

会社を変える分析の力

東京：2013年11月 6日(水)

大阪：2013年11月13日(水)

大阪ガス(株)ビジネスアナリシスセンター

河本 薫

大阪ガス(株)ビジネスアナリシスセンター

- 情報通信部の内部組織
- 9名
- 約30プロジェクト/年(大小100近いソリューション)
- 全組織+関係会社向けにソリューション
- 独立採算制



大阪ガス(株)ビジネスアナリシスセンター

- ① 事業に関する深い知識
- ② 蓄積した社内外の多種多様なデータ
- ③ 大量データ処理や高度分析のノウハウ

全組織やグループ会社に分析ソリューションを提供

分析力とデータ力



ステップ1
ビジネスに役立つ
分析課題の発掘

ステップ2
ビジネスを意識した
データ分析

ステップ3
ビジネスに役立つ迄
支援し、見届ける

ビジネス現場

大阪ガス GROUP
経営企画本部

- 企画部
- 関連事業部
- 投資評価部
- 財務部
- 経理業務部
- 人事部
- 総務部
- IT・技術研究所
- エンジニアリング部

資源・海外事業部

ガス製造・発電事業部

導管事業部

リビング事業部

エネルギー事業部

大阪ガス

グループ会社



大阪ガスLPG株式会社

今日の内容

- ◆ マインドチェンジ
- ◆ フォワード型分析者
- ◆ ビッグデータ時代
