

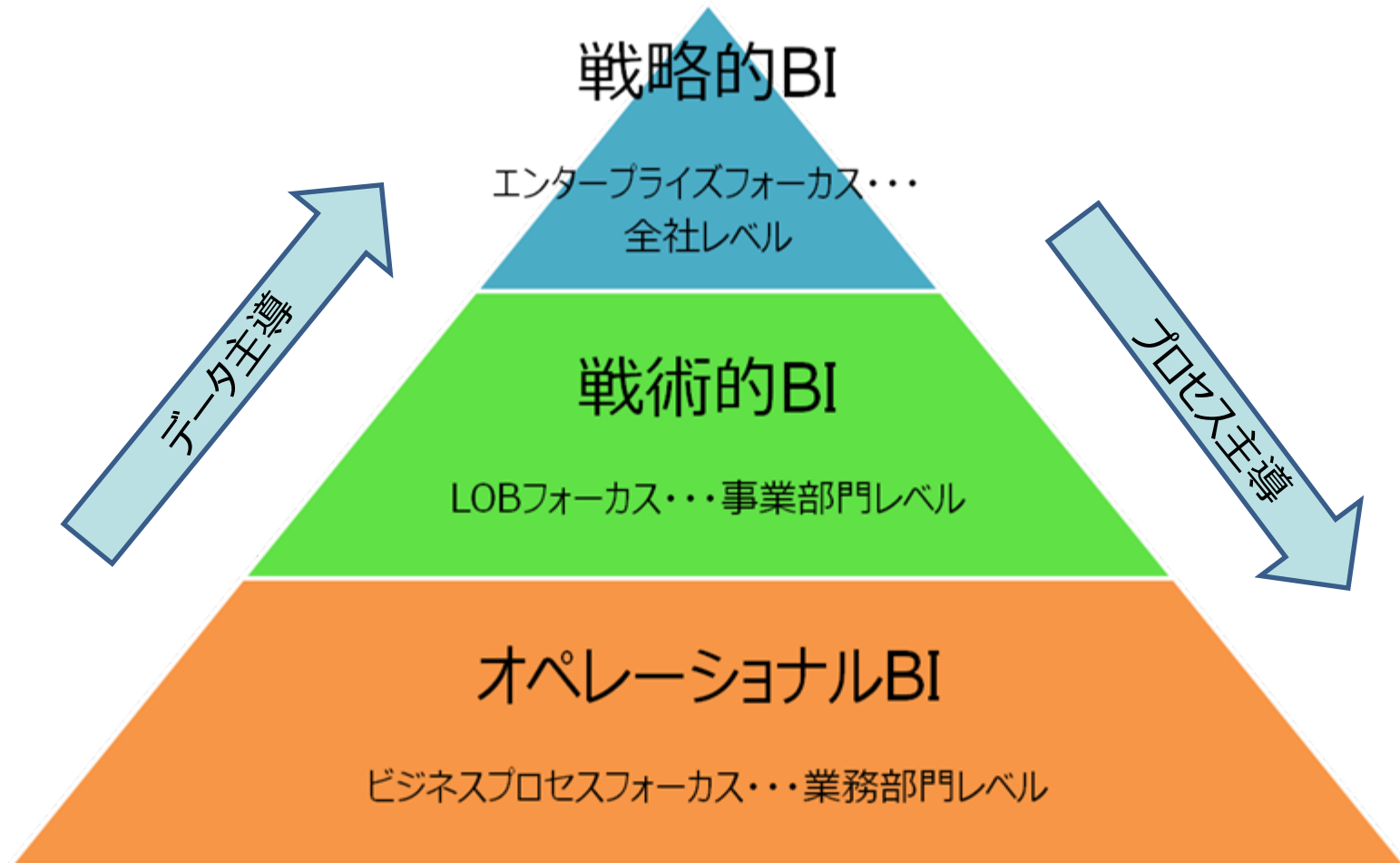
オペレーショナルBIソリューション実現には・・・

Agenda

- 3階層ビジネスインテリジェンス
- 真のオペレーショナルBIとは？
- データベース連携上の問題点
- 非リアルタイム化がもたらす様々な影響
- リアルタイムデータ参照の導入事例
- 情報分析ツールの問題点
- オペレーショナルBIのご紹介
- 真のBIプラットフォーム
- BIプラットフォームの開発環境



