

日本で、本物になる。



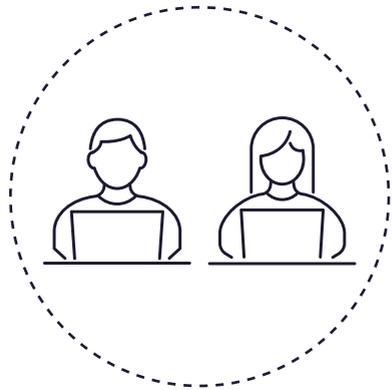
CULTURE DECK 2025/02 UPDATE





社名	株式会社分析屋 https://analytics-jp.com/
本社所在地	神奈川県藤沢市藤沢 484-1 藤沢アンバービル 4 階
代表取締役	溝口 大作
取締役	池ノ上 倫士 西岡田 信裕
監査役	正野 幹道
事業内容	データ分析 システムインテグレーション
主要取引銀行	三井住友銀行
会社設立日	2011 年 8 月 15 日
従業員数	267 名
資本金	1,000 万円

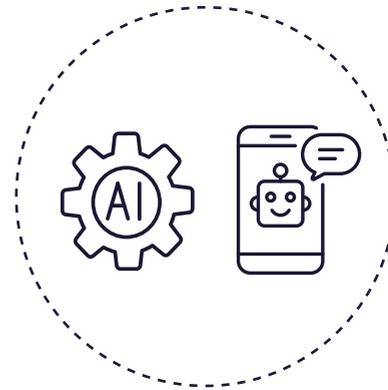




常駐サービス

顧客企業内でデータ分析やBI開発を支援。
顧客チームの一員として課題解決に
取り組むことで「仕事力」が高められます。

(2025年現在 リモート率 80%)



受託サービス

分析屋社内でデータ分析やBI開発を支援。
一人複数案件を担当するため、
幅広い技術知見や業界知識を習得できます。



- 01 メッセージ
- 02 カルチャー（ソフト・スキル）
- 03 働く環境（ハード・スキル）
- 04 分析屋メンバーの声
- 05 補足
- 06 最後に



01 メッセージ

AIに淘汰されない、本物のデータサイエンティスト目指して

02 カルチャー（ソフト・スキル）

03 働く環境（ハード・スキル）

04 分析屋メンバーの声

05 補足

06 最後に

市場価値急上昇。 データサイエンティストを 目指す人が増えている。



データ分析人材 2025年は2020年の2倍に
矢野経済研究所調べ「国内データ分析関連人材規模予測」
2020年度は8万2,430人、2025年は17万6,300人に到達する見込み
それでも2030年には最大14.5万人が不足すると予測されている(経済産業省)
またデータサイエンティストの東京の有効求人倍率も4.9倍と高騰(厚生労働省)



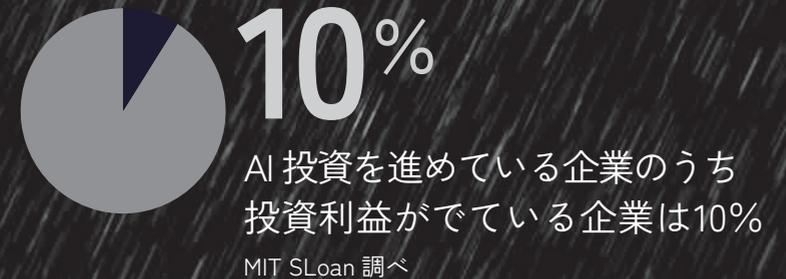
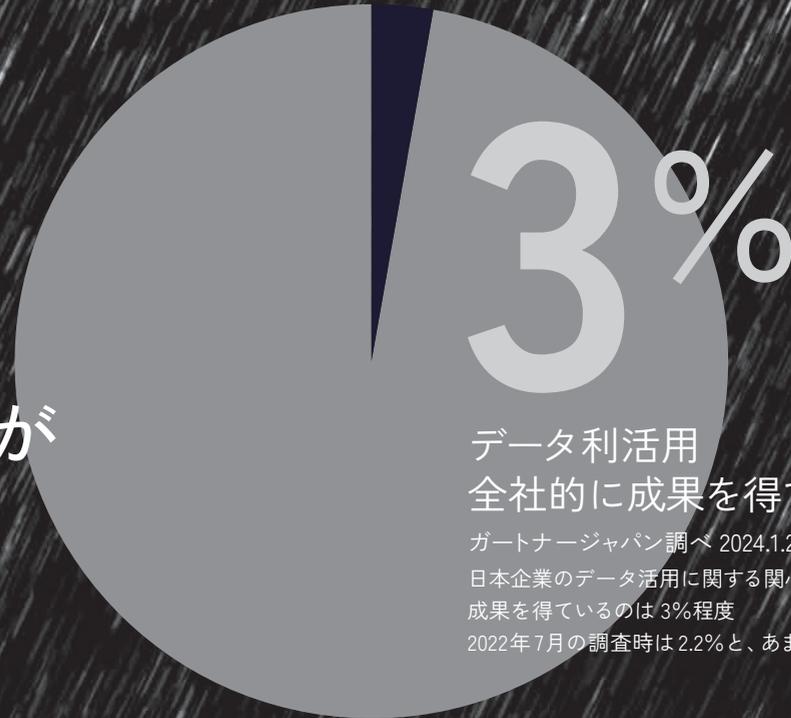
データ分析人材は労働人口の0.1%
矢野経済研究所調べ「国内データ分析関連人材規模予測」
2020年度は8万2,430人 労働人口約6,900万人の約0.1%
システムエンジニア含むIT人材総数約125万人の約1.8%





しかし。
多くのデータサイエンティストが
企業の期待に応えられず
評価されていない。

リポートされない・指名されない
事業会社内のDSはIT管理者になり下がる





なぜか。
急増しているのは
知識・スキルを提供して終わりの
オペレーター・
データサイエンティストだから。

/ CASE 1

知識・スキルの提供に終始し、
ビジネス成果につなげる部分は
顧客に丸投げするデータサイエンティストの量産

/ CASE 2

Sler・システム開発会社の
データサイエンティストは
データエンジニアと混同していることも多い

/ CASE 3

事業会社内の
データサイエンティストは実質、
「IT部門統括担当者」であることも多い

※弊社が人材紹介会社や関係者からヒアリングした実態



日本に不足しているのは
「データをビジネス成果に結びつける」
本来のデータサイエンティストが
「育つ場所」です。



分析屋は 本来のデータサイエンティストを輩出する データ分析専門会社です。

1

ソフト・スキル

世界に誇るソフトスキル
「おもてなし」のインストール

2

ハード・スキル

データサイエンティストに
必要な経験を網羅

1 ソフト・スキル

① おもてなし力の養成

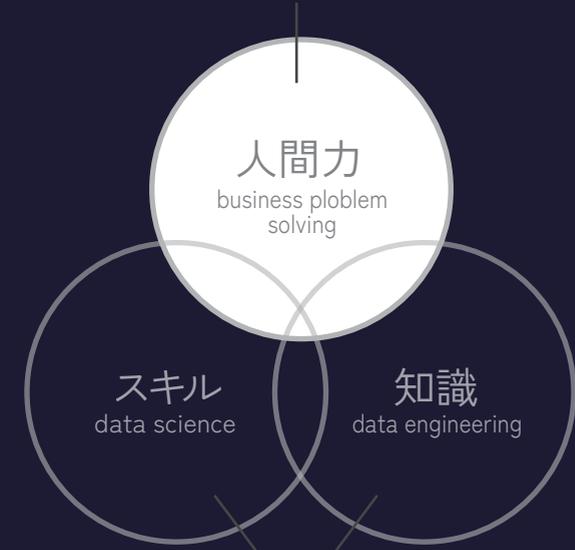
世界最高水準のソフト・スキル「おもてなし」を軸にしたMVVと、マネジメント体制・教育制度の充実を図っています。

② 自分で考える力の養成

指示待ちではなく、自分で考え行動し自己を発揮できるようにボトムアップによる組織構成を徹底しています。



トレンドに左右されない
AIに代替されない
正解がないモノに折り合いをつける



トレンドに左右される
AIに代替される
正解があるモノに折り合いをつける

> 不足しているのはAI導入より人間力

ガートナー・ジャパン報告書

「2025年までに、90%以上の企業がAIを活用した意思決定ツールを導入すると予測。ただし、これをビジネスに適用し、意思決定に結びつける能力が不足している企業は、導入効果が30%未満にとどまる。」

2 ハード・スキル

① 幅広く経験できる稀有な場所

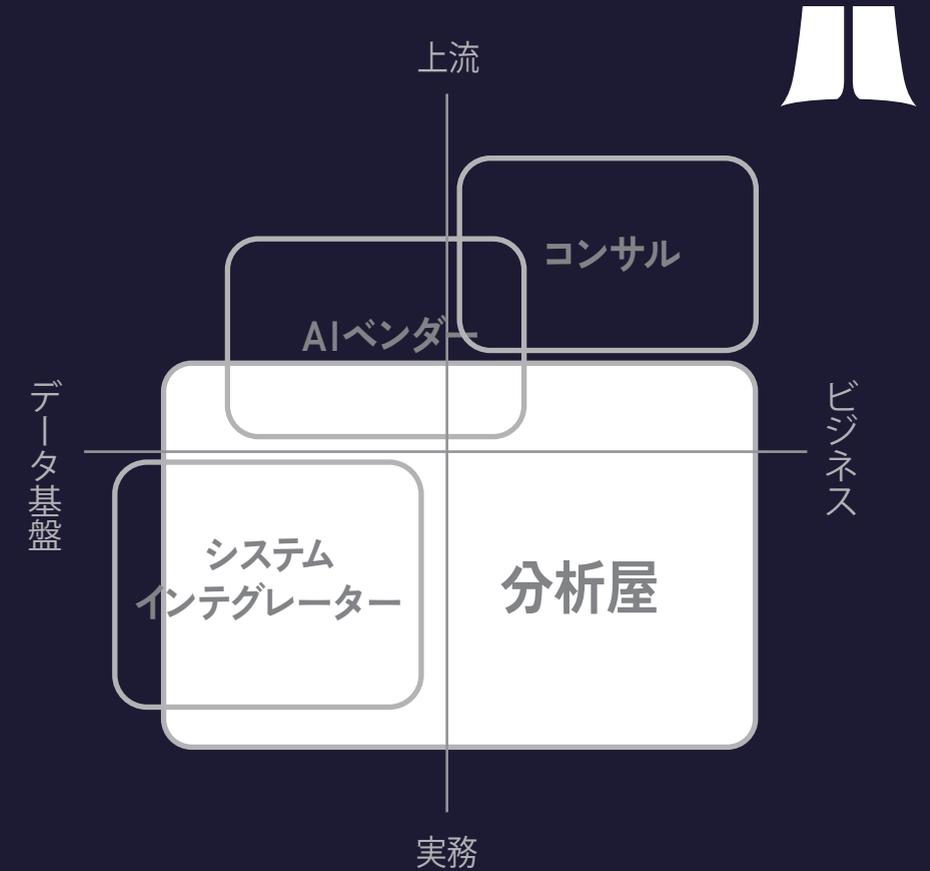
データ分析におけるすべての職種の経験が積める場所です。
データサイエンティストはすべての職種領域の経験が必要な仕事です。

