30	年代	テキスト	-	-	○	-
31	年齢	テキスト	-	-	○	-
32	エリア	テキスト	-	-	○	-
33	都道府県	テキスト	-	-	○	-
34	会員種別	テキスト	-	-	○	-
35	会員ランク	テキスト	-	-	○	-
36	注文ID	テキスト	-	-	○	-

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

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
広告効果の 可視化	29	<b>流入チャンネル別一気通貫分析</b>



# 実現できること



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

## これまで

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

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

## これから

流入チャネル	PV数	セッション数	購入率
ディスプレイ	11,320	8,223	12.4%
リスティング	3,962	2,882	14.2%
アフィリエイト	5,660	4,117	11.2%

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



# 本レポートで確認可能な代表的な項目

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

NO	項目
6	流入チャネル × 広告媒体 × 広告キャンペーン × 年/月/日
7	流入チャネル × 広告媒体 × 広告キャンペーン × 広告グループ <sup>o</sup>
8	流入チャネル × 広告媒体 × 広告キャンペーン × 広告グループ <sup>o</sup> × 年/月/日
9	流入チャネル × 性別
10	流入チャネル × 年代

etc...



# レポート：NO1『流入チャネル』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/1/31

流入チャネル	PV数	セッション数	購入者数	購入率
ディスプレイ	11,320	8,233	1,023	12.4%
リスティング	3,962	2,882	410	14.2%
アフィリエイト	5,660	4,117	459	11.2%
メール	4,528	3,293	442	13.4%
ソーシャル	12,792	9,303	1,098	11.8%
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



# レポート：NO3『流入チャネル × 広告媒体』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/1/31

流入チャネル

広告媒体

PV数

セッション数

購入者数

購入率

ディスプレイ

Google

4,528

3,293

439

13.3%

リスティング

Yahoo

6,792

4,940

614

12.4%

ディスプレイ

Google

2,377

1,729

264

15.3%

リスティング

Yahoo

1,585

1,153

164

14.2%

メール

-

9,303

1,098

139

12.6%

⋮

⋮

⋮

⋮

⋮

⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



# レポート：NO9『流入チャネル × 性別』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/1/31

流入チャネル

性別

PV数

セッション数

購入者数

購入率

ディスプレイ

男

5,094

3,095

470

12.7%

ディスプレイ

女

6,226

4,528

553

12.2%

リスティング

男

2,179

1,585

264

16.7%

リスティング

女

1,783

1,297

185

14.2%

メール

男

1,220

1,130

154

13.6%

⋮

⋮

⋮

⋮

⋮

⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



# 利用するデータファイル①

データ  
ファイル名

## 流入チャネル別分析用

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
1	セッションID	テキスト	●	-	●	-
2	ビジターID	テキスト	-	-	○	-
3	組合員ID	テキスト	-	-	○	-
4	年月日	日付	-	●	-	-
5	年	テキスト	-	-	○	-
6	月	テキスト	-	-	○	-
7	日	テキスト	-	-	○	-
8	流入チャネル	テキスト	-	-	●	-
9	広告ID	テキスト	-	-	○	-
10	広告種別	テキスト	-	-	○	-
11	広告ネットワーク	テキスト	-	-	○	-
12	キャンペーン名	テキスト	-	-	○	-

#	データファイルを構成しているカラム	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	広告グループ	テキスト	-	-	○	-
14	広告名	テキスト	-	-	○	-
15	クリエイティブ名	テキスト	-	-	○	-
16	広告キーワード	テキスト	-	-	○	-
17	PV数-計算用	整数	-	-	-	●
18	セッション数-計算用	テキスト	-	-	-	○
19	UU数-計算用	テキスト	-	-	-	○
20	購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	●
21	購入数-計算用	整数	-	-	-	○
22	購入金額-計算用	整数	-	-	-	○
23	購入数[ファースト]-計算用	小数	-	-	-	○
24	購入数[ラスト]-計算用	小数	-	-	-	○

