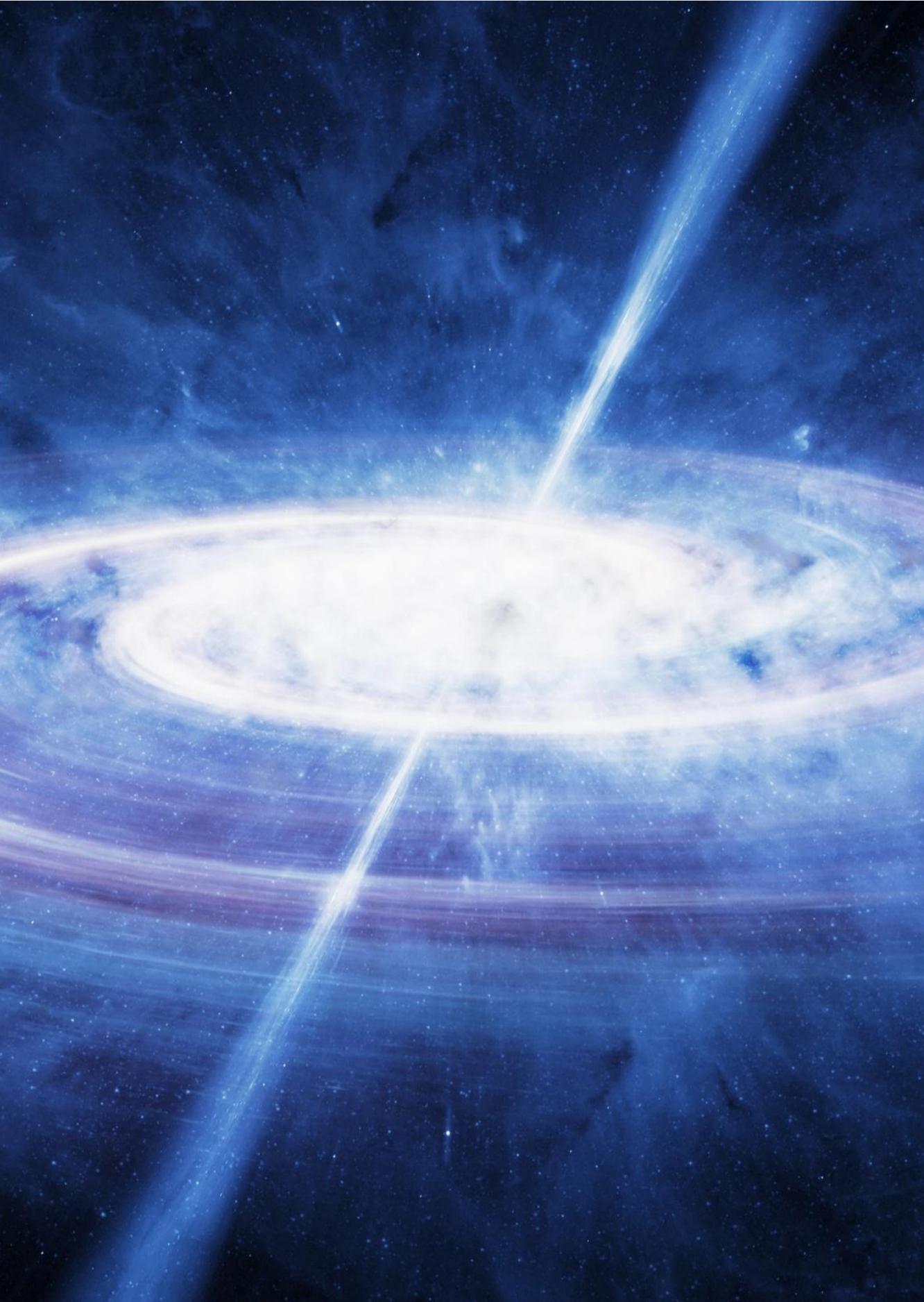


定型業務刷新・高度分析支援サービスのご案内

～業務刷新ノウハウ×データ分析×AIエンジニアリングで
"明日からできる省力化、業務の高度化"をご支援～



QUESIS
TECHNOLOGY & GROWTH



■ 目次

1.会社概要

2.現状の課題と危機感

3.当社の強み・サービス概要

4.サービス詳細

5.実施までの流れ／料金プラン

6.今後の流れ／お問い合わせ

APPENDIX



■ 目次

1.会社概要

2.現状の課題と危機感

3.当社の強み・サービス概要

4.サービス詳細

5.実施までの流れ／料金プラン

6.今後の流れ／お問い合わせ

APPENDIX

会社概要

定型業務を効率化し、コア業務に集中できる環境の構築をご支援

会社名	合同会社クエシス
代表	井上 大輔
設立	2024年10月
主な事業内容	DXコンサルティング <ul style="list-style-type: none">・定型業務の刷新支援・データ分析・AIによる意思決定の高度化支援・貴社ノウハウ×弊社AI技術での新規事業構想策定・上記に関連するシステム構築
所在地	東京都渋谷区渋谷1-10-7 グローリア宮益坂Ⅲ 403号



代表経歴

データサイエンス・エンジニアリング・AI開発



氏名：井上 大輔（いのうえ だいすけ）

出身：長野県長野市

趣味：ポーカー | テニス | 読書

職歴：

オリオン機械株式会社	2010年4月 ~ 2019年2月	ソフトウェアエンジニア、開発リーダー
湊標アナリティクス株式会社	2019年3月 ~ 2020年11月	データサイエンティスト、コンサルタント
ユニアデックス株式会社	2020年12月 ~ 2023年7月	データサイエンティスト、プロダクトマネージャー
フリーランス	2023年7月 ~ 2024年9月	データサイエンティスト、コンサルタント
合同会社クエシス	2024年10月 ~ 現在	代表社員 CEO

主な実績

- 組み込みエンジニアとして、新規製品のソフトウェア開発の責任者を担当
- データサイエンティストとして、大手のソーシャルゲームの数兆レコードのデータ解析に従事
- エンタープライズ企業でのKPI設計、AI開発、分析チームビルディングに従事

当社の特徴

ビッグデータ分析 × 実装力 × AI活用力でワンストップで価値を提供

1

数TBのデータを用いた分析経験及び最適化スキル



2

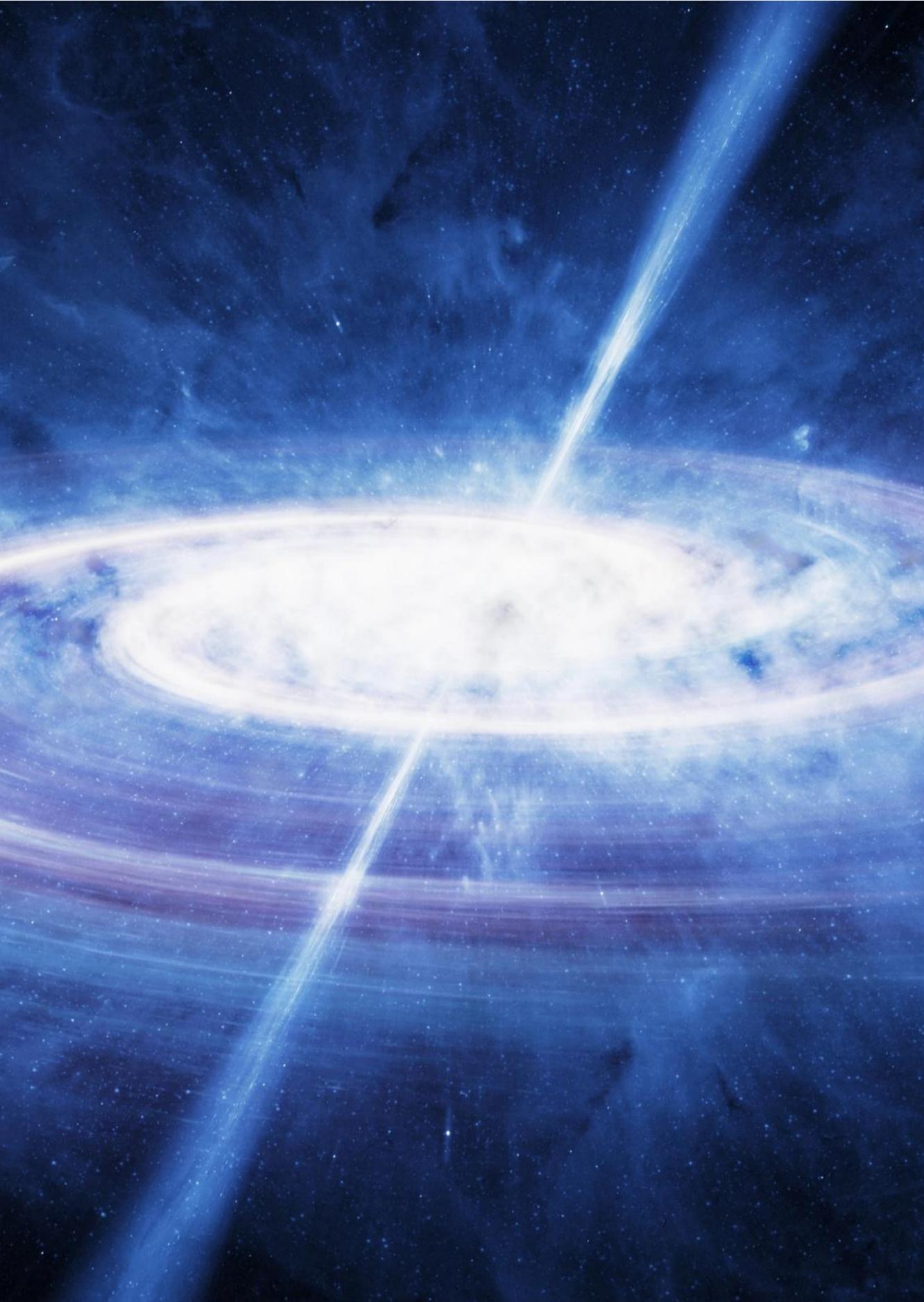
エンジニアリング～アナリティクスまでワンストップで提供



3

統計解析～最新の生成AI利活用まで幅広く対応可能
単なる研修ではなく、本格的な利活用までをご支援！





■ 目次

1.会社概要

2.現状の課題と危機感

3.当社の強み・サービス概要

4.サービス詳細

5.実施までの流れ／料金プラン

6.今後の流れ／お問い合わせ

APPENDIX

定型業務に時間を奪われる現状

日常業務の非効率と人手不足が、多くの企業の成長を止めている

日常の定型業務
の多さ



メール対応や会議資料作成などの繰り返し作業に多くの時間を費やしている

AI導入の
ハードルの高さ



導入コストや技術ノウハウ不足への不安で、AIやRPAによる自動化が進まない

属人化・人手不足
による課題



同じ作業を少人数が担当し、オーバーワークや抜け漏れが発生している

なぜ“定型業務の非効率”が大きな損失につながるのか？

日々のムダが、組織全体のパフォーマンス低下を引き起こす

経営視点

- 新規施策や顧客対応にリソースが割けない

競争力の低下 ↓

現場視点

- 属人化やツール乱立でストレス増大

社員定着率の低下 ↓
モチベーションの低下 ↓

一方では・・・

GMOグループでは生成AI導入により、一人当たり27.2時間/月の業務時間削減に成功している

出典元：GMOインターネットグループの2024/10/9の記事より
URL：<https://www.gmo.jp/news/article/9185/>

大企業においても同様の課題が存在

下記の様な効率化、自動化を支援してきた

Before

ケース①

GAデータから100万レコードのデータをExcelで処理して可視化

ケース②

複数のExcelシートにまたがるマスターデータとログデータを手動で可視化

ケース③

SaaSに投入するためのJSONデータをExcelから手動で作成しアップロード

After



BigQueryで直接集計し、Lookerで可視化



スプレッドシートからの取り込みからBI化までをワークフロー化して自動



JSONデータの自動作成と、API連携の自動アップロード

また・・・

大手では、セキュリティの観点から生成AIを大胆に活用出来ないケースも多い
GMOにおいても、小規模の子会社ほど生成AIを積極的に活用し、業務効率化が進んでいる



■ 目次

1.会社概要

2.現状の課題と危機感

3.当社の強み・サービス概要

4.サービス詳細

5.実施までの流れ／料金プラン

6.今後の流れ／お問い合わせ

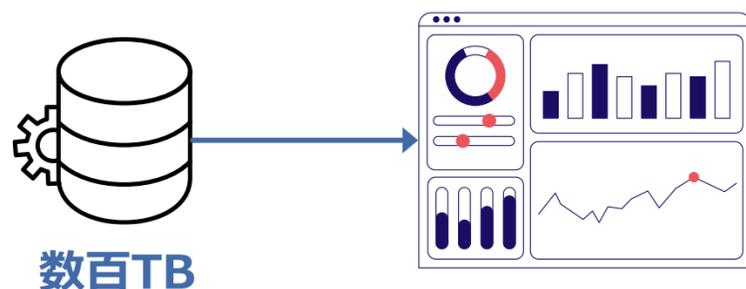
APPENDIX

当社の強み

ビッグデータ分析 × 実装力 × 生成AI活用
により価値のあるソリューションをご提供します

1

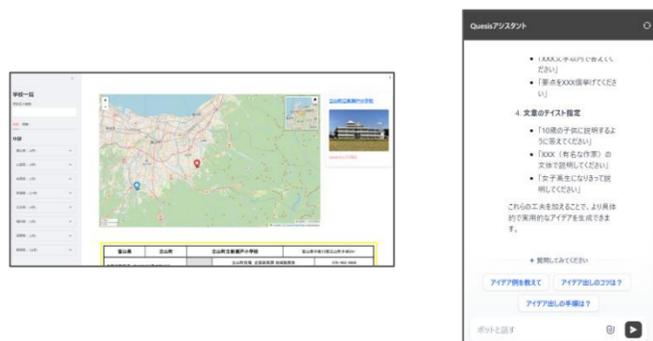
数兆レコードのデータ分
析や可視化経験



ソーシャルゲームや金融取引データを用いた分析経験を活かし御社のデータ利活用を促進します

2

ソフトウェア開発での上
流から下流までの経験



チャットボット開発、AI開発、組み込みソフトウェア開発など幅広い開発経験を活かし、カスタマイズしたソリューションを提供します。

3

多数の生成AIの活用
実績と応用力



ChatGPTだけでなく、様々な生成AIツールやワークフローツールを用いて、本質的な生成AI活用の価値を提供いたします

サービス概要

3つの支援サービスで、業務効率化を包括的に実現

サービス	典型例	 ご提供内容
 業務の自動化 ・効率化支援	<ul style="list-style-type: none">・メールの返信や議事録作成などの業務に追われている	<ul style="list-style-type: none">・メールの仕分けと下書き作成の自動化・議事メモから議事録作成の自動化
 生成AI利活用支援	<ul style="list-style-type: none">・生成AIを導入したが、社内での活用がほとんどされていない	<ul style="list-style-type: none">・業務での実際の利活用までをご支援・コピペ不要の、chatGPT使用術の提供
 データ分析・可視化支援	<ul style="list-style-type: none">・データを有効活用したいが活用どの様にしたら良いかわからない	<ul style="list-style-type: none">・シーン別で使える分析サービス提供・経営状況の可視化基盤作成サービス



