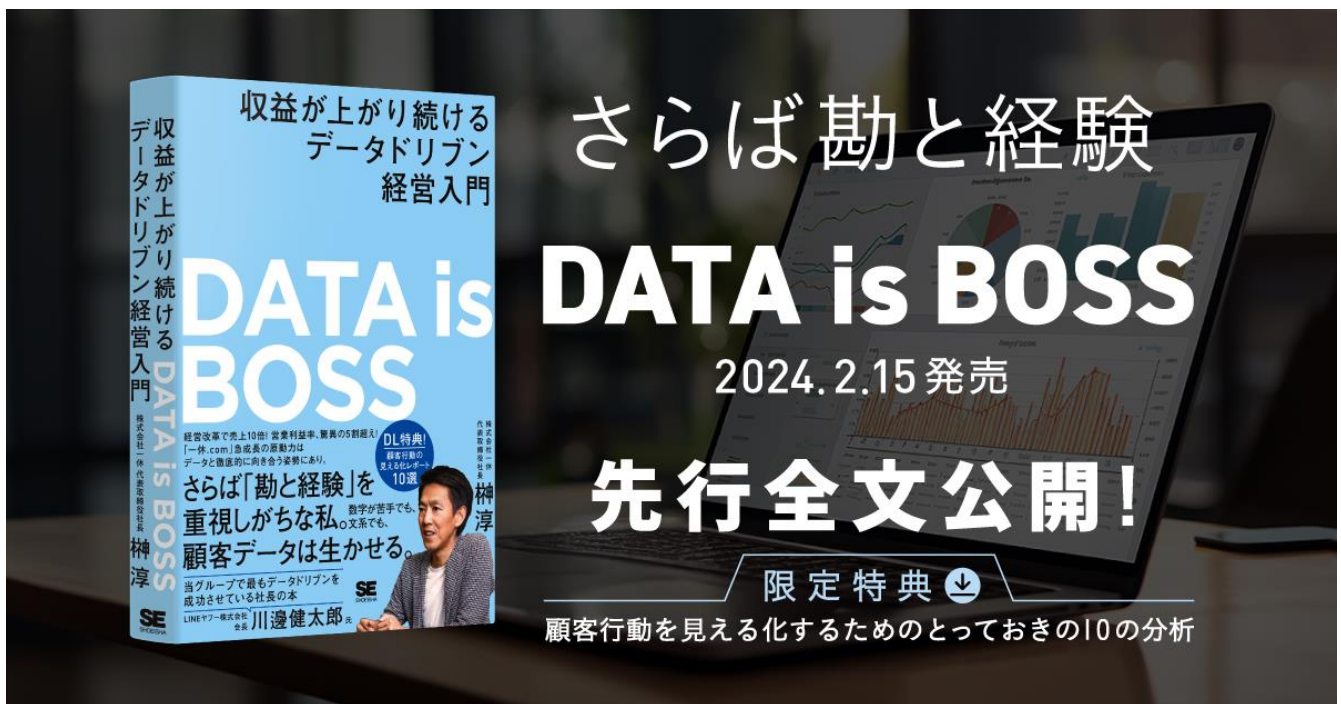


さらば勘と経験！一休.comが収益を上げ続けている理由とは？
書籍の発売に先駆けて全文無料公開

株式会社翔泳社（本社：東京都新宿区舟町5、社長：佐々木幹夫）は、書籍『DATA is BOSS 収益が上がり続けるデータドリブン経営入門』を2024年2月15日に発売するのに先駆けて、本文全てを無料で公開するキャンペーンを2024年1月10日～1月16日まで実施します。本書は、データドリブン経営で一休.comを急成長させた榊淳が、顧客行動データに忠実な経営を実践するためのノウハウを解説した入門書です。



さらば勘と経験
DATA is BOSS
2024.2.15 発売
先行全文公開！
限定特典 ↓
顧客行動を見る化するためのとっておきの10の分析

先行全文公開サイト：<https://www.shoeisha.co.jp/book/campaign/dataisboss>

データドリブン経営で売上10倍！
一休.comの経営改革の舞台裏が無料で読める

2007年に東証一部へ上場後、伸び悩んでいた株式会社一休。2012年にデータドリブン経営へと舵を切った結果、売上10倍を実現しました。その背景あるのは、ただ一つ、事業の改善ポイントをデータ（≒顧客）に教えてもらい素直に改善を実行したことでした。

株式会社一休 代表取締役社長 榊淳の初めての著書である『DATA is BOSS 収益が上がり続けるデータドリブン経営入門』を2024年2月15日(木)に発売します。本書では、データドリブンで一休が急成長を実現したノウハウを惜しみなく公開します。経験と勘に頼るのをやめ、顧客行動データに忠実な経営を始