3階層ビジネスインテリジェンス

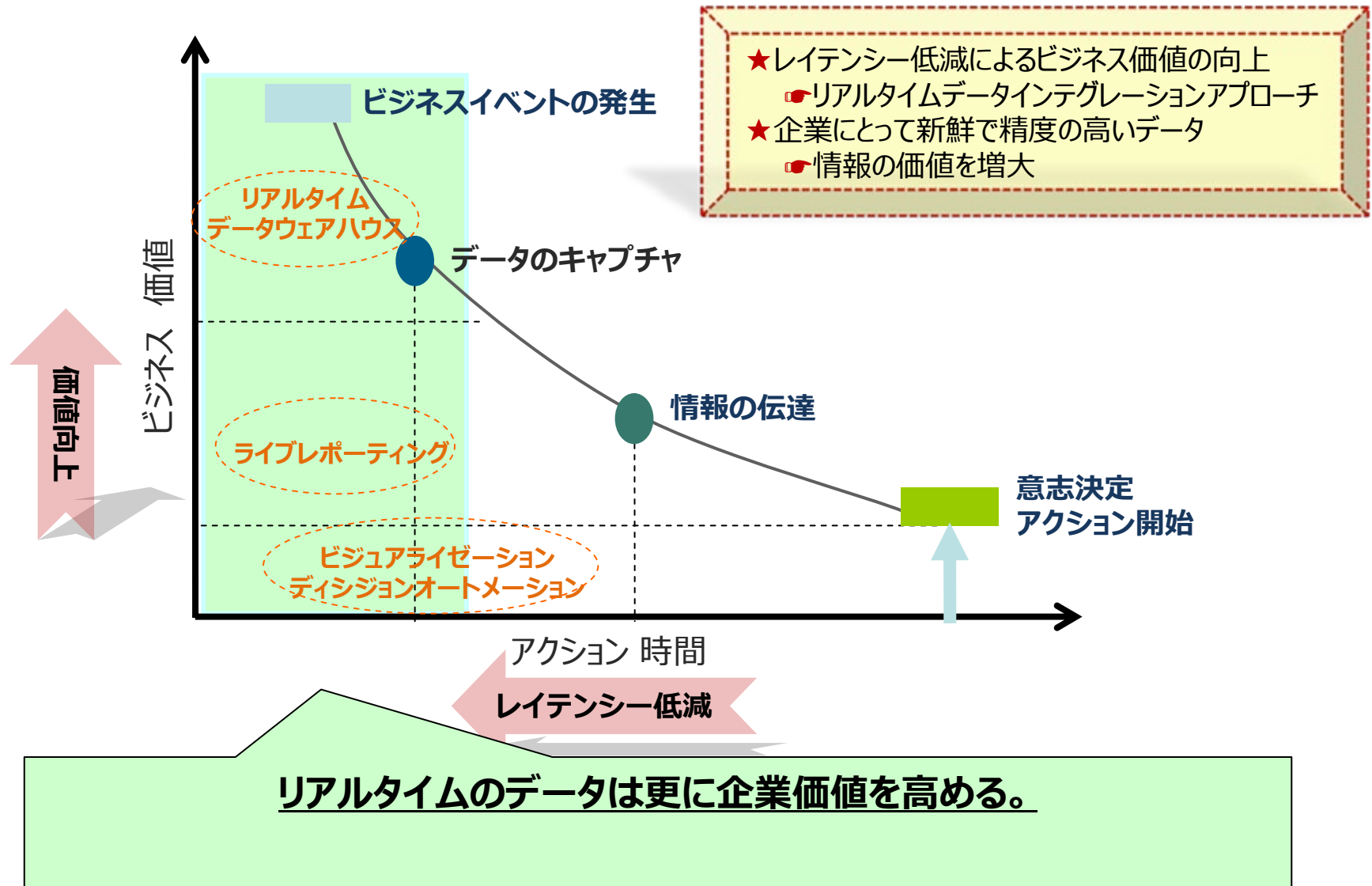


3階層ビジネスインテリジェンス(詳細)

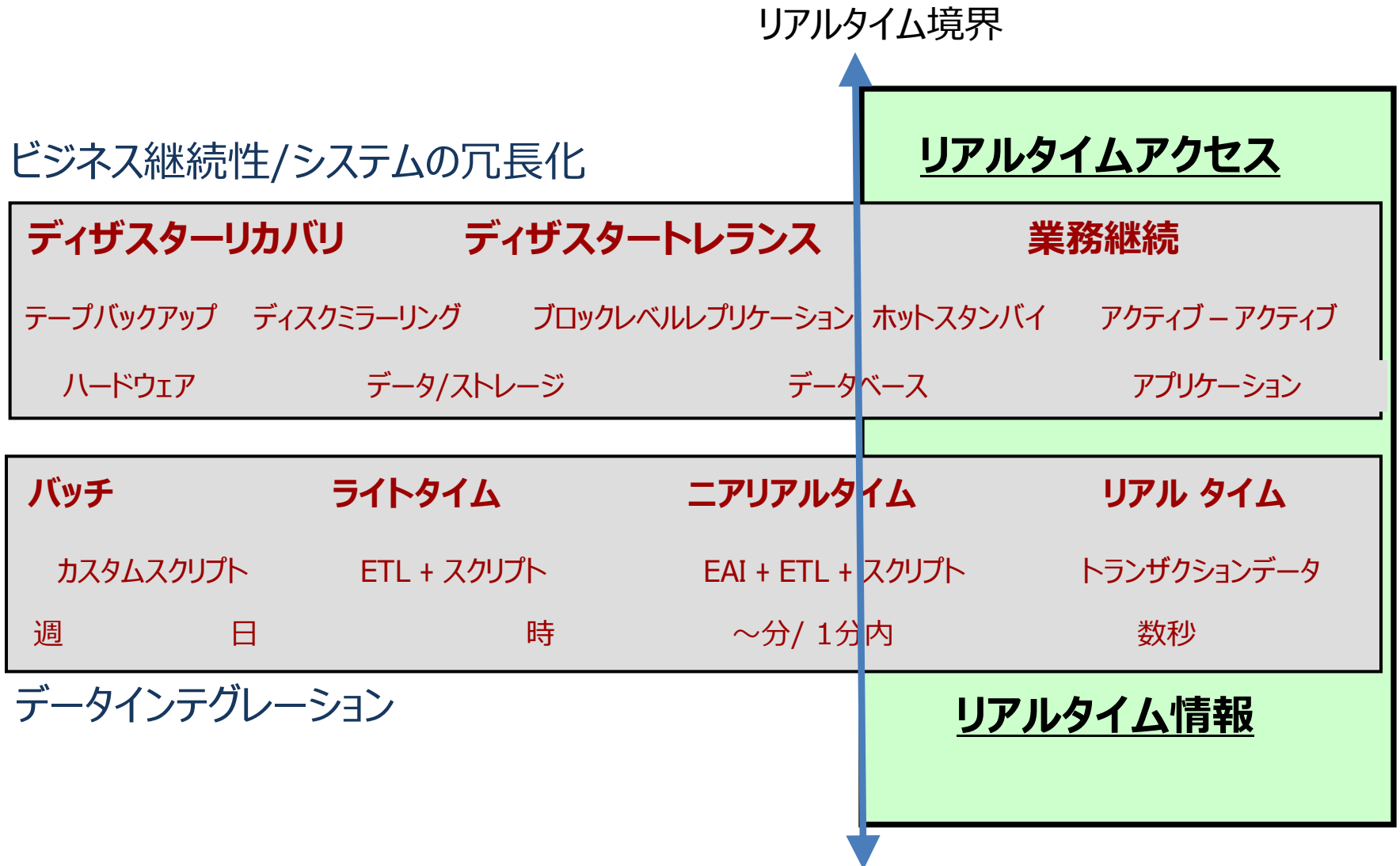
| | 戦略的BI | 戦術的BI | オペレーショナルBI |
|-------------------------|----------------------------|----------------------------------|--|
| ビジネスフォーカス 利用目的 | 中長期の組織ゴールの達成、 戦略的意思決定 | 戦略的ゴール達成のための 戦術管理、 戦術的意思決定 | 日々の業務管理と最適化、 日常業務における 意思決定 |
| 主なユーザ | 経営層、アナリスト | 経営層、アナリスト、 部門マネージャ | 部門マネージャ、 フロントライン担当者 |
| タイムフレーム | 月、年 | 週、月、四半期 | リアルタイム、ライトタイム、 1日以内 |
| 対象データと指標 | 蓄積されたデータとヒストリカル指標 | 蓄積されたデータとヒストリカル指標 | リアルタイムデータ、 低遅延データ、 トランザクションデータ、 蓄積データ |
| オペレーション形態 アクションのトリガー | ユーザ主導 定期的なレポート データ中心 | ユーザ主導 定期的なレポート データ中心 | イベントドリブン (例外イベントの検出) プロセス中心 |