② 上流も開発も対応する

データサイエンティストは自ら手を動かすことが必須です。
分析屋は上流から開発まで、分業せず一人ひとり対応しています。
(企業戦略などの超上流はコンサル・分析屋が対応することもある)

③ データをビジネス成果に結びつける力の養成

初期段階で、データとビジネスの橋渡し役「データスチュワード」として
経験を積んでもらう機会を創出しています。



> 幅広い知見が要求されるデータサイエンティスト

経済産業省調べほか

データサイエンティストには、統計学やプログラミング、機械学習、ビジネス知識など多岐にわたる高度なスキルが求められその習得が難しいため、人材が不足。そのためSEなど従来のIT人材の1/10しか存在していない。(データエンジニアと混同されている傾向も)



AIに代替されない 本来のデータサイエンティストを目指そう。



日経リサーチ社様から感謝状を頂いています
<https://analytics-jp.com/case/1022/>



鎌倉市観光協会様からご最頂いています
<https://analytics-jp.com/case/1267/>



通信事業のデータ活用をリードしています
<https://analytics-jp.com/case/1032/>



「おもてなし」とは精神論ではなく実践的スキル

データ分析領域こそ必要な「おもてなし」

「おもてなし」とは、単に相手の要望を受け取って実行することではありません。言葉にされていないニーズをも汲み取り、それを実現するために必要な行動を考え形にする総合力をことを指します。この姿勢は、データ分析の現場において特に重要です。

多くのクライアントは「データを活用したい」と漠然とした期待を抱えていますが、具体的に何をどう進めるべきか明確にわかっていないことがほとんどです。こうした状況では、単に要望を待つのではなく、こちらからクライアントと一緒に課題を掘り下げ、「本当に必要なもの」を見つけ出す必要があります。このプロセスこそが「おもてなし」そのものです。

「三献の茶」に学ぶおもてなしの本質

おもてなしとは何ぞやを象徴する「三献の茶」というエピソードがあります。喉の渴きをいやしたい相手に対し、最初はぬるい茶をお出しし喉の渴きを癒し、次に少し温かい茶を、最後に熱くて濃い茶を出し心も癒したというお話ですが、相手の「言葉にされていないニーズ」をも洞察し、最善の行動を考え、実行するという「おもてなし」の原点を体現しています。

データ分析の場でも、クライアントの「言葉にされていないニーズ」を察して適切な提案をし、進むべき方向を共に探るプロセスが必要です。このように、データ分析とおもてなしには、相手の「言葉にされていないニーズ」を察するという共通点があります。

「おもてなし」をインストールするために

つまり「おもてなし」は、単に知識を蓄えたり IT スキルを磨いたりするだけで鍛えられるものではありません。これは、相手を理解しようとする姿勢や、行動に移す力、そして柔軟な思考が必要とされる領域です。これまで、この能力は個人の資質に委ねられることが多かったのが実情です。しかし、分析屋は「おもてなし力」の育成を、個人任せにせず、組織的に育成していく体制を整えました。データ分析スキルの習得だけでなく、クライアントの真の課題を見抜き、解決に導く「おもてなし力」を社員全体で向上させる取り組みを進めています。





データ分析領域はスキル・知識だけではうまくいかない

データ分析領域とシステム開発領域は別モノ

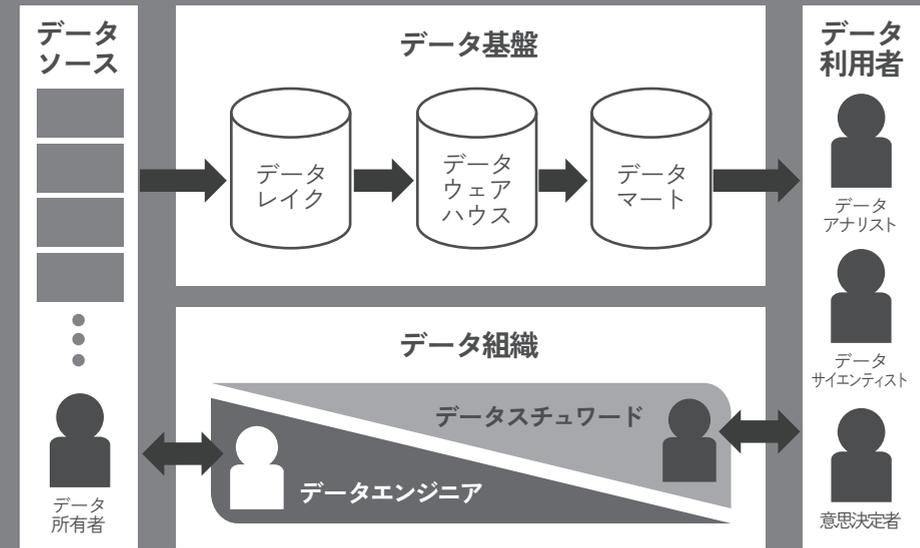
日本のIT人材、特にSEには「スキルや知見を高めれば通用する」という考え方が根強く存在しています。これは、システムを顧客都合でカスタマイズするのではなく、顧客がシステムに合わせて学ぶべきだという欧米の発想がそのまま輸入された影響と言えるでしょう。しかし、データ分析においては、この考え方では限界があります。特に日本では、多くのデータ分析人材がSE出身であるため、システム開発とデータ活用を同一視する傾向が見られます。このアプローチが、データ活用が進まない要因の一つとなっています。

データ分析領域はユーザーに丸投げしない

欧米では、データは競争資産であり、システムとは切り離して扱われることが一般的です。欧米では、ユーザーにデータ解釈を任せると誤解やミスが生じる可能性があるため、企業内には「データスチュワード(データの世話役)」という職種が配置されています。この役割はデータとビジネスの橋渡し役であり、スキルや知識だけでなく、調整力やコミュニケーション力といった「人間力」が求められます。一方、日本ではデータ活用はシステム開発の一部と捉えられ、「データスチュワードを設置する」という発想が一般化していません。この違いが、データ活用の進展を阻む大きな障壁となっています。

スキル偏重から人間力へ

データ分析は、スキル・知識だけで成果を出すことは難しい領域です。必要なのは、データを活用してビジネス価値を生み出す「人間力」です。人間力こそが、日本がデータ分析で成果を上げるための鍵であり、データ分析人材の育成において最も重要な要素です。



「実践的データ基盤への処方箋」 出版：技術評論社 著者：ゆずたそ・渡部徹太郎・伊藤徹郎
第1章 データ活用のためのデータ基盤 P.2の図を加工して引用



01 メッセージ

02 カルチャー (ソフト・スキル)

「人間力」で勝負する本物のデータサイエンティストへ

03 働く環境 (ハード・スキル)

