

現場部門の情報活用ニーズは多種多様

UNIRITA

Magazine

ユニリタマガジン

1

JAN 2016

本年もよろしく
お願いいたします



現場部門が"本当に
必要としている
情報活用の姿"に迫る！

～らくらくホンが売れた理由に
隠されたヒントとは～

ユニリタの新ビジネスコラム
～ビッグデータ編～
『フローデータ』の活用で、
営業現場にインテリジェンスを届ける

システム運用課題の処方箋！
「LMIS on cloud ver2.0」のご紹介

ウェビナー ユニリタのご紹介
資料&動画でより分かりやすく

システム管理者の会/Beaconユーザ会

パートナー様ご紹介
株式会社エヌジェーケー様

ユニリタ
イメージキャラクター
ホラン千秋

現場部門が"本当に必要としている情報活用の姿"に迫る！

～らくらくホンが売れた理由に隠されたヒントとは～

担当者
紹介



プロダクト事業本部
カスタマーサービス部
プリセールスグループ
佐々木 勉

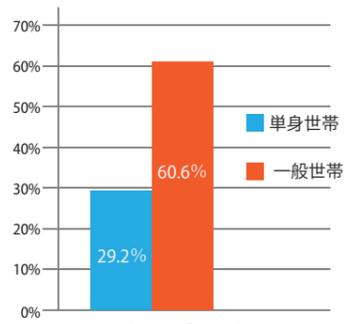
私は、1999年に入社して以来16年にわたり、主にデータ連携領域、データ活用領域、情報セキュリティ領域の技術者としてお客様への提案活動、セミナー講師から製品の教育および受託開発業務と様々な仕事をしております。お客様へは今回掲載した領域をはじめ、ユニリタが提供できるすべての領域を加え、お客様からご賛同いただけるようなコンセプトで情報をお届けしていきたいと思っております。どうぞ、よろしくお願いたします。

「スマートフォン全盛時代の一方で、なぜ「高齢者用携帯」や「キッズ用携帯」が支持されたのか」。皆様はこの問いに答えられるでしょうか。今、企業内の情報活用（DWH・BI）領域において、上記の問いの裏側に隠れた課題と同じ現象が発生しています。今回は情報活用における現場部門の現状に触れ、現実的な解決策についてお伝えしたいと思います。

スマートフォン全盛の時代になぜ「高齢者用携帯」や「キッズ用携帯」が支持されたのか

2007年6月29日。携帯電話の世界に「革命」がおきました。米アップル社より、従来の携帯電話とは一線を画すマルチタッチ方式のタブレット型携帯電話iPhoneが発売されると、折からのモバイル通信技術の飛躍的な向上に後押しされ、瞬間に世界を席巻しました。現在、日本の一般世帯におけるスマートフォン普及率は60.6%（図1）となっており、ガラケーと呼ばれる携帯電話はiPhoneに代表されるスマートフォンに置き換えられ、人々は外からインターネットを通じ、ありとあらゆる情報を入手する事が可能となりました。

図1. スマートフォン世帯主性別普及率 (2015年3月末)

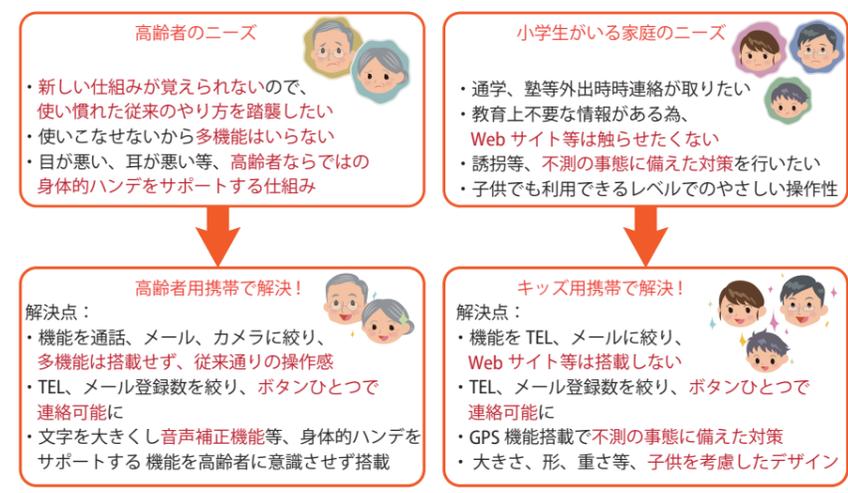


スマートフォンの誕生で、「ガラケー」と呼ばれていた日本における従来の携帯電話市場は、全てスマートフォンに席卷されていく、そのように考える方も多かったのではないのでしょうか。