オペレーショナルBIとは？



オペレーショナルBIとは？



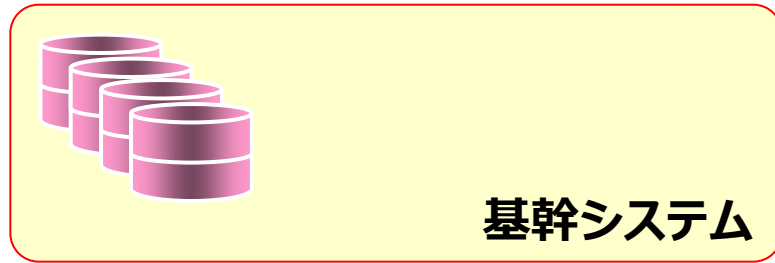
オペレーショナルBIソリューション実現には・・・

Agenda

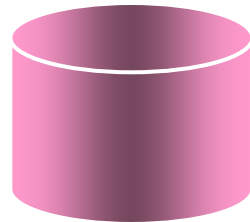
- 3階層ビジネスインテリジェンス
- 真のオペレーショナルBIとは？
- データベース連携上の問題点
- 非リアルタイム化がもたらす様々な影響
- リアルタイムデータ参照の導入事例
- 情報分析ツールの問題点
- オペレーショナルBIのご紹介
- 真のBIプラットフォーム
- BIプラットフォームの開発環境



3. データベース連携上の問題点 (Batch方式)

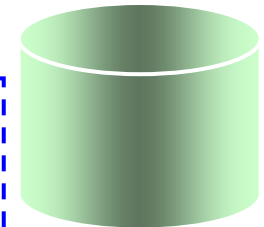


時次バッチで
データ反映



| | | | |
|---|------|-------|-------|
| 1 | 10/1 | 17:00 | 石鹸 |
| 2 | 10/2 | 09:45 | シャンプー |
| 3 | 10/2 | 10:10 | リンス |
| 4 | 10/2 | 10:11 | タオル |
| 5 | 10/2 | 10:12 | 洗剤 |