04 分析屋メンバーの声

05 補足

06 最後に



「人間力」で勝負する本物のデータサイエンティストへ



データ分析人をただのイチ技術者で終わらせないために。
おもてなし教育をはじめ、データ分析人が
「人間らしく活躍できる環境作り」に真摯に取り組んでいる私たちです。



MVV

企業理念・行動指針



人間らしいデータサイエンティストが 数字偏重のデータドリブンを 変革していく、という意志を込めたMVV

MISSION

すべての意思決定に人間らしさを

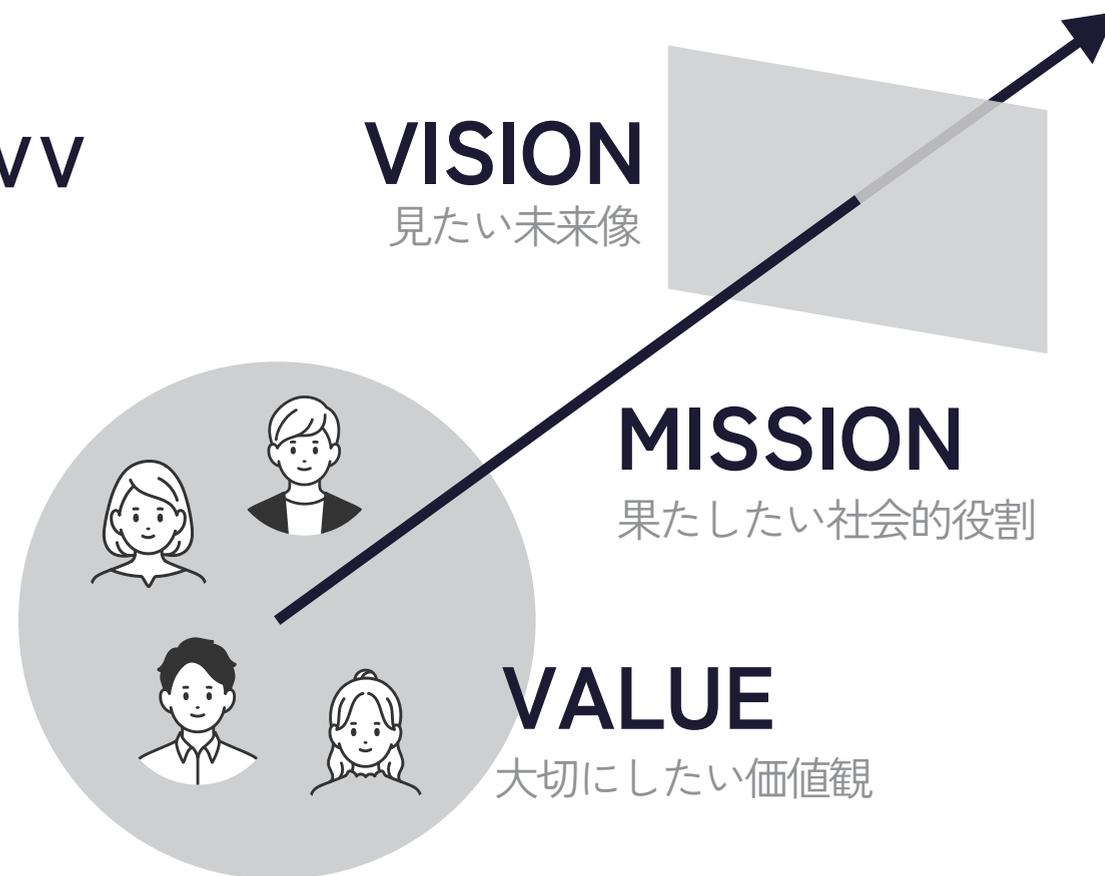
VISION

「分析」の第一想起になる

VALUE

おもてなし分析

©著作権取得済





MISSION

すべての意思決定に人間らしさを

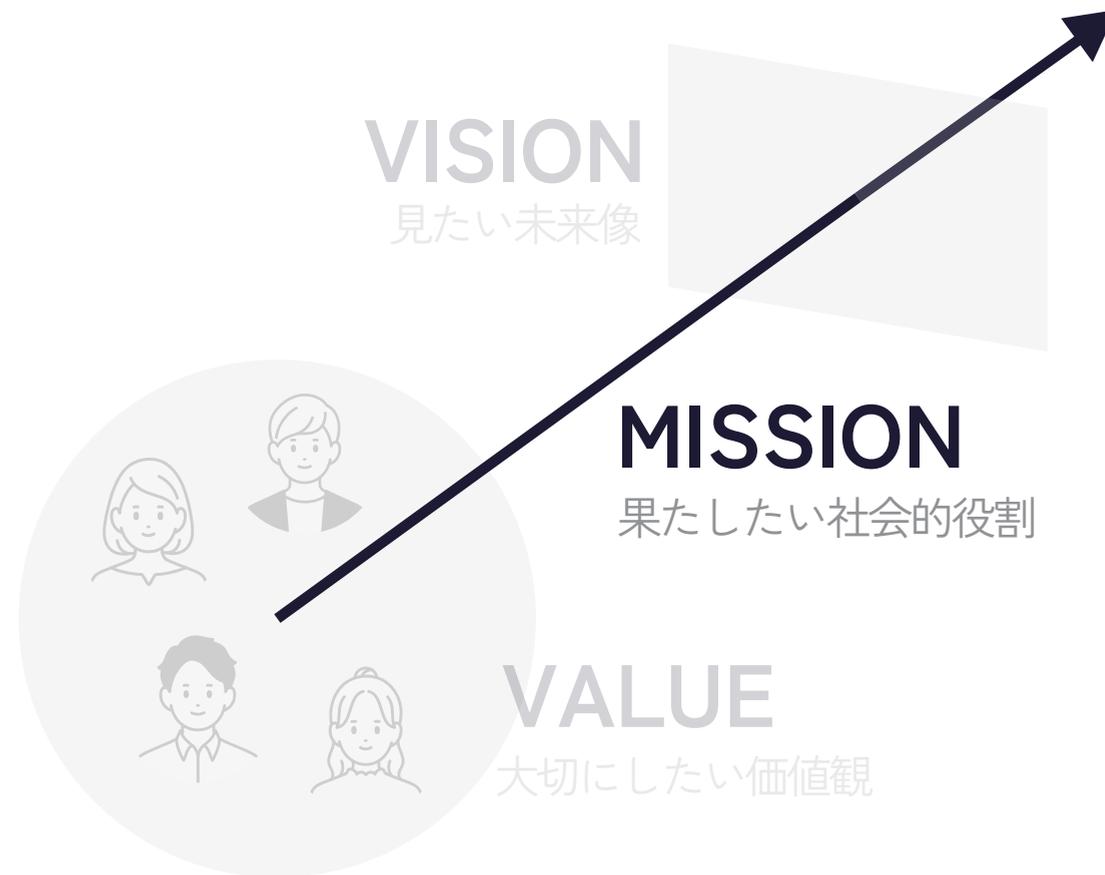
数字が企業の人間らしさを押し殺している。

合理的なジャッジを重ねるだけなら、意思決定者はもうAIでいい。

分析屋は、合理と情理の両側面を踏まえた「おもてなし分析」で、企業の「人間らしい意思決定」を支援していきます。

このMISSIONは代表・溝口の原体験より生まれています。

前職で資産運用の仕事をしていた溝口は「数字だけで物事をジャッジしていく世界」を目の当たりにし違和感を覚えます。数字・データだけでなく、数字の裏にある事情やストーリーも天秤にかけて意思決定していく、正しいデータドリブンを世の中に広げていくことを私たちの使命としています。





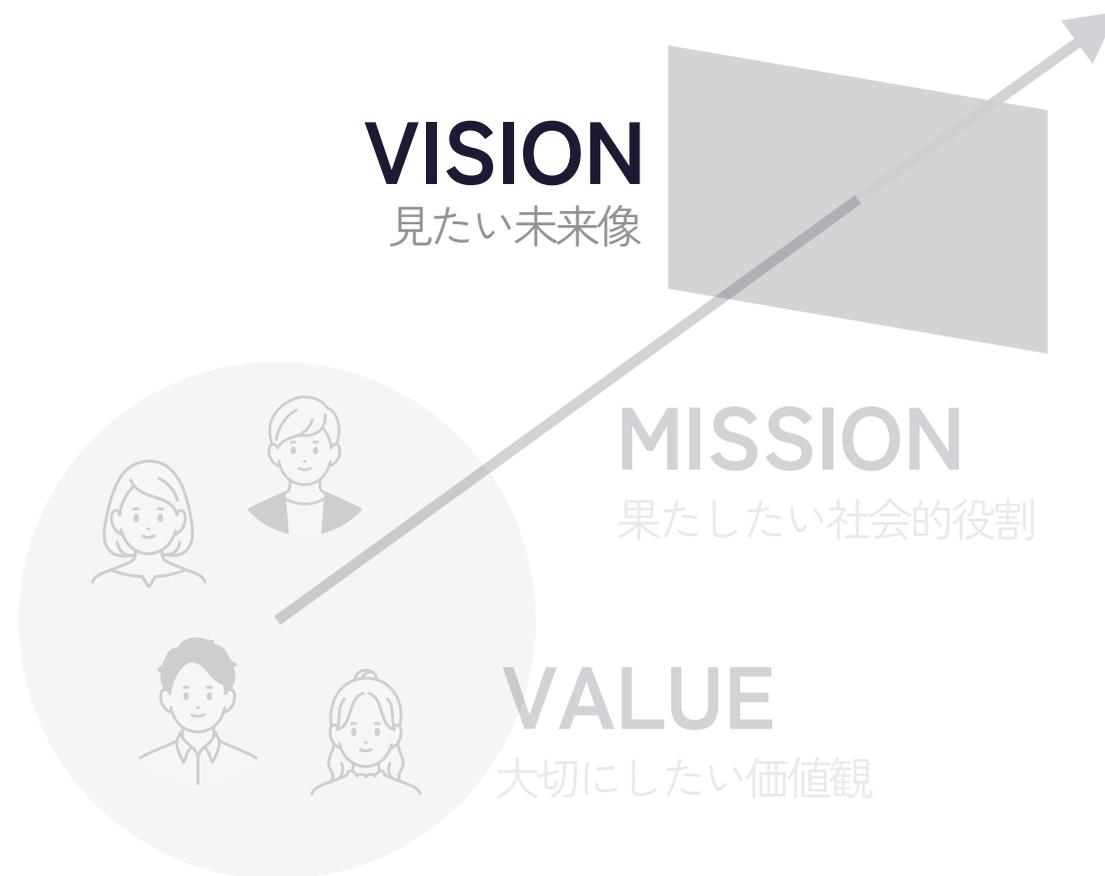
VISION

「分析」の第一想起になる

2034年 売上高100億円達成

「分析屋の分析に対する考え方」を
分析のスタンダードにすることで、
すべての意思決定に人間らしさが宿る世界を創造する。

「データ分析して終わり」ではない、
人間力が高いデータサイエンティストを輩出し続けることで
本質的ではないデータドリブンの考え方を変えていきます。





VALUE

VALUE CONCEPT

おもてなし分析

合理と情理の両方をふまえた分析活動で顧客の「人間らしい意思決定」を支援します。

VALUE

1. 自己を発揮せよ (Free yourself)