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります



# 利用するデータファイル②

データ  
ファイル名

## 流入チャネル別分析用

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
25	購入数[ファースト/ラスト]-計算用	小数	-	-	-	○
26	購入数[間接]-計算用	小数	-	-	-	○
27	購入数[均等]-計算用	小数	-	-	-	○
28	購入数[減衰]-計算用	小数	-	-	○	-
29	性別	テキスト	-	-	○	-
30	年代	テキスト	-	-	○	-
31	年齢	テキスト	-	-	○	-
32	エリア	テキスト	-	-	○	-
33	都道府県	テキスト	-	-	○	-
34	会員種別	テキスト	-	-	○	-
35	会員ランク	テキスト	-	-	○	-
36	注文ID	テキスト	-	-	○	-

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

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
広告効果の 可視化	30	<u>アトリビューション分析</u>



# 実現できること



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

## これまで

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

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

## これから

流入チャネル	セッション数	CV数(ラスト)	CVR(ラスト)	CVR(均等)
ディスプレイ	12,560	140.0	1.1%	2.4%
リスティング	22,910	710.0	3.1%	2.3%
ソーシャル	16,443	401.0	2.4%	3.5%

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



# 本レポートで確認可能な代表的な項目

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

etc...



# レポート：NO1『流入チャネル』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/1/31

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

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります

# レポート：NO2『流入チャネル × 広告媒体』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/1/31

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

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



# レポート：NO3『流入チャネル × 広告媒体 × 広告キャンペーン』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/1/31

流入チャネル	広告媒体	キャンペーン名	セッション数	CV数 (ラスト)	CVR (ラスト)	CV数 (ファースト)	CVR (ファースト)	CV数 (均等)	CVR (均等)
ディスプレイ	Google	お友だち紹介 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	新生活応援 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	web入会 キャンペーン	74,549	9,879.0	13.3%	7,869.0	10.6%	3,544.0	4.8%
ディスプレイ	Google	無料宅配 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	プレゼント 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

## 流入チャネル別分析用

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
1	セッションID	テキスト	●	-	●	-
2	ビジターID	テキスト	-	-	○	-
3	組合員ID	テキスト	-	-	○	-
4	年月日	日付	-	●	-	-
5	年	テキスト	-	-	○	-
6	月	テキスト	-	-	○	-
7	日	テキスト	-	-	○	-
8	流入チャネル	テキスト	-	-	●	-
9	広告ID	テキスト	-	-	○	-
10	広告種別	テキスト	-	-	○	-
11	広告ネットワーク	テキスト	-	-	○	-
12	キャンペーン名	テキスト	-	-	○	-

#	データファイルを構成しているカラム	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	広告グループ	テキスト	-	-	○	-
14	広告名	テキスト	-	-	○	-
15	クリエイティブ名	テキスト	-	-	○	-
16	広告キーワード	テキスト	-	-	○	-
17	PV数-計算用	整数	-	-	-	○
18	セッション数-計算用	テキスト	-	-	-	●
19	UU数-計算用	テキスト	-	-	-	○
20	購入者数-計算用	テキスト	-	-	-	○
21	購入数-計算用	整数	-	-	-	○
22	購入金額-計算用	整数	-	-	-	○
23	購入数[ファースト]-計算用	小数	-	-	-	●
24	購入数[ラスト]-計算用	小数	-	-	-	●

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります



# 利用するデータファイル②

データ  
ファイル名

## 流入チャネル別分析用

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
25	購入数[ファースト/ラスト]-計算用	小数	-	-	○	-
26	購入数[間接]-計算用	小数	-	-	○	-
27	購入数[均等]-計算用	小数	-	-	-	●
28	購入数[減衰]-計算用	小数	-	-	○	-
29	性別	テキスト	-	-	○	-
30	年代	テキスト	-	-	○	-
31	年齢	テキスト	-	-	○	-
32	エリア	テキスト	-	-	○	-
33	都道府県	テキスト	-	-	○	-
34	会員種別	テキスト	-	-	○	-
35	会員ランク	テキスト	-	-	○	-
36	注文ID	テキスト	-	-	○	-

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

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
広告効果の 可視化	31	<u>月次広告媒体別CPA分析</u>



# 実現できること



月×広告媒体別に**CPAの変動を可視化し、**  
**広告運用を最適化**させる

## これまで

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

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

## これから

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

月×広告媒体別に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

分析分類	#	分析名
広告効果の 可視化	32	<u>日次広告媒体別CPA分析</u>



# 実現できること



日×広告媒体別にCPAの変動を可視化し、  
広告運用を最適化させる

## これまで

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

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

日×広告媒体別に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	年月日-広告媒体	テキスト	●	-	-	-
2	年月日	日付	-	●	-	-
3	年	テキスト	-	-	●	-
4	月	テキスト	-	-	●	-
5	日	テキスト	-	-	●	-
6	広告媒体	テキスト	-	-	●	-
7	広告種別	テキスト	-	-	○	-
8	広告コスト	整数	-	-	-	●
9	PV数-計算用	整数	-	-	-	●