■ 目次

1.会社概要

2.現状の課題と危機感

3.当社の強み・サービス概要

4.サービス詳細

5.実施までの流れ／料金プラン

6.今後の流れ／お問い合わせ

APPENDIX

① 日常業務自動化・効率化 | 提供可能内容例

メール返信、レポート作成など幅広く対応

返信が必要なメールの自動分類
と下書き作成までを自動化



「メールをひとつひとつ開いて読む」という
手間を削減し、強力な時短を実現！

議事メモ、議事録の自動作成



会議後の議事録作成コストを劇的に
減らし、誰でも同じ品質を担保！

Excelでの集計作業の省力化・
自動化



Excelへの入力作業とレポート作業
を無くし、ストレスフリーな業務に！

① 日常業務自動化・効率化 | 導入イメージ例①

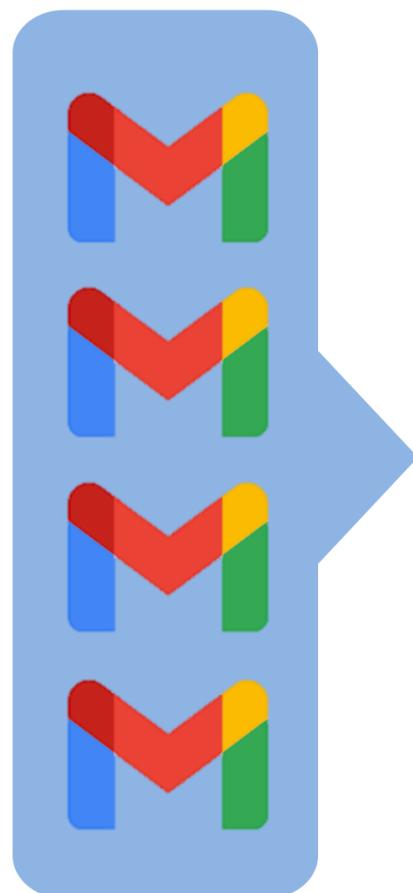
メールの返信判断と下書きの自動作成

Before



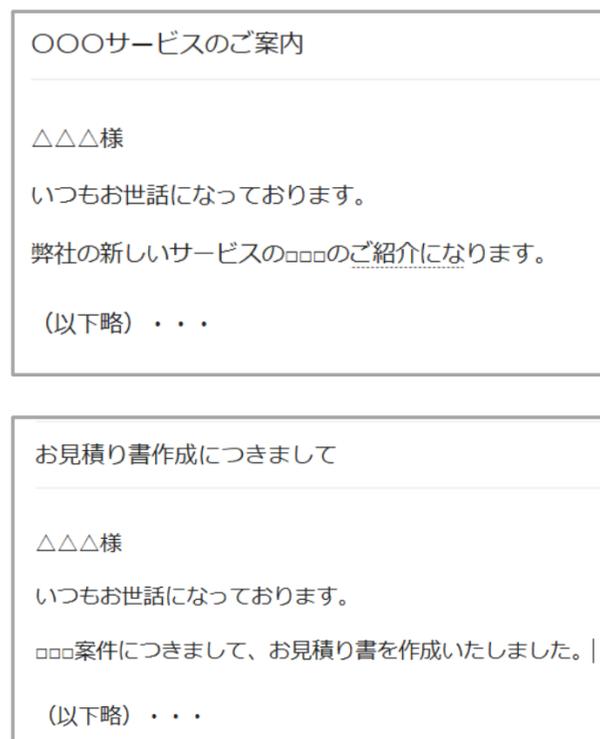
日々のメールチェックに追われる、返信漏れ

定期実行



After

受信メール



AIによる判断



下書き保存



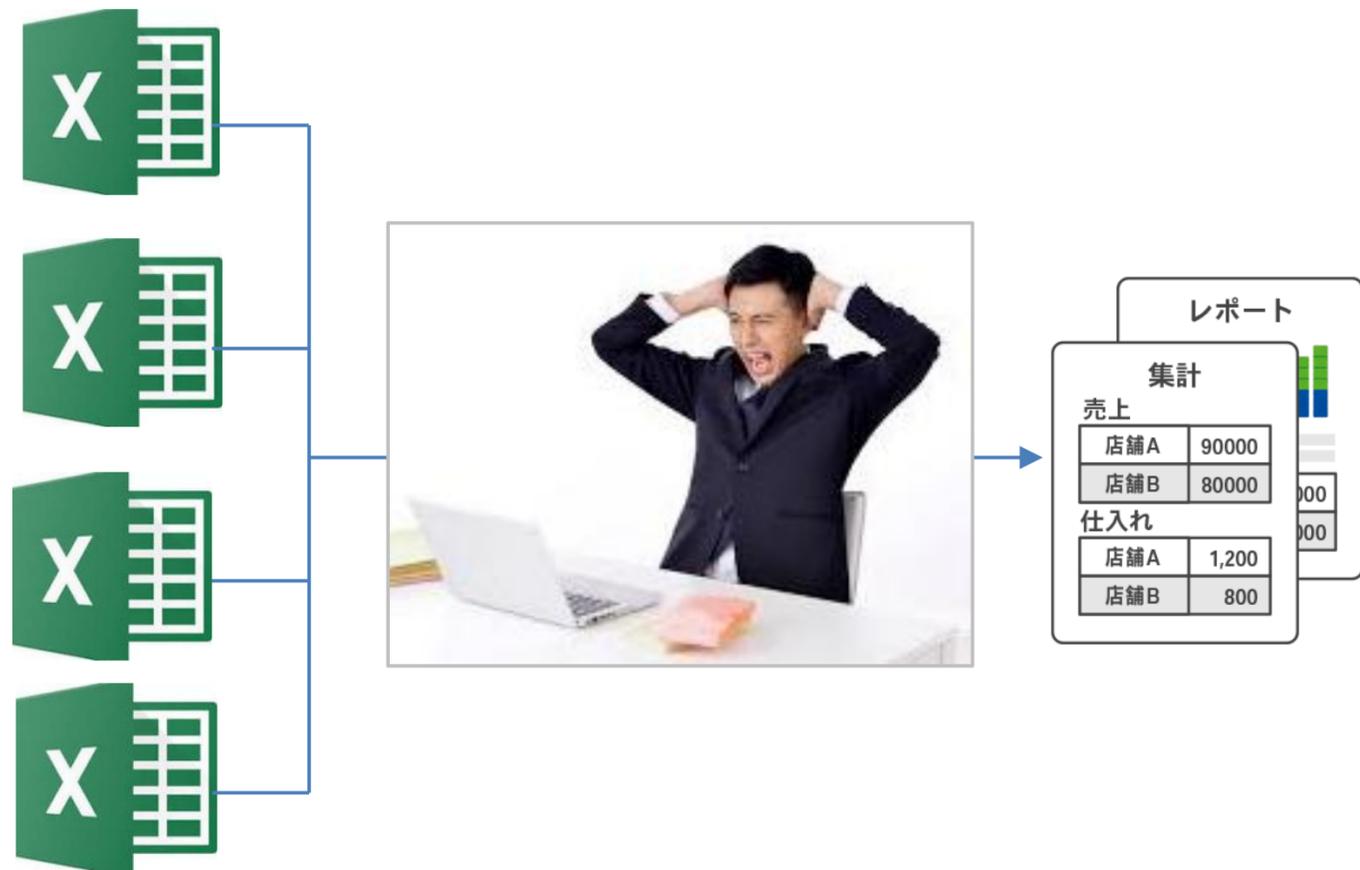
返信不要

メールチェックと下書き作成までを自動化

① 日常業務自動化・効率化 | 導入イメージ例②

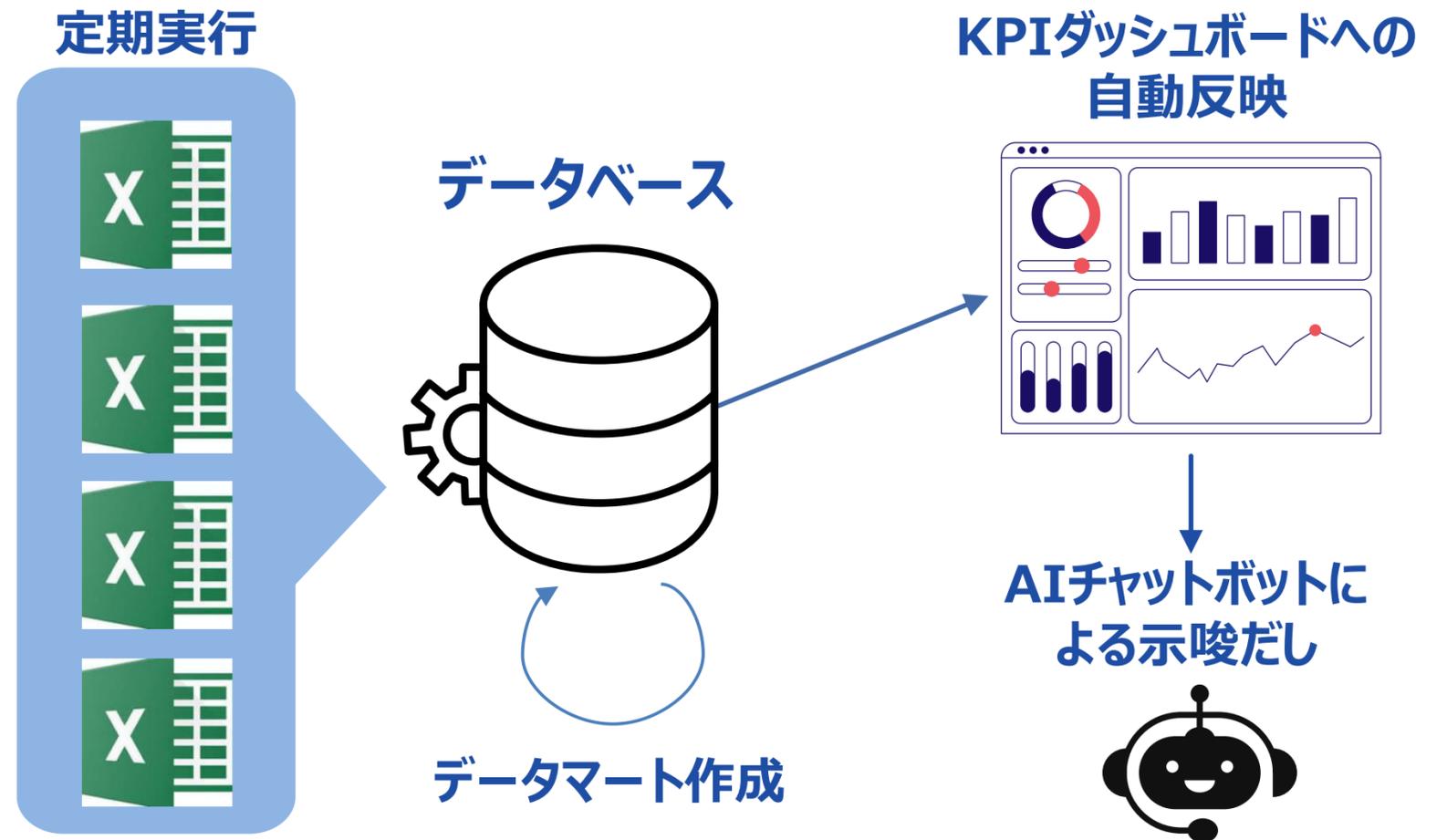
Excel作業の効率化・自動化

Before



異なる形式のデータ集計、転記の手作業によるミス

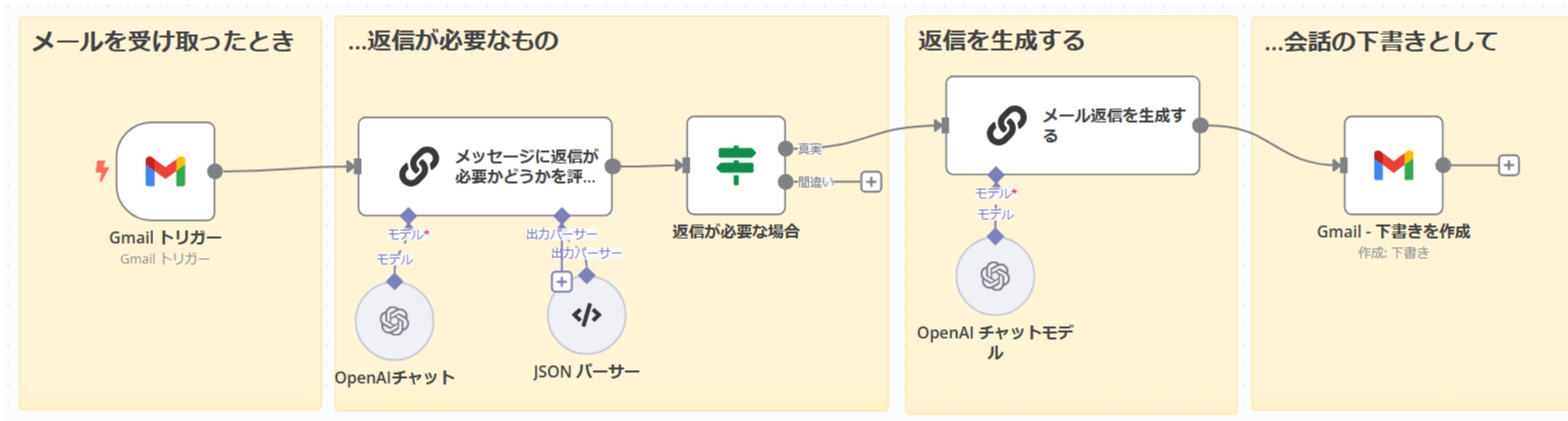
After



ワークフローによる自動化、集計ミスなし

① 日常業務自動化・効率化 | 納品した成果物の一例①

下記のワークフローを構築し、メール対応工数を7割削減



💡 ご要望に応じて、Slackへの通知、Outlook対応、スプレッドシートへの掃き出しなどの要件にも対応可能です！

💡 成果物として、運用マニュアルなどもご提供いたします！

① 日常業務自動化・効率化 | 納品した成果物の一例②

GoogleDriveの可視化をするツールを作成する事で見える化を促進

タイプ	サイズ	更新日時	作成日時	オーナー	共有	パス
フォルダ	-	2024/12/03 18:00:05	2024/12/03 18:00:05		0	ドライブ
フォルダ	-	2025/04/07 15:56:02	2025/04/07 15:56:02		0	ドライブ/000_会社基本情報
フォルダ	-	2025/04/07 15:56:19	2025/04/07 15:56:19		0	ドライブ/000_会社基本情報/01_定款・登記関係
フォルダ	-	2025/04/07 15:56:30	2025/04/07 15:56:30		0	ドライブ/000_会社基本情報/01_定款・登記関係/01_定款
フォルダ	-	2025/06/16 11:55:44	2025/04/07 15:56:36		0	ドライブ/000_会社基本情報/01_定款・登記関係/02_登記簿謄本(履歴事項全部証明書)
フォルダ	-	2025/04/07 15:56:43	2025/04/07 15:56:43		0	ドライブ/000_会社基本情報/01_定款・登記関係/03_印鑑証明
フォルダ	-	2025/06/16 11:56:26	2025/06/16 11:56:18		0	ドライブ/000_会社基本情報/01_定款・登記関係/04_事務所関連
フォルダ	-	2025/06/16 11:56:36	2025/06/16 11:56:30		0	ドライブ/000_会社基本情報/01_定款・登記関係/04_事務所関連/03_グローリア宮益坂III
フォルダ	-	2025/04/07 16:27:24	2025/04/07 16:27:24		0	ドライブ/000_会社基本情報/01_定款・登記関係/10_役員報酬
フォルダ	-	2025/06/16 11:54:50	2025/06/16 11:54:40		0	ドライブ/000_会社基本情報/01_定款・登記関係/11_定款・登記変更書類
フォルダ	-	2025/01/28 20:40:06	2025/06/16 11:54:30		0	ドライブ/000_会社基本情報/01_定款・登記関係/21_年金事務所提出書類
フォルダ	-	2025/04/07 15:56:56	2025/04/07 15:56:56		0	ドライブ/000_会社基本情報/02_社内規程
フォルダ	-	2025/04/07 15:57:04	2025/04/07 15:57:04		0	ドライブ/000_会社基本情報/02_社内規程/01_就業規則
フォルダ	-	2025/04/07 15:57:10	2025/04/07 15:57:10		0	ドライブ/000_会社基本情報/02_社内規程/02_給与規程
フォルダ	-	2025/04/07 15:57:16	2025/04/07 15:57:16		0	ドライブ/000_会社基本情報/02_社内規程/03_稟議規程
フォルダ	-	2025/04/07 15:57:26	2025/04/07 15:57:26		0	ドライブ/000_会社基本情報/03_組織図
フォルダ	-	2025/04/07 15:57:38	2025/04/07 15:57:38		0	ドライブ/000_会社基本情報/04_会社カレンダー
フォルダ	-	2025/06/16 12:07:34	2025/06/16 12:07:21		0	ドライブ/000_会社基本情報/05_許可取得関係
フォルダ	-	2025/02/02 16:17:24	2025/06/16 12:07:38		0	ドライブ/000_会社基本情報/05_許可取得関係/01_有料職業紹介業_申請書類
フォルダ	-	2025/01/20 20:23:26	2025/06/16 12:07:38		0	ドライブ/000_会社基本情報/05_許可取得関係/01_有料職業紹介業_申請書類/PDF書類
フォルダ	-	2025/01/10 0:47:32	2025/06/16 12:07:38		0	ドライブ/000_会社基本情報/05_許可取得関係/01_有料職業紹介業_申請書類/事務所写真
フォルダ	-	2025/01/14 16:19:59	2025/06/16 12:07:39		0	ドライブ/000_会社基本情報/05_許可取得関係/01_有料職業紹介業_申請書類/紹介業(必要書類案内) 2024.4.1
フォルダ	-	2025/05/19 12:38:05	2025/06/16 12:07:39		0	ドライブ/000_会社基本情報/05_許可取得関係/01_有料職業紹介業_申請書類/紹介業(必要書類案内) 2024.4.1/作成済み書類
フォルダ	-	2025/01/09 15:08:09	2025/06/16 12:07:39		0	ドライブ/000_会社基本情報/05_許可取得関係/01_有料職業紹介業_申請書類/紹介業(必要書類案内) 2024.4.1/参考例
フォルダ	-	2025/02/02 16:18:11	2025/06/16 12:07:38		0	ドライブ/000_会社基本情報/05_許可取得関係/01_有料職業紹介業_申請書類/申請後にやることなどの一式_20250131