ところが、日本市場では、「ガラケー」と呼ばれた携帯電話市場において「独自の生き残り進化」を遂げます。それは、iPhoneより先にリリースされていた高齢者向け、または小学生をメインターゲットにしたキッズ層向けの携帯電話が、「機能過多なスマートフォンに置き換わらなかった事」がその理由です。

情報を活用したいエンドユーザは、図2のようにその顧客層により活用ニーズが異なります。

図2. 情報活用は「顧客層によりニーズが異なる」



「ITリテラシの低い顧客層」にターゲットを絞りだけをシンプルな操作で「安全」に提供す年齢者や、守りたい子供を持つ家庭に広く受けの市場は改良が加えられ、独自の進化を続け

「必要な機能を最小限に」かつ「必要な情報」このコンセプトは、デジタル機器に弱い高入れられました。そして現在においても、こ

企業内の現場部門が直面している「情報活用課題の実態」

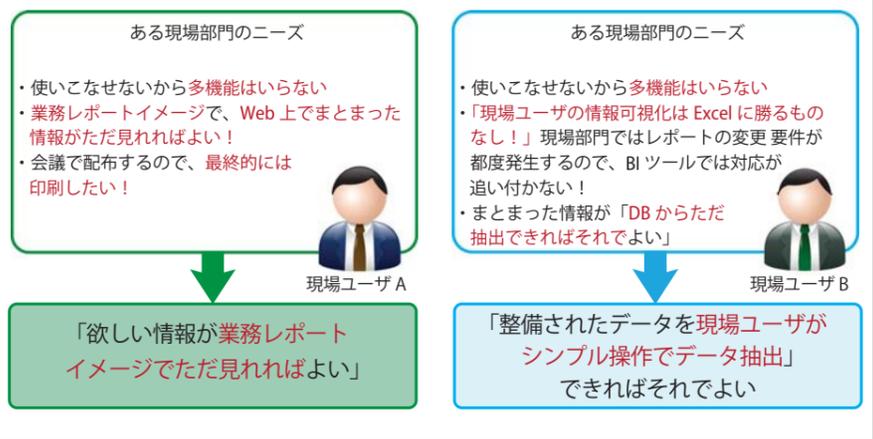
この携帯電話の世界で起きていた現象です日本企業においては1990年後半から企業内ツールの導入が進み、2005年前後の海外製品ピークを迎えました。この時、各企業において企業も初めての経験であったため、より高機能ドBIツールを導入しました。企業における情報分析など、経営側からの要求に迅速に対応でき

一方で、現場部門の一部において、情報活が発生しています。「なぜ情報活用（DWH・BI）様の声に耳を傾けると、現場部門ならではの、

が、実は企業内でも起きているのです。情報活用において、DWH・BIに代表されるに代表されるハイエンドBIツールの導入がデータ活用ニーズが高まりをみせました。各でいろいろな分析要件に耐えられるハイエンド活用は、ビッグデータ解析やリアルタイム分析基盤として益々進化を続けています。

