

DXは始めるなら、まずは人材育成から 

データ 活用人材 育成ガイド

社員がデータを
活用できると
何が良いの？

データ分析の
方法に違いがある、
ってホント？

データドリブンで
結果を出すって
どんなこと？



01

「情報＝データ」は 会社の資産です



「人、モノ、金」に加えて「情報＝データ」も企業の資産である、といわれるようになって久しくなりました。「データを制する者が経営を制する時代」が到来したといっても過言ではないでしょう。

混同されがちですが「**データを収集し保持すること**」と「**データを活用すること**」は、実は別の課題です。「データの収集・保持」はIT技術の領域ですが、「**データ活用**」の領域は**経営判断やマーケティング、製品の設計・生産などの「現場」**が主役の領域です。

ほとんどの企業がデータ活用をITスペシャリストに任せ、その結果、データの価値を活かしきれていない実態を抱えています。



データ活用の“良し悪し”で

ビジネスの今後が変わります



私たちは、多くの企業が抱えるデータ活用の問題を「難解なITツール」「ビックデータがもたらすデータ整備の煩雑化」「打ち手を考えられる人材の不足」の3点と考え、それらを解決する手段をご提供しています。

「現場」に落とし込める実践的なデータ活用をうまく事業戦略に取り入れていけるかが、今後のビジネス展開のキーワードです。

経営判断

人事戦略

オペレーション

事業展開

投資判断

生産戦略

営業戦略

マーケティング

02

なぜ、社員がデータを活用できると良いの？



POINT 01

信頼できるから**安心**

データは、経営判断やこれからの事業を左右する大切な資産だからこそ、外部委託ではなく、信頼できる社員に預けて取り扱うことができると安心です。

POINT 02

ビジネス**成果が違う**



現場を知る社員がデータを活用できることで、実働への反映や体制づくりなど、より具体的でスピーディーなビジネスでの実践につながります。

POINT 03

DX化に向けた**社内資産になる**



現在多くの企業で取り組まれているDX化は、社内全体が理解し実践できることが肝心。社内にDXチームがありスピーディーに対応できることで社員の安心感が違います。

**現場を知る社員がデータ活用できることが、
事業展開の重大なヒントになる！**

03

統計学の活用メソッドで データが戦力に変わる



累計50万部突破の統計学ビジネス書の著者が考案 超実践型データ活用研修

ビジネス書大賞受賞の『統計学が最強の学問である』著者、内閣府EBPM※アドバイザーボードメンバーも務める統計学の専門家 西内 啓が研修プログラムを考案。

大学、政府にも認められた統計学メソッドに基づく確かなプログラムで、ビジネスの戦力になるデータ活用スキルを身につける研修プログラムをご提供します。

※「エビデンス・ベースド・ポリシー・メイキング」:科学的根拠に基づく政策立案/証拠に基づく政策立案



データビークルの研修プログラムが選ばれる理由

体系化されたメソッドで、 誰でも受講OK

IT領域、データドリブン、統計学の領域が初めての方でも理解しやすい体系的なプログラムで、研修対象の心配もありません。



具体的な 課題解決を導く

ビジネス成果を生み出すことを目的とした研修プログラムだから、ビジネスの現場で活きる具体的な課題解決方法を導くことができます。



データの持つ“価値の引き出し方”を学べる

- | | | | | | |
|---|---------|---|-------------|---|----------|
| 1 | 分析目的的設計 | 2 | 説明変数の作成 | 3 | データの正規化 |
| 4 | 多変量解析 | 5 | データに基づく施策立案 | 6 | 予測モデルの検証 |