フォルダ	-	2025/04/07 15:57:57	2025/04/07 15:57:57		0	ドライブ/010_経営管理
フォルダ	-	2025/04/07 15:58:09	2025/04/07 15:58:09		0	ドライブ/010_経営管理/01_経営計画
フォルダ	-	2025/04/07 15:58:17	2025/04/07 15:58:17		0	ドライブ/010_経営管理/01_経営計画/01_中長期計画
フォルダ	-	2025/04/07 15:58:24	2025/04/07 15:58:24		0	ドライブ/010_経営管理/01_経営計画/02_年度計画
フォルダ	-	2025/04/07 15:58:32	2025/04/07 15:58:32		0	ドライブ/010_経営管理/02_予算管理
フォルダ	-	2025/04/07 15:58:41	2025/04/07 15:58:41		0	ドライブ/010_経営管理/02_予算管理/01_年度予算



個々人のセキュリティ権限の範囲内でフォルダやファイルの可視化をいつでも実行出来るツールを作成

① 日常業務自動化・効率化 | 納品した成果物の一例③

人事のスカウト文面の作成ツールにより応募率が15倍向上



The screenshot shows the Quesis Editor interface. On the left, there's a sidebar with a chat list. The main area is titled 'プロンプト設定' (Prompt Settings) and shows a chat window with a message: 'スカウト文案を生成してください。' (Please generate a recruitment message). Below the chat, there's a section for '生成されたスカウト文案' (Generated Recruitment Message) showing a markdown-formatted message. The message includes a reference to a manual section and specific phrases to use. At the bottom, there's a text input field and a '送信' (Send) button.



The screenshot shows the 'ファイル管理' (File Management) section of the Quesis Editor. It lists several files that can be selected for use in prompts:

- 採用支援プロンプト (Recruitment Support Prompt) - File selection button
- 企業情報 (Company Information) - File selection button
- 募集職種情報 (Recruitment Job Information) - File selection button
- 候補者情報 (Candidate Information) - File selection button

Below the file management section, there's an 'アップロード済みファイル' (Uploaded Files) section showing a file named 'README.md' (採用支援プロンプト) with a size of 6.78 KB and a date of 2025/9/16. There are '表示' (Show) and '削除' (Delete) buttons for this file.



スカウトプラットフォームや採用要件、企業情報も加味して最適なスカウトメッセージを作成するシステムを構築可能です

②生成AI利活用支援 | 提供可能内容例

実際の業務においての利活用を重視したご支援をいたします。

ショートカットを利用したプロンプト
の利活用



「プロンプトの手打ち、コピペ」という手
間を削減し、きちんと使える状態に！

社内ナレッジの簡単な参照や、運
用のご支援



「ベンダーに高い費用を支払ったが、精
度が出ない、保守費用が高い」、といっ
た悩みがなく導入可能な状態に！

複合的な生成利活用術について
のカリキュラム提供



chatGPTだけでなく、横断的な利用
により生成AIのパフォーマンスを引出す
ための応用例などのご提供

②生成AI利活用支援 | 導入イメージ例①

楽々プロンプト使用術

Before

No.	プロンプトタイトル	カテゴリ	活用シーン	コメント
1	前提条件の作成	プロンプト	プロンプト精度向上	AIプロンプト生成の場において非常
2	論文要約	要約	論文要約	論文というのは専門的な内容が多く
3	職業からGPT活用方法を見つける	企画・アイデア創出	実務におけるChat-GPTの活用	細かくステップが分かれているので
4	ユーザ理解	マーケティング	マーケティングプラン設計	まず、「誰が利用・購入しているの
5	ユーザの態度変容考察	マーケティング	マーケティングプラン設計	フェーズを「認知」から「推奨」ま
6	マーケティングコンサルタント	マーケティング	マーケティングプラン設計	ビジネスにおける目的や戦略、もし
7	キャッチコピー作成	セールスライティング	キャッチコピーの作成	このプロンプトは特に広告代理店や
8	Twitter投稿	SNS	Twitterの投稿	Twitterに慣れていない方や、文章作
9	画像生成プロンプト	画像生成	画像の作成	このプロンプトは特に芸術と創造性
10	ブログ記事作成	ブログ・記事制作	ブログ記事の作成	提供されたプロンプトは、ブログや
11	プロンプト設計からデプロイメントまでのフレーム	システム開発	GPTモデル用のプロンプトの関	このプロンプトは特にプロンプト関
12	Gammaでスライド作成	スライド作成	資料作成	このプロンプトで示されたような模
13	タスク細分化	タスク管理	タスク整理	このプロンプトの一番のポイントは
14	タスクリストアップ	タスク管理	タスク整理	このプロンプトの良い点の一つはそ
15	議事録の要点を抽出	作業効率	議事録作成	一見、厳格なルールに見えがちです
16	見積書の作成	作業効率	見積書の作成	このプロンプトの良い点は、緻密な
17	面接のロールプレイを行う	就活・転職	面接対策	面接状況のリアルなシミュレーショ

お手伝いできることはありますか？

あなたはプロのライターです。下記の制約条件をもとに

🗨️ 🌐 🗣️

プロンプト一覧はあるが、手打ちやコピペなどの手間があるため活用が進まない

After

お手伝いできることはありますか？

ChatGPT にメッセージを送信する

🗨️ 🌐 🗣️

🖼️ 画像を作成する 🎓 アドバイス 📄 テキストを要約する 🔍 画像を分析する ✍️ ライティング支援 詳細

直ぐにプロンプトを入力可能

お手伝いできることはありますか？

命令文
あなたは議事録作成のプロフェッショナルです。会議議事録を作成します。以下の[#入力文] から、指定された制約条件に従い、効果的な議事録を作成してください。