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
10	セッション数-計算用	整数	-	-	-	●
11	UU数-計算用	整数	-	-	-	○
12	購入数[直接]-計算用	整数	-	-	-	●
13	購入者数[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
14	購入金額[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
15	購入数[間接]-計算用	整数	-	-	-	○
16	購入者数[間接]-計算用	整数	-	-	-	○
17	購入金額[間接]-計算用	整数	-	-	-	○

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
広告効果の 可視化	33	<u>月次広告キャンペーン別CPA分析</u>



月×広告キャンペーン別にCPAの変動を可視化し、  
広告運用を最適化させる

## これまで

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

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

## これから

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

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



# 本レポートで確認可能な代表的な項目

NO	項目
1	年/月 × 広告キャンペーン

# レポート：NO1『年/月 × 広告キャンペーン』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/12/31

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

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



# 利用するデータファイル

データ  
ファイル名

## 月次広告キャンペーン別CPA分析用

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
1	年月-広告媒体-広告種別-キャンペーン名	テキスト	●	-	-	-
2	年月日	日付	-	●	-	-
3	年	テキスト	-	-	●	-
4	月	テキスト	-	-	●	-
5	広告媒体	テキスト	-	-	○	-
6	広告種別	テキスト	-	-	○	-
7	キャンペーン名	テキスト	-	-	●	-
8	広告コスト	整数	-	-	-	●
9	PV数-計算用	整数	-	-	-	●

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
10	セッション数-計算用	整数	-	-	-	●
11	UU数-計算用	整数	-	-	-	○
12	購入数[直接]-計算用	整数	-	-	-	●
13	購入者数[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
14	購入金額[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
15	購入数[間接]-計算用	整数	-	-	-	○
16	購入者数[間接]-計算用	整数	-	-	-	○
17	購入金額[間接]-計算用	整数	-	-	-	○

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
広告効果の 可視化	34	<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	PV数	CPA
2021	7	1	期間限定セール	...	
2021	7	2	売り尽くしキャンペーン	???	
2021	7	3	20%OFFキャンペーン	...	
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

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

日×広告キャンペーン別に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	期間限定セール	120,486	48,194	514	...	5,123
2021	7	2	売り尽くし キャンペーン	98,402	39,361	401	...	5,212
2021	7	3	全品20%OFF キャンペーン	100,473	40,189	425	...	5,294
2021	7	4	大感謝セール	122,834	49,134	510	...	5,311
2021	7	5	激安キャンペーン	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

分析分類	#	分析名
b→dash 施策からの 効果可視化	35	<u>メール成果分析</u>



# 実現できること



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

## これまで

配信年	配信月	シナリオ名	配信数	店舗 購入金額 [間接/開封]
2021	1	ポイント通知 シナリオ	...	
2021	1	F2転換促進 シナリオ	? ? ?	
2021	1	F3転換促進 シナリオ	...	
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

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

## これから

配信年	配信月	シナリオ名	配信数	店舗 購入金額 [間接/開封]
2021	1	ポイント通知 シナリオ	2,162,725	216,263
2021	1	F2転換促進 シナリオ	2,739,475	212,164
2021	1	F3転換促進 シナリオ	4,305,360	261,381
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

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



# 本レポートで確認可能な代表的な項目

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

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

etc...