04

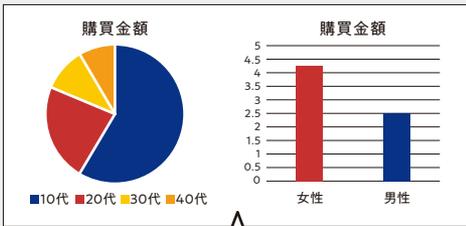
活用方法を変えると、

データはもっと活用できます



Before たとえば、こんなグラフばかりを見ていませんか？

〈購買金額グラフのイメージ〉



10代女性がターゲットだ！

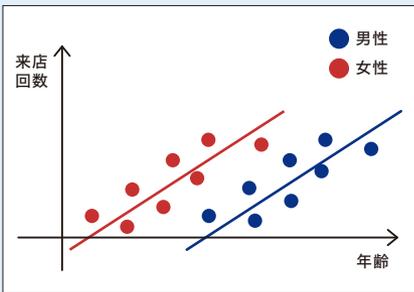
よくあるデータ分析では、
“結果”しか分からない…

- ▶ 結果を再現できるか？
 - ▶ ほかの要因はないか？
 - ▶ 予測方法として妥当か？
- などは不明確…
- = 誤った根拠を導くリスク



After ちゃんと活用できるとこんなに変わる

〈購入金額の重回帰分析イメージ〉



複数の要因を含めて、
背景も精度よく分析できる！

- ▶ 性別の影響は無さそう…
- ▶ 1歳上がるごとに金額が高い
- ▶ 居住地で金額に差がある
- ▶ DMでの来店者は金額が高い など

＝ひとつの分析で多くの可能性を検討できる

起きたことの
分析

新しい
ビジネスの検討

結果要因の
分析

リサーチ
デザインの
再検討

など

導入事例インタビュー 1

ホシザキ株式会社 様



ホシザキ株式会社

「何のためにデータ分析をするのか」

データ活用でリーダーシップを発揮できるDX人材育成を目指して



製氷機や冷蔵庫をはじめとする各種フードサービス機器の研究開発および製造販売を手がける「ホシザキ株式会社」。同社では、DX化に対する取り組みの第一歩として、データビークルの「DX 人材育成研修」を導入。

▶ 社内のDX化を推進したい 第一歩とするために研修を導入

導入前は、デジタル領域にどう取り組めばよいかわからない、そもそもデータを活用したビジネスのイメージがわからないといった課題感がありました。データビークルを選んだのは「データは活用の仕方が肝である」という考え方に興味を持ったためです。何の目的でデータ活用をするか考えられる人材を育てなければ、データサイエンティストがいてもデータを有効活用できない、そんな切り口に魅力を感じ短期編の研修を選びました。

経営層も含め、これまでのハードウェア中心のビジネスモデルに加え、デジタル領域へ踏み入りたい気持ちがあり、研修参加者が周りを引っ張ってくれたらという狙いがありました。

実際の研修では、これまで社内で行ってきたデータ分析のアプローチとはずいぶん違うという印象を受け、データ分析において、まず「あるべき姿」を設定するデータビークルのアプローチはすんなり入ってきました。分析の考え方を丁寧に説明していただいて、納得感を持って理解できました。

▶ 研修後に独自の資料を作成し、 部署内でデータ分析に挑戦

これまではデータを漠然と眺めるだけでしたが、研修後には「なぜそうなったか」「今後どうなるのか」という視点でデータを見るという意識に変わりましたね。理解を深める意味も込めて資料を作り直し、部内に展開しています。部内の何人かはデータ分析の有効性を理解し、自分たちでも少しずつデータ分析に挑戦し始めています。

今まで経験と勤で行ってきたことが、データ分析で「数字」という根拠を得て説得力のあるものになっていきます。こうした研修やデータ分析は今後ますます必要になるでしょう。

データ分析で売上が突然2倍になるなど飛躍的な効果が表れるわけではありません。**100%を105%にアップする**といった「残された数%を改善する」ためにデータ分析が行われます。

飛躍的な効果を狙う策か、残された数%の改善策か、データ分析を本格導入するか否かは、経営層の考えによるでしょう。

個人的には、データ分析は発言に数字的な裏付けを持たせるという意味で、活用の余地があるものだと思います。

導入事例インタビュー 2

株式会社クレディセゾン 様



「実践的プログラムで実務の下地ができた」

データにもとづいた企画立案・施策推進ができる人材を育成

2021年10月新設のCSDX 推進部テクノロジーセンター「DXデータ分析チーム」では、クレジットカード事業のデータ活用、社内課題の解決を担う。データ分析、課題設計、企画、推進ができる人材の育成を目的にデータビークルの研修プログラムを導入。



▶ データをもとに課題設計や企画立案できる人材を育てる

導入のきっかけは、以前データビークルの研修を受講した者がいたことでした。採用の決め手となったのは、**データ分析のほか、業務の課題設計や企画への落とし込みまで学べる**という点です。自分たちで分析するためには、ある程度コードが書ける必要を感じており、プログラミングも含めた研修内容にアレンジしていただきました。

新規会員の募集やエリア取扱を担当する者、キャッシングの販促やシステム改善を行う者と、データ分析に取り組むのは初めてのメンバーで研修に参加しましたが、丁寧な解説とフォローで不安も解消され、実務に落とし込むためのベースを作ることができたと感じています。