顧客一人ひとりのニーズに寄り添うデータサイエンティストとして、組織の歯車としてではなく一人として、血の通った立ち回りを実践します。

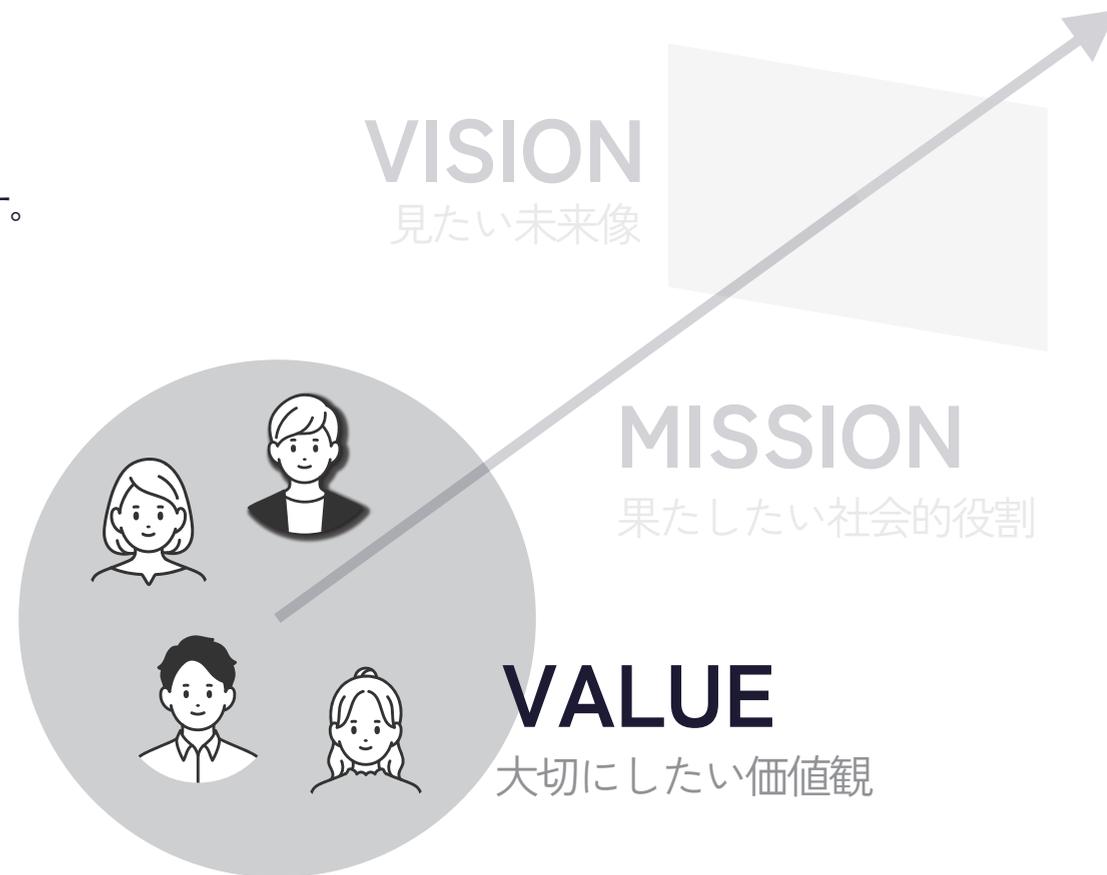
2. 情と理を活かせ (Emotion on Logic)

合理的ではない物事の重要性にも理解・敬意を払い、合理と情理を両天秤にかけることで「合理だけではない顧客らしい意思決定を支援」します。

3. 対話で創ろう (Power of communication)

コミュニケーション力を技術力と同等のものとして重視し、顧客の課題を深く理解し、先を見据えた対話で信頼を築くことで「納得」「アクション」を導きます。

～すべては人間らしい仕事を提供するために～





データ分析領域におけるおもてなしの発揮の仕方を説いた VALUE

おもてなしのすべてを込めた3つの VALUE

日本が誇る「おもてなし」とは、言語化されていない相手のニーズを察知し、先回りして対応することで心からの満足を提供する行為です。「おもてなし」は長年、日本のサービス業を支えてきた重要な要素であり、世界からも高く評価されています。

しかし「おもてなし」は「感覚的なもの」「センスの世界」という風に捉えられがちで、具体的にどうすれば実行できるのか、体系的に説明することは難しいとされてきました。

我々分析屋はこの「おもてなし」の体系化を試みました。結果、「観察」「嗜み」「設え」「饗応」など13の行動要素に分解できるという考えに至っています。

しかし、13個もの要素をすべて覚えることは現実的ではありません。そこで、これらの要素を3つの大きな VALUE に分類し、より実践的に活用できるようにしました。この3つの VALUE は、データ分析において「おもてなし」の心を発揮するために不可欠な要素です。これらを意識することで、単にデータ分析を行うだけでなく、顧客のニーズを深く理解し、最適なソリューションを提供できるようになります。

VALUE をさらに詳しく説明したクレド

とは言え、この3つだけを眺めていても具体的にどのように行動すべきかは見えてきません。そこでどのように考え行動すれば VALUE を実行できるかを詳細に説明したものを「クレド」にまとめています。こちらは入社後配布されます。





おもてなし分析

企業コンセプト



データ分析＋おもてなし ＝おもてなし分析

「データだけを見て、データを分析して終わり」ではなく、
「データ以外(経験則・直感・想い・事情など)」も
”おもてなし”によって汲み取る、データ分析の在り方です。
データ分析とビジネス成果がつかない根本要因は、
”おもてなし”によって埋められると私たちは考えています。

※「おもてなし分析」は 2024 年著作権登録した弊社の造語です





「おもてなし」とは 言葉にできないニーズを察し、 先回って対応する 日本が世界に誇るソフトスキル

千利休が茶道文化とともに広めた
日本版ホスピタリティ「おもてなし」。
言語化されていないニーズをも汲み取る
おもてなしは世界的にも高い評価を得ています。





「三献の茶」で説明するおもてなし



「おもてなし」と言えば、三献の茶のエピソードが有名ですが「おもてなし」が発揮されている場合と発揮されていない場合とではアウトプットが全く異なってきます。「おもてなし」は常に相手の言葉の外に真のニーズが隠されていると考え行動することと言えます。

おもてなしがある場合



おもてなしがない場合

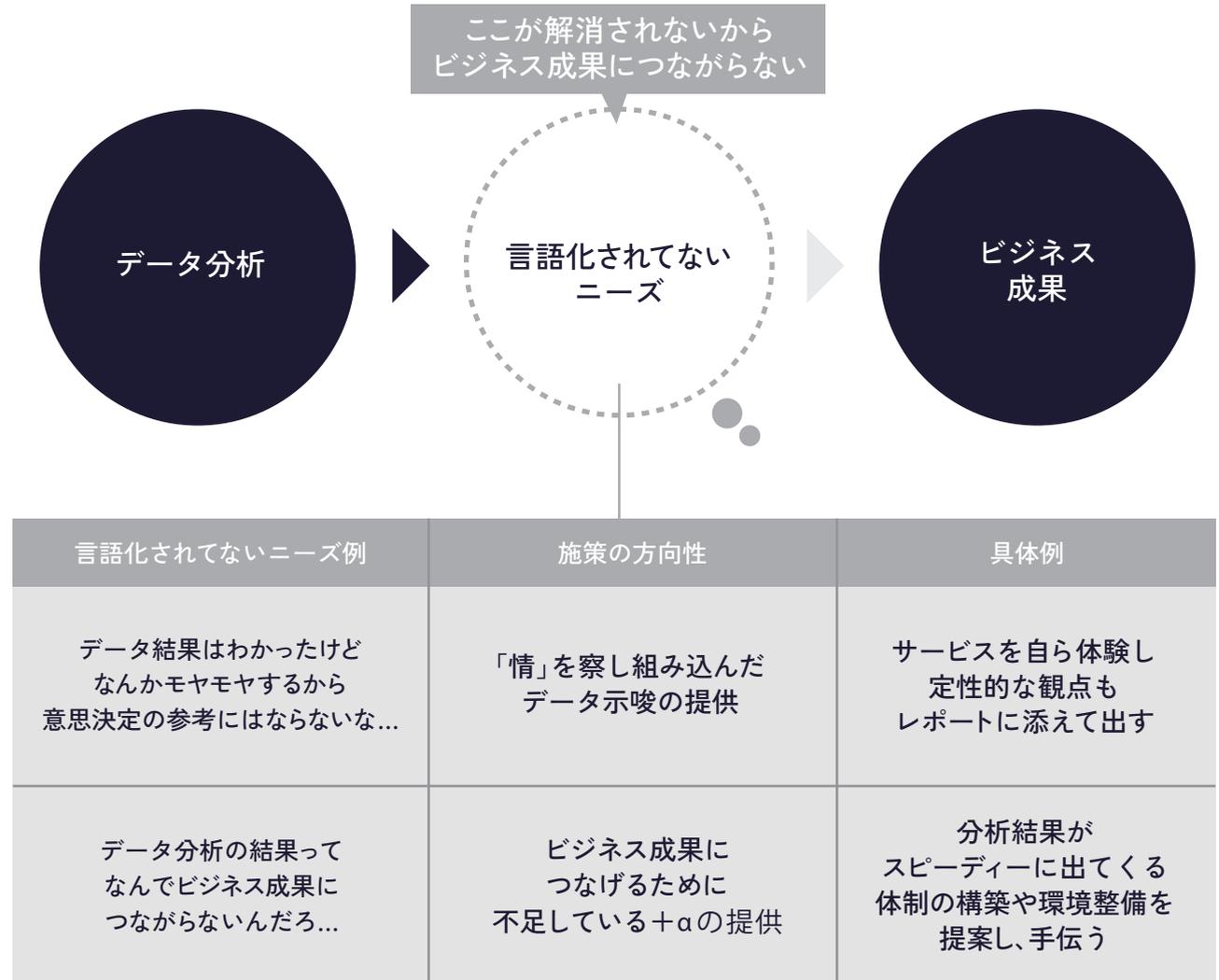




データ分析と ビジネス成果の間には 「言葉化できないニーズ」が あふれている

前提、データ分析領域における顧客側の知見は
まだまだ成熟していません。
「言葉化できない(指示できない)ニーズ」であふれており、
”おもてなし”の対応方法が非常にマッチしています。

「言葉化できているニーズ」に応えれば良いというのは
オペレーター・データサイエンティストの考え方。
今後 AI に淘汰されてしまう存在です。





分析屋が データサイエンティストの 「おもてなし力」 向上のために 取り組んでいること

研修などだけでなく
MVVの設定や組織構造全体などを通じ、
「在籍しているだけでおもてなし力が磨かれていく環境」
を目指しています。

分析屋が社員の「おもてなし力」を向上させるために取り組んでいること

概要	詳細
① MVVに基づいた教育・評価	バリュー・クレドを軸としたマネジメント、日々の行動の積み重ねによって身につけていく。またおもてなしを体現する先輩社員たちからの学び。
② ボトムアップ組織	ボトムアップによる「自ら考え動くことが基本」の組織構造によって、各自が上の指示を待たず臨機応変に各自が思う「おもてなし」を発揮できる環境作り。
③ 研修	ハードスキルだけでなく、ソフトスキル・メタスキルの育成も図る研修。また「おもてなし力」向上に直結するさまざまな機会の提供。
④ データスチュワードとしての経験	データとビジネスの橋渡し役である「データスチュワード」として立ち回る機会の提供を通じ、「おもてなし」を体感で学ぶ。
⑤ 健康経営の推進	他者に「おもてなし」を提供するには自分自身の余裕が必要であるため、社員全員が心地よく過ごせる企業風土づくりにも注力。



