
データ分析・解析、統計をご検討中のお客様へ

データ分析・統計ご説明資料 ご説明資料

株式会社 BAISOKU

V01.02

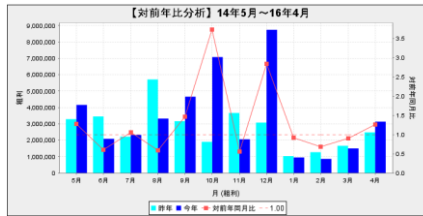
データ分析・解析、統計

こんなお悩みを解決します。

- ・データ分析、解析ソフトを活用したい
- ・社内にデータはいっぱい持っているけど使えていない
- ・大量の社内資料作成時間を減らしたい
- ・(フランチャイズの場合)
本部から送られてくる大量のデータを見やすく加工したい
- ・(複数店舗、支店展開の場合)
各支店、店舗でデータがバラバラでまとまらない

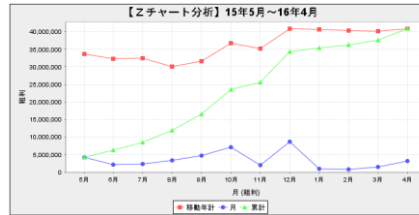
豊富な分析解析フォーマットから、実際にデータをいかせる 分析、統計をご提案します。

①対前期比分析



以前と比較して今を知る
比較すればわかる
比率で見る

②Zチャート分析



積み上げて傾向を知る
季節変動を除いた傾向を知る

③デシル分析

デシ	顧客数(人)	粗利金額累計	構成比	累計構成比	粗利金額/人
1 (上位10%)	25	¥28,218,789	89.1%	89.1%	¥1,128,871
2	25	¥6,272,800	15.4%	84.5%	¥250,817
3	25	¥4,696,890	9.4%	89.8%	¥189,463
4	25	¥2,650,800	5.3%	99.5%	¥106,373
5	25	¥1,749,119	4.3%	100.0%	¥69,964
6	24	¥1,327,495	3.3%	107.0%	¥55,309
7	25	¥1,051,195	2.6%	109.6%	¥42,046
8	25	¥750,258	1.8%	111.4%	¥30,010
9	25	¥559,189	1.4%	112.8%	¥22,364
10 (下位10%)	25	¥5,219,047	-12.8%	100.0%	¥208,761
合計	248	¥31,811,338	100.0%	-	¥128,300

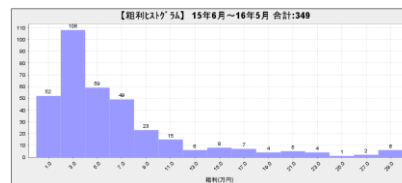
パレートの法則が成立しているかを
チェックする
「2:8の法則」

④RFM分析

NO	お客様(代表者)	RF	最近 出現日	経過期間 (日数)	F(購買回数)	R(粗利金額)	M(購買頻度)	RFM(相対値)	RFM(相対値)	RFM(相対値)	RFM(相対値)	RFM(相対値)
1	14895	A	168420	17	6	¥7,724,783	5	5	5	15	A	
2	14841	C	168417	20	40	¥6,465,802	5	5	5	15	A	
3	13995	A	168404	42	18	¥4,337,221	5	5	5	15	A	
4	13845	A	151117	181	19	¥2,589,634	5	5	5	15	A	
5	14872	A	168429	-43	50	¥2,432,039	5	5	5	15	A	
6	13372	A	168429	19	14	¥2,114,084	5	5	5	15	A	
7	14892	A	168403	38	18	¥999,030	5	5	4	14	A	
8	13292	A	168429	17	17	¥908,029	5	5	4	14	A	
9	13329	A	151006	239	6	¥1,000,162	4	5	4	13	A	
10	14892	A	168504	12	18	¥891,379	5	5	3	13	A	

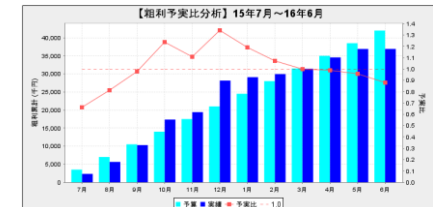
お客様を特徴別に区分する
R・F・Mによるランクづけ

⑤ヒストグラム



データ全体の雰囲気をつかむ。
真の平均をつかむ
データのバラツキを測る
(平均, 中央値, 標準偏差)