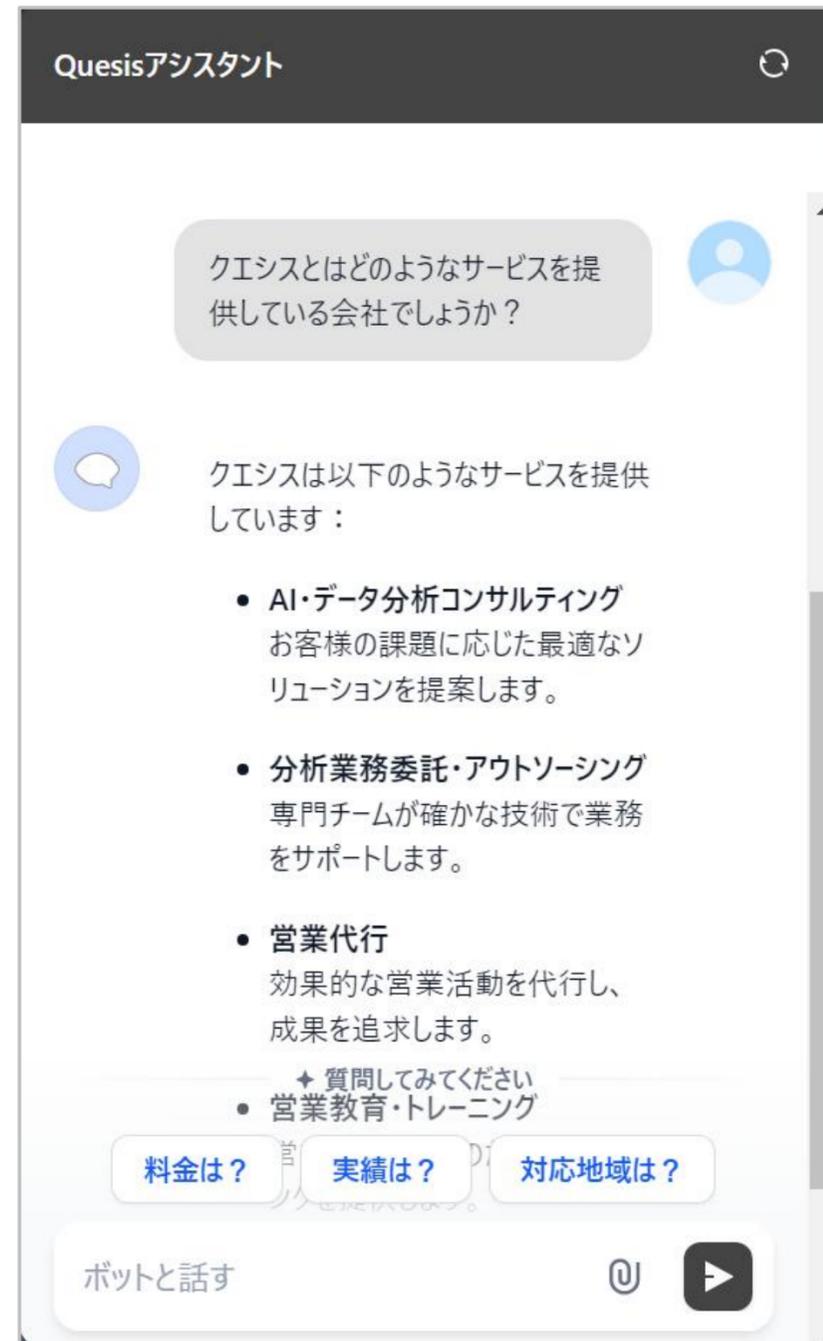
#前提条件
以下の[#入力文]の内容は、会議の文字起こしデータです。

🗨️ 🌐 🗣️

一瞬でプロンプトを入力出来るため、汎用的なシーンでの利活用が定着し易い

②生成AI利活用支援 | 導入イメージ例②

専用チャットボット作成



- お問い合わせ対応や会社説明を行う、**専用チャットボットを開発**いたします
- データセキュリティが高い
DifyやAzureといったサービス上で実装するため、**漏洩リスクにも配慮**

③ データ分析・可視化支援 | 提供可能内容例

予測モデル、可視化、ユーザー分析など幅広くご支援

データはあるが、ユーザー傾向の把握、需要予測などへの利活用が出来ていない



クラスタリング、需要予測、解約者予測などの高度な機械学習モデルを実装し、施策立案の確度の向上をご支援

主要KPIを手動で集計しており、リアルタイムでの閲覧が出来ない。集計ミスが発生している



クラウドサービス上で、自動連携する可視化基盤を構築し、リアルタイムな迅速な意思決定をご支援

マーケティング施策の効果検証が、基礎集計的なレベルしか出来ていない



統計モデルや因果推論を活用して、より高度な意思決定をご支援

③ データ分析・可視化支援 | ご支援イメージ①

ご要望に応じた最適な分析メニューをご提示し、実行までをご支援

ビジネス課題・目的	■ 解約数、新規顧客数、売上など各種KGI / KPIが将来どのような推移をするのか予測したい
分析概要	例：解約数の将来予測をする場合 ■ 過去の解約実績、カレンダー情報、自社サービス関連データ (ex.ポイント施策、Comado関連) など、各種特徴量をもとに将来の解約数を予測する時系列予測モデルを構築
ベネフィット	■ 予算策定や戦略立案の際の参考資料として活用 ■ 予測結果は施策を実施しなかった際の反実仮想 *として見なせるため、効果検証にも活用可能

* 反実仮想 … 現実として起こり得たが実際は起こらなかった反事実

必要なデータ *AWSデータ以外	✓ 特になし (予測したいKPIに関するデータがあれば、精度向上に寄与する可能性あり)
前提条件	✓ 過去2年以上のデータを保有している (1年では周期性を上手く学習できない可能性あり)

1 ビジネス課題・目的: 各種KPIが将来どのような推移をするか予測したい

2 分析概要: 仮説をもとに特徴量を設計しモデリング

特徴量例: 過去の解約実績, 定期関連情報, カレンダー情報

モデル: 変数選定・パラメータ調整

現在 将来

ビジネス課題・目的	■ デモグラや行動などをベースに顧客をセグメントしているもの、納得感のある区分けができない ■ マーケティング上意味のあるセグメントを作成することで、マーケティング活動を有効に進めたい
分析概要	■ 定期顧客を対象に定量調査を実施し、健康意識やサブプライムに対する考え方、ライフスタイルなどを聴取。聴取した項目を因子分析を行ってまとめた上で、因子得点をもとにクラスター分析を実施
ベネフィット	■ マーケティングに資する納得感のあるセグメント作成ができる ■ 作成したセグメントごとに個別最適化されたマーケティングを行える ⇒ セグメントごとに施策の効果検証も可能

必要なデータ *AWSデータ以外	✓ 特になし *AWSデータでもクラスター分析は可能だが、定量調査をもとにしたクラスター作成を強く推奨
前提条件	✓ 特になし

1 ビジネス課題・目的: デモグラや行動などをベースに顧客をセグメントするも納得感に欠ける

2 分析概要: 定量調査結果をもとにクラスター

定期顧客: Comadoユーザー, ECUユーザー, LINEユーザー

定量調査: サプライムや健康に関するアンケート

因子分析: 機能・効能重視 (0.72), 運動習慣あり (0.27), ブランド重視 (-0.44)

クラスター: プラ

ビジネス課題・目的	■ “真面目さ”、“サービス利用の集中度”など、定量的に収集・測定することが難しい顧客ごとの状態・性質を表す指標を新しく開発したい
分析概要	■ 表現したい状態・性質に合った指標を、統計学や経済理論の豊富な知識をもとに既存データから作成
ベネフィット	■ KPI設計がビジネス実態に即した解像度の高い指標をもとに行えるようになり ■ 機械学習モデル作成の際の特徴量への利用や施策効果検証への活用も可能 * 例えば、真面目な人に向けたコンテンツが狙い通りに“真面目さ”スコアが高い人に見られる

1 ビジネス課題・目的: 測定することが困難な状態・性質を表す指標を開発したい

2 分析概要: 統計学や経済理論の知識を活用して、表現したい状態に合った指標を作成

サービス利用の集中度 = $\sqrt{\frac{\text{サービス利用日の間隔} - \text{間隔日数の平均}}{\text{データ間隔数}}}$

健康実感度, etc., 真面目さ

必要なデータ *AWSデータ以外	✓ 特になし
前提条件	✓ 特になし

1 ビジネス課題・目的: 施策に接触することで行動変容しやすい顧客を見極めたい

2 分析概要: 機械学習モデルで介入があった際の行動変容のしやすさをスコア化

行動無: 施策があってもなくても行動しない

行動有: 施策があってもなくても行動

施策があつたこと で行動

機械学習モデルで介入があった際の行動変容のしやすさをスコア化

施策有時のKPI: Aさん → 1.5

施策無時のKPI: Zさん → 0.8

ビジネス課題・目的	■ 新しいサービスを開始したが、サービス利用者が伸び悩んでいる ■ 利用率が高い人を見極めることで、顧客と効率的にコミュニケーションを図りたい
分析概要	■ 既存のサービス利用者の特徴をもとに、未利用者の中で利用してくれそうな顧客を特定するモデルを構築
ベネフィット	■ 利用率が高い顧客に限定したOne-to-Oneコミュニケーションを実施

1 ビジネス課題・目的: サービスを利用しそうな人、将来解約しそうな人など、対象者が2つある状態のどちらに属するか予測したい

2 分析概要: 予測したい状態に関係があると思われる変数をもとに機械学習で予測

3 ベネフィット: 利用見込み者に対してスペシャルオファーを提示するなど、販促や顧客維持施策の対象者選定に活用

必要なデータ *AWSデータ以外: ✓ 特になし

前提条件: ✓ 特になし

想定工数: ✓ 14h ~ 25h程度

変数例: リバ利用回数, 年収, 口座残高

期間限定! 最大×%還元キャンペーン

プッシュ通知, DM, 架電

ビジネス課題・目的	■ “真面目さ”、“サービス利用の集中度”など、定量的に収集・測定することが難しい顧客ごとの状態・性質を表す指標を新しく開発したい
分析概要	■ 表現したい状態・性質に合った指標を、統計学や経済理論の豊富な知識をもとに既存データから作成
ベネフィット	■ KPI設計がビジネス実態に即した解像度の高い指標をもとに行えるようになり ■ 機械学習モデル作成の際の特徴量への利用や施策効果検証への活用も可能 * 例えば、真面目な人に向けたコンテンツが狙い通りに“真面目さ”スコアが高い人に見られる

ビジネス課題・目的	■ コストの関係で施策の対象者数が限られているが、誰を対象とすべきかわからない ■ 施策に接触することで行動変容しやすい顧客を見極めたい
分析概要	■ 施策に接触した際の“行動変容のしやすさ”を機械学習モデルを構築しスコア化 ■ 構築したモデルをもとに、施策実施前にシミュレーションも可能
ベネフィット	■ 行動変容を促しやすい顧客のみを施策対象者とすることで、無駄なコストを削減可能 ■ シミュレーション通りの結果が得られたが振り返ることで、効果検証も精緻に実施できるように

必要なデータ *AWSデータ以外	✓ 過去の類似施策実績 (顧客ID単位のCV有無、CV達成日 etc.)
前提条件	✓ 過去に類似施策を実施している ✓ 上記施策時にABテストを実施している
想定工数	✓ 24h ~ 32h程度

1 ビジネス課題・目的: 施策に接触することで行動変容しやすい顧客を特定したい

2 分析概要: 機械学習モデルで介入があった際の行動変容のしやすさをスコア化

行動無: 施策があってもなくても行動しない

行動有: 施策があってもなくても行動

施策があつたこと で行動

機械学習モデルで介入があった際の行動変容のしやすさをスコア化

施策有時のKPI: Aさん → 1.5

施策無時のKPI: Zさん → 0.8

本分析結果をもとに施策対象者を選定した際に得られる推定利益を参考に、介入戦略を決定

利益 vs 人数

— ベースライン

--- シミュレーション

差が本分析の期待効果

介入すべき人数

ビジネス課題・目的	■ 複数パターンのチラシ、クーポン、メールetc.を顧客に配布しているが、ランダムに配布しているため顧客ごとに最適なクリエイティブになっていない可能性がある。KPIを最大化する「顧客 × クリエイティブ」の組合せを知りたい
分析概要	■ 反実仮想機械学習のアプローチを応用して、クリエイティブを変更した際のKPIの変化を顧客ごとに推定
ベネフィット	■ 配布戦略 (「顧客 × クリエイティブ」の組合せ) を変更した際の長期的なKPIの変化をシミュレーションすることで、KPIを最大化する配布戦略の選定が可能に

1 ビジネス課題・目的: どの顧客にどのクリエイティブを配布すればKPIを最大化できるか知りたい

2 分析概要: 反実仮想機械学習で顧客 × クリエイティブごとのKPIを推定

3 ベネフィット: 反実仮想機械学習の結果をもとに配布戦略を変更した際の長期的なKPIをシミュレーション

必要なデータ *AWSデータ以外: ✓ 過去の同一内容の施策の実績 (顧客ID単位のCV有無、CV達成日 etc.)

前提条件: ✓ 過去に同一内容の施策を実施している *
✓ 推定前に短期間のA/Bテストを実施可能である *

想定工数: ✓ 50h ~ 70h程度

クリエイティブA: 「特典割引」を強調 (500円)

クリエイティブB: 「商品内容」を強調 (310円)

クリエイティブC: 「顧客の声」を強調 (100円)