「おもてなし」が学べる場所の開発

「おもてなし」はできる人の共通点

「おもてなし」と聞くと、接客やサービス業の話だと思われがちです。しかし、実際は職種問わず、顧客から指名される人、信頼される人の多くは「おもてなし」を体現しています。特に、優れたシステムエンジニアやデータサイエンティストは、単に技術力が高いだけでなく、クライアントの立場を理解し、先回りして最適な提案ができています。彼らはどこで「おもてなし」を学んでいるのか。大抵、先輩から実践を通じて教わっています。顧客のサービスを実際に使ってみる、組織内の利害関係を把握する、といった行動を「お作法」として先輩社員から教え込まれているのです。

しかし、そういったことを教えてくれる先輩に恵まれるかどうかは運に左右されます。たまたま良い先輩に出会えれば学べますが、そうでなければ、技術だけで勝負するほかなくなってしまいます。

おもてなしは「思考アルゴリズム」である

だからこそ、分析屋は「おもてなし」を「運よく学べるもの」にしてしまわず、体系的に学べるものに変換しようと試行錯誤しています。

先ほど、おもてなしは「お作法」という言い方をしましたが、おもてなしは仕事の成果に直結する仕事の進め方における「思考アルゴリズム」です。

「思考アルゴリズム」という言葉は、北の達人コーポレーションの木下勝寿氏が提唱した概念です。木下氏は「スキルの差による成果はせいぜい3倍だが、思考アルゴリズムの差は50倍になる」と述べています。つまり、どのような思考で仕事に向き合うかが、圧倒的な成果の差を生むのです。データサイエンティストも同じです。機械学習や統計の知識だけでなく、「おもてなし」の思考アルゴリズムを持つことで、AIにはできない仕事ができる人材になります。そして、そのようなデータサイエンティストこそが、市場価値の高い存在になっていくのです。技術の進化が加速する時代だからこそ、真に価値を生むのは「おもてなし」を思考アルゴリズムとして実践できる人材です。

スキル	思考 アルゴリズム	成果
3	× 50	= 150



企業風土

文化・価値観・空気感



個々が人間らしさ・おもてなしを 発揮するために 分析屋はボトムアップ組織

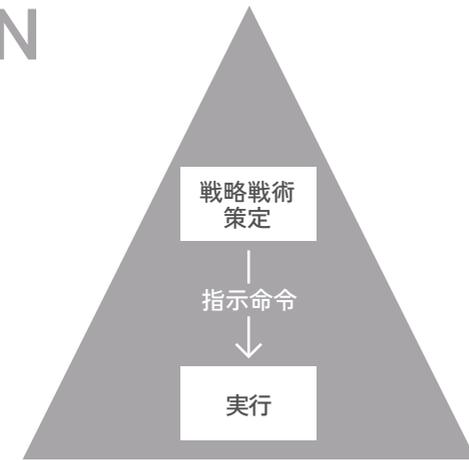
分析屋は創業時よりボトムアップ。

自分で考え行動する大変さがありますが、
個人の考えをベースに仕事を遂行していける喜びがあります。

トップダウン企業からボトムアップ企業に移るだけで
仕事の遂行力が上がるというデータもあります。
指示がないと動けない人には厳しい環境と言えますが、
もっと自由に自分を発揮したいと思っていた方には適した環境です。
個人の人間力を上げていく意味でもボトムアップ組織は有効です。

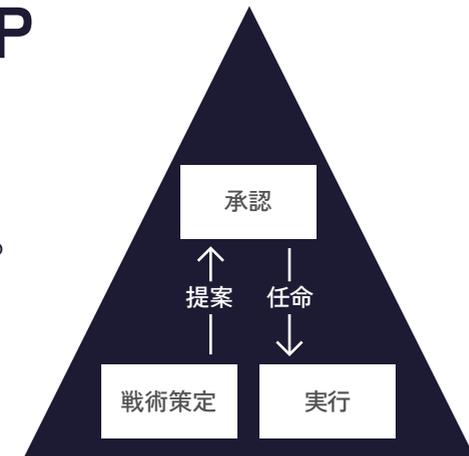
TOP DOWN

- 指示命令に従い動く
- 柔軟な対応、
+αの対応が難しくなる



BOTTOM UP

- メンバーが考えて動く
- 柔軟な対応、
+αの対応がしやすくなる



独特な価値観

MVV やボトムアップ組織の影響から

独特な価値観が育まれています。

合理性をベースにしつつも非合理的なものも尊重し、

「人間らしい」ビジネスバランスを大切にしています。



合理8：情理2



合理的な判断をベースにし、
その上で情理的な判断も大切にしています。
データ分析の会社ですが、合理だけでは
仕事も世の中もつまらなくなると考えています。

失敗はデータの素



失敗＝減点という考え方はありません。
失敗から得るモノを得て次につなげるこそ
価値だと考えます。上位レイヤーほど「失敗し
まくった」と笑って語る人が多いです。

仕事ありきではなく人ありき

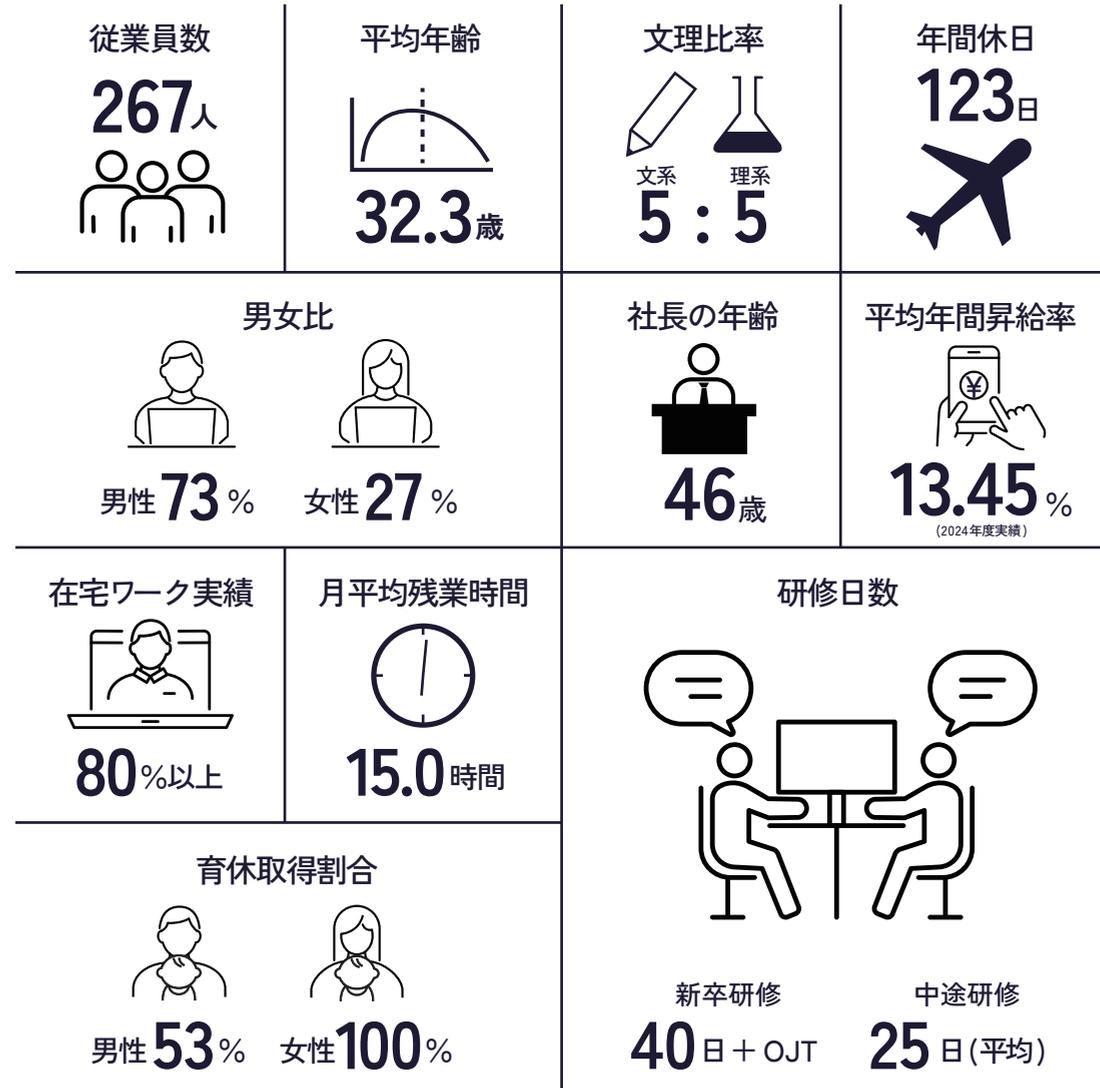


分析屋の競合優位性は、分析屋に入社した人の
強みによって作られています。マーケティングチームも
BI チームもその能力を持つ人によって作られました。
人に仕事を当てはめていく戦略で発展してきました。



数字で見る分析屋

健康経営企業も数年連続受賞。
ワークライフバランスだけでなく、
企業風土も含め「人間らしく」仕事ができる環境です。

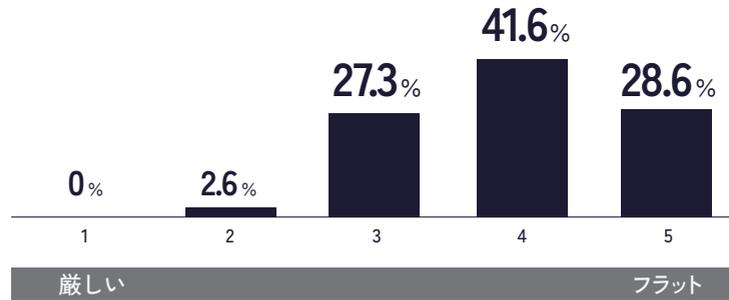




企業風土についての社内アンケート (n=131)