# レポート：NO5『配信年/月 × シナリオ名』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/1/31

配信年	配信月	シナリオ名	配信数	配信成功数	開封数	開封率	クリック者数	クリック率	店舗_購入金額 [間接/開封]
2021	1	ポイント通知 シナリオ	2,162,725	2,054,585	322,155	15.7%	49,310	15.3%	216,263
2021	1	F2転換促進 シナリオ	2,739,475	2,629,895	373,445	14.2%	68,900	18.4%	212,164
2021	1	F3転換促進 シナリオ	4,305,360	4,003,980	540,535	13.5%	207,430	38.4%	261,381
2021	1	ランクアップ 促進シナリオ	3,904,385	3,552,990	746,400	21.0%	309,110	41.4%	590,752
2021	1	利用促進 シナリオ	1,627,280	1,529,640	339,020	22.2%	125,225	36.9%	189,360
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



# レポート：NO6『配信年/月 × シナリオ名 × コンテンツ名』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/1/31

配信年	配信月	シナリオ名	コンテンツ名	配信数	配信成功数	開封数	開封率	クリック者数	店舗_購入金額 [間接/開封]
2021	1	F2転換促進 シナリオ	初回購入の 御礼	432,545	410,917	64,431	15.68%	9,862	216,263
2021	1	F2転換促進 シナリオ	人気商品を 紹介	547,895	525,979	74,689	14.20%	13,780	212,164
2021	1	F2転換促進 シナリオ	他商品 購入者の声	861,072	800,796	108,107	13.50%	41,486	261,381
2021	1	F2転換促進 シナリオ	割引クーポンの ご案内	780,877	710,598	149,280	21.01%	61,822	590,752
2021	1	F2転換促進 シナリオ	クーポン期日 間近のお知らせ	325,456	305,928	67,804	22.16%	25,045	189,360
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



# 利用するデータファイル①

データ  
ファイル名

## メール成果分析用

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

#	データファイルを構成しているカラム	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	都道府県	テキスト	-	-	○	-
17	会員種別	テキスト	-	-	○	-
18	会員ランク	テキスト	-	-	○	-
19	配信数-計算用	整数	-	-	-	●
20	配信成功数-計算用	整数	-	-	-	●
21	開封数-計算用	整数	-	-	-	●
22	クリック者数-計算用	整数	-	-	-	●
23	クリック数-計算用	整数	-	-	-	○
24	直帰数-計算用	整数	-	-	-	○
25	PV数-計算用	整数	-	-	-	○
26	EC_購入数[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
27	EC_購入者数[直接]-計算用	テキスト	-	-	-	○
28	EC_購入金額[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
29	合計_購入数[直接]-計算用	整数	-	-	-	●
30	合計_購入者数[直接]-計算用	テキスト	-	-	-	○

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります



# 利用するデータファイル②

## データ ファイル名

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

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
b→dash 施策からの 効果可視化	36	<u>メール別購入商品分析</u>



# 実現できること



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

## これまで

配信年	配信月	シナリオ名	商品名	購入者数	購入金額
2021	1	F2転換 促進シナリオ	野菜カレー		
2021	1	F2転換 促進シナリオ	豆腐 ハンバーグ	???	
2021	1	F2転換 促進シナリオ	ほうれんそう スープ		
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

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	F2転換 促進シナリオ	野菜カレー	102	1,076,100
2021	1	F2転換 促進シナリオ	豆腐 ハンバーグ	111	1,172,940
2021	1	F2転換 促進シナリオ	ほうれんそう スープ	122	1,287,944
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

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



# 本レポートで確認可能な代表的な項目

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

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

etc...



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

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/1/31

配信年	配信月	シナリオ名	コンテンツ名	商品名	購入者数	購入金額
2021	1	F2転換促進シナリオ	割引クーポンのご案内	野菜カレー	100	1,055,000
2021	1	F2転換促進シナリオ	割引クーポンのご案内	豆腐ハンバーグ	102	1,076,100
2021	1	F2転換促進シナリオ	割引クーポンのご案内	ほうれんそうスープ	109	1,149,950
2021	1	F2転換促進シナリオ	割引クーポンのご案内	あんかけ豆腐の素	112	1,181,600
2021	1	F2転換促進シナリオ	割引クーポンのご案内	わかめスープ	113	1,192,150
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



# レポート：NO5『配信年/月 × シナリオ名 × 商品名』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/1/31

配信年	配信月	シナリオ名	商品名	購入者数	購入金額
2021	1	F2転換促進シナリオ	野菜カレー	102	1,076,100
2021	1	F2転換促進シナリオ	豆腐ハンバーグ	111	1,172,949
2021	1	F2転換促進シナリオ	ほうれんそうスープ	122	1,287,944
2021	1	F2転換促進シナリオ	あんかけ豆腐の素	127	1,335,208
2021	1	F2転換促進シナリオ	わかめスープ	107	1,132,543
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