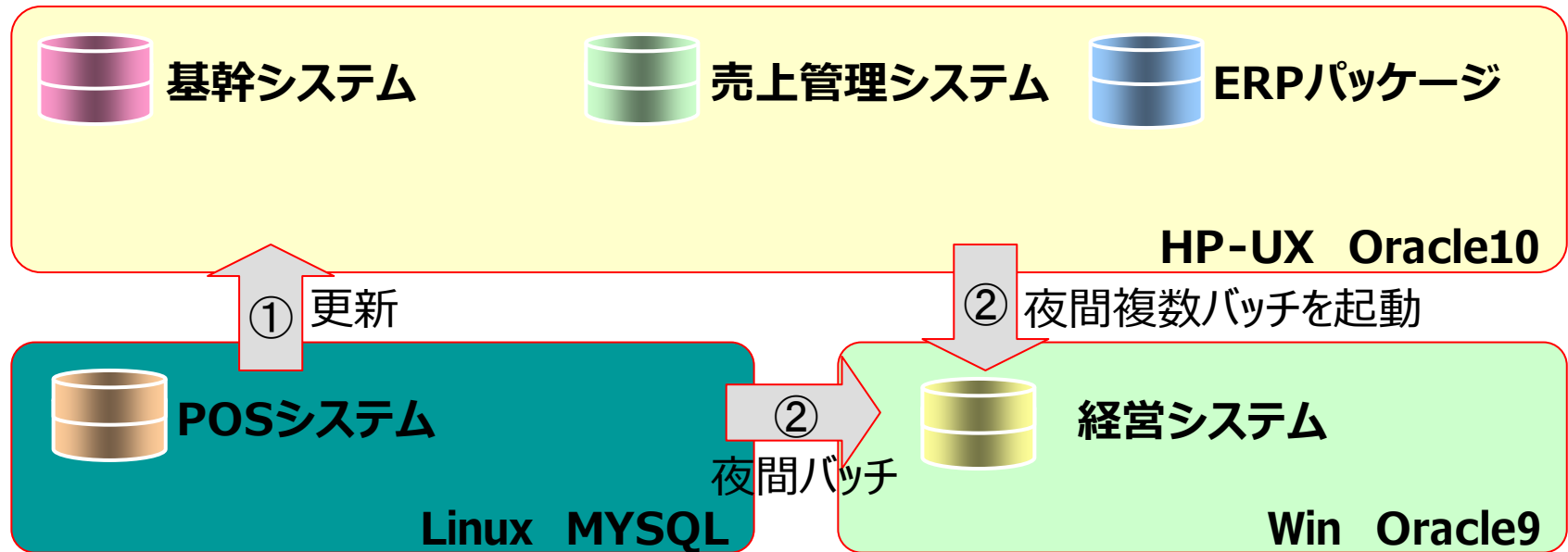
| | | | |
|---|------|-------|-------|
| 1 | 10/1 | 17:00 | 石鹸 |
| 2 | 10/2 | 09:45 | シャンプー |
| | | | |
| | | | |
| | | | |



時次バッチの場合、点線部分のようにリアルタイムのデータ反映ができず古いデータで判断せざるおえないすなわち、ビジネスアクションが低下し企業全体の価値も低下してしまう