用（DWH・BI）が使われなくなってしまう現象図3のような実態が浮かび上がってきました。

図3. 企業内でも発生している！「顧客層による情報活用ニーズの違い」



ご覧のように、企業において、現場部門で提供している仕組みが「利用ユーザの目的・リアル（機能性）操作性になっていない」事が原

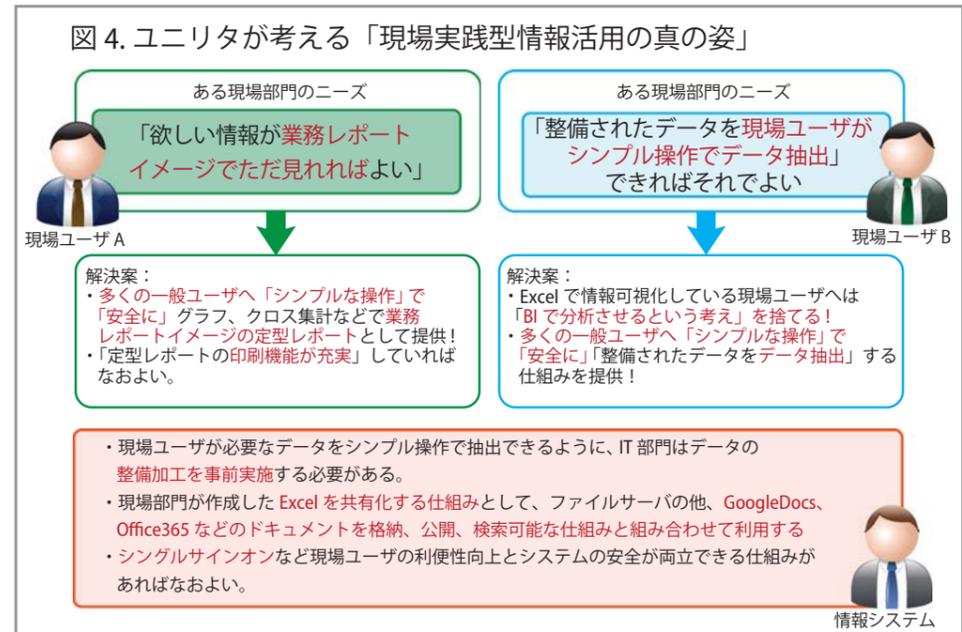
情報活用に課題をお持ちのエンドユーザは、用途・ITリテラシを鑑み、フィットしたビジネス

ここで、序論にお話した携帯電話の例と、皆様、もうお気づきですね？企業の現場部門はヘビーユーザとリテラシが低いユーザが混在しています。発生している情報活用課題の解決のヒントは「ITリテラシの低い顧客層」に「必要な機能を最小限に絞り」かつ「シンプル

本論でお伝えした例を照らし合わせてみましょう。本論では「ITリテラシの低い顧客層」にな操作で「安全に」提供する。まさに「高理由にヒントが隠されていたのです。

「高齢者用携帯」や「キッズ用携帯」が支持された理由から紐解く現場部門が「本当に必要としている情報活用の姿」とは

以上の事から結論として、ユニリタが考える「現場実践型情報活用の真の姿」を図4にまとめました。



ユニリタでは、企業の現場部門で発生している情報活用課題の解決のヒントは「ITリテラシの低い顧客層」に「必要な機能を最小限に絞り」かつ「シンプル操作」で「安全に」提供する事が肝要だと考えています。そして、これらの要望に応える「現場実践型情報活用ソリューション」を用意しています。ご興味のある方はお気軽にお声掛けいただければ幸いです。

図5. ユニリタが推奨する「現場実践型情報活用ソリューション」





『フローデータ』の活用で、 営業現場にインテリジェンスを届ける

営業担当者は打席に立たなければ勝負できない

その昔から多くのB2B企業では、「御用聞き」または「押し売り」営業から「提案型営業」への変革を目指し、マーケティングを行い、営業プロセスを管理して、安定した成果を上げるよう努力しています。しかしながら、最終的に案件を受注するには、商材の競争力、提案内容、顧客とのリレーションシップや現場の熱意など、行動管理だけでは制御できない要素が多くあり、企業と人間の能力と努力に依るところが大きいのが現状です。野球に例えるなら、個々の打者が如何にして技術を磨き打率を上げるかという部分にあたります。

野球の世界では、どれほど優秀な打者でも、結果として7割近くが失敗をします。多くの安打を打つには、投手が投げたボールをより確実に捉えるよう打撃技術を磨き、良い道具を揃え、コンディションを維持して打率を上げるか、より多くの打席に立つか、のいずれか、または両方が求められます。どんな優秀な打者でも打席に立たなければヒットを打つことはできないのです。話を営業活動に戻せば、各人の営業スキルを上げ、正しいプロセスを踏ませると共に、如何にそのスキルを発揮できる場面に導くかが営業を科学する上で重要なポイントになってきます。

成果があがっている営業の行動は何が違う？

消費者の購買行動モデルが※AIDMAからAISASに変わってきたように、B2B企業においても、やみくもに「足で(のみ)稼ぐ」営業をしているところは今やほとんど見当たらなくなってきました。