⑥予実比分析



売り上げ目標の達成度を見る

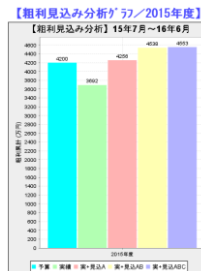
⑦ TOCバッファ管理

年度平均：15年7月～16年6月 (単位:万円)													
	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	年間合計
予算	442	442	442	442	442	442	442	442	442	442	442	442	1104
実績	231	331	485	787	100	467	258	253	204	280	788	313	285
差異	-211	-111	-23	-295	-292	25	-184	-189	-238	-154	226	-129	(919)
差異率	-47.7%	-25.1%	-5.2%	-67.0%	-66.1%	5.7%	-41.9%	-42.8%	-53.8%	-34.9%	51.1%	-29.2%	83.9%



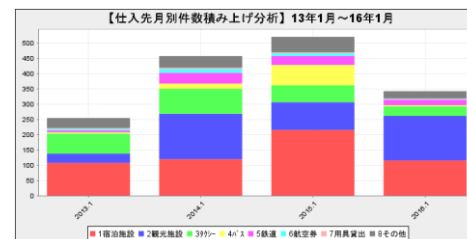
「バッファ管理」にて、対策のタイミングを知る

⑧ 見込み分析



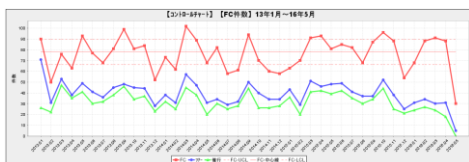
先行きを見通す
 実績に確度A、B、Cを積み上げ、
 予算と比較する

⑨ 積み上げ棒グラフ



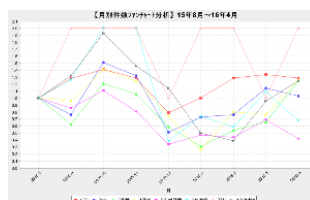
ひと目で、それぞれの項目の全体量と、
 項目内の各要素の比率が把握できる

⑩ コントロールチャート(管理図)



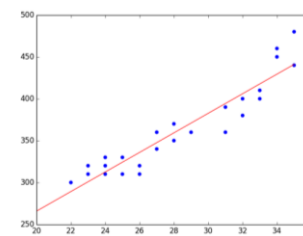
管理者にプロセスが「見えてくる」ようにする
 我々が持っている唯一の道具である

⑪ ファンチャート分析



勢いのある商品を見つける

⑫ 単回帰分析



売上を左右する要因を
 分析する

⑬生産計画

前月	売上	在庫	受注	生産	在庫	受注	生産	在庫	受注	生産	在庫	受注	生産	在庫	受注	生産
1	1,887	885	1,765	6,304	1,244	1,244	1,244	1,244	1,244	1,244	1,244	1,244	1,244	1,244	1,244	1,244

生産の平準化を進めていく上で、売上実績に対して受注残を足して、現在庫を加味して、売上実績の平均分生産していく

⑭生産計画（在庫）



生産予定、売上実績、在庫、受注残の関係に焦点をあて、生産平準化を図る

⑮生産計画（在庫率）

在庫/売上	在庫	売上	在庫-売上	在庫	受注残	在庫-受注残	在庫-受注残 倍率
0.0	0	0	0	18	17	1	100%以上 + (+5.9%)
9.3	12	3	9	28	53	-25	大増減 - (-47.2%)
0.0	6	4	2	0	0	0	増減 0 (+0.0%)
4.9	12	7	5	34	1	33	100%以上 + (+3300.0%)
3.0	32	10	22	30	10	20	100%以上 + (+200.0%)
6.5	158	31	127	203	1	202	100%以上 + (+20200.0%)
3.0	138	61	77	186	21	165	100%以上 + (+765.7%)
0.2	40	13	27	3	1	2	100%以上 + (+200.0%)
2.0	14	2	12	4	0	4	100%以上 + (+100.0%)

「期間の売上（台数）」に対して、「在庫」を何倍もっているかを見て、未来の生産計画を予測する

⑯製品別MQ表

品番ID	品名	在庫	売上	受注	生産	在庫	受注	生産	在庫	受注	生産	在庫	受注	生産	在庫	受注	生産
001	001	25	32	32	32	96	32	32	32	96	32	32	32	96	32	32	32