- ◆ データ分析の限界

まずはマインドチェンジしよう

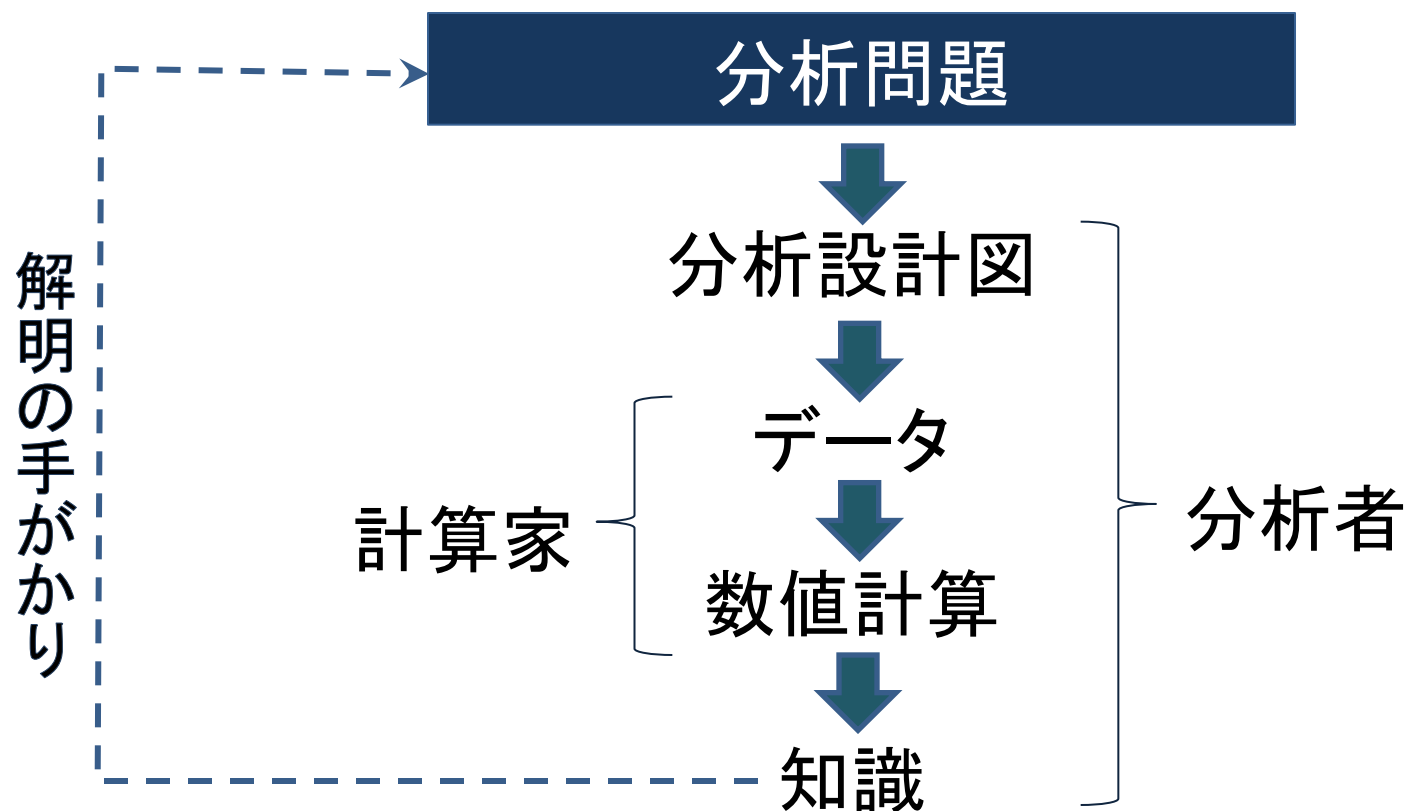
「データ分析」の価値って何なのか？

データ量？
高度な統計分析？
正確さ？

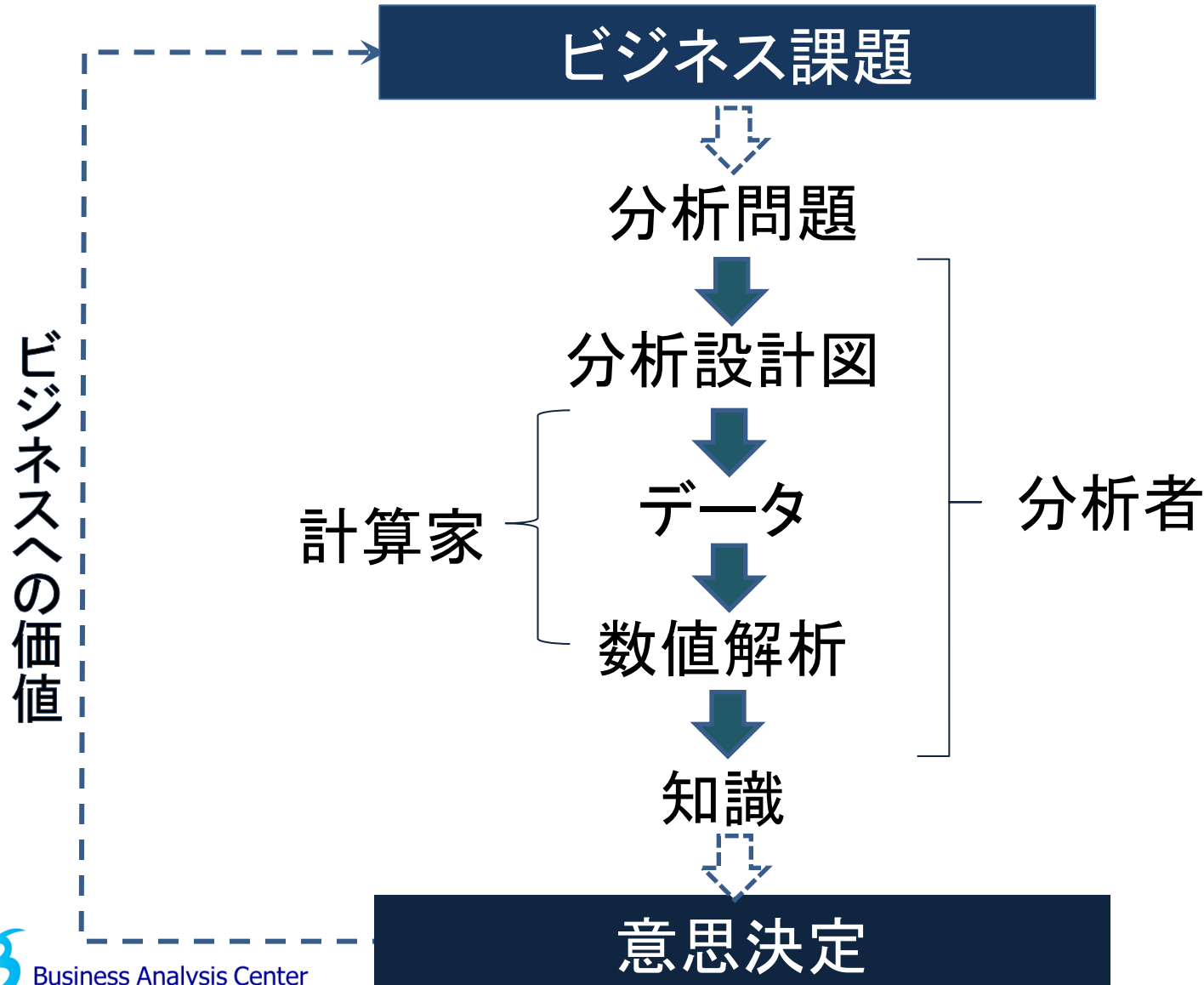
「データ分析」の価値って何なのか？

分析の価値
||
意思決定への寄与度
×
意思決定の重要性

単なる分析力ではビジネスを変えれない



単なる分析力ではビジネスを変えれない

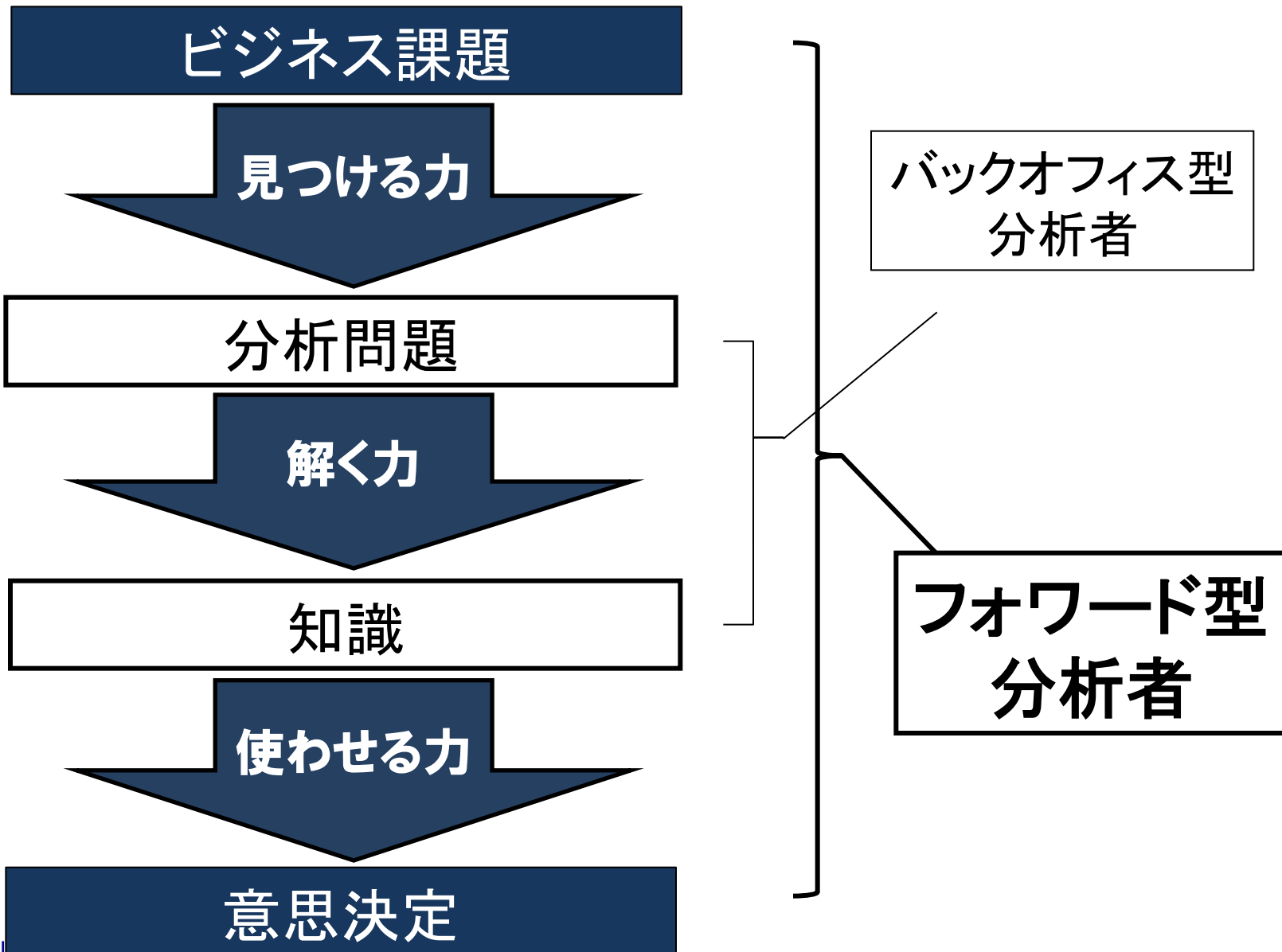


KKD(勘と経験と度胸)を侮るな !

