

報道各位

2025年4月25日
株式会社インプレス

そんなこと学校で教えてくれなかった。目からうろこのデータ分析のための目線が満載！

『学校では教えてくれない デジタル時代のやさしいデータ分析法』発行!

DIGITAL X BOOKシリーズ第4弾

インプレスグループでIT関連メディア事業を展開する株式会社インプレス(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:高橋 隆志)は、『学校では教えてくれないデジタル時代のやさしいデータ分析法』(著者:入江 宏志)をインプレス NextPublishingより発行いたします。

『学校では教えてくれないデジタル時代のやさしいデータ分析法』

<https://nextpublishing.jp/isbn/9784295603832>



著者:入江 宏志

小売希望価格:電子書籍版 1,200円(税別)／印刷書籍版 1,600円(税別)

電子書籍版フォーマット:EPUB3

印刷書籍版仕様:A5／モノクロ／本文190ページ

ISBN:978-4-295-60383-2

発行:インプレス NextPublishing

<<発行主旨・内容紹介>>

DX(デジタルトランスフォーメーション)への取り組みにおいて、これからの意思決定の鍵を握るのはデータをいかに分析し必要な洞察を得られるか、すなわちデータ分析にかかっています。そこでは、IoT(Internet of Things:モノのインターネット)などの仕組みにより、どれだけ多種・多様なデータを大量に集めても、AI(人工知能)技術を適用しようとも、データに対峙するための“センス”が求められるのです。本誌では、データ分析を扱う各種学校やセミナーでは教えてくれない、実践的なデータ分析のための手法や視点を解説しています。※本書は経営課題や社会課題をデジタル技術を使って解決するDXへの取り組みをテーマに事例や知見、関連サービスなどを届けるメディア『DIGITAL X(デジタルクロス)』に掲載された連載をまとめ、再編したものです。

(インプレス NextPublishing は、株式会社インプレスR&Dが開発したデジタルファースト型の出版モデルを承継し、幅広い出版企画を電子書籍+オンデマンドによりスピーディで持続可能な形で実現しています。)

<<目次>>

第1章 入門編

- 1-1 デジタル時代はなぜ“データ分析力”を求めるのか
- 1-2 データ分析で重要なのは「列(属性)」を増やすこと
- 1-3 ビッグデータの分析は客観的から主観的へ、ベイズ推定が注目される理由

第2章 基本編

- 2-1 「可視化」でビギナーズラックもAmazon の戦略も理由が見えてくる
- 2-2 「分類」の手法を誤ると正しい姿は見えてこない
- 2-3 データに潜む関連性を見いだし将来を予測する

第3章 応用編

- 3-1 未解決な事象の分析に威力を発揮するベイズ推定
- 3-2 正しい分析に向けデータの特性と関係性のパターンを知る
- 3-3 データの関係性パターンとしての「構造」と「空間」
- 3-4 人の行動・感情を知るために必要な非構造化データの分析

第4章 実践編

- 4-1 データ分析の王道としての順問題と逆問題を理解する
- 4-2 データ分析で失敗しないための5つのポイント
- 4-3 データ分析における心理的側面の深いつながり
- 4-4 データ分析にはリスク管理・危機管理が不可欠
- 4-5 データ分析には数学的・科学的手法を生かすセンスが不可欠

第5章 ビジネス編

- 5-1 データが持つ“重力”を活用するために乗り越えるべき3つの壁
- 5-2 データを“金”に変えるにはメッセージが不可欠である
- 5-3 データ分析に不可欠な発想力は日々の行動で磨ける

第6章 ルール編

- 6-1 ビッグデータの法則:その1=95%は信頼できない
- 6-2 ビッグデータの法則:その2 =振り子現象、すべては繰り返す
- 6-3 ビッグデータの法則:その3 =数字の魔力
- 6-4 ビッグデータの法則:その4 =広がる格差、なぜ格差が広がっているのか?

<<著者紹介>>

入江 宏志(いりえ ひろし)

DACコンサルティング 代表、コンサルタント、データサイエンティスト、ファイナンシャル・プランナー。

データ分析から、クラウド、ビッグデータ、オープンデータ、GRC (Governance, Risk management, Compliance)、次世代情報システムやデータセンター、AI(人工知能)など幅広い領域を対象に、新ビジネスモデル、アプリケーション、ITインフラストラクチャー、データの4つの観点からコンサルティング活動に携わる。41年間のIT業界の経験として、第4世代言語の開発者を経て、IBM、Oracle、Dimension Data、Protivitiで首尾一貫して最新技術エリアを担当。2017年にデータ分析やコンサルテーションを手がけるDAC(Data, Analytics and Competitive Intelligence)コンサルティングを立ち上げた。ヒト・モノ・カネ・ブランド・多種多様なデータという5大アセットに関する分析を手がけ、退職者傾向分析、金融機関での商流分析、部品可視化、ヘルスケアに関する分析、サービスデザイン思考などの実績がある。国家予算などオープンデータを活用したビジネスも開発・推進する。海外を含めたIT新潮流に関する市場動向やデータ分析ノウハウに関した人材育成にも携わっている。

<<販売ストア>>

電子書籍:

Amazon Kindleストア、楽天koboイーブックストア、Apple Books、紀伊國屋書店 Kinoppy、Google Play Store、honto電子書籍ストア、Sony Reader Store、BookLive!、BOOK☆WALKER

印刷書籍:

Amazon.co.jp

※ 各ストアでの販売は準備が整いしだい開始されます。

※ 全国の一般書店からもご注文いただけます。

<<DIGITAL X BOOKシリーズについて>>

本シリーズは、NextPublishingメソッドを用いて発行しています。経営課題や社会課題をデジタル技術を使って解決するDX(デジタルトランスフォーメーション)への取り組みをテーマに事例や知見、関連サービスなどを届けるメディア『DIGITAL X(デジタルクロス)』に掲載された連載をまとめ、加筆・修正を加えたものです。



【株式会社インプレス】 <https://www.impress.co.jp/>

シリーズ累計8,000万部突破のパソコン解説書「できる」シリーズ、「デジタルカメラマガジン」等の定期雑誌、IT関連の専門メディアとして国内最大級のアクセスを誇るデジタル総合ニュースサービス「ImpressWatchシリーズ」等のコンシューマ向けメディア、「IT Leaders」をはじめとする企業向けIT関連メディアなどを総合的に展開・運営する事業会社です。IT関連出版メディア事業、およびデジタルメディア&サービス事業を幅広く展開しています。

【インプレスグループ】 <https://www.impressholdings.com/>

株式会社インプレスホールディングス(本社:東京都千代田区、代表取締役:松本大輔、証券コード:東証スタンダード市場9479)を持株会社とするメディアグループ。「IT」「音楽」「デザイン」「山岳・自然」「航空・鉄道」「モバイルサービス」「学術・理工学」を主要テーマに専門性の高いメディア&サービスおよびソリューション事業を展開しています。さらに、コンテンツビジネスのプラットフォーム開発・運営も手がけています。

【NextPublishing】

NextPublishingは、インプレスR&Dが開発した電子出版プラットフォーム(またはメソッド)の名称です。電子書籍と印刷書籍の同時制作、プリント・オンデマンド(POD)による品切れ解消などの伝統的出版の課題を解決しています。これにより、伝統的出版では経済的に困難な多品種少部数の出版を可能にし、優秀な個人や組織が持つ多様な知の流通を目指しています。

【本件に関するお問合せ先】

株式会社インプレス : NextPublishing推進室

E-mail: np-info@impress.co.jp