▶ 体系だったカリキュラムで実践的な学びが得られた

他社の研修ではみっちりコードを書く内容で参加者がかなり苦戦した経緯がありましたが、データビークルの研修は**リサーチデザインの考え方に触れ、実務**

につながるデータサイエンスの全体像を学ぶことができました。

何を目的としてビジネスをするのかというアウトカムの考え方や、説明変数をどう探すかといった分析の根幹となる考え方を学び、そこからデータ加工、コードの書き方…そしてその**結果をどうビジネスにつなげていくか、ロールプレイを含めながら学ぶことができました**。実践的で、これからの実務の下地になったと感じています。

研修を受ける前は、目的を定めず数字を集計して眺めているだけの感覚でしたが、研修後は**リサーチデザインの考え方で「データ分析をした結果、何がどうなれば嬉しいか」という視点で考えられるようになりました**。

今回はリサーチデザインから企画、プログラミング言語も学ぶ濃密な研修内容で、**参加者はデータを活用して解決策の提案をするところまで成長しています**。これからさらにデータを活用して、分析の幅を広げてくれたらと感じています。我々が学習したことを、今後は社内にも展開していきたいです。

たった2ヶ月で本質的なデータ活用スキルを習得

DX人材育成研修
基礎編

- ・社内のDXを推進する担当者
- ・業務部門でデータ活用課題がある方

講義概要

身につくこと

	講義概要	身につくこと
1週目	オリエンテーション 研修実施にあたってデータ分析についての解説動画を視聴。	<ul style="list-style-type: none"> ・データ分析の基本的な知識 ・意思決定における重要性の理解
2週目	リサーチデザイン リサーチデザインの基礎的な考え方を解説。	<ul style="list-style-type: none"> ・テーマに応じた解析目的の設計(リサーチデザイン)
3週目	多変量解析 多変量解析の手法と分析結果の読み解き方を解説。	<ul style="list-style-type: none"> ・多変量解析の理解 ・分析結果の理解と解釈
4週目	施策立案演習 分析結果から施策を立案するときの考え方を解説。	<ul style="list-style-type: none"> ・分析結果の解釈に基づく施策立案
5週目	予測モデルの構築 時系列データを用いた予測的分析について解説。	<ul style="list-style-type: none"> ・予測モデルの構築 ・予測値の算出/ 予測誤差の評価
6週目	データの正規化 正規化の基礎的な考え方を解説。	<ul style="list-style-type: none"> ・正規化の考え方の理解 ・正規化のための簡単なデータ加工
7週目	説明変数の作成 データに新しく説明変数を追加するときの考え方を解説。	<ul style="list-style-type: none"> ・予測モデルの精緻化
8週目	自社課題の整理 これまでの講義を通じて得た知見から、自社の課題を整理する。	<ul style="list-style-type: none"> ・リサーチデザインに基づいた自社課題の分析設計



データ分析の基礎&課題解決策を導く力を習得

データドリブン組織の土台をつくる6カ月プロジェクト

DX人材育成研修
実践編DX業務
担当者
対象・社内のDXプロジェクト
担当者(業務担当者)

0カ月

オリエン
テーション実践編研修の概要と進め方
の確認をする

POINT

身につくこと

- ・研修の位置づけに対する共通認識を持つ
- ・研修のゴールを明確にする

1カ月

適用領域の
選定自社でどの領域からデータ
分析を行うべきか優先順位を
つける

- ・取り組むべきテーマの選択
- ・分析に必要なデータの収集

2カ月

データの
収集・整理データをどのように加工・整
理していけば、使いやすくな
るかを理解する

- ・業務データの分析データ化
- ・欠損値や外れ値の処理

3カ月

分析の
ブラッシュアップ分析は一度で終わらず、よりよい
分析結果をもたらすために改
善できるポイントを発見する

- ・疑わしい分析結果への対処
- ・関連性の高い分析結果が出ない場合の対処

4カ月

追加
リサーチよりよい分析結果をもたら
すために必要なデータを理
解する

- ・分析目的と分析結果のギャップを起点とした、追加データの検討
- ・アンケート調査の設計/実施

5カ月

再分析と
施策立案ブラッシュアップした分析
で、いままで見えてこなかっ
た施策を導き出す

- ・複数のデータ分析に基づく施策立案
- ・施策実現に向けた提案

6カ月

データの
限界と改善提案データで実現できることを
地に足の着いた状態で理解
する。

- ・データの正規化・説明変数の考案
- ・社内データによる分析可能な範囲の把握
- ・追加データの検討/判断

最終月

最終報告会

継続的にデータ分析を行っ
ていくために、実践してきた
ことを振り返る

- ・1~3カ月目までの分析のまとめ
- ・4~5カ月目までの分析のまとめ
- ・6週目で検討した分析案のまとめ



データドリブンを学びながら実際の社内の課題解決もできる!