データベース連携上の問題点（システム細分化）



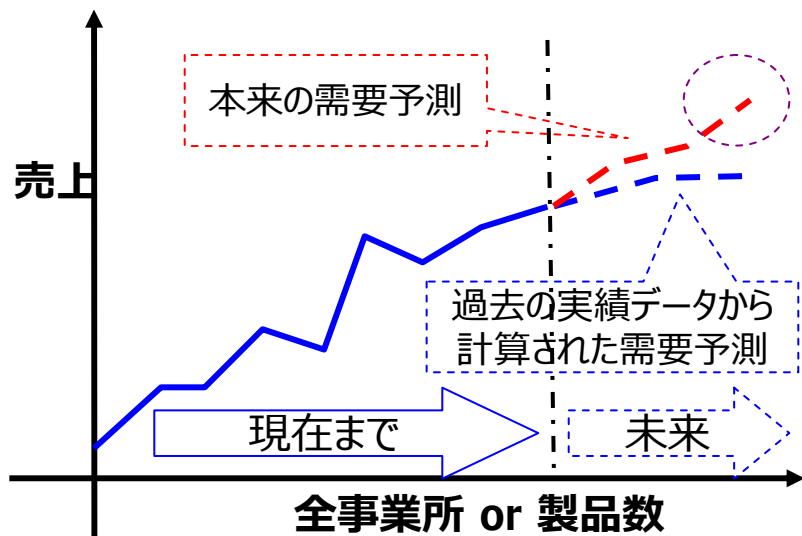
①別にサーバを構築し分散することで、Hp-UX側の負荷は軽減可能に！！

②負荷分散して全体のレスポンスは向上！

しかし、回避する為夜間バッチ等に対応することで運用費が増加、全体最適化ができない



非リアルタイム化がもたらす様々な影響



<問題点とは？>

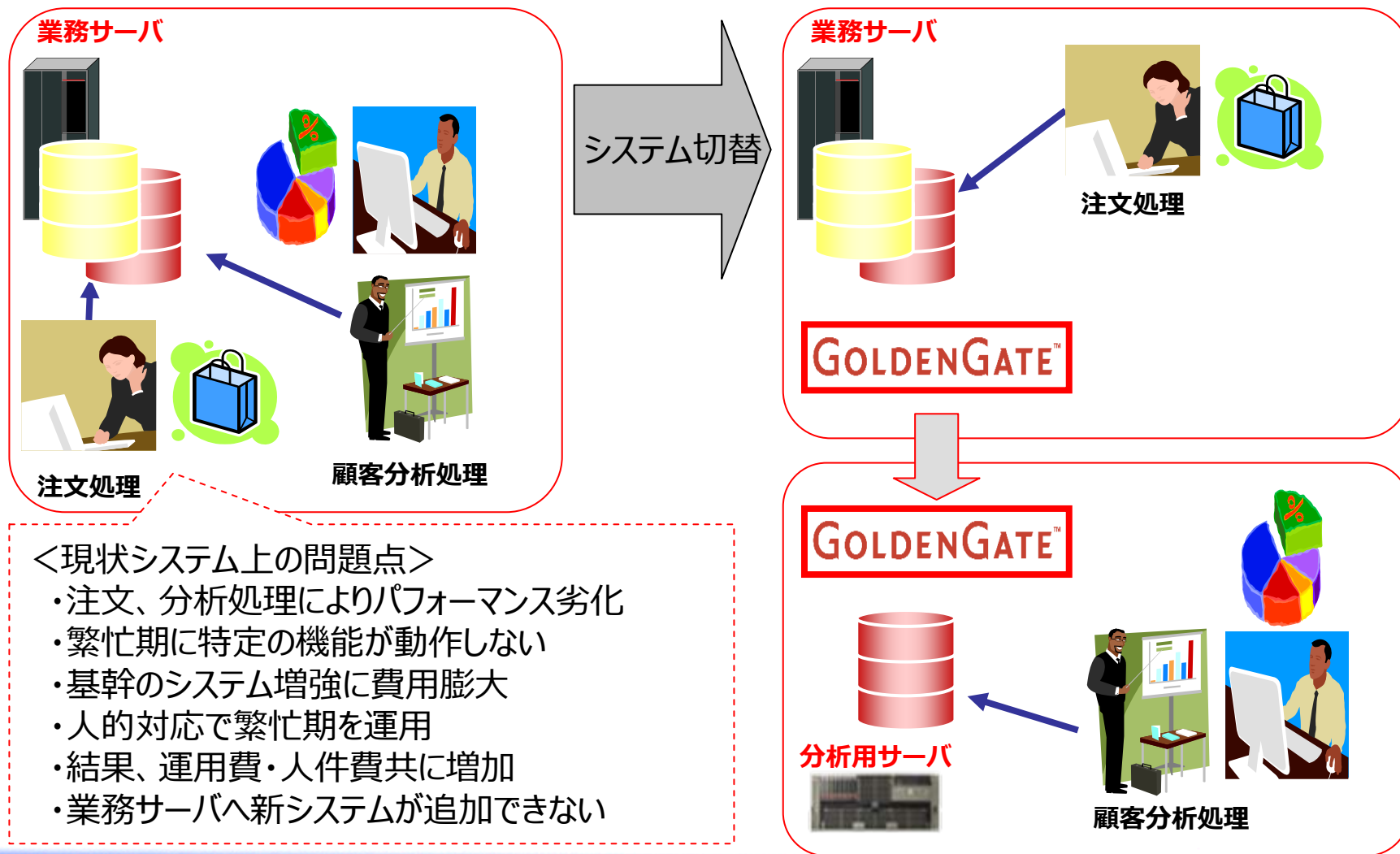
- ① 需要予測をリアルタイムに確認できず、各店舗の管理者は問題点を早期発見できない
- ② 製品ごとに需要予測の確認ができず、出荷調整の精度が下がり、材料費/人件費共に増加
- ③ 異なるデータの関係を相関図として、かつ、リアルタイムにデータ分析できない
- ④ 上記理由から、経営者の判断がより迅速に、正確に行うことができない
すなわち、全社単位での意識決定が行われず全体最適化ができない

⇒解決の為に、丸点線をターゲットにして、経営者/部門長/社員が早期にアクションを起こせるデータベース等の最適化及び、オペレーショナルBIの実現が必要です



リアルタイムデータ参照の導入事例

◆リアルタイムマーケティング(負荷分散) 旅券予約システム



オペレーショナルBIソリューション実現には・・・

Agenda

- 3階層ビジネスインテリジェンス
- 真のオペレーショナルBIとは？
- データベース連携上の問題点
- 非リアルタイム化がもたらす様々な影響
- リアルタイムデータ参照の導入事例
- 情報分析ツールの問題点
- オペレーショナルBIのご紹介
- 真のBIプラットフォーム
- BIプラットフォームの開発環境



情報分析ツールの問題点

BI導入当初は・・・

- 情報システム部門のバックログを削減
- ツールとデータを開放して自由に分析
- 分析には豊富な機能が必要
- 分析のためのDWH構築が必要

現在は・・・

- 機能の多くが使われていない
- 一部のユーザしか使いこなせていない
- レポート作成依頼やヘルプデスク業務が増加
- コスト(新規・追加・保守)が高い
- DWH保守が大変
- データのリアルタイム性への要望