# 利用するデータファイル①

データ  
ファイル名

## メール別購入商品分析用

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
1	配信ID-組合員ID-商品ID	テキスト	●	-	-	-
2	配信ID	テキスト	-	-	○	-
3	組合員ID	テキスト	-	-	○	-
4	配信年月日	日付	-	●	-	-
5	配信年	テキスト	-	-	●	-
6	配信月	テキスト	-	-	●	-
7	配信日	テキスト	-	-	○	-
8	配信時間	テキスト	-	-	○	-
9	シナリオ名	テキスト	-	-	●	-

#	データファイルを構成しているカラム	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	コンテンツ名	テキスト	-	-	●	-
11	タイトル名	テキスト	-	-	○	-
12	性別	テキスト	-	-	○	-
13	年代	テキスト	-	-	○	-
14	年齢	テキスト	-	-	○	-
15	エリア	テキスト	-	-	○	-
16	都道府県	テキスト	-	-	○	-
17	会員種別	テキスト	-	-	○	-
18	会員ランク	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります



# 利用するデータファイル②

データ  
ファイル名

## メール別購入商品分析用

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

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
b→dash 施策からの 効果可視化	37	<b>メール開封時間帯分析</b>



# 実現できること



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

## これまで

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

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

## これから

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

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



# 本レポートで確認可能な代表的な項目

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

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

etc...

# レポート：NO2『メール配信年/月 × 開封時間帯』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/12/31

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

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



# 利用するデータファイル

データ  
ファイル名

## メール開封時間帯分析用

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

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

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
b→dash 施策からの 効果可視化	38	<u>web接客成果分析</u>



# 実現できること



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

## これまで

配信年	配信月	施策名	表示数	CV金額
2021	1	初回訪問 キャンペーン	...	
2021	2	ポイントの 利用促進	? ? ?	
2021	3	キャンペーン 開催の告知	...	
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

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	初回訪問 キャンペーン	432,545	506,939
2021	2	ポイントの 利用促進	547,895	480,675
2021	3	キャンペーン 開催の告知	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率	CVR	CV金額
2021	1	初回訪問 キャンペーン	432,545	9,862	2.3%	586	5.9%	506,939
2021	1	ポイントの 利用促進	547,895	13,780	2.5%	558	4.1%	480,675
2021	1	キャンペーン 開催の告知	861,072	41,486	4.8%	1,020	2.5%	967,300
2021	1	2回目 購入促進	780,877	61,822	7.9%	1,206	2.0%	1,369,800
2021	1	優良顧客向け クーポン配信	325,456	25,045	7.7%	1,630	6.5%	353,600
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



# レポート：NO4『配信年/月 × 施策名 × コンテンツ名』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/1/31

配信年	配信月	施策名	コンテンツ名	表示数	クリック者数	クリック率	CVR	CV金額
2021	1	初回訪問 キャンペーン	キャンペーンの ご案内	123,584	2,818	2.3%	1.7%	144,840
2021	1	2回目 購入促進	クーポンの配布	156,541	3,937	2.5%	1.2%	137,336
2021	1	組員 加入促進	組員の声	246,021	11,853	4.8%	0.7%	276,371
2021	1	組員 加入促進	加入の メリット3選	223,108	17,663	7.9%	0.6%	391,371
2021	1	ランクアップ 促進	ランクアップの メリットご紹介	92,987	7,156	7.7%	1.9%	101,029
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



# 利用するデータファイル

データ  
ファイル名

## web接客成果分析用

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
1	配信ID-組合員ID	テキスト	●	-	-	-
2	施策ID	テキスト	-	-	○	-
3	組合員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

分析分類	#	分析名
b→dash 施策からの 効果可視化	39	<b>SMS成果分析</b>



# 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	店舗 購入金額 [間接/配信]
2021	1	ポイント通知 シナリオ	...	
2021	2	F2転換促進 シナリオ	? ? ?	
2021	3	F3転換促進 シナリオ	...	

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	店舗 購入金額 [間接/配信]
2021	1	ポイント通知 シナリオ	994,854	497,404
2021	2	F2転換促進 シナリオ	1,260,159	487,976
2021	3	F3転換促進 シナリオ	1,980,466	601,177

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



# 本レポートで確認可能な代表的な項目

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

etc...