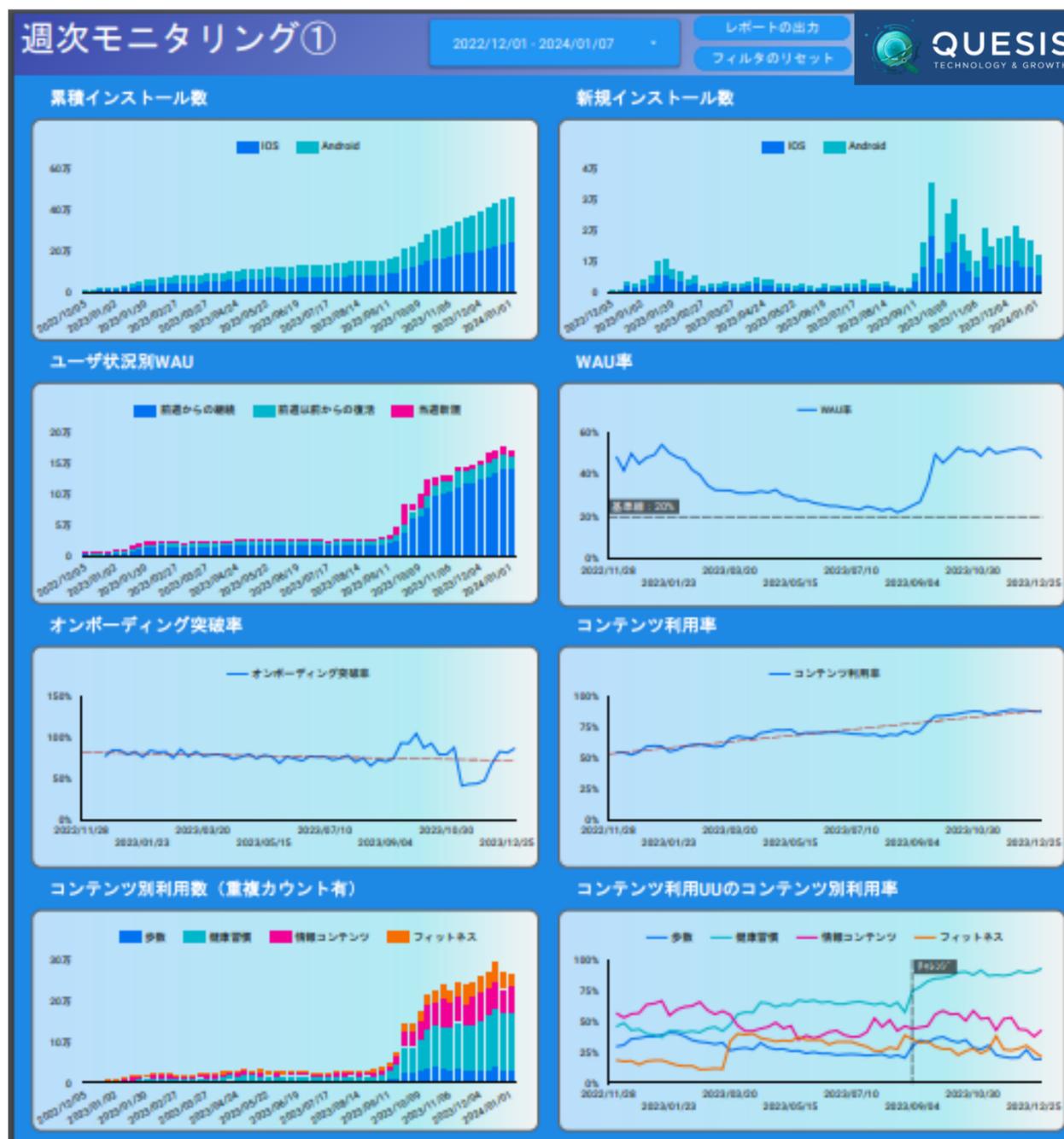
クリエイティブD: 「期間限定」を強調 (180円)

現在の配布戦略を継続した場合: 年間のKPIの推定値 +3,300万円

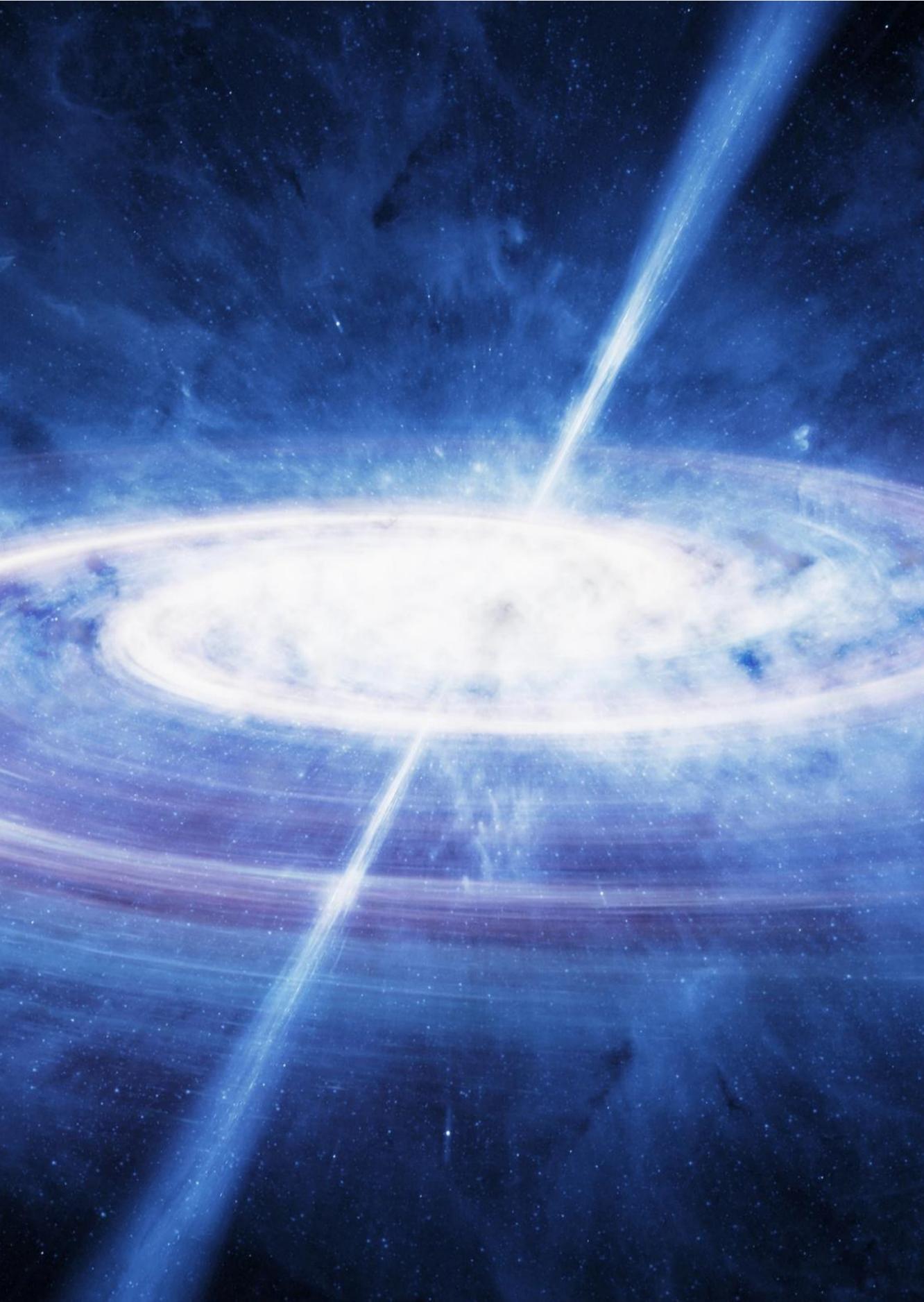
本分析をもとに配布戦略を変更した場合: 年間のKPIの推定値 +4,050万円 (+750万円)

③ データ分析・可視化支援 | 納品した成果物の一例

日次更新されるKPIダッシュボードを構築し、意思決定の高度化を実現



- ・約1TBのデータから集計
- ・日次で自動更新
- ・全10ページ以上
- ・部門別/サービス別対応済



■ 目次

1.会社概要

2.現状の課題と危機感

3.当社の強み・サービス概要

4.サービス詳細

5.実施までの流れ／料金プラン

6.今後の流れ／お問い合わせ

APPENDIX

実施フローの概略

実施までは概ね下記のフローで進行いたします



詳細のフローやスケジュールについては、支援するサービスやご要望に応じて決定いたします

補足事項

- まずは無料相談や簡易診断で状況を把握いたします
- PoC(概念実証)を通じて 小さく試して結果を確認します
- 成果を見ながら本導入を進め、定期的にレポートや追加改善を繰り返します

料金プラン

導入費用とプラン例

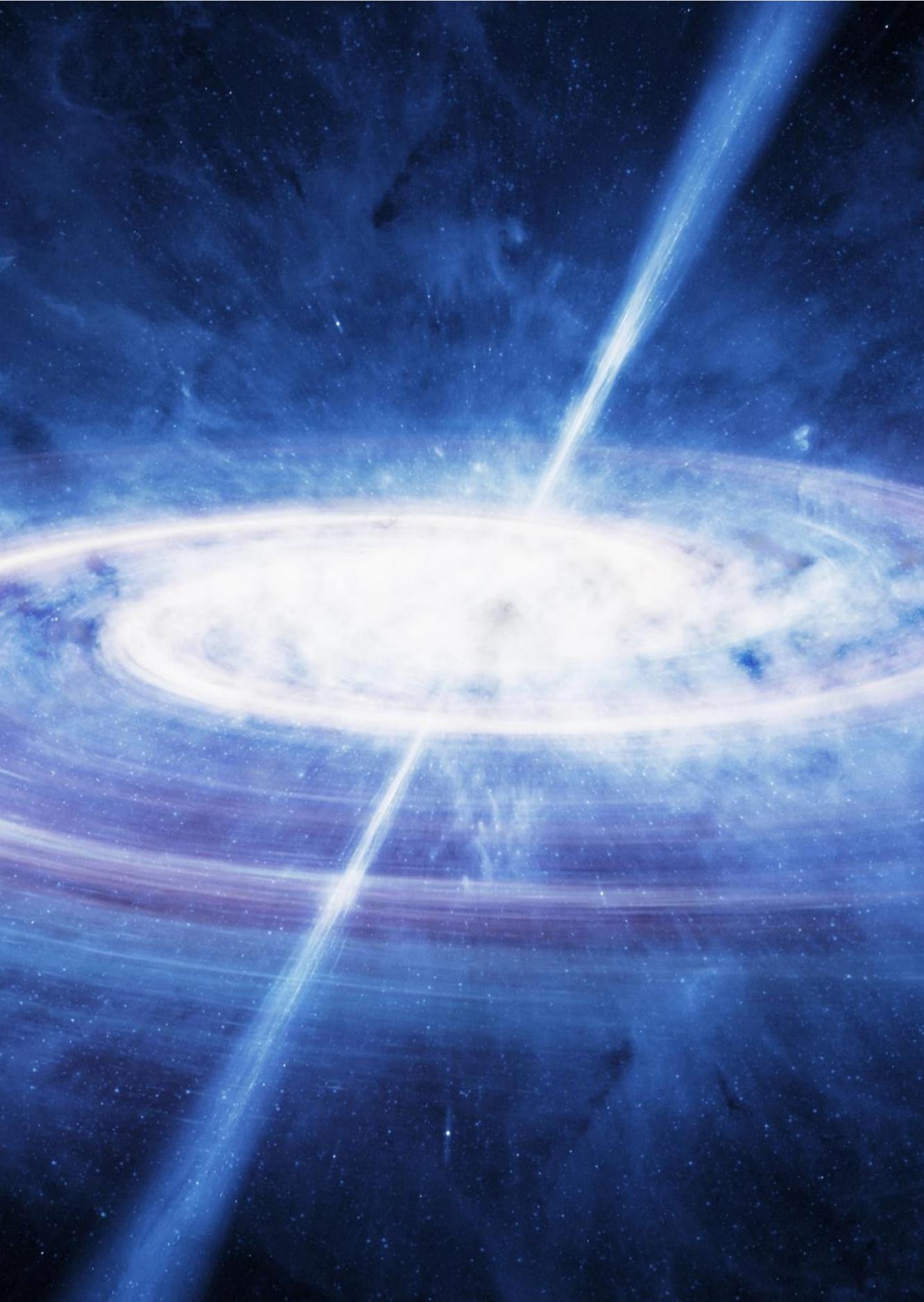
	トライアルプラン (お試し・スモールスタート)	本格導入プラン (主要業務への本格導入)
期間の目安	約1.0～1.5ヶ月	約2～3ヶ月
月額費用の目安	100万円/月～	100万円/+ 成果報酬
主な成果物	<ul style="list-style-type: none">- 日常業務自動化の簡易版プロトタイプ- 初期データ分析レポート etc.	<ul style="list-style-type: none">- 自動化の本番導入- ダッシュボードの本格稼働 etc.
メリット	<ul style="list-style-type: none">- 導入ハードルが低く、効果を短期間で実感出来ます- 成果を踏まえた拡張も可能です	<ul style="list-style-type: none">- 大規模な業務改革やDX推進に直結します- 定着支援まで一貫してサポートいたします

補足事項

オプション： 運用サポート（トラブルシューティング・定期レビュー等）

追加カスタマイズ（独自システム連携、解析モデル開発 等）

※プランはあくまで一例です。貴社の業務内容やご予算、導入ゴールに応じて柔軟にカスタマイズ可能です。



■ 目次

1.会社概要

2.現状の課題と危機感

3.当社の強み・サービス概要

4.サービス詳細

5.実施までの流れ／料金プラン

6.今後の流れ／お問い合わせ

APPENDIX

まずはお気軽にご相談ください！

ご要望に合わせて最適なアプローチをご提案いたします

お問い合わせは下記より

ホームページからの
お問い合わせ



[ホームページ](#)

メールでの
お問い合わせ



[Eメール](#)

URL : <https://www.quesis.com/contact>

Email : contactus@quesis.com

ご支援開始までの流れ

お問い合わせ

初回ヒアリング
(30～60分)

提案資料・お見積りの送付

ご支援開始

— おわりに

日々の手間の掛かる業務から抜け出ませんか？

本来やるべき業務に集中



売上・付加価値の向上

ストレスフリーなワークフローによる自動化



働き方の改善によるエンゲージメントの向上

クエシスが全力でご支援いたします！！

データのカで、 新しい未来を創造する。

テクノロジーが導く、次世代のビジネス革新

デジタル革新の波が、ビジネスの在り方を大きく変えようとしています。

AIとデータのカを活用し、企業の持続的な成長と革新を実現する。

Quesisは、その革新の最前線に立ち、お客様と共に未来を切り拓いていきます。

APPENDIX

主要実績

実績事例①：手作業による月80時間の集計地獄から解放

KPI集計コストを98%削減し、事業成長に貢献



Before | 課題

■ “勘と経験”に頼る非効率な状態

- 1 Excelでの手作業集計**
複数人で対応し、合計で月80時間もの工数が発生。
本来の業務を圧迫。
- 2 データが散在**
各担当者が個別にデータを保持。
全体像が見えず、見るべき指標も不明確だった。
- 3 意思決定の遅れとミス**
データが出てくるのを待つ間に機会を損失。
ヒューマンエラーによる判断ミスも頻発。