直感的なBI
アプリケーション



自由検索ツール

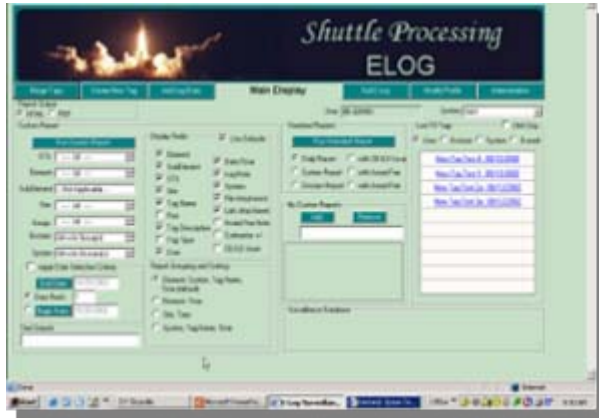


現場で必要なものはツールではなく、**情報**！



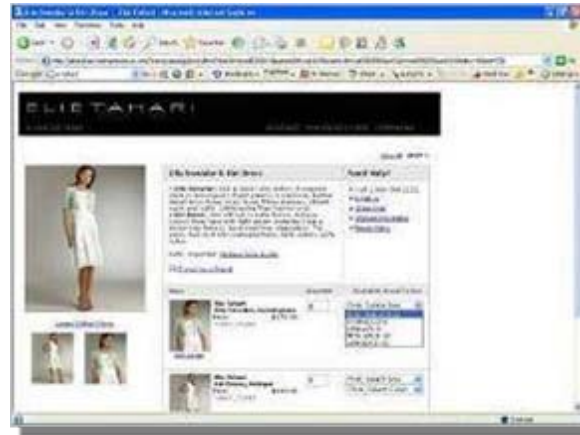
オペレーショナルBIのご紹介

NASA



- 600人の契約者(主に技術者)
- 3000万部品のトラッキング
- 1つのシンプルな管理システム

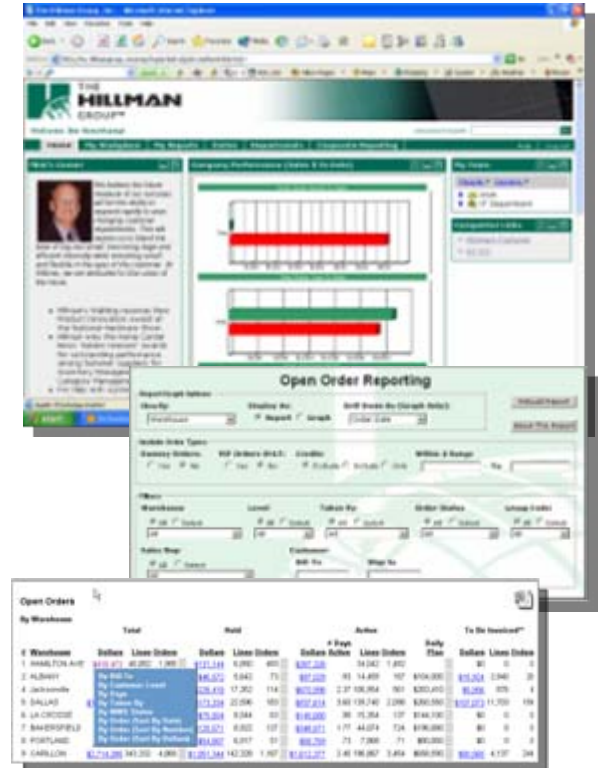
Elie Tahari



| Product Name | SKU | Color | Size | Price | Status |
|--------------|--------|---------|--------|---------|----------|
| Product A | SKU001 | Color 1 | Size 1 | Price 1 | Status 1 |
| Product B | SKU002 | Color 2 | Size 2 | Price 2 | Status 2 |
| Product C | SKU003 | Color 3 | Size 3 | Price 3 | Status 3 |
| Product D | SKU004 | Color 4 | Size 4 | Price 4 | Status 4 |
| Product E | SKU005 | Color 5 | Size 5 | Price 5 | Status 5 |

- アパレルメーカー
- 生産、配送、販売、在庫等
- 750名の全社員が使用

Hillman



- 大手金物製造・販売
- 日々1,000 ユーザが使用
- 4つのシステムのリアルタイムな業務データ
- 2名の開発者



真のBIプラットフォーム



ミッションクリティカルな
業務BIシステムとして
作られた最初の
BIプラットフォーム

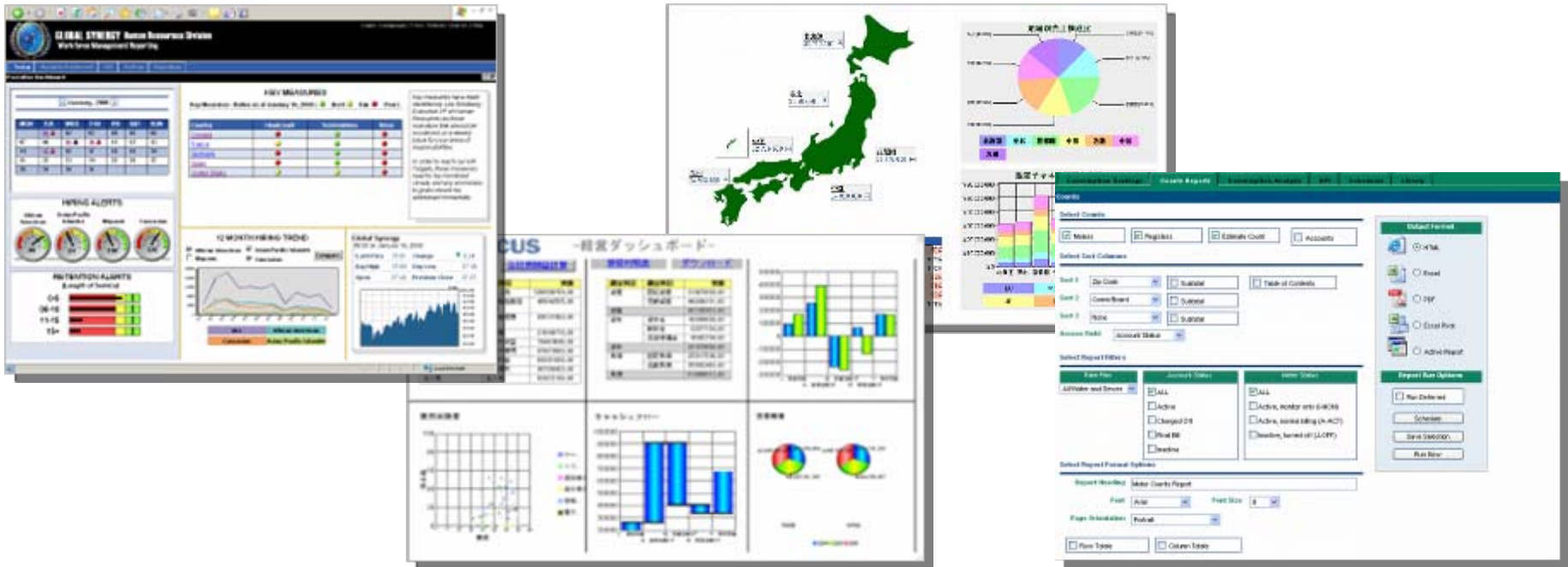


最も広範囲のユーザで
利用されている
BIプラットフォーム



真のBIプラットフォーム

- 柔軟で使いやすいWeb情報系アプリケーションの構築が可能
 - 既存のアプリケーションとのシームレスに統合
 - ユーザ教育不要のアプリケーション
 - HTML、Excel、Excelピボット、PowerPoint、PDF、CSV等への出力
 - 非定型検索アプリケーションの構築も容易に可能