# レポート：NO3『配信年/月 × シナリオ名』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/1/31

配信年	配信月	シナリオ名	配信数	配信成功数	クリック者数	クリック率	店舗_購入金額 [間接/配信]
2021	1	ポイント通知 シナリオ	994,854	945,109	22,683	2.3%	497,404
2021	1	F2転換促進 シナリオ	1,260,159	1,209,752	31,694	2.5%	487,976
2021	1	F3転換促進 シナリオ	1,980,466	1,841,831	95,418	4.8%	601,177
2021	1	会員ランクアップ <sup>o</sup> 促進シナリオ	1,796,017	1,634,375	142,191	7.9%	1,358,729
2021	1	店舗利用 促進シナリオ	748,549	703,634	57,604	7.7%	435,529
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



# レポート：NO4『配信年/月 × シナリオ名 × コンテンツ名』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/1/31

配信年	配信月	シナリオ名	コンテンツ名	配信数	配信成功数	クリック者数	クリック率	店舗_購入金額 [間接/配信]
2021	1	F2転換促進 シナリオ	初回購入の御礼	432,545	410,917	9,862	2.3%	216,263
2021	1	F2転換促進 シナリオ	人気商品を紹介	547,895	525,979	13,780	2.5%	212,164
2021	1	F2転換促進 シナリオ	他商品 購入者の声	861,072	800,796	41,486	4.8%	261,381
2021	1	F2転換促進 シナリオ	割引クーポンの ご案内	780,877	710,598	61,822	7.9%	590,752
2021	1	F2転換促進 シナリオ	クーポン期日 間近のお知らせ	325,456	305,928	25,045	7.7%	189,360
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



# 利用するデータファイル①

データ  
ファイル名

## 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-組合員ID	テキスト	●	-	-	-
2	配信ID	テキスト	-	-	○	-
3	組合員ID	テキスト	-	-	○	-
4	配信年月日	日付	-	●	-	-
5	配信年	テキスト	-	-	●	-
6	配信月	テキスト	-	-	●	-
7	配信日	テキスト	-	-	○	-
8	配信時間	テキスト	-	-	○	-
9	シナリオ名	テキスト	-	-	●	-
10	コンテンツ名	テキスト	-	-	●	-
11	タイトル名	テキスト	-	-	○	-
12	性別	テキスト	-	-	○	-
13	年代	テキスト	-	-	○	-

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

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります



# 利用するデータファイル②

データ  
ファイル名

## 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
26	EC_購入者数[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
27	EC_購入金額[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
28	合計_購入数[直接]-計算用	整数	-	-	-	●
29	合計_購入者数[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
30	合計_購入金額[直接]-計算用	整数	-	-	-	●
31	EC_購入数[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	●
32	EC_購入者数[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	○
33	EC_購入金額[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	●
34	店舗_購入数[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	●
35	店舗_購入者数[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	○
36	店舗_購入金額[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	●
37	合計_購入数[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	●

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
38	合計_購入者数[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	○
39	合計_購入金額[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	●
40	EC_購入数[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○
41	EC_購入者数[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○
42	EC_購入金額[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○
43	店舗_購入数[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○
44	店舗_購入者数[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○
45	店舗_購入金額[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○
46	合計_購入数[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○
47	合計_購入者数[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○
48	合計_購入金額[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○
49	チャンネル	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
b→dash 施策からの 効果可視化	40	<b>LINE成果分析</b>



# 実現できること



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

## これまで

配信年	配信月	シナリオ名	配信数	店舗 購入金額 [間接/配信]
2021	1	ポイント通知 シナリオ	...	
2021	2	F2転換促進 シナリオ	? ? ?	
2021	3	F3転換促進 シナリオ	...	
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

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

## これから

配信年	配信月	シナリオ名	配信数	店舗 購入金額 [間接/配信]
2021	1	ポイント通知 シナリオ	1,384,144	692,041
2021	2	F2転換促進 シナリオ	1,753,264	678,924
2021	3	F3転換促進 シナリオ	2,755,430	836,420
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