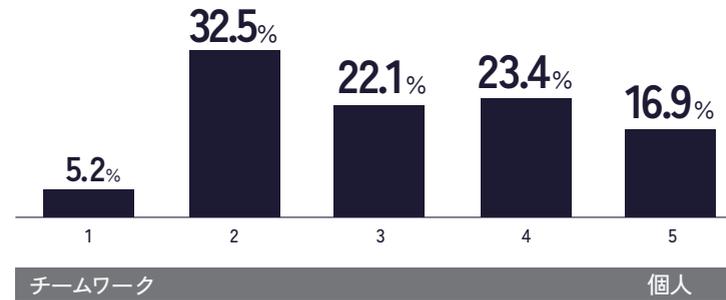
上司部下の関係性

ボトムアップ企業なのでコミュニケーションも当然フラット



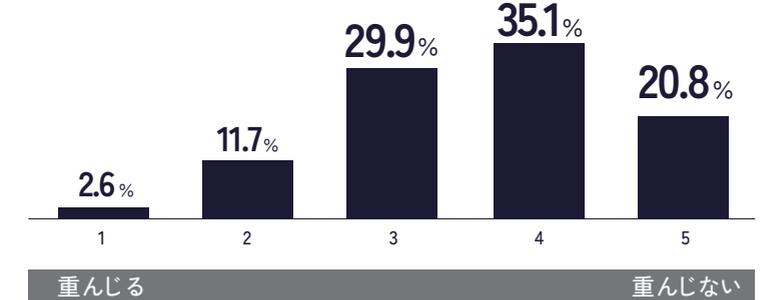
個人主義 or 集団主義

やや個人主義ですがチームワークも重視しています



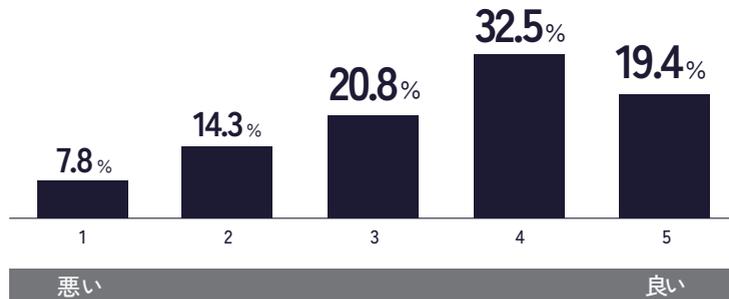
伝統

年功序列ゼロです



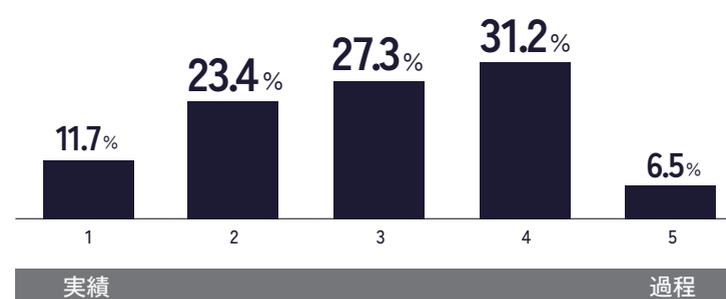
風通し

風通しも良好・意見が言いやすいです



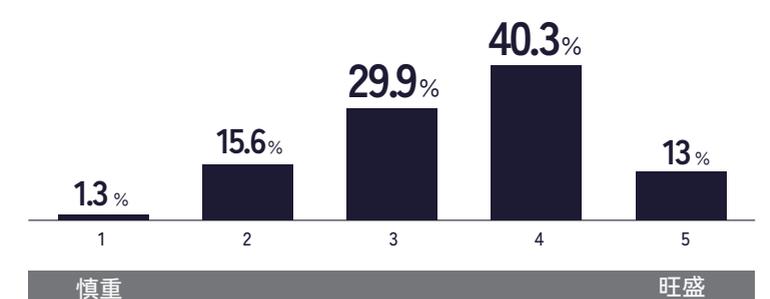
評価軸

実績も過程もバランスよく評価する風土です



チャレンジ

言えば挑戦できる環境です





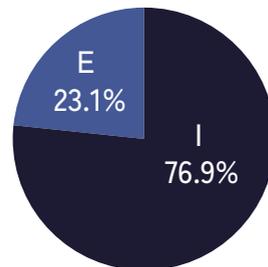
MBTIで見る分析屋

データ分析の会社であることが影響してか、データサイエンティストは内向型が多い傾向。外向型人材とサポートし合いながらバランスの良い組織が作られています。

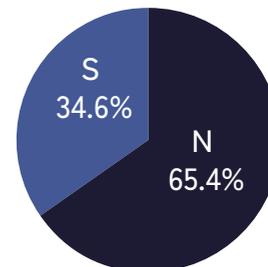
内向型・外向型は「エネルギーが向く方向」のことでコミュニケーション力とは別の話になります。分析屋はかなりコミュニケーションが活発な企業です。(思い遣りのあるコミュニケーションができる人が多い)

>データサイエンティスト側

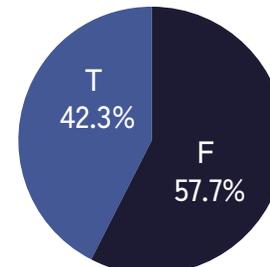
I (内向) / E (外向)



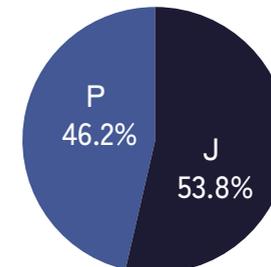
N (直感) / S (感覚)



F (感情) / T (思考)



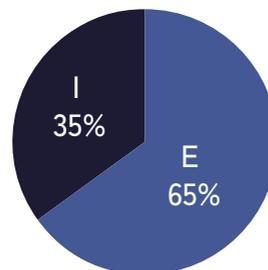
J (計画) / P (柔軟)



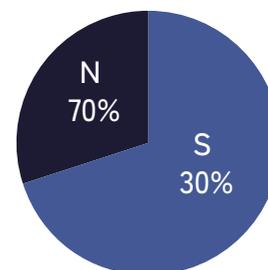
[多い順番] INFP (仲介者)、INTP (論理学者)、ENFJ (主人公)、INTJ (建築家)、ISFJ (擁護者)、INFJ (提唱者)、ISTP (巨匠)、ISTJ (管理者)、ENFP (広報運動家)

>コーポレートスタッフ側 (営業・人事・管理・経営企画など)

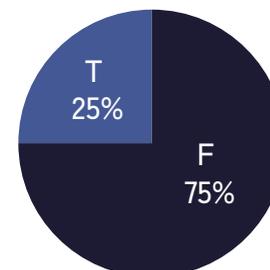
I (内向) / E (外向)



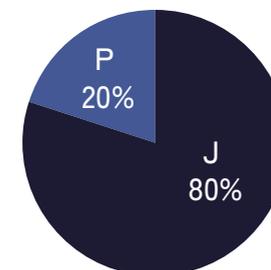
N (直感) / S (感覚)



F (感情) / T (思考)



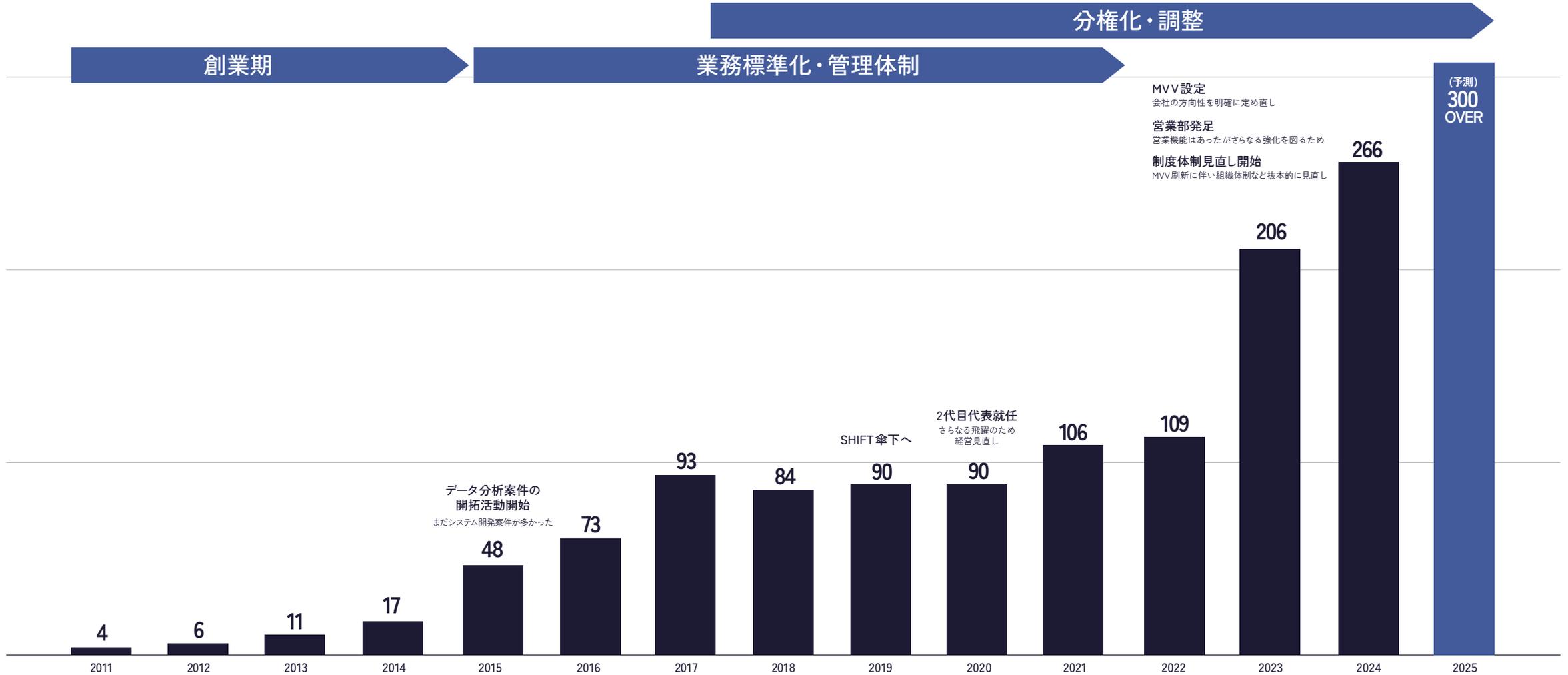
J (計画) / P (柔軟)