真のBIプラットフォーム

データ形式での出力

| 1 | A | B | C | D | E | F | G | H | I | J |
|----|----|-----|----|-----|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 2 | 関東 | 茨城 | 水戸 | その他 | 80 | 85 | 85 | 80 | 155 | 120 |
| 3 | 関東 | 茨城 | 水戸 | 火災 | 450 | 450 | 550 | 550 | 600 | 560 |
| 4 | 関東 | 茨城 | 水戸 | 海上 | 120 | 150 | 120 | 130 | 299 | 200 |
| 5 | 関東 | 茨城 | 水戸 | 自動車 | 550 | 560 | 500 | 550 | 1,200 | 1,100 |
| 6 | 関東 | 茨城 | 水戸 | 自転車 | 100 | 100 | 95 | 90 | 130 | 100 |
| 7 | 関東 | 茨城 | 水戸 | 新機 | 45 | 50 | 30 | 40 | 40 | 30 |
| 8 | 関東 | 群馬 | 前橋 | その他 | 135 | 130 | 127 | 120 | 155 | 120 |
| 9 | 関東 | 群馬 | 前橋 | 火災 | 1,308 | 1,300 | 1,227 | 1,200 | 900 | 560 |
| 10 | 関東 | 群馬 | 前橋 | 海上 | 208 | 200 | 205 | 200 | 299 | 200 |
| 11 | 関東 | 群馬 | 前橋 | 自動車 | 990 | 940 | 800 | 790 | 1,200 | 1,100 |
| 12 | 関東 | 群馬 | 前橋 | 自転車 | 80 | 75 | 70 | 70 | 130 | 100 |
| 13 | 関東 | 群馬 | 前橋 | 新機 | 300 | 300 | 298 | 300 | 40 | 30 |
| 14 | 関東 | 埼玉 | 浦和 | その他 | 1,355 | 1,300 | 1,279 | 1,200 | 123 | 2,000 |
| 15 | 関東 | 埼玉 | 浦和 | 火災 | 9,999 | 9,600 | 8,900 | 8,700 | 558 | 12,000 |
| 16 | 関東 | 埼玉 | 浦和 | 海上 | 208 | 200 | 205 | 200 | 187 | 332 |
| 17 | 関東 | 埼玉 | 浦和 | 自動車 | 13,999 | 14,000 | 13,890 | 13,700 | 10,900 | 10,111 |
| 18 | 関東 | 埼玉 | 浦和 | 自転車 | 800 | 750 | 700 | 700 | 110 | 790 |
| 19 | 関東 | 埼玉 | 浦和 | 新機 | 555 | 550 | 500 | 500 | 900 | 500 |
| 20 | 関東 | 神奈川 | 横浜 | その他 | 135 | 130 | 127 | 120 | 155 | 120 |
| 21 | 関東 | 神奈川 | 横浜 | 火災 | 1,308 | 1,300 | 1,227 | 1,200 | 600 | 560 |

レポート形式での出力およびシート分割

(項目値による分割、フォーマットの異なるレポートの分割)

The first screenshot shows a pivot table with columns for '地域別売上' (Regional Sales) and '商品' (Product). The second screenshot shows a more detailed report with columns for '地域別売上' and '商品', and rows for '4月' (April), '5月' (May), '6月' (June), '7月' (July), and '8月' (August). The report includes various product categories like '化粧品' (Cosmetics), '健康食品' (Health Food), and '男性用化粧品' (Men's Cosmetics).

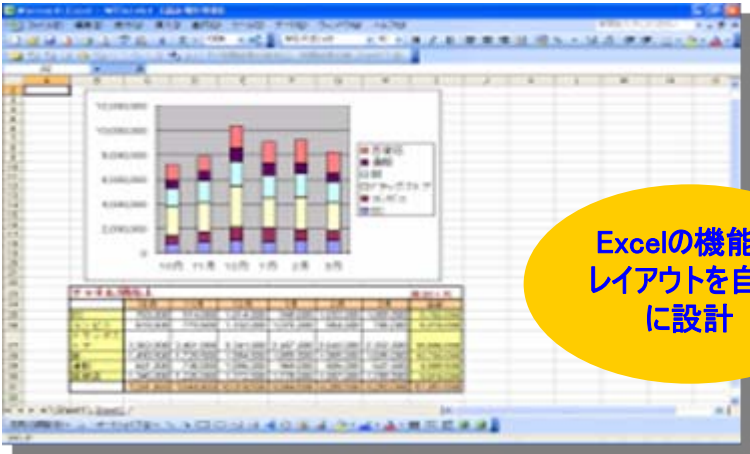
Excelピボットへの出力

The screenshot shows a pivot table with filters for '販売数' (Sales Volume), '在庫数' (Inventory), and '前年度売上' (Previous Year Sales). The data table below shows the following information:

| Sum of 売上金額 | 製品カテゴリ | 製品名 | チャンネル | EC | コンビニ | ドラッグストア | 卸 |
|-------------|--------|----------|-------|------------|-----------|------------|------------|
| 4,932,000 | 化粧品 | さっぱり化粧水 | | 4,932,000 | 4,548,000 | 19,047,000 | 19,158,000 |
| 7,368,000 | 化粧品 | しっとり化粧水 | | 7,368,000 | 6,792,000 | 23,352,000 | 23,358,000 |
| 5,665,000 | 化粧品 | ファンデーション | | 5,665,000 | 4,995,000 | 14,520,000 | 12,148,000 |
| 3,340,500 | 化粧品 | 口紅 | | 3,340,500 | 2,920,500 | 10,651,500 | 11,559,000 |
| 4,123,000 | 化粧品 | 日焼け止め | | 4,123,000 | 7,063,000 | 24,983,000 | 21,688,000 |
| 5,205,000 | 化粧品 | 乳液 | | 5,205,000 | 6,120,000 | 21,105,000 | 22,288,000 |
| 11,118,000 | 健康食品 | アミノ酸 | | 11,118,000 | 5,336,000 | 13,298,000 | 1,188,000 |
| 4,411,000 | 健康食品 | ビタミンC | | 4,411,000 | 3,522,000 | 6,394,000 | 1,011,000 |
| 7,771,500 | 健康食品 | ブルーベリー | | 7,771,500 | 3,361,500 | 8,451,000 | 51,000 |
| 1,327,500 | 男性用化粧品 | すっきり化粧水 | | 1,327,500 | 708,000 | 1,833,000 | 368,000 |
| 379,500 | 男性用化粧品 | アフターシェイブ | | 379,500 | 712,500 | 1,668,000 | 1,668,000 |

使いなれた Excelによる OLAP分析

Excelテンプレートへの出力



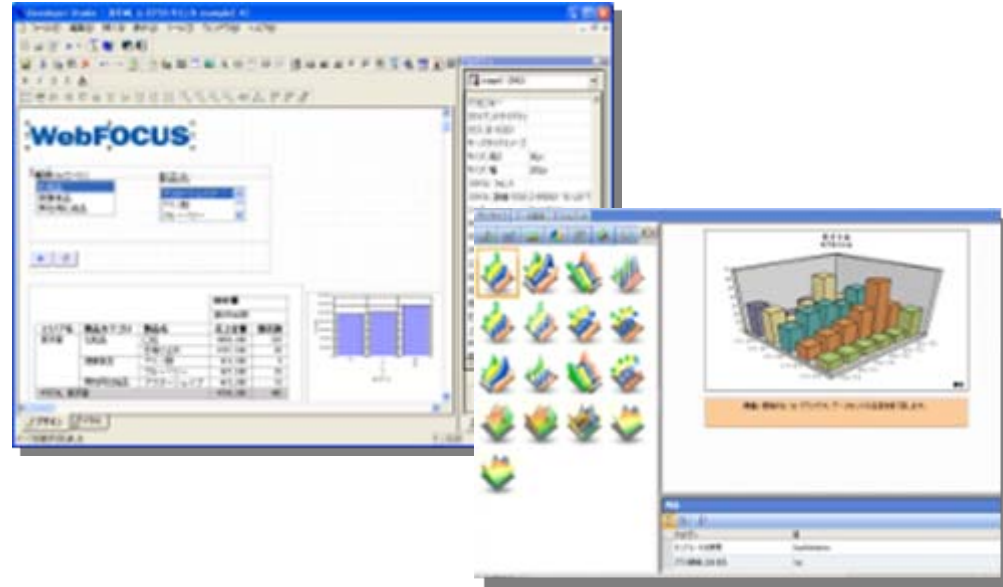
Excelの機能でレイアウトを自由に設計



BIプラットフォームの開発環境

Developer Studio

- レポート、グラフ、画像を自在にレイアウト
- 明細、クロス集計、ランキングレポート
- 一時項目の作成(豊富な関数を用意)
- スタイル(フォント、背景色など)の指定
- Excelマクロなど、多彩な出力形式の指定
- 豊富なグラフ(約90種類)
- 中間ファイルによる二次加工
- 画像ファイルの挿入
- 条件分岐、ループ処理



WebFOCUSスクリプト

- SQLライクで、しかも強力なレポート機能
- 可読性が高く、メンテナンスが容易
- 条件分岐、関数、変数などを使った複雑なプログラミングが可能
- Windows, Linux, UNIX, メインフレームまでに及ぶ優れたポータビリティ

開発生産性重視

Developer
Studio

WebFOCUS
スクリプト

+

表現や操作性について
ユーザの要望に対応

SQL

Java
Script

カスケード
スタイル
シート

HTML



お問い合わせ先

セミナーにて具体的な実現方法をお話致します。

株式会社アシスト
情報活用支援事業部
販売推進部

TEL: 03-5276-5863

FAX: 03-5276-5876

E-Mail: ibi_web@ashisuto.co.jp 細木宛

URL: <http://www.ashisuto.co.jp>

株式会社ハイ・アベイラビリティ・システムズ
ソリューション&コンサルティング事業部
GOLDENGATE販売促進チーム

TEL: 03-5730-8870

FAX: 03-5730-8619

E-Mail: inquiry_desk@ha-sys.co.jp 平野宛

URL: <http://sc.ha-sys.co.jp>