データ分析に必要なエッセンスを2日間に凝縮

DX人材育成研修
短期編全社員
対象

- ・各部門役職者(管理職)～新卒者
- ・データ活用法を身につける必要がある方

講義概要

1日目

オリエン
テーション

データ活用のあるべき姿やデータ分析から施策に繋げる土台となる「リサーチデザイン」について解説した上で、ビジネスでデータを有効活用するための意識付けを行います。

リサーチ
デザイン

データ分析の基本となるリサーチデザインの考え方について、「アウトカム」と「解析単位」を重点的に解説し分析を行うためのデータの捉え方を課題の実施も交えて解説します。

多変量解析と
データ処理

複数の変数を考慮した上で、アウトカムへの影響度合いを比べる「多変量解析」に関しての解説をします。分析ツールで出力された分析結果を正確に解釈出来るようにします。

ワーク
ショップ

1日目に実施した分析結果からどのような施策を行うことが出来るかを、フォーマットに従い企画書の作成とレビューを行います。

2日目

自社課題の
整理

解析単位・アウトカム・説明変数となり得るデータを想定し、ご自身担当業務あるいはクライアント企業で「どのような分析をしたらいいのか」をフォーマットに沿ってプロポーザル(提案書)を作成いただき、レビューを行います。



データ分析設計から自社課題の整理までを習得



組織階層・目的でえられる豊富なカリキュラム

[データ活用導入の基本プラン]

2
ヶ月

DX人材育成研修 基礎編



全社員
対象

データ分析の設計からデータに基づいた施策立案までを体験し、たった2カ月で自社のデータ分析課題に着手できるように超実践型プログラム

6
ヶ月

DX人材育成研修 実践編



DX業務
担当者
対象

データ活用的成果を感じられていないあなたの会社の実際のデータを使用し、データ活用によるDXの成果を実感できる超実践型のプログラム

[手軽に短期間で導入するなら!]

2
日間

DX人材育成研修 短期編



全社員
対象

本格的なデータ分析の基礎を凝縮し、たった2日間で身につける短期集中実践型プログラム

4
ヶ月

e-learning型 研修プログラム



全社員
対象

社内人材のデータ活用リテラシーの底上げを行うオンライン講座

[役職ごとに合わせた実践プラン]

2
ヶ月

データ サイエンティスト研修



DX分析
担当者
対象

企業におけるDXプロジェクトを疑似体験し、その工程、手法を理解し身に着ける完全オンライン型研修

1
ヶ月

DX研修 (エグゼクティブ)



経営者
役員
対象

意思決定層だからこそ企業の成果を上げるためのデータリテラシーを企業におけるDXプロジェクトを疑似体験できる完全オンライン型研修

2
ヶ月

マーケティング・ リサーチ実践研修



マーケティング
担当者
対象

行動科学に基づく調査を設計し、「打ち手に繋がる切り口」を発見できるようになることが目的の研修



データサイエンスをみんなの手に。

私たちデータビークルは、人間がデータから
価値を生み出すまでの全ての障壁をなくします。

[データ活用人材育成研修プログラム]

組織階層・目的でえられる豊富なカリキュラム



DX人材育成研修 基礎編

DX人材育成研修 実践編

DX研修(エグゼクティブ)

マーケティング・
リサーチ実践研修

DX人材育成研修 短期編

データサイエンティスト研修

e-Learning型
研修プログラム

データサイエンス入門講座

[データ活用ツール]



 dataDiver

洞察を得るための
拡張アナリティクスツール

 dataFerry

ビジネスを加速させる
データプレパレーションツール

 dataSniper

因果推論に基づく
マーケティングROI最大化ツール

[アンケート×解析サービス]



アンケート×データサイエンス

オルタナインサイト

- ▶ 顧客行動の動機・ホンネを高精細に分析
- ▶ より効果的な施策を設計する高度な統計解析
- ▶ ひと目で分かりやすい解析レポート

 DataVehicle

株式会社データビークル

〒105-0021 東京都港区東新橋2-9-1 CIRCLES 汐留 8F

TEL 050-5358-5994(平日 10:00~18:00)

<http://dtvcl.com>

データビークル 



お問い合わせはこちら