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	店舗_購入金額 [間接/配信]
2021	1	ポイント通知 シナリオ	1,384,144	1,314,934	31,558	2.3%	5.9%	692,041
2021	1	F2転換促進 シナリオ	1,753,264	1,683,133	44,096	2.5%	4.0%	678,924
2021	1	F3転換促進 シナリオ	2,755,430	2,562,547	132,755	4.8%	2.5%	836,420
2021	1	会員ランクアップ 促進シナリオ	2,498,806	2,273,914	197,830	7.9%	2.0%	1,890,405
2021	1	店舗利用 促進シナリオ	1,041,459	978,970	80,144	7.7%	6.5%	605,953
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



# レポート：NO4『配信年/月 × シナリオ名 × コンテンツ名』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/1/31

配信年	配信月	シナリオ名	コンテンツ名	配信数	配信成功数	クリック者数	クリック率	店舗_購入金額 [間接/配信]
2021	1	F2転換促進 シナリオ	初回購入の 御礼	432,545	410,917	9,862	2.3%	216,263
2021	1	F2転換促進 シナリオ	人気商品を 紹介	547,895	525,979	13,780	2.5%	212,164
2021	1	F2転換促進 シナリオ	他商品 購入者の声	861,072	800,796	41,486	4.8%	261,381
2021	1	F2転換促進 シナリオ	割引クーポンの ご案内	780,877	710,598	61,822	7.9%	590,752
2021	1	F2転換促進 シナリオ	クーポン期日 間近のお知らせ	325,456	305,928	25,045	7.7%	189,360
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



# 利用するデータファイル①

データ  
ファイル名

## LINE成果分析用

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

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

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります



# 利用するデータファイル②

データ  
ファイル名

## 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
26	EC_購入者数[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
27	EC_購入金額[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
28	合計_購入数[直接]-計算用	整数	-	-	-	●
29	合計_購入者数[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
30	合計_購入金額[直接]-計算用	整数	-	-	-	●
31	EC_購入数[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	●
32	EC_購入者数[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	○
33	EC_購入金額[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	●
34	店舗_購入数[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	●
35	店舗_購入者数[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	○
36	店舗_購入金額[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	●
37	合計_購入数[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	●

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
38	合計_購入者数[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	○
39	合計_購入金額[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	●
40	EC_購入数[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○
41	EC_購入者数[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○
42	EC_購入金額[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○
43	店舗_購入数[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○
44	店舗_購入者数[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○
45	店舗_購入金額[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○
46	合計_購入数[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○
47	合計_購入者数[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○
48	合計_購入金額[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○
49	チャンネル	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
b→dash 施策からの 効果可視化	41	<u>アプリPush成果分析</u>



# 実現できること



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

## これまで

配信年	配信月	シナリオ名	配信数	店舗 購入金額 [間接/配信]
2021	1	ポイント通知 シナリオ	...	
2021	1	F2転換促進 シナリオ	? ? ?	
2021	1	F3転換促進 シナリオ	...	

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

## これから

配信年	配信月	シナリオ名	配信数	店舗 購入金額 [間接/配信]
2021	1	ポイント通知 シナリオ	432,545	216,263
2021	1	F2転換促進 シナリオ	547,895	212,164
2021	1	F3転換促進 シナリオ	861,072	261,381

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



# 本レポートで確認可能な代表的な項目

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

etc...



# レポート：NO3『配信年/月 × シナリオ名』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/1/31

配信年	配信月	シナリオ名	配信数	配信成功数	クリック者数	クリック率	CVR	店舗_購入金額 [間接/配信]
2021	1	ポイント通知 シナリオ	432,545	410,917	9,862	2.3%	5.9%	216,263
2021	1	F2転換促進 シナリオ	547,895	525,979	13,780	2.5%	4.0%	212,164
2021	1	F3転換促進 シナリオ	861,072	800,796	41,486	4.8%	2.5%	261,381
2021	1	会員ランクアップ 促進シナリオ	780,877	710,598	61,822	7.9%	2.0%	590,752
2021	1	店舗利用 促進シナリオ	325,456	305,928	25,045	7.7%	6.5%	189,360
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



# レポート：NO4『配信年/月 × シナリオ名 × コンテンツ名』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/1/31

配信年	配信月	シナリオ名	コンテンツ名	配信数	配信成功数	クリック者数	クリック率	店舗_購入金額 [間接/配信]
2021	1	F2転換促進 シナリオ	初回購入の 御礼	432,545	410,917	9,862	2.3%	216,263
2021	1	F2転換促進 シナリオ	人気商品を 紹介	547,895	525,979	13,780	2.5%	212,164
2021	1	F2転換促進 シナリオ	他商品 購入者の声	861,072	800,796	41,486	4.8%	261,381
2021	1	F2転換促進 シナリオ	割引クーポンの ご案内	780,877	710,598	61,822	7.9%	590,752
2021	1	F2転換促進 シナリオ	クーポン期日 間近のお知らせ	325,456	305,928	25,045	7.7%	189,360
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