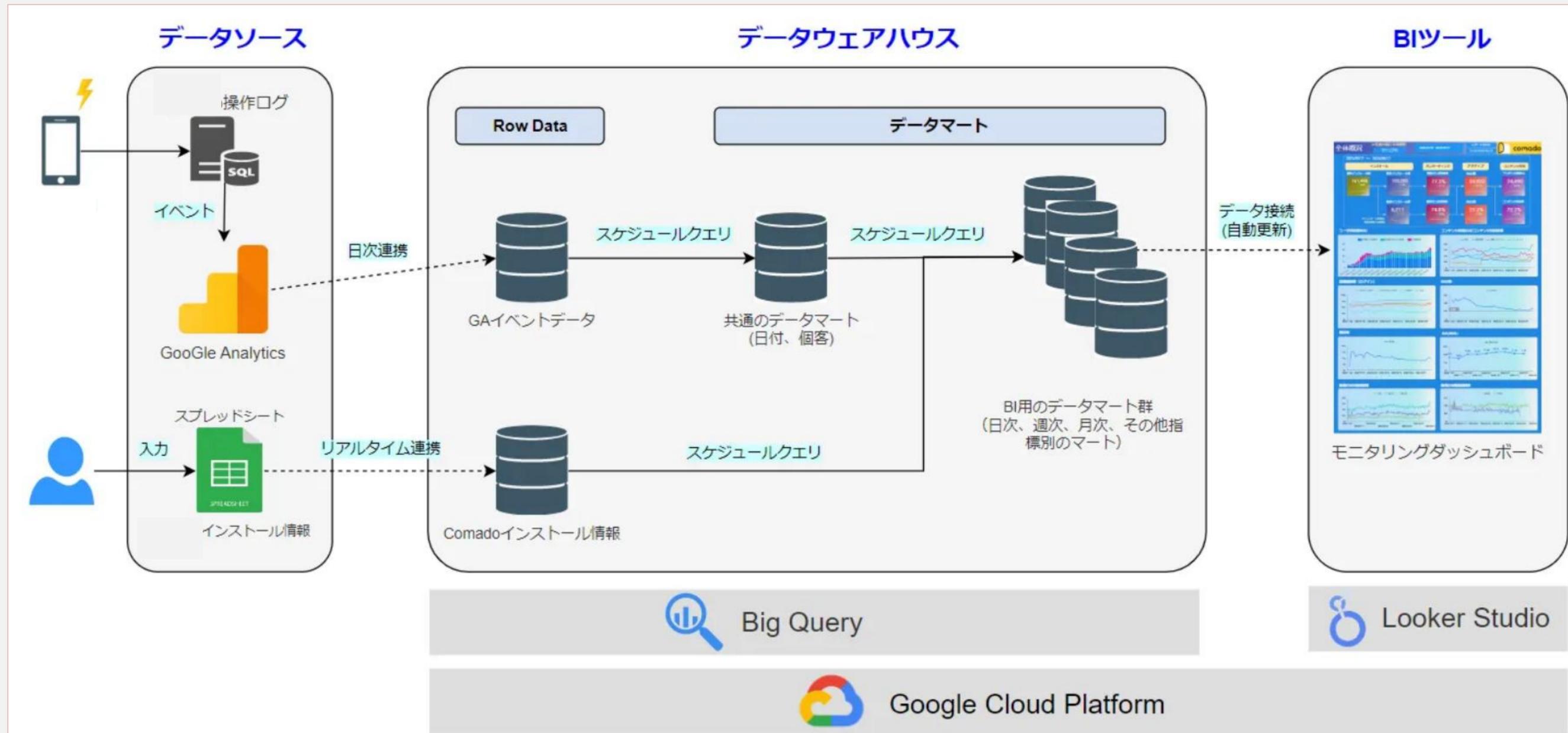
After | 成果

■ “データ”で勝つ仕組みを構築

- 1 集計コスト98%削減**
毎月の定型作業が**ほぼゼロ**に。
企画や分析など、創造的な業務に集中できる環境へ。
- 2 リアルタイム経営ダッシュボード**
ボタン一つで事業の健康状態を把握。
全社で同じデータを見て会話できるように。
- 3 意思決定スピードの向上**
迅速なデータ分析から有効な施策を連発。
事業の成長に大きく貢献。

実績事例①'：構築したデータ処理パイプラインとBIダッシュボード

下記のデータ処理パイプラインを構築し**KPIモニタリングを自動化**



実績事例①：“宝の持ち腐れ”だったデータを収益に変える。

顧客インサイトの発見で、MAUを2.5倍に



Before | 課題

■ データはあるが、知見がない

1 “何から手をつければ…”

分析チームを立ち上げたものの、ノウハウがなく、どこから分析すべきか分からなかった。

2 “勘に頼る”施策立案

データに基づいた仮説がないため、効果の薄い施策を闇雲に打っていた。

3 伸び悩むユーザー数

様々な施策を打つものの、**ユーザー数が伸び悩み**、事業が停滞していた。



After | 成果

■ データから“勝ち筋”を発見

1 継続率を高める“黄金体験”を特定

行動ログを分析し、「この体験をしたユーザーは離脱しにくい」という**成功パターン**を発見。

2 顧客の“深層心理”を特定

高度な分析で「なぜ継続するのか」を解明。ユーザー群毎の行動から確度の高い仮説を立案。

3 MAU 250% 増加

発見したインサイトに基づき施策を改善した結果、**事業が再成長軌道**に乗った。

実績事例②'：高度な統計分析によるインサイト創出プロセス

下記の様なアドホック分析を実施し、**ユーザー解像度の向上やコンテンツの改善に寄与**

コンテンツ改善案の提案例

■まとめ

▼ファクト

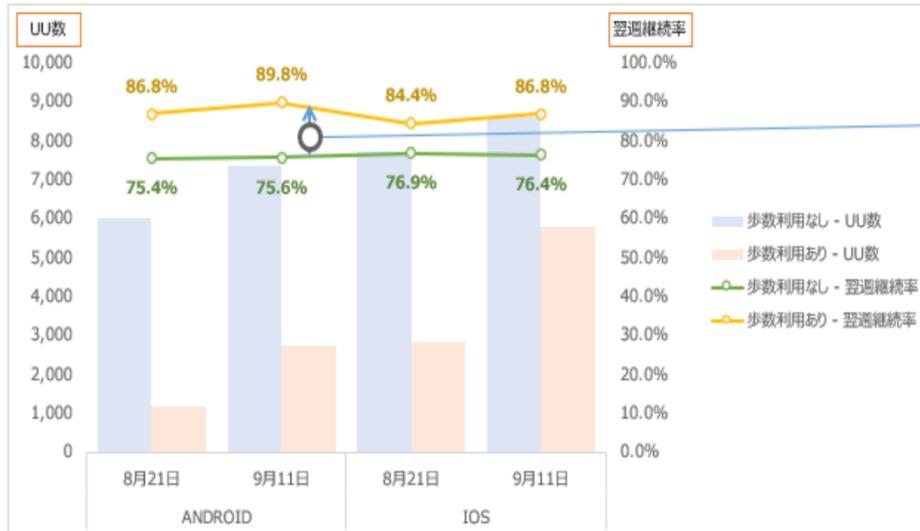
- ①コンテンツ利用者では、歩数利用有無で継続率に有意に差が見られる (図1より)
 - ※9/11時点では、Androidで14.2ポイント、IOSで10.4ポイント高い
- ②歩数連携率は、IOSが51.2ポイント高い (図2より)
- ③ポイント施策後の比較で、歩数コンテンツ利用率はIOSがAndroidより11.2ポイント高い (図3より)

▼上記を踏まえた、Androidの歩数連携強化による期待効果

- ※IOSと同程度まで連携強化が図られたと仮定した場合
 - ↳歩数コンテンツ利用率は、連携強化によって約11ポイントの向上が期待される (③より)
 - ↳加えて上記個客の、翌週継続率については、最大で約14ポイントの向上が期待される (①より)

▼コンテンツ利用者に限定して、歩数利用による翌週継続率への影響を比較

図1. コンテンツ利用者の中、歩数利用有無での翌週継続率比較



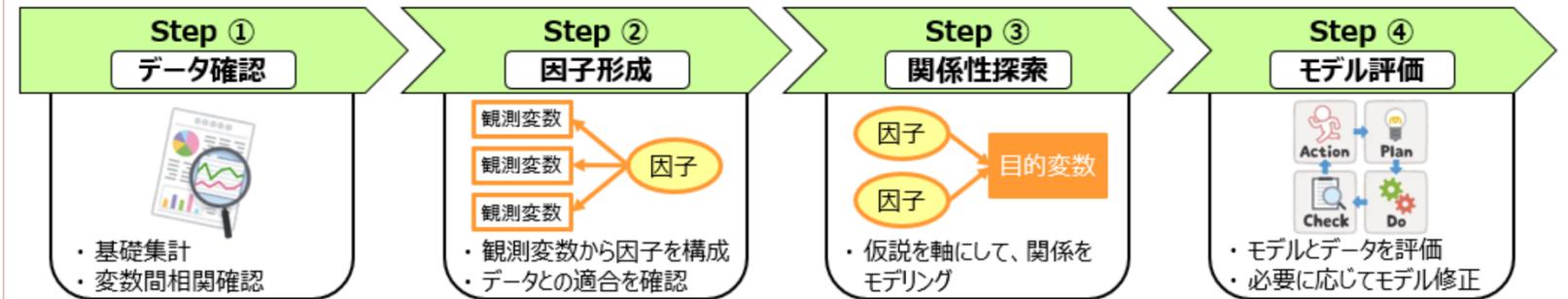
・コンテンツ利用者では、歩数利用有無で継続率に有意に差が見られる
 ※9/11時点では、Androidで14.2ポイント、IOSで10.4ポイント高い
 ↳元々の利用意欲の差などの、交絡因子の影響も考えられるが、歩数コンテンツを利用してもらうことによって継続率は向上するものと考えられる
 ↳プラットフォームによる差については、Androidのほうが連携に掛る手間が多く、より利用意欲が高い個客層が利用しているのではないかと考えられる

集計対象：8/21週、9/11週のいずれかのコンテンツ利用個客
 集計条件：対象個客を大きく、歩数コンテンツ利用有無で分類し、翌週継続率とUU数を集計

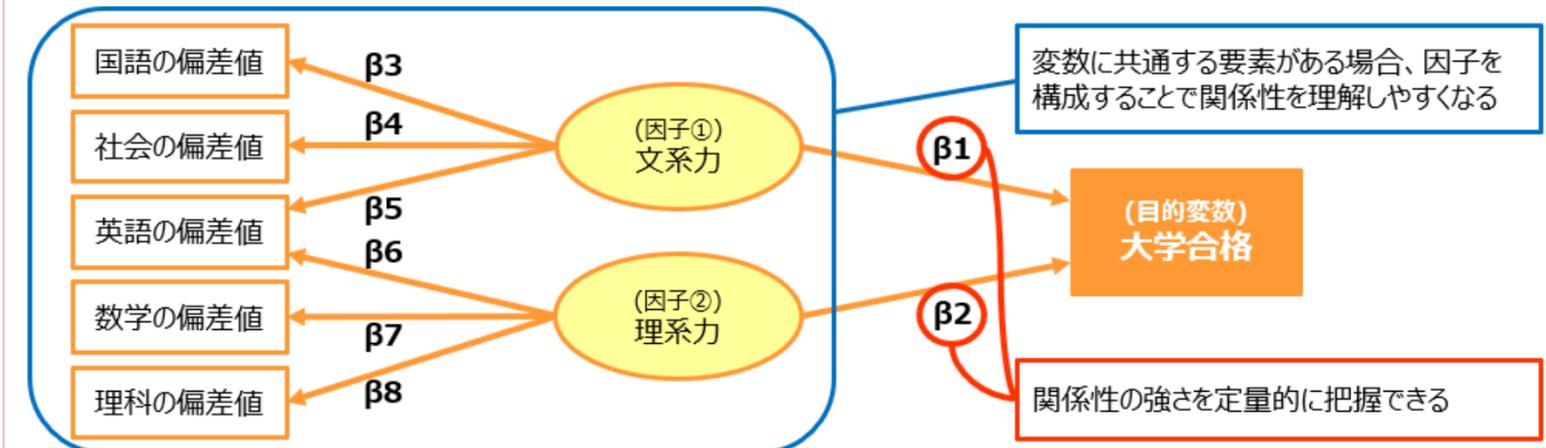
ユーザー理解の例（構造方程式モデリング）

- ○○から観測可能な優績者の特徴について仮説立てを行い、その妥当性を検証するべく「構造方程式モデリング」の手法を活用し、分析を実施。
- 構造方程式モデリング(SEM)は以下の特徴が挙げられる
 - ・ 仮定した変数間の関係性を統計的に検証できる
 - ・ 潜在変数を導入した分析ができる
 - ・ パス図を用いたビジュアル表現ができる

◆ 構造方程式モデリング(SEM)の流れ



◆ 構造方程式モデリング(SEM)の例



実績事例③：数百の施策を科学的に再評価

“ムダな施策”を無くし、**マーケティングROIを30%改善**



Before | 課題

■ “バラマキ”施策で垂れ流される広告費

- 1 効果不明な施策の“乱発”**
年間数百もの施策を実施するも、**どれが本当に効いているのか**誰も分かっていなかった。
- 2 ムダなインセンティブ費用**
「何もしなくても買う人」「何をしても買わない人」にもコストをかけ、**広告費を浪費**していた。
- 3 真の投資対効果が“ブラックボックス”**
データが膨大すぎて、**真の費用対効果**を誰も把握できていない状態だった。