[多い順番] ENFJ (主人公)、INFJ (提唱者)、ENTJ (指揮官)、ISFJ (擁護者)、ESFP (エンターテイナー)、ESFJ (領事官)、ENFP (広報運動家)、INTJ (建築家)、ENTP (討論者)



沿革と社員数の推移





なぜこのような組織が生まれたのか

二代目代表取締役 溝口 大作 が抱く社会課題

数字偏重のリスクに気づいた資産運用の現場

代表の溝口大作は、資産運用の現場で、意思決定が数字のみに基づき、背景や本質が見過ごされる場面を多く目にしました。株価の評価において断面的な指標の割合・割高だけを見て、背景や本質的な要因を十分に深ぼらず判断がなされることが日常茶飯事だったのです。

「おもてなし分析」の原点

この経験から溝口は、人は数字が並べば数字でのみ判断するようになってしまうこと、だからこそ意識して数字の背景や人間的な要素にも目くばせすることの重要性に気づきました。これが「おもてなし分析」の原点です。データ分析においても、データの裏に潜むさまざまな事象を深く理解し、寄り添う姿勢を重視していきたいと考えようになりました。

分析屋の MVV に込めた思い

「おもてなし分析」が世の中にもたらすもの。それは「人間らしい意思決定あふれる世界」です。データだけでなく、データとデータ以外の事象を天秤にかけた上で意思決定をサポートすることでその企業の「人間らしさ」が損なわれないデータドリブンの在り方を広げていきたいと考えています。

慶應義塾大学商学部卒業後、2000年生命保険会社入社。投資顧問会社に出向・転籍し顧客向け報告書作成と社内向けの分析を行う。当時からデータを扱うことに興味を持っており、その後ヘッジファンドで運用担当者として企業業績の定量・定性分析に従事。さらに人材会社で経営人材として経験を積むなど数社経て、2015年分析屋に入社。ライフサイエンス部門長、営業部門・新規事業立ち上げ、管理部長、マーケティング補佐、経営企画など経て2020年代表取締役に就任。





01 メッセージ

02 カルチャー (ソフト・スキル)

03 働く環境 (ハード・スキル)

日本で「本物」になれる環境

04 分析屋メンバーの声

05 補足

06 最後に



日本で「本物」になれる環境

まだまだデータ活用が進んでいない日本。
本物のデータサイエンティストになれる場所も実は限られています。





市場

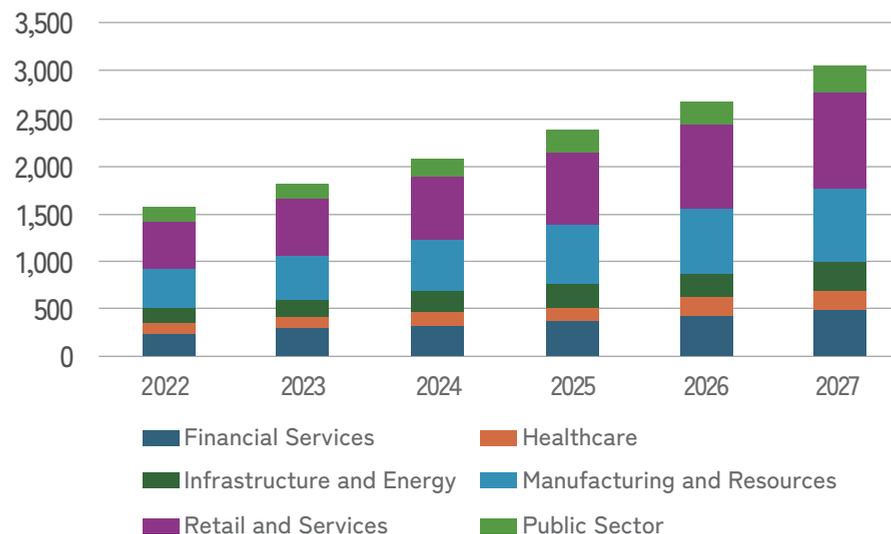
データ分析市場の成長度合



データ分析に関連する市場は右肩上がり

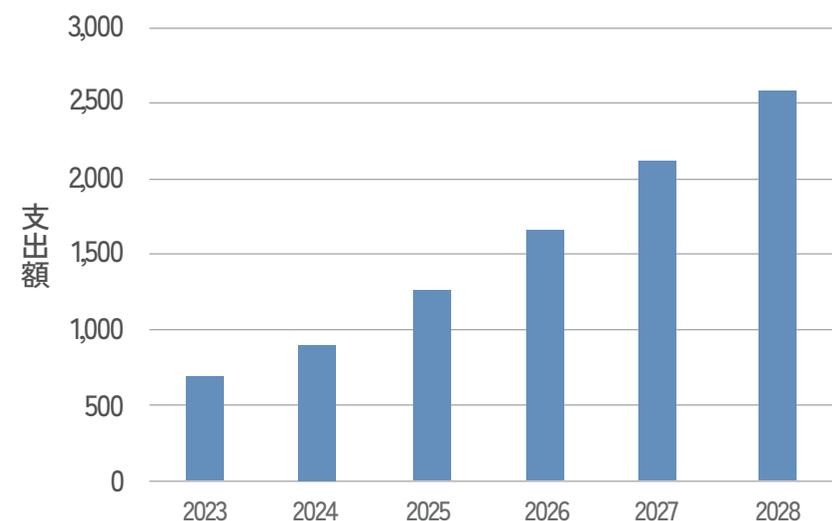
- データ管理・分析に関わる市場規模(支出額)：2022年実績は約1兆5000億円であったのに対し、2024年には2兆749億円
- AIシステム市場規模(支出額)：2023年6,858億7,300万円(前年比34.5%増)

国内ビッグデータ/アナリティクス市場規模及び予測(十億円)



「IDC Japan 国内ビッグデータ/アナリティクス市場 ユーザー支出額予測：産業分野セクター別、2022年の実績と2023年～2027年の予測(十億円)」を加工して使用

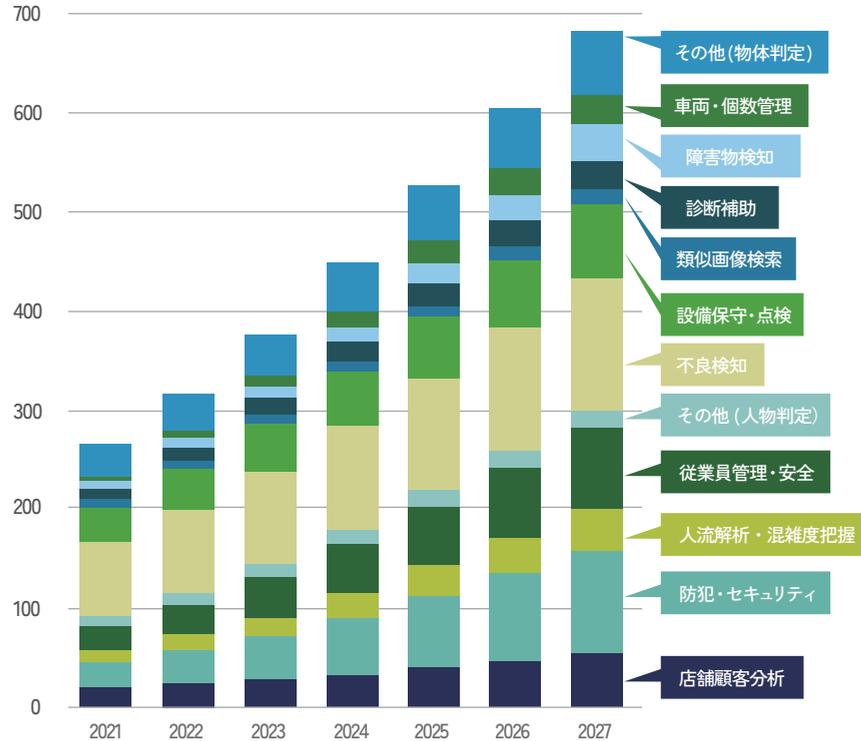
国内AIシステムの市場規模及び予測(十億円)



「IDC Japan 2024年国内AIシステム市場予測」を加工して使用



ディープラーニングを用いた画像認識市場規模 及び予測 (億円)



「用途別に見た、AI 画像認識における製品・サービス市場の中期予測 (2021～2027 年度)」を加工して使用
 (出典：デロイト トーマツ ミック経済研究所)

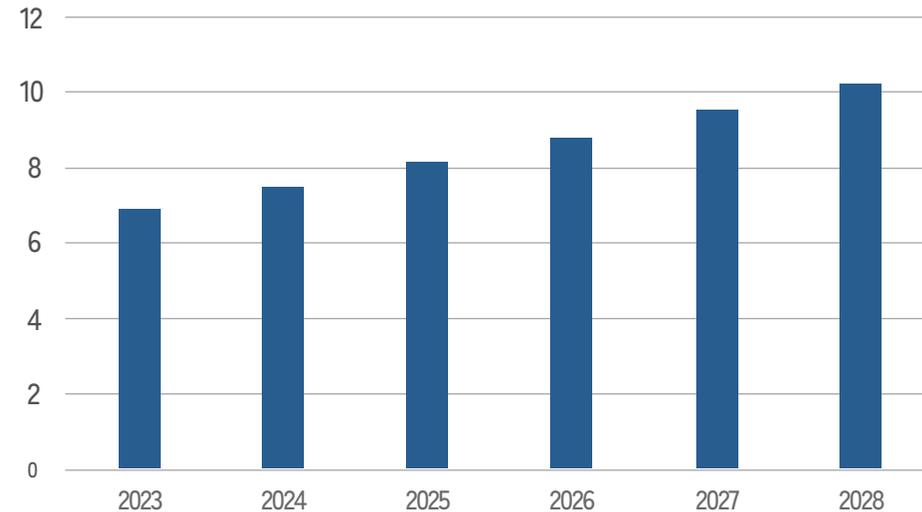
● ディープラーニング製品市場規模 (支出額) :