“データ分析 or KKD” ではない。
“データ分析 and KKD” である。

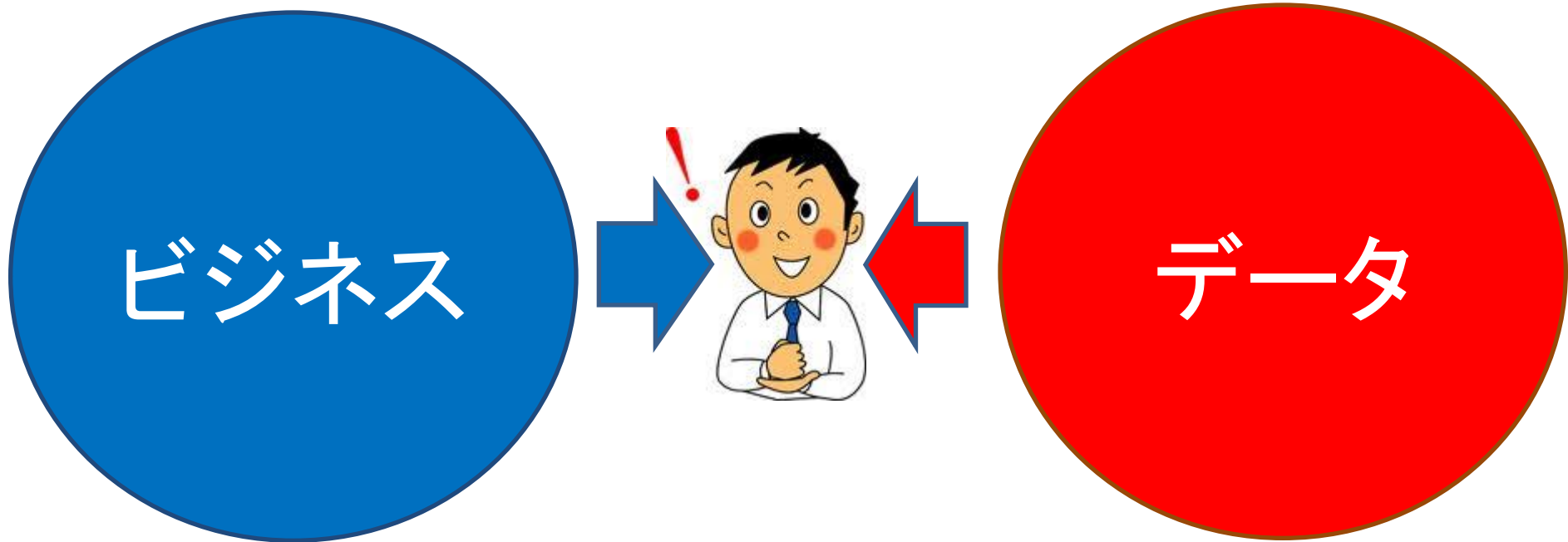
フォワード型分析者

フォワード型 VS バックオフィス型



■ 見つける力(問題発見力)

- ビジネス現場とのコミュニケーション力
- 社内外のデータに関する見識
- データ側からではなく、ビジネス側から発想する



解く力(分析力)

「解く鍵は、現場にある」

解く力 = 仮説力 (≠ 数学力)

仮説力 = コミュニケーション力 + 洞察力

使わせる力(実行力)

- 報告して終わりじゃない。
- コミュニケーション力で「心理的な壁」を超える。
- IT力で「面倒くさい壁」を超える。

俺たちが長年培ってきた
勘と経験を否定するんか？



忙しいのに、分析ツール
なんて使ってられないよ。
面倒くさい。

データ分析の限界

データ分析で出来ること、出来ないこと

分かること

どれだけ並んでいる？
どの時間帯が混んでいる？
どの場所が混んでいる？

できる対策

窓口を増やす
入場を制限する

分からないこと

なぜこの場所は混む？
なぜこの時間帯は混む？
並んでる間は何してる？

できない対策

同じ場所に集中させない
同じ時間に集中させない
待ち時間も退屈させない

データ分析の限界

目 : データ
⇒ **視野は計測対象に限定**

頭脳 : 分析モデル
⇒ **境界や骨格を予め決める**
(広い視野や柔軟な思考は無理)

最後に伝えたいこと

「分析力を武器とする現場力」こそ、 日本企業の競争力になる

- 「日本企業は、米国企業に倣ってデータ分析を駆使したトップダウン型経営を真似るだけでなく、データ分析を駆使したボトムアップ型経営、すなわち、現場が分析力を駆使することで現場力をさらに高めるような経営スタイルも目指すべきではないでしょうか。」

出典：「会社を変える分析の力」
(講談社現代新書)



ご清聴ありがとうございました。