【本件に関するお問い合わせ先】（献本や取材など、ご相談いただければ幸いです）

株式会社翔泳社 広報担当：石川【cr@shoeisha.co.jp】

〒160-0006 東京都新宿区舟町5 tel：080-6746-4289／03-6738-1984

めたいすべての人の背中を押す 1 冊です。

2024 年 1 月 10 日(水)から 1 月 16 日(火)の期間中、本書の発売に先駆け、全文の誌面を無料でご覧いただけます。また、期間中だけの限定特典として、「顧客行動を見える化するためのとっておきの 10 の分析」フレームワーク図の PDF 資料も無料ダウンロードできます。

『DATA is BOSS』先行全文公開キャンペーン

先行全文公開サイト：<https://www.shoeisha.co.jp/book/campaign/dataisboss>

期間：2024 年 1 月 10 日（水）～1 月 16 日（火）

データドリブンとはどういうことなのか、

業績を伸ばし続ける一休では具体的に何が行われているのか？

一休.com の事例に学ぶ

1.1

急成長の着眼点と データドリブンの役割

■ 事業の改善ポイントはデータが教えてくれる

本章では、事業をデータドリブン化することによって、どのような成果につながるのかを紹介します。

「はじめに」で、2007 年に東証一部に上場してから伸び悩んでいた一休が 2012 年に経営改革に着手し、データドリブン化したと述べました。当時は、将来大きく成長することを期待されるインターネット企業、そして周囲の同業他社が大きく成長する中での事業の停滞に対し、市場の評価は厳しく、株価は低迷していました。

厳しい状況を打破すべく、当時の経営層は、事業再生が専門のコンサルティング会社に相談しました。そして同社に在籍していた私が 1 人、外部コンサルタントとして参加するプロジェクトが始まりました。このプロジェクトを境に、一休は大きくデータドリブンへと舵を切りました。事業をどのように改善すべきかを、データ（と顧客）に教えてもらうことにしたのです。

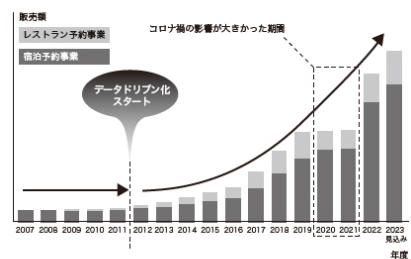
ほんの 10 年ほど前のこととはいえ、当時はデータの重要性を理解している人は今よりもずっと少なかったと思います。この 10 年の間に、技術は目覚ましく発展し、取得できるデータの内容も分析もぐっ

と深くなりました。また、AI による予測や提案も、日進月歩で厳密になっています。

その中で私は事業責任者として、また 2016 年からは社長として、経営者とデータサイエンティストの両方の視点で一休の事業に取り組んできました。

さまざまな施策を講じることで、一休は高級領域に特化した宿泊・飲食の予約サービス市場において大きく成長しました。右肩上がりでコロナ禍に突入し、2 年間は微増が続きましたが、その反動かのように 2022 年度は過去最高の業績を上げています。2023 年度も、さらに伸長する見込みです（図 1-1）。

▶ 図 1-1 一休の販売額推移



第 1 章
データを制するものがビジネスを制す

【本件に関するお問い合わせ先】（献本や取材など、ご相談いただければ幸いです）
株式会社翔泳社 広報担当：石川【cr@shoeisha.co.jp】
〒160-0006 東京都新宿区舟町 5 tel：080-6746-4289／03-6738-1984

4.1

顧客行動を見える化する考え方

顧客を“クリスタルクリア”に捉える

本章では、どのような考え方でデータを扱い、どんな分析をすれば「顧客行動を見える化」できるかを細かく解説していきます。

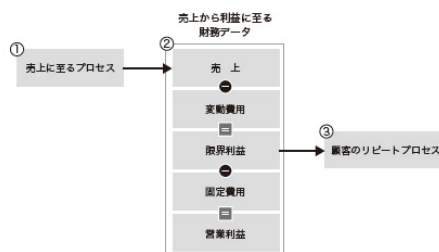
根底にあるキーワードは“クリスタルクリア”です。顧客行動をデータで細かく捉え、事業に何らかの動きがあったらそれがどの顧客行動に起因するのかわかりやすく突き止めていく。そして、データに基づいて明確な判断を重ねていく。この一連を、顧客行動を見える化する独自のフレームワークを通して実践していきます。