2022 年度が前年比 118.6% の 315 億円、2023 年度は前年比 119.4% の 376 億円

● AI システム市場規模 (支出額) :

2023 年は 6 兆 9189 億円、2023 年～2028 年の年間平均成長率は 8.0%

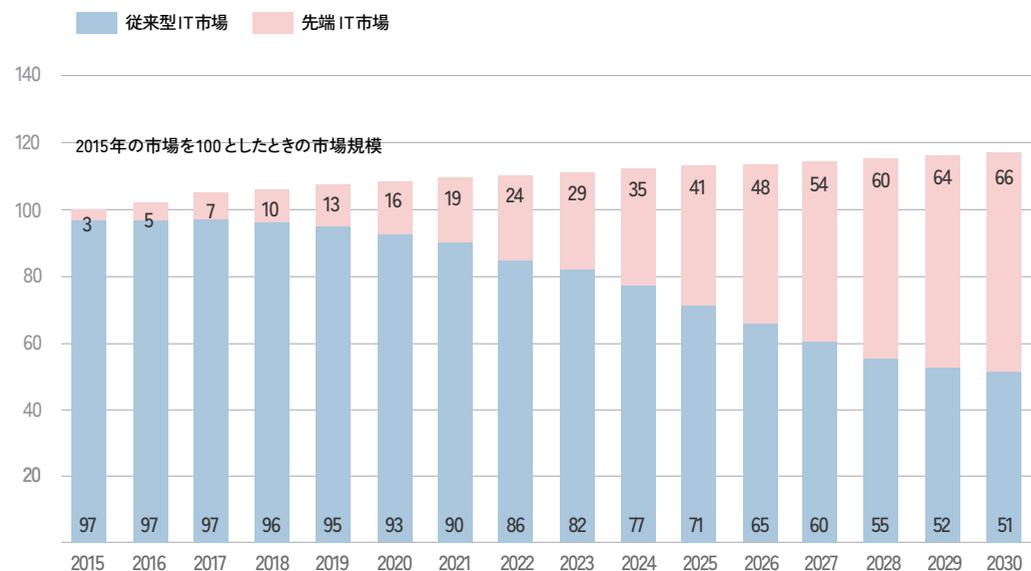
国内 IoT 市場規模 及び予測 (兆円)



「IDC Japan 国内 IoT 市場 支出額予測、2023 年～2028 年」を加工して使用



今後のIT関連市場の構造変化



IT人材需給に関する調査（2019年4月）「＜参考3＞今後のIT関連市場の構造変化と構造辺に対応した場合のReスキル率の推移」を加工して使用（出典：経済産業省 情報技術利用促進課）

システムエンジニア市場縮小 データサイエンティスト市場拡大

今後、従来型IT人材（システム開発系IT人材/システムエンジニアも含む）よりも先端IT人材（データ分析系IT人材/データサイエンティストも含む）の方が需要が高くなるという予測が出ています。従来型IT人材を先端IT人材に転換(Reスキル)していく必要があります。

2030年には27～55万人の先端IT人材が必要で、従来型IT人材は-10～18万人が必要とされているという試算も出ています。「-10万人」というのは「10万人余剰になる」ということを指しており、従来型IT人材は先端IT人材への移行を迫られています。



ポジショニング

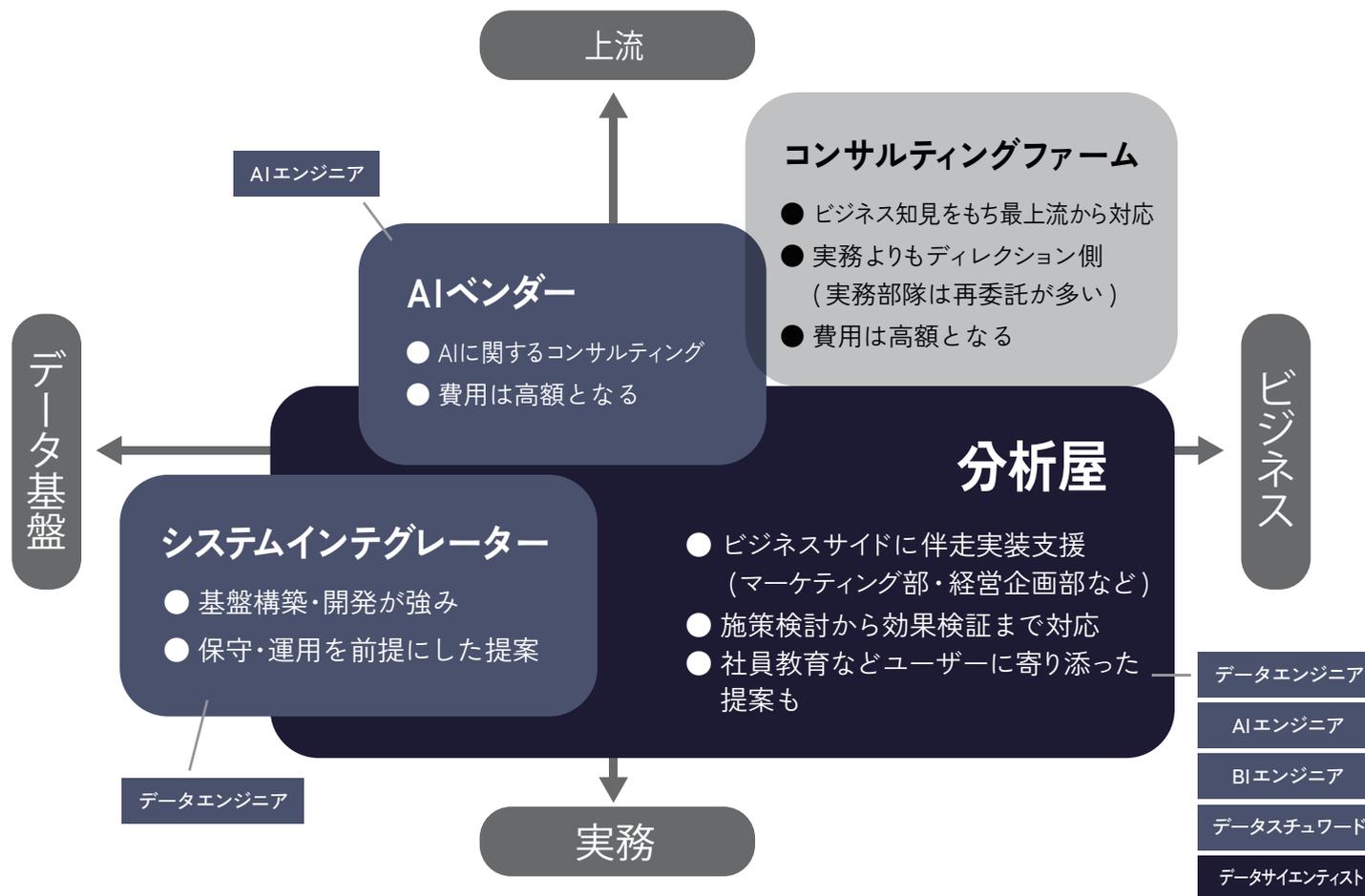
競合優位性



分析屋は広く経験を積むことができる環境

データ分析領域の実務領域において幅広く対応しているのが分析屋です。

システムインテグレーター・システム開発会社の強みは「モノ作り」にあり、データ基盤開発がメインになる傾向があります。分析屋はデータ分析専門の会社なのでモノ作りに限定されず、メインは「データ分析・活用の定着」になります。そのため対応する領域が幅広いのです。



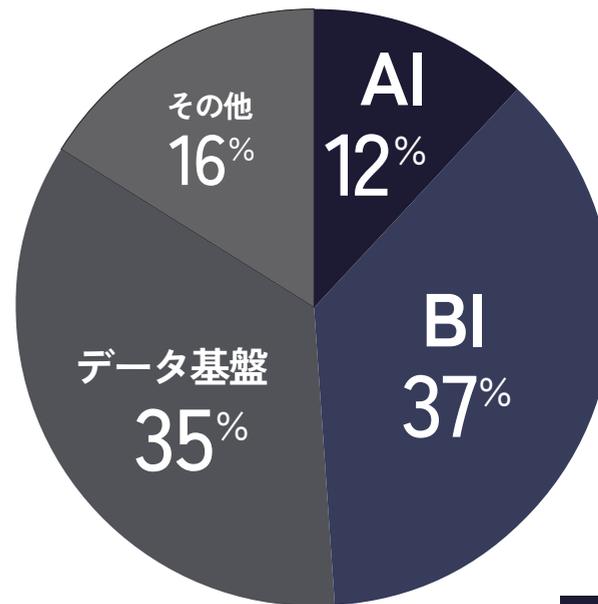


広く、深く 上流も開発も

自ら手を動かすことができることも
データサイエンティストの絶対条件です。
分析屋は、自ら手を動かしつつ上流の知見も持つ集団。
顧客直・コンサルティングファームからの依頼など
様々な形でオファーをいただいています。

2025年1月時点

システム開発の領域の二次請けは手を動かすパートを
下請け企業に投げる事が多いですが、分析屋は
上流と手を動かすパート両方を担当している稀有なポジショニングです。



案件種類

84% 以上

「その他」もデータ分析周辺が多い

- > データ分析結果可視化機能をアプリケーションに組み込む
- > 医療系のニッチな分析 など

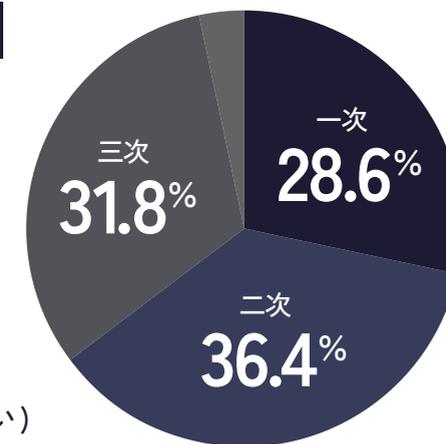
メンバーの顧客直率

70