After | 成果

■ “科学的”な判断で利益を最大化

- 1 マーケティングROI 30%改善**
予算を「**本当に効く施策**」に集中投下。
費用対効果が劇的に改善。
- 2 キャンペーン反応率 1.8倍**
「**施策を打てば心が動く人**」だけを見極めてアプローチし、
効率的に成果を上げた。
- 3 全施策の“純粋な効果”を可視化**
数百の施策を全て科学的に評価し、
投資すべき対象を明確化した。

実績事例③'：検証方法の詳細イメージ

因果推論（アップリフトモデリング）による効果の可視化

- 過去のデータを分析し、予測モデルを作成することで、会員毎のキャンペーンに対しての反応確率を算出する。（例：CP対象としなくとも、SP取扱高が上がる会員が見えてくる！）

アウトプットイメージ

過去の顧客のキャンペーンに対するSP取扱高を分析することで、契約バング単位にキャンペーンに反応する確率を予測し、ターゲットにメリハリをつける

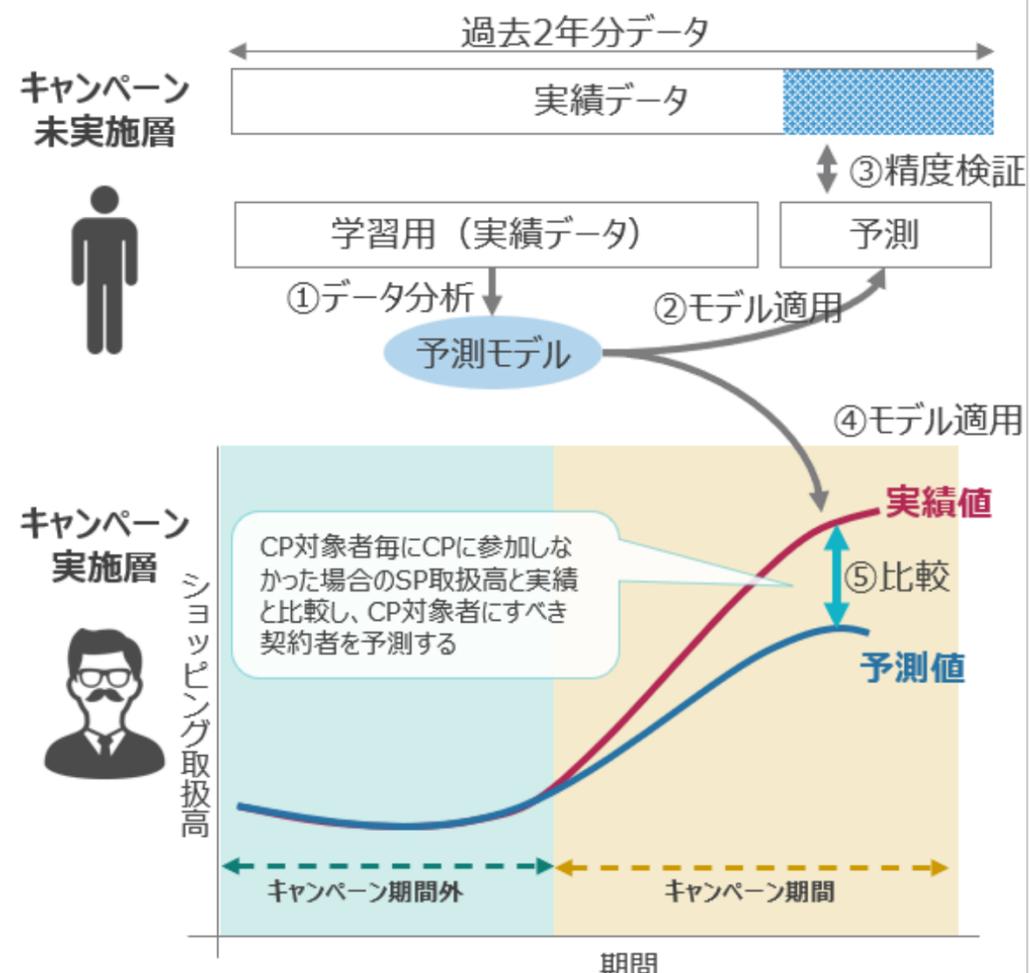
契約番号	キャンペーン反応確率
XXXXXXXXXXXX	90.4%
XXXXXXXXXXXX	90.3%
XXXXXXXXXXXX	90.0%
XXXXXXXXXXXX	89.7%
XXXXXXXXXXXX	89.5%
XXXXXXXXXXXX	89.3%
~~~~~	
XXXXXXXXXXXX	12.3%
XXXXXXXXXXXX	10.9%
XXXXXXXXXXXX	9.8%
XXXXXXXXXXXX	9.3%
XXXXXXXXXXXX	9.1%

キャンペーン対象

キャンペーン対象外

### 分析アプローチ

キャンペーン未実施層のデータでSP取扱高の予測を行い、実施層がCP未実施だった場合の取扱高を予測することで、**CPによる効果がある人、無い人**を導き出す。



# 実績事例④：“即戦力”が育たないコンサルティング会社の人材育成

## クライアント**継続率を20%以上向上させる精鋭部隊に**

### Before | 課題

#### ■ “OJT頼み”で人が育たない組織

- 1 スキル不足の新人**  
教育体制がなく、ビッグデータの扱いや分析設計など、**現場で必要なスキルが不足**していた。
- 2 顧客からの信頼低下**  
スキル不足により、クライアントに**十分な価値を提供できていない状態**だった。
- 3 案件の失注・解約リスク**  
価値を提供できない結果、**クライアントの満足度が低下**し、案件の継続が危ぶまれていた。

### After | 成果

#### ■ “仕組み”で人が育ち、事業が伸びる状態に

- 1 新人の“即戦力化”を実現**  
独自の育成プログラムを導入。配属前に**十分なスキルを習得**させ、現場の即戦力に。
- 2 顧客満足度が大幅に向上**  
育成されたメンバーが現場で活躍し、**分析の品質が向上**。顧客からの信頼を獲得。
- 3 クライアント継続率 20%以上UP**  
顧客満足度の向上により、**主要クライアントの継続率が大幅に改善**し、事業基盤が安定。

# 実績事例④'：“即戦力化”を実現する独自教材と実践的課題

下記の様な**オンボーディング資料**や**模擬試験問題**を作成し、人材育成を実施した

## SQLの記述の標準化についての資料