現代では、70%の顧客が営業担当者の訪問前に既に購入商品の意思決定をしており、89%のバイヤは、プロモーションのコンテンツではなく、教育コンテンツを優先して購入する商品を決定するというデータもあります。このために、企業はPR(Public Relations)を強化し、リードナーチャリングを行い、顧客のインサイトを測って、より効率的なセールスを目指します。

※電通が提唱した消費者購買行動モデル
関連記事 UNIRITA マガジン 8-9月号
「ICTによる潜在顧客の顕在化でマーケットを拡大」
URL:http://www.unirita.co.jp/knowledge/magazine/201508-09_1.html

この方法は新規顧客を獲得する上では非常に有効な手段と言えます。撒き餌をし、獲物として価値のある魚を選別して、その魚に合った道具や餌で吊り上げる。では、どこの会社にも1人は要するであろう、いつも突出した成果を上げる営業担当者は、他の人と何が違うのでしょうか。類まれなる技術と経験と努力はもちろんのこと、彼らは独自の「魚群探知機」を持っているのです。



たとえ「足で稼ぐ」営業を行っているとしても、商品売り込むためには、営業戦略に沿ってターゲティングを行い、優先順位をつけて活動をしているはず。そのために、対象となる顧客の属性や過去の取引・活動履歴など社内にあるデータや知見を用いてポートフォリオを作り、ターゲットを決定します。

担当者紹介



野村 剛一

執行役員
新ビジネス本部
データアナリティクスグループ長
兼ESBグループ長

「リアルタイム」が社会を変える。
ITとデータでゲーム・チェンジを
楽しみましょう。

優秀な営業担当者は、これらに市場や現場で得た情報に加え、まず獲物がある「場所」と「時間」を特定し、収穫のためのシナリオを作成します。これを私達は「魚群探知機」と呼んでいます。

これは、最初に撒き餌を行うプロモーションマーケティング的な方法とは別の、営業現場にはとっつき早く分かりやすい世界ですが、実際にはなかなか他者には広めにくいノウハウでもあります。

現在、市場に公開されている情報やソーシャル、IoTの発達や社内でも構造化されていないデータを活用することによって、優秀な営業担当者が独自に収集していた「以前は社内には存在しなかった」データを用いて皆が使える「魚群探知機」を作ることが現実的なものとなってきました。

これまで営業機会を失っていた、またはタイミングを逸していたオポチュニティを顧客よりも先に拾い上げ、一般の営業担当者、もしくは販売パートナーに対して、チャンスをお届けができるようになったのです。

ストックデータとフローデータ

日本におけるデータ活用は、「×(締め)」が重要な意味を持つビジネスからきた「バッチ処理」の文化がベースにあります。

古くはオンラインシステムやSCM、SFAのようにリアルタイムに動くトランザクションシステムから発生するデータは、集計を基本とするこれまでのデータ分析やデータ活用では、直接生データとして活用されることは多くありませんでした。

顧客・商品のポートフォリオ・ターゲティングは、属性による分類やトランザクションデータの集計結果から作成されます。「×(締め)」の定義があいまいな途中経過のデータは比較対象の結果とならないため意味がありません。これらのある時点で締められたスポットデータを私達は「ストックデータ」と呼んでいます。

例えば、マスタに蓄積される属性データの中で、個人における性別や生年月日等変化しない属性は当然のことながら、住所・職業等変化する属性についても、ある時点の属性値を「ストックデータ」として保存し、私達は利用しています。

これに対して、日々刻々と動くデータを「フローデータ」と呼ぶことにします。

「フローデータ」は主にトランザクションデータを指しますが、マスタ属性の中でも、その変化を追ったものも含まれます。各年度末の顧客の住所は「ストックデータ」ですが、今日住所が変更されれば、変更された時点で「フローデータ」となります。

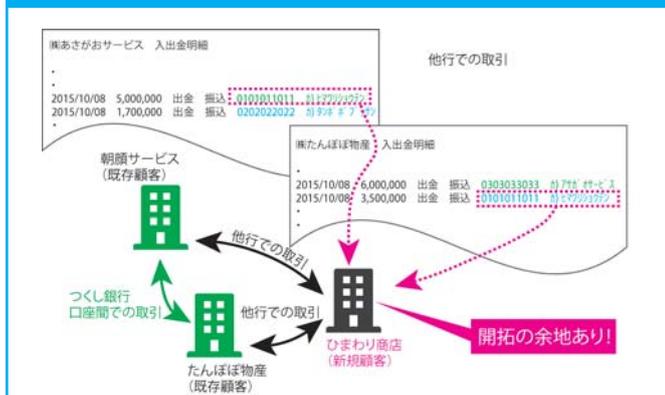
住所が変わったことによって「この人は引っ越しをした」ということが分かります。併せて、勤務先企業が変わらなければ、「転職をした可能性が高い」という文脈が生まれます。

変化を捉え、文脈を理解することが「フローデータ」活用の一つのキーになります。

フローデータを活用する

銀行の融資担当者が新しい融資先を探す場合、企業のバランスシート・損益計算書を眺めて融資余地があるかを判断し提案するだけでなく、振込・口座振替等の決済情報を見ることによって取引の変化を捉えることができます。例えば、ある月から決済取引のなかった企業への振込が行われ、それが定期的続くようであれば、新しい資金需要があるということです。

複数の既存顧客の入出金明細を突合し、共通で取引のある新規顧客を抽出



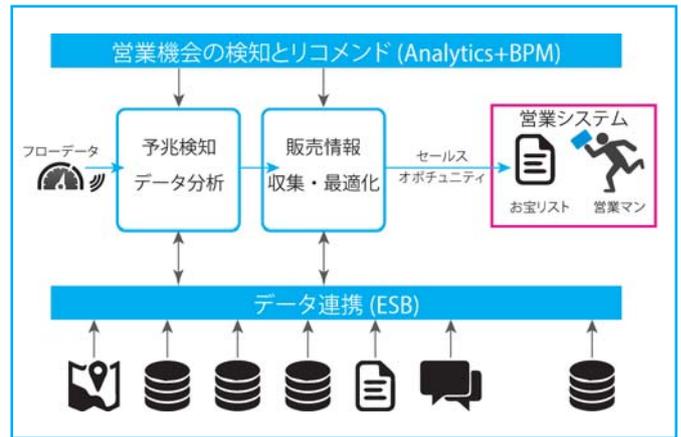
製造業であれば、近年注目されているIoTは正にフローデータの活用そのものであり、納品された製品にセンサーを組み込み、インターネット回線を通して収集されたデータを分析、故障を予知・予測することによって、顧客は機械故障によるビジネス損失を予防し、メーカーは計画的な保守や買い替え等の提案を適切なタイミングで行うことができます。

顧客が使う製品の故障を予測できれば、サプライチェーンを通して交換すべき部品の在庫を調達し、サービス担当者のスケジュールを押さえ、かかる費用を自動計算した後、標準提案・見積書を自動作成し、過去の契約・取引情報を添えて、SFAを通して営業担当者に最適化されたToDoを通知することができるのです。

土地取引を行う企業では、公的データを通して取得した地域の公人・名士の情報を利用することもできますし、地域密着型のサービス業では、営業担当者が足を棒にしなくても、SNSや「つぶやき」に相場情報がある場合もあります。

一つ数千円の乾電池式ビーコン装置を使えば、スマートフォンを通して、店舗やその周辺における顧客の動きを捕まえることができます。

これらは、実は現場では既に人の手によって実際に行われていることなのです。これを、テクノロジーの進歩によって容易になってきたデータ収集技術やデータ分析やプロセスオートメーションを利用することによって、より適切なタイミングで、すべての営業担当者がその恩恵を受けることができます。



今まで社内に存在しながらも活用していなかったデータや、ソーシャルやIoTに代表される新しいデータを取り入れ、その変化を捉え、他の要素データと突き合わせることによって文脈が生まれ、新しいオポチュニティが発見できるということ。これがフローデータ活用の起点です。

問題は、これらのデータをどう突き合わせ、分析を行うか。重要なポイントとなるデータの分析・故障予測は、近年の機械学習の発達によって、複雑なアルゴリズムやルールを定義することなく、実現できるようになりました。

データ分析を行うために系統的に重要なのは、分析のためのデータをどう作るかということです。

ユニリタは、IoTを含むあらゆるデータを収集、統合、加工し、それを分析、その結果をビジネスに活用できるようなアクションレイヤ(システムやサービス、人とのインターフェース)までをサポートする基盤を、各業界の現場で蓄積されたノウハウから得られたベストオブブリードの「分析レシピ」と併せて提供しています。

データがビジネスをつなぐ

これまでのスタティックなデータ分析による社内効率化のための活用から、ビジネス拡大のためのフローデータ活用を行おうとすると、自ずと、自社だけでは実現できないケースが出てきます。

実際にビジネス現場では、企業間の個別の取り決めによって、異業種でのビジネス提携を行っているところは少なくありません。

業界を超えた業際ネットワークは、当然ビジネス目的であり、今後、フローデータの活用が進めば進むほど異業種間での提携は多くなっていくでしょう。

これに乗り遅れないためにも、できるだけ早く、フローデータの活用を検討すべきと考えます。

IoTやアナリティクスの技術はあくまで材料や道具であり、IoTをどう使うかではなく、営業現場の視点から考えてみてはいかががでしょうか。答えは案外身近なところにあるのかもしれませんが。

ユニリタでは、システム導入の前に、その成果を測るため、お客様が持つデータのプロファイリング、初期分析モデルを用いた「実証実験」のサービスを行っています。データは複合的な観点から見れば、必ず何か生まれます。まずはお気軽にご相談ください。

最新版「LMIS on cloud ver2.0」で構成管理を始めませんか？

日本情報システム・ユーザー協会（JUAS）の「企業IT動向調査 2015」によると、システム運用の課題の上位には「運用コストの削減」、「システムの安定稼働/運用品質の向上」といった、ある意味いつも通りの課題が挙げられています。

こういった課題がいまだに解決されない原因の一つとして、システム部門が構成管理を正しく実施できていないことが想定されます。変化の激しい今の時代だからこそ、正しい構成管理を始めてみませんか？

システム運用の課題

出典元：『JUAS 第 21 回 企業 IT 動向調査 2015』



1位 運用コストの削減

2位 システムの安定稼働/運用品質の向上

「運用コストの削減」に効く

インシデント情報などの実運用の情報と構成情報を紐つけて管理することで、どのサーバで障害が多く、障害対応のコストが年間でどれくらいかかっているかを把握できるようになります。

また、システムの構成がすぐに把握できるようになるため、障害発生時にシステム構成を一から調べる手間がなくなり、対応スピードが向上し、業務効率化に寄与します。

「システムの安定稼働/運用品質の向上」に効く

システム構成を正確に把握できるようになることで、システム変更時に変更箇所がどこに影響を及ぼすのかが分かるようになります。

また、利用者数や課金されている額も把握できるようになり、システムだけでなく、ビジネス上の影響範囲までも考慮した修正やテストが実施可能となり、システムの安定稼働に寄与します。

また、IT資産の利用状況、空き状況もリアルタイムで把握できるようになり、ユーザ部門からの各種要求に対する対応ス



●「LMIS on cloud」に関する詳しい情報は、「ユニリタホームページ」をご覧ください

LMIS on cloud

検索

ウェビナーユニリタ

資料&動画でより分かりやすく

ウェビナーユニリタでは、配信中の動画コンテンツの中から資料ダウンロードを希望される視聴者の要望に応え、新規コンテンツより順次資料ダウンロードを展開する予定です。

☆資料ダウンロード展開コンテンツ

課題解決チャンネル

- ・クラウド時代に必要とされるシングルサインオン認証基盤
- ・日本企業におけるグローバル展開
～課題と成功要因をデータから学ぶ～
- ・今、企業が取り組むべき情報漏えい対策とは？

レポート&ダイジェストチャンネル

- ・クラウドで実現する事業貢献 IT
～ Amazon Web Services における事業貢献 IT ～
- ・クラウドで実現する事業貢献 IT
～ デジタルビジネスを支えるカシオのクラウド活用事例～
- ・クラウドで実現する事業貢献 IT
～ デジタル・エンタープライズを実現するクラウドサービス～

NEW 1月追加予定の新規コンテンツのご紹介！

「システム再構築プロジェクトが何故上手くいかない？業務プロセス改革を実現させるためのプロジェクト成功の鍵とは」

「システム再構築」と「失敗」で検索すると、さまざまなサイト記事がヒットします。中でも「要件定義」はよく出てくるキーワードです。変化の激しいビジネス環境において、要件を定めることは容易ではありません。今回の動画で、少しでも要件定義における情報をご提供出来ればと思います。



株式会社
ビーエスピーソリューションズ
SMO 推進部
黒澤 亮祐

●最新の配信情報は「ユニリタ ホームページ」をご覧ください

ウェビナー ユニリタ

検索



システム管理者の会の活動にご賛同いただいている「賛同企業」が145社を超えました。今回は記念企画として、2015年に新たに賛同企業になっていただいた「大和ライフネクスト株式会社 情報システム部 部長 大西様」のインタビューをお送りします。

●会の活動を継続して欲しいと賛同企業に

ユニリタのセミナーでシステム管理者の会の案内を受けました。部のメンバーの情報収集やスキルアップに有用かもしれないと考え、まずは自分が入会して、システム管理者認定講座を受講しました。私の周りにもシステム管理者の会をご存知の方がいらっしゃいましたし、どのような活動をしているかも理解できましたので、ぜひ活動を継続して欲しいと思い、賛同企業になりました。

●システム管理者認定講座で Off-JT を

システム管理者認定講座は社内でも何名か受講しています。システム運用について学べるセミナーというのはなかなかありませんし、ヒューマンスキルの講座も含まれていて、スキルアップに有効だと感じました。



特に良いのは、グループワークがあることです。グループワークでは他社の方とグループを組んで課題に取り組むため、自分の意見を言い、話をまとめる必要があります。システム運用に関わるメンバーは社内ですべての時間を過ごすことが多いので、こういった非日常下でのコミュニケーションは良い刺激になります。

●システム管理者の会に期待すること

次のシステム部門のイメージを提示して欲しいですね。システム管理の現場は、ハードウェアやネットワークの管理から、サービスの管理へと大きく変化しています。当社も仮想化によってマシンが減り、外部サービスを利用することで「自社で作らない」方向へ進んでいます。一方で、ユーザ部門のITに対する要求はどんどん高くなっていく。そんな中でシステム部門はどんな役割を果たしていけば良いのか、それをやらないとどうなるのか。それを提示してくれることを期待しています。

● 詳しくは、「システム管理者の会ポータルサイト」をご覧ください。

システム管理者の会



第33回Beaconユーザシンポジウム開催決定! *Beacon Users' Group* ユーザ事例発表PICK UP

3月に開催される Beacon ユーザシンポジウムでは、毎年数多くのユーザ企業様にユニリタグループ製品・サービスの導入事例を発表頂いています。今回は、実際に発表されるユーザ企業様の事例から2社をピックアップしてご紹介します。



アイシーエクスプレス株式会社

プリンティングサービス事業部
橋本 公慶氏

トラック輸送やバイク便等各種物流サービスを幅広く展開している「アイシーエクスプレス株式会社」。同社の事業軸の1つとなっているのが、高セキュリティ・高品質で印刷アウトソーシングを行う「プリンティングサービス事業」です。顧客から預かる個人情報や機密情報を確実に保護する観点から、常に最新のマネジメントシステムへと改善し続けています。

ユーザシンポジウムでは、プリンティングサービスの更なる改善に向けて、ユニリタの各種帳票サービスを活用したクラウドサービスによる「自社で持たない運用」へ舵を切った要因と、その改善効果をご紹介します。

関連製品：各種帳票サービス

日本電気株式会社

経営システム本部 経営管理基盤グループ
山田 哲寛氏

激変するビジネス環境の中、グローバル市場で競争力強化を迫られたNECの打ち出した一手とは。

NECがBPMの仕組みを確立し、業務プロセスと基幹システムの標準化、グローバル展開、そして継続的改善を実現してきた歩みをご紹介します。

NECにとってBPMとは何か。なぜNECはBPMに取り組み続けるのか。NECグループ全社（従業員数：約9万9千人、連結子会社数：232社）を相手に啓発・共感・定着化を継続してきた経験を紐解き、その真価に迫ります。

関連製品：ビジネスプロセスマネジメント「ARIS」

【開催概要】

日時：2016年3月3日（木）～3月5日（土） 場所：大津プリンスホテル コンベンションホール「淡海」

参加費：ユーザ会会員 45,000円/名、非会員 65,000円/名

（1月31日までのお申込みで5,000円/名のディスカウントキャンペーン実施中!!）

● 詳しくは、「Beaconユーザ会ホームページ」をご覧ください。

Beacon ユーザ会



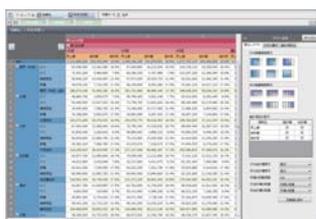
DataNature Smart×Waha! Transformerで、マルチ・データソース環境の分析も万全

当社(エヌジェーケー)は、中堅中小企業向けに提供するBIツール(国内実績9万本)をマルチ・データソース環境のお客様にもご利用いただくため、ユニリタ製品をETL機能のオプションとして採用しました。今回は、そのシームレスな製品連係をご紹介します。

誰もがストレスなく使える操作性を追求

当社のDataNature Smart(以下、DNS)は、基幹システム等に蓄積された業務データから分析対象データ(CSV)を抽出して、さまざまな視点からデータ分析できるBIツールです。最も大きな特長は、直感的で分かりやすいクライアントツールの操作性にあり、現場担当者から管理者/経営層まで、ITリテランを問わず誰もがストレスなく多段階集計表やグラフ等を作成してデータ分析できます。アウトプットを定型化すれば、ワンタッチで最新データを確認できるほか、業務に有効な分析手法やノウハウを共有できるため、社員の分析力向上にも繋がります。

また、分析専用DBを構築する必要が無ことから、短期間で運用を開始でき、維持管理も容易であるため、お客様のみならず情報システムを構築管理するSier様にも「費用対効果が高く、帳票ニーズをうまく吸収できる」と喜ばれています。

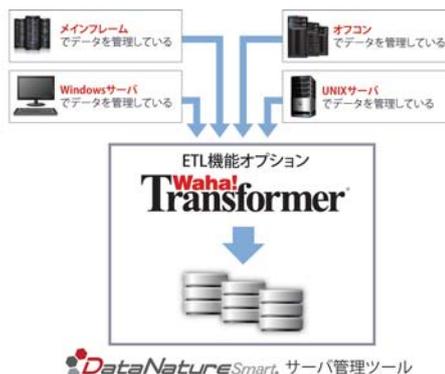


DNSクライアントツール/画面例

ユニリタ製品の強みを活かし提案先拡大

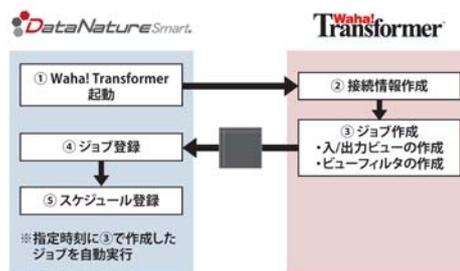
DNSのサーバ管理ツールには、分析対象データをRDBから抽出・加工する機能が標準搭載されています。シンプルな機能と管理のしやすさが高く評価される一方で、複雑なマルチ・データソース環境ではジョブやタスクが冗長になり、処理効率やメンテナンス性の低下を招くケースもありました。

そこで、優れたGUIに定評があり、無理のない仕組みでDNSと連係できるユニリタ製品「Waha! Transformer」をETL機能オプションとして採用し、マルチ・データソース環境のお客様にも積極的に提案できる製品体系を実現しました。



利用者目線のシームレスな製品連係

DNSとWaha!Transformer連係の作業手順を示します。



お客様本位の効果的な協業推進

データ分析の材料となるデータソースの品質は、分析結果の妥当性を大きく左右する要素です。不備や漏れなどがあつては、分析作業が無駄になるばかりか、誤った意思決定の可能性すらあり、ユニリタ製品の信頼性の高さこそが協業の重要なポイントだったと言えます。

今後も、お客様のデータソース環境や具体的な分析ニーズに合わせて、お客様本位の効果的な協業を積極的に推進していきます。

簡単操作 BI ツール

株式会社 ユニリタ www.unirita.co.jp



本社	〒108-6029	東京都港区港南2-15-1	品川インターシティA棟	TEL 03-5463-6383
大阪事業所	〒541-0059	大阪市中央区博労町3-6-1	御堂筋エスジービル	TEL 06-6245-4595
名古屋事業所	〒451-0045	名古屋市中区名駅3-9-37	合人社名駅3ビル(1B48KTビル)	TEL 052-561-6808
福岡事業所	〒812-0013	福岡市博多区博多駅前2-2-2	博多東ハニービル	TEL 092-437-3200

ユニリタグループ 株式会社アスペックス / 株式会社ビーティス / 株式会社データ総研
備実必(上海)軟件科技有限公司 / 株式会社ビーエスピーソリューションズ