どの製品が付加価値（利益）をだしているか、付加価値の大きい順に並べる

オリジナル分析

貴社オリジナルの分析、解析、統計に対応します。
 現在エクセルやアクセスでつくっている帳票のアウトプットを
 ご提示ください。

オリジナル
積み上げグラフ

グラフ一枚で
受注/予約の有無、
営業担当者の情報、
顧客の情報等を一
覧

	月	火	水	木	金	土	日	祝日	合計
	193	198	201	197	172	111	55	32	1,159
	16.7%	17.1%	17.3%	17.8%	14.8%	9.6%	4.7%	2.8%	100.0%
	1,072						87		1,159
	92.5%						7.5%		100.0%
	961						198		1,159
◎比率	82.9%						17.1%		100.0%
問合せ手段	月	火	水	木	金	土	日	祝日	合計
電話	135	140	155	148	140	67	39	21	846
WEB	51	53	40	39	25	36	14	9	266
その他	6	4	5	10	7	4	2	2	40
FAX	0	0	1	1	0	3	0	0	5
来社	0	1	0	0	0	1	0	0	2
合計	193	198	201	197	172	111	55	32	1,159

曜日別の問合せ件数と問合せ手段分析

費用	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	合計	平均		
合計	198	406	386	387	333	1,512	378	p=0.515	ns (0.10 < p)
～1万円	3	4	1	1	5	11	2	p=0.078	+ (0.05 < p < 0.10)
～2万円	14	16	11	4	4	35	8	p=0.552	ns (0.10 < p)
～3万円	28	57	34	17	7	115	28	p=0.069	+ (0.05 < p < 0.10)
～10万円	72	140	160	162	143	605	151	p=0.434	ns (0.10 < p)
～20万円	30	71	63	93	85	312	78	p=0.371	ns (0.10 < p)
～30万円	26	45	37	33	34	149	37	p=0.269	ns (0.10 < p)
～40万円	7	36	21	20	18	95	23	p=0.508	ns (0.10 < p)
～50万円	4	7	18	11	18	54	13	p=0.064	+ (0.05 < p < 0.10)
50万円超	14	30	41	46	19	136	34	p=0.004	** (p < 0.01)

二項検定による問題点の洗い出し
(クイックデータアナリシス)

週NO	週初～週末	見積数	受注数	成約数	売上	客単価	成約数	売上(★100万円、△50万円)
1	16/06/27(月)～07/03(日)	19	17	25	8	9	1,235,790	137,810
2	16/07/04(月)～07/10(日)	18	13	18	14	14	3,868,184	276,293
3	16/07/11(月)～07/17(日)	10	5	3	2	4	844,942	211,236
4	16/07/18(月)～07/24(日)	10	7	15	5	3	409,744	136,581
5	16/07/25(月)～07/31(日)	13	10	12	9	10	1,216,077	121,683
6	16/08/01(月)～08/07(日)	20	8	16	11	14	2,944,153	210,297
7	16/08/08(月)～08/14(日)	12	6	11	5	5	603,387	120,677
8	16/08/15(月)～08/21(日)	18	3	12	7	9	2,360,563	262,285
9	16/08/22(月)～08/28(日)	21	19	19	9	7	1,296,522	185,217
10	16/08/29(月)～09/04(日)	21	11	13	5	6	882,377	147,065
11	16/09/05(月)～09/11(日)	18	15	9	3	2	1,705,524	85,262
12	16/09/12(月)～09/18(日)	11	7	18	8	9	684,890	76,092
13	16/09/19(月)～09/25(日)	12	10	22	11	11	901,178	89,190
14	16/09/26(月)～10/02(日)	15	4	9	6	7	722,128	103,161
15	16/10/03(月)～10/09(日)	20	9	17	6	7	1,854,373	238,839
16	16/10/10(月)～10/16(日)	23	7	12	4	4	682,870	173,219
17	16/10/17(月)～10/23(日)	17	6	14	16	12	1,853,254	162,771
18	16/10/24(月)～10/30(日)	8	9	9	6	6	853,977	142,330
19	16/10/31(月)～11/06(日)	13	6	14	13	12	3,340,263	278,355

オリジナル星取表
(受注額を★や△などの記号で直感的に表示)

当社の使命は、コンピュータシステム
を通して顧客の利益を最大限高め
ることです！

BAISOKU

ご提案内容は以上です。
お問合せ等ございましたら、お気軽に下記までご連絡ください。

株式会社 BAISOKU (バイソク)

担当：早坂

〒176-0023 東京都練馬区中村北2-20-11 ソフィア中村橋2F

TEL：03-6907-3904

<http://baisoku.co.jp> E-mail：info@baisoku.co.jp