

データ分析の7つ道具

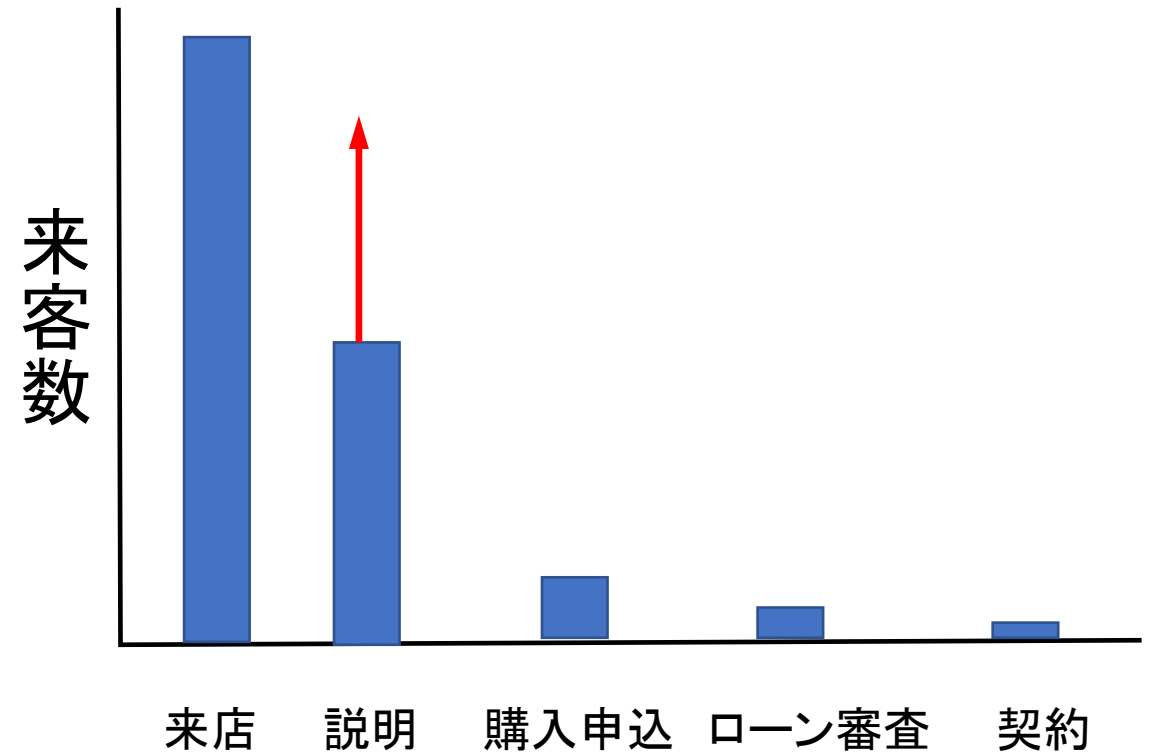
①プロセス分析

- 1)仕事の始点から終点まで決める
- 2)仕事をプロセスに分ける
- 3)プロセスごとに数字を計測
- 4)解決可能な問題を見つける
- 5)管理できる行動の数字目標を設定

説明に来客数が半分に減っている



来店～説明までの接客を改善する必要



②散布図と単回帰分析

③重回帰分析

$$y = \alpha + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \cdots + \beta_n x_n$$

例 家賃=39.71+2.87×**広さ**−1.12×**築年数**−0.82×**徒歩時間**+1.45×**日当たり**

Ru値 = $1 - (1 - R^2) \times (\text{データ数} + \text{説明変数の個数} + 1) \div (\text{データ数} - \text{説明変数の個数} - 1)$

R^2 は決定係数(相関係数の2乗) 下表の○は適用

広さ	築年数	徒歩時間	日当たり	Ru値
○				0.993
	○			-0.013
		○		0.005
			○	-0.018
○	○			0.997
○	○	○		0.998
	○	○	○	-0.006
○	○	○	○	0.998

Ru値より
家賃は**広さ**の寄与率が高い
が**築年数**、**駅からの徒歩時間**
や**日当たり**の寄与により
設定されていることが
わかる

④パレート図分析

⑤T勘定

昨日の残 600	正常処理 900
本日の到着分 900	
	記入漏れ 300
	今日の夕方残 300

⑥差異分析

120円
(実際)

100円
(予定)

クリック
単価
↑

価格差異 204, 000円	混合差異 4, 000円
予算 1, 000, 000円	数量差異 24, 000円

→クリック数

10,000回

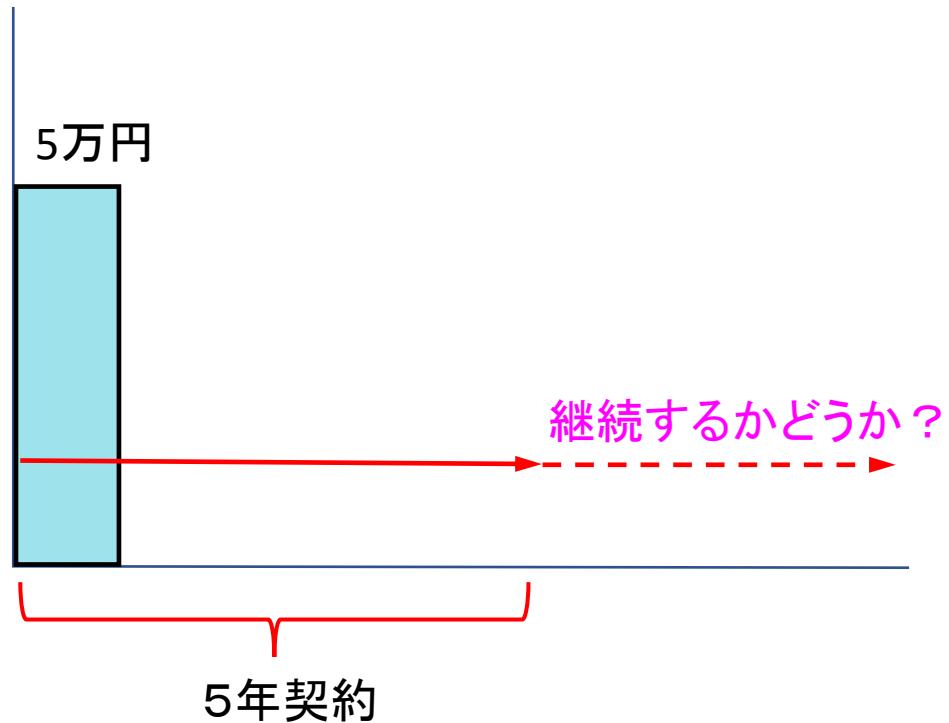
10, 200回

⑦LTV(ライフタイムバリュー)分析

$$\text{LTV} = \text{購買単価} \times \text{購買頻度} \times \text{契約継続時間}$$

一括買取の場合

$$\text{LTV} = 5\text{万円} \times 1\text{回} \times 1\text{年} = 5$$



サブスクリプションの場合

$$\text{LTV} = 1\text{万円} \times 5\text{回} \times X\text{年} = 5X$$