※表頭/表側が黄色、指標が緑色の項目になります



# 利用するデータファイル①

データ  
ファイル名

## アプリPush成果分析用

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

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

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります



# 利用するデータファイル②

データ  
ファイル名

## アプリPush成果分析用

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

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
38	合計_購入者数[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	○
39	合計_購入金額[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	●
40	EC_購入数[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○
41	EC_購入者数[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○
42	EC_購入金額[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○
43	店舗_購入数[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○
44	店舗_購入者数[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○
45	店舗_購入金額[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○
46	合計_購入数[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○
47	合計_購入者数[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○
48	合計_購入金額[間接/クリック]-計算用	整数	-	-	-	○
49	チャンネル	テキスト	-	-	○	-

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります

分析分類	#	分析名
b→dash 施策からの 効果可視化	42	<b>チャンネル別施策成果分析</b>



# 実現できること



チャンネル別に**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	チャンネル	アプローチ数	店舗 購入金額 [間接/配信]
2021	1	メール	...	
2021	1	SMS	? ? ?	
2021	1	LINE	...	
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

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

## これから

配信年	配信月	チャンネル	アプローチ数	店舗 購入金額 [間接/配信]
2021	1	メール	271,732	2
2021	1	SMS	95,434	8
2021	1	LINE	153,307	13
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

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



# 本レポートで確認可能な代表的な項目

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

etc...



# レポート：NO1『チャンネル』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/12/31

チャンネル	アプローチ数	クリック数	合計_購入数 [直接]	合計_購入金額 [直接]	合計_購入数 [間接/配信]	店舗_購入金額 [間接/配信]
メール	271,732	1,256	14	1.1%	19	2
SMS	95,434	2,291	71	3.1%	81	8
LINE	153,307	1,644	146	8.9%	140	13
アプリPush	107,840	2,589	80	3.1%	92	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 : NO3『配信年/月 × チャンネル』

集計期間

2021/1/1 ~ 2021/12/31

配信年	配信月	チャンネル	アプローチ数	クリック数	合計_購入数 [直接]	合計_購入金額 [直接]		店舗_購入金額 [間接/配信]
2021	1	メール	271,732	1,256	14	1.1%	...	2
2021	1	SMS	95,434	2,291	71	3.1%	...	8
2021	1	LINE	153,307	1,644	146	8.9%	...	13
2021	1	アプリPush	107,840	2,589	80	3.1%	...	9
2021	2	メール	320,644	1,482	17	1.1%	...	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

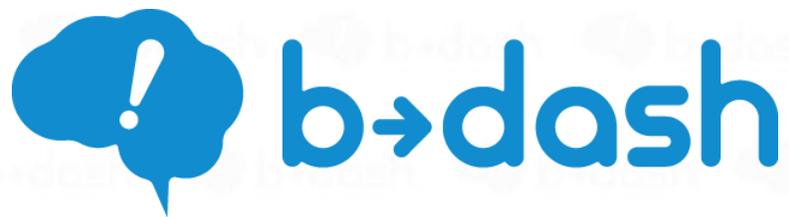
データ  
ファイル名

## チャンネル別施策成果分析用

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

#	データファイルを構成しているカラム	データ型	利用用途			
			主キー	集計期間	表頭/表側	計算用指標
13	合計_購入数[直接]-計算用	整数	-	-	-	●
14	合計_購入者数[直接]-計算用	整数	-	-	-	○
15	合計_購入金額[直接]-計算用	整数	-	-	-	●
16	EC_購入数[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	●
17	EC_購入者数[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	○
18	EC_購入金額[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	●
19	店舗_購入数[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	●
20	店舗_購入者数[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	○
21	店舗_購入金額[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	●
22	合計_購入数[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	●
23	合計_購入者数[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	○
24	合計_購入金額[間接/配信]-計算用	整数	-	-	-	●

※ ● : 必須項目 / ○ : 任意項目 になります 270



～ 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。