```
SELECT
  a.owner_id,
  a.date_jst,
  b.date_jst
# インストール
FROM
(
  SELECT
    owner_id,
    date_jst
  FROM
    `bandainamco-dmp-pj.layereds0_tokyo_2018_log.log_install_20*`
  WHERE
    _TABLE_SUFFIX BETWEEN '180701' AND '180731'
) AS a
# ログイン
INNER JOIN
(
  SELECT
    owner_id,
    date_jst
  FROM
    `bandainamco-dmp-pj.layereds0_tokyo_2018_log.log_access_20*`
  WHERE
    _TABLE_SUFFIX BETWEEN '180701' AND '180731'
) AS b
ON
  a.owner_id = b.owner_id
```

FROM句の前に  
コメントを付ける

JOIN句の前に  
コメントを付ける

ユーザのインストール情報

ユーザID	インストール日時
100001	2018-07-01 10:29:47
100002	2018-07-02 22:43:31
100003	2018-07-03 17:16:24

INNER  
JOIN

ユーザのログイン情報

ユーザID	ログイン日時
100001	2018-07-01 10:51:34
100001	2018-07-02 15:29:41
100003	2018-07-03 17:36:10

## SQL試験の一例

### その10

(問19)  
2018年10月1日～2018年10月31日のDPUを  
ストーリーはやるが時限の渦はやらないユーザ、  
ストーリーはやらないが時限の渦はやるユーザ、  
ストーリーも時限の渦もやるユーザ、  
ストーリーも時限の渦もやらないユーザ、  
に分解して集計する。

(問20)  
2018年10月1日～2018年10月31日の新規登録者を対象に  
ストーリー別の1日以内ストーリー到達率、遷移率を集計する。  
(クエリはストーリー別の1日以内ストーリー到達UUに留め、  
Excel上で到達率、遷移率を集計する)

# 実績事例⑤：PoCで数億円規模の増収ポテンシャルを証明

LTVを10%最大化する価格戦略シミュレーターを構築



Before | 課題

## ■ “勘と経験”が全てだった価格戦略

- 1 担当者の経験だより**  
ゲームのセール時期や値引き率、廉価版の発売タイミングなどを**個人の経験則で決定**していた。
- 2 見えない機会損失**  
値引きしすぎて利益を損なったり、逆に機会を逃したり、**大きな機会損失のリスク**を抱えていた。
- 3 意思決定の“ブラックボックス”化**  
なぜその価格なのか、**論理的な説明ができない**ため、判断基準が共有されず、**戦略が属人化**していた。



After | 成果

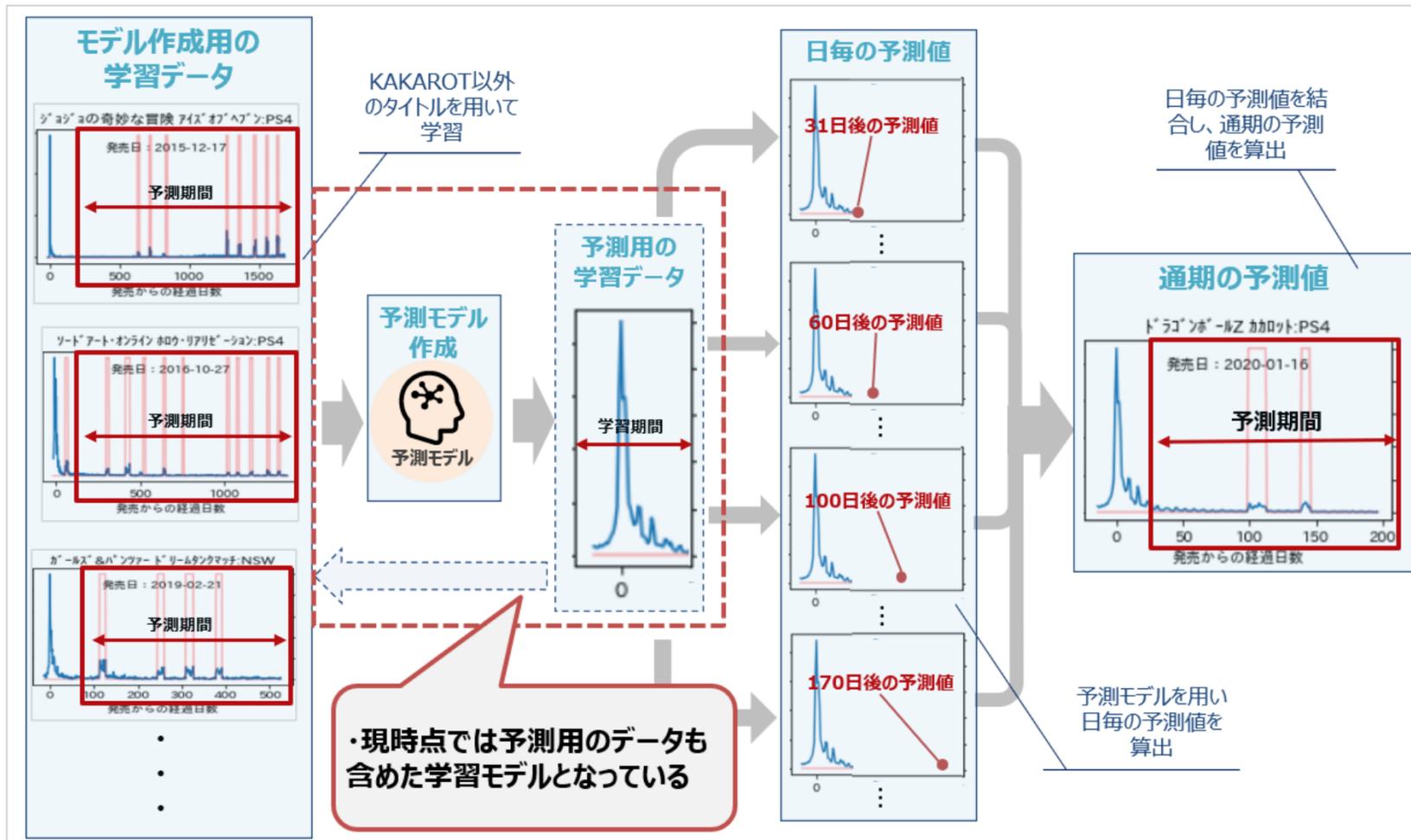
## ■ “データ”で最適な一手を見つける仕組み

- 1 最適な“値引きシナリオ”を発見**  
いつ、いくらで売るのが最も儲かるかを**瞬時にシミュレーション**できるメソッドを構築。
- 2 2年間のLTV 5-10%向上の可能性**  
シミュレーションの結果、データに基づいた最適な価格戦略をとることで、**LTVが大幅に向上する**ポテンシャルを証明
- 3 価格決定プロセスを“科学”する**  
成功の再現性を高め、**誰でもデータに基づいた最適な判断**ができる状態を目指せるようになった。

# 実績事例⑤'：予測モデルと評価PDCAによるシミュレーターの構築

下記の様な予測モデル構築構想と、**評価PDCAを回し、モデルのブラッシュアップを図っていった**

## 予測モデルの構築構想



## モデルの適用結果の統計値

### POINT

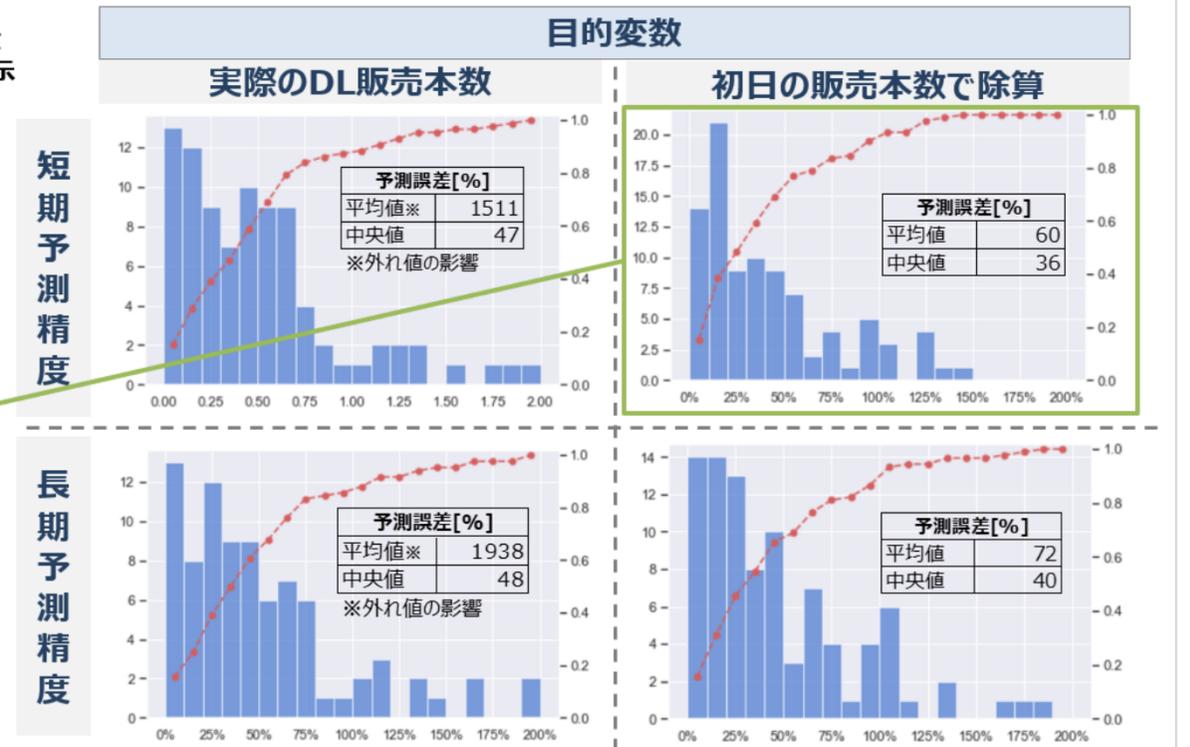
・予測誤差としては、平均・中央値のいずれも目的変数を初日の販売本数で除算した場合の値を用いた方が小さく、更に短期予測のほうが予測誤差が小さい  
⇒但し、最小の中央値でも予測誤差が36%あるため、現状精度では実運用は厳しいと考えられる

◆タイトル別に予測精度を算出しヒストグラムで表示

■ 度数  
● 累積比率

予測誤差の平均値・中央値共に最小

タイトル別の予測結果や予測精度は補足資料に掲載



# 実績事例⑥：“週1回の手作業配信”を卒業

顧客定着率を1.3倍に引き上げたAIレコメンドエンジン



Before | 課題

## ■ “一方通行”の手動コンテンツ配信

- 1 週1回の“つらい”手作業**  
担当者が**手動**でコンテンツを選んで配信。  
**膨大な工数**がかかり、担当者が疲弊していた。
- 2 画一的な情報提供**  
ほぼ全員に同じようなコンテンツを送るため、  
**ユーザーの興味とズレ**が生じていた。
- 3 低いエンゲージメント**  
自分に関係ない情報が多いため、コンテンツが読まれず、  
**エンゲージメント率が低迷**。



After | 成果

## ■ “AI”による全自動パーソナライズ

- 1 顧客定着率 1.3倍**  
顧客が「欲しい情報が届く」と感じることで、  
**アプリの利用が習慣化**し、離脱率が低下。
- 2 コンテンツCTR 2倍**  
興味に合ったコンテンツが表示されるため、  
**クリック率が劇的に改善**。
- 3 エンゲージメント率 1.8倍**  
面白いコンテンツに出会える確率が上がり、  
**読了率が大幅に向上**。

# 実績事例⑥' : ハイブリッド・レコメンドモデルの構築アプローチ

ユーザーの状況に応じて最適な推薦ロジックを組み合わせることで、  
**高精度なパーソナライズを実現**

## 【STEP 1】データ前処理・バイアス除去

ユーザーの行動ログを収集・変換。推薦の精度を低下させるデータの偏りを統計的に除去し、クリーンな状態に。

## 【STEP 2】新規ユーザー向け推薦（コールドスタート対策）

データがまだ無い新規ユーザーには、まず**全ユーザー共通の人気コンテンツ**を推薦。これにより、**今後の推薦精度向上に必要なデータを効率的に蓄積**。

## 【STEP 3】既存ユーザー向け推薦（パーソナライズ）

データが蓄積されたユーザーには、**協調フィルタリング**等のアルゴリズムを適用。閲覧履歴や類似ユーザーの行動から、**一人ひとりの興味関心を予測**し、最適なコンテンツを推薦。

## 【STEP 4】継続的な改善サイクル

配信結果（CTR、エンゲージメント率等）を常にモニタリングし、**モデルの精度を継続的に改善していく運用サイクル**を構築。

# 実績事例⑦：ChatGPTブームを“成果”に変革

ChatGPTのローンチ直後にSierにてAI活用を推進し、**業務効率を20%改善**

## Before | 課題

### ■ 一部の“ブーム”止まりの生成AI

- 1 突然のAIブームに“混乱”**  
ChatGPTが登場し話題になるも、社内では**どう使えば良いか分からず**、混乱している状態だった。
- 2 セキュリティリスクと手探り状態**  
情報漏洩リスクなどから**利用禁止を検討**する声も。  
活用方法も手探りで、**推進役も不在**だった。
- 3 一部の人が触るだけで“未活用”**  
一部の先進的な社員が個人的に試すだけで、**組織的な活用には至って**いなかった。

## After | 成果

### ■ “業務インフラ”としての生成AI

- 1 業務効率 20% 向上**  
エンジニアの**コード生成や仕様書作成**などの業務が効率化され、組織全体の生産性が向上。
- 2 AI利用率の大幅増加**  
安全な利用ガイドラインを整備し、全社に展開。  
**安心して使える環境**が整い、利用者が急増。
- 3 AI利用時間 2.5倍に向上**  
業務に役立つ研修で、**活用の質が向上**。  
一時的な利用でなく、日常業務で深く使われるように。

# 実績事例⑧：“同じ質問への繰り返し対応”からCS部隊を解放。

## AIチャットボットで**対応工数を40%削減**



### Before | 課題

#### ■ “人海戦術”に頼るカスタマーサポート

- 1 “同じ質問”の嵐**  
商品に関する定型的な問い合わせが殺到。  
**同じ内容を何度も説明**する非効率な状態だった。
- 2 CS担当者の“疲弊”**  
終わりのない単純作業で、**担当者のモチベーションが低下**。離職率の高さも課題だった。
- 3 顧客の“待ち時間”と不満**  
電話が繋がらない、返信が遅いといった**待ち時間が顧客満足度の低下**を招いていた。



### After | 成果

#### ■ “AI”が一次対応を担う効率的な体制へ

- 1 問い合わせ対応工数 40%削減**  
定型的な質問はAIが24時間対応。**人件費を大幅に圧縮**し、コスト削減に成功。
- 2 担当者は“複雑な問題”に集中**  
AIでは解決できない高度な問題に、**人間が集中できる環境**を構築。業務の質が向上。
- 3 顧客満足度の向上**  
疑問がすぐに解決することで、**顧客体験が向上**。クレーム削減にも繋がり、満足度が向上。

# 実績事例⑧'：EC事業会社のQAボット作成（提供イメージ）

下記の様な専用チャットボット作成により**対応工数を4割削減**

## 自社サイトで使用しているチャットボット例



- お問い合わせ対応や会社説明を行う、**専用チャットボットを開発**
- データセキュリティが高い  
DifyやAzureといったサービス上で実装するため、**漏洩リスクにも配慮**

# 実績事例⑨： “専門家不在”で停滞した新規事業を改善

## 物流企業におけるデータ活用サービスのPoCを牽引



### Before | 課題

#### ■ “羅針盤”がなく、停滞するプロジェクト

- 1 知見ゼロからのスタート**  
データ活用の知見を持つメンバーが**社内**に一人もおらず、何から手をつければ良いか分からない状態だった。
- 2 アイデア先行で“具体化”できず**  
「故障予測」というアイデアはあったが、**どう実現するか**の**具体案**がなく、プロジェクトが停滞していた。
- 3 開発の遅延・頓挫リスク**  
推進役の不在により、**開発が遅延**。最悪の場合、**プロジェクト自体が頓挫する**危機にあった。



### After | 成果

#### ■ AIの構想及び検証内容の青写真を描き、事業化を加速

- 1 故障予測モデルの“設計図”を提示**  
プロジェクトの核となる**AIモデルの構築構想**を提示し、チームに進むべき道を示した。
- 2 PoCによる“迅速な”仮説検証**  
設計図を基にPoCを主導。小さく試すことで、素早く改善点を洗い出し、開発を加速。
- 3 早期サービス化への“道筋”を構築**  
PoCの成功により、**本格開発への明確な道筋**を構築。早期のサービスリリースに大きく貢献。

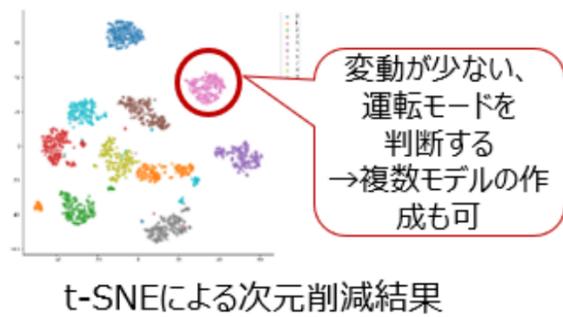
# 実績事例⑨：AIによる故障予兆検知モデルの初期仮説（PoC設計）

下記の様な故障予兆モデルの初期仮説を元にPoCを実施し、**早期リリースに寄与**

## ■イメージ

### ① 運転モードを決める

- a) 整備士の知見を活用
- b) 次元削減を行いバラつきを評価



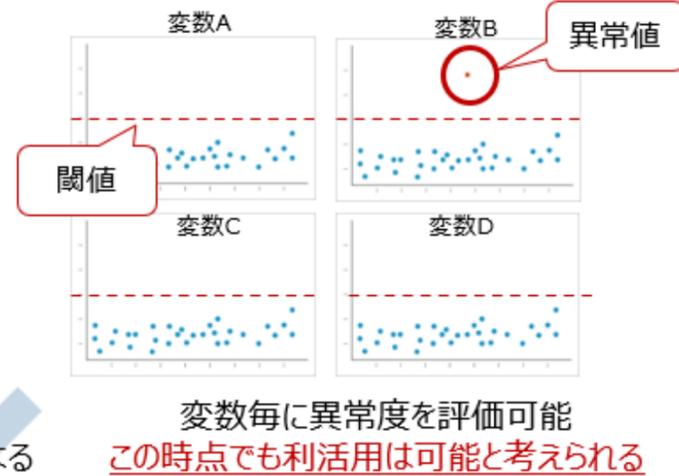
### ② 正常データを収集



### ③ 正常データの学習



### ④ モデルを用いた異常検出



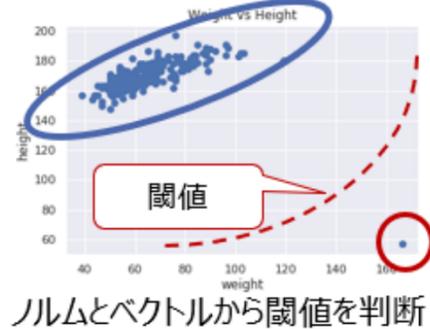
次元削減による  
可視化

### ⑧ 故障予兆

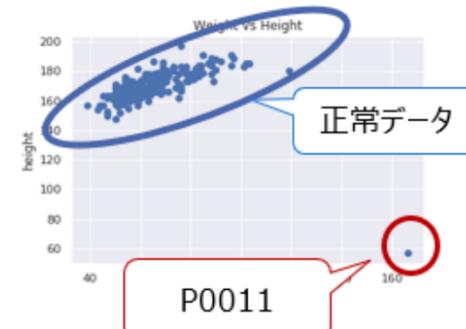
P0011が発生しそう



### ⑦ 閾値の設定



### ⑥ 故障コードの可視化



### ⑤ 故障コード検知



左記の様な仮説を元に実データにてPoCを実施し、**早期に改善点を洗い出し、モデルの改善を図った**

# 実績事例⑩：2ヶ月で年間1,500万円の効果

## SES事業の営業・バックオフィス業務のDX支援



### Before | 課題

#### ■ “人海戦術”頼みで、利益が漏れ出す経営

- 1 非効率なメール対応**  
営業担当が、毎日届く大量のSES案件メールの確認に時間を浪費していた。
- 2 契約更新時の“逸失利益”**  
交渉タイミングを逃し、本来得られるはずの**単価アップ**機会を毎年数百万円も損失していた。
- 3 高コストな採用活動**  
採用担当が、候補者へのスカウトメール送信に**多くの工数を割かれ**、採用活動が非効率だった。



### After | 成果

#### ■ “GAS自動化”で、利益を最大化する仕組み

- 1 2ヶ月で年間1,500万円の経済効果**  
3つの自動化アプリ導入により、**コスト削減と収益機会創出**を同時に実現。
- 2 営業工数削減とマッチング精度向上**  
メールの仕分け作業及び構造化により、営業担当が案件のマッチングを容易に行えるようになった。
- 3 逸失利益 数百万円を防止**  
契約更新時の**単価アップ交渉の機会損失をゼロ**に。利益を確実に取りに行く体制を構築。