このフレームワークは、大きく次の3つのグループに分けられます。

- ① 売上に至るプロセス
- ② 売上から利益に至る財務データ
- ③ 顧客のリポートプロセス

具体的に表したのが、次の図です(図4-1)。それぞれについて補足すると、①売上に至るプロセスとは、顧客が商品を購入するまでにどのような流れがあったのか、を指しています。例えば、自社と他社の

図4-1 「顧客行動を見える化」するフレームワーク



商品を見比べてどちらの商品を買ったのか、自社の商品にどのようなチャネルからアクセスしたのか、などの一連の顧客の行動プロセスを指します。

②売上から利益までの財務データは、ビジネス運営の基盤となるデータで、財務部などで当たり前管理されていると思います。売上、コスト、利益を算出するので、収益性を評価する指標になります。

③顧客のリポートプロセスとは、顧客単位のLTV (Life Time Value: 顧客生涯価値) を指しています。②の「限界利益」から矢印を引いているのがポイントで、顧客の都度購入の利益を累積した累積利益額(マイクロ・エコノミクス)をLTVと捉えています。事業のタイ

■ 著者メッセージ

『DATA is BOSS』に込めた思い ～ 一休.com が収益を上げ続けているワケ

「データ」という言葉を聞いて、どんなことを思い浮かべますか？ 私が使っている「データ」という言葉は、ほとんど「顧客」のことを指しています。そして、データドリブン経営とは、顧客の姿を徹底的にデータで捉え、分析し、顧客によりよい提案を実現することです。「Consumer is Boss (顧客がボス)」という言葉が登場してから約20年。顧客≒データの時代となった今、顧客をボスとすることの実践は、この時代ならば顧客行動データに忠実になること、すなわち「DATA is BOSS」ではないでしょうか。本書を通じて「データドリブン経営」を1社でも多くの企業が実践し、大きな成果を実現するビジネスパーソンが世の中に1人でも増えることを願っています。

榊 淳

株式会社一休 代表取締役社長。慶應義塾大学大学院理工学研究科修了後、第一勧業銀行（現みずほ銀行）にて金融工学を駆使したトレーディング業務に従事。2001年に米国スタンフォード大学院のサイエンティフィック・コンピューティング学科修士課程を修了後、約10年間コンサルタントとして活躍。2013年に株式会社一休に入社し、2016年に代表取締役社長に就任。2023年からはLINEヤフー株式会社 執行役員 コマースカンパニー トラベル統括本部長も務める。ほかにも、「国際医療ボランティア団体」特定非営利活動法人ジャパンハート 理事、株式会社じげん 社外取締役を務める。



■書籍概要

『DATA is BOSS 収益が上がり続けるデータドリブン経営入門』

著者：榊 淳

発売日：2024年2月15日

定価：2,200円（本体2,000円＋税10%）

仕様：A5・240ページ（予定）

<https://www.shoeisha.co.jp/book/detail/9784798180472>

全国の書店、ネット書店などご予約いただけます

・翔泳社の通販 SEshop:

<https://www.seshop.com/product/detail/25492>

・Amazon:

<https://www.amazon.co.jp/dp/4798180475>



■目次

はじめに 「DATA is BOSS」の意味

序章

はじめに知ってほしい「データドリブンは、ビジネスの話」

第1章

データを制するものがビジネスを制す

1.1

急成長の着眼点とデータドリブンの役割

1.2

変えたのはひとつだけ

第2章

「掛け声だけ」で終わっている日本型データドリブン

【本件に関するお問い合わせ先】（献本や取材など、ご相談いただければ幸いです）

株式会社翔泳社 広報担当：石川【cr@shoeisha.co.jp】

〒160-0006 東京都新宿区舟町5 tel：080-6746-4289／03-6738-1984

- 2.1
日本型データドリブンの現状
- 2.2
データドリブンを阻む3つのワナ

第3章

データドリブン経営とは何か

- 3.1
「データ」とは何か
- 3.2
「データドリブン」とは何か
- 3.3
「データドリブン経営」とは何か

第4章

データドリブン経営の実装

- 4.1
顧客行動が見える化する考え方
- 4.2
一休で実践している「顧客行動の見える化レポート」10選
- 4.3
「問い」をもって分析に臨むための連携

第5章

データドリブン施策の具体例

- 5.1
何をもって勝負するのか
- 5.2
一休のデータドリブン施策——3つのパーソナライズ施策
- 5.3
「余計なことは考えない」の意味

おわりに

AIの進化が何をもたらすか

先行全文公開サイト：<https://www.shoeisha.co.jp/book/campaign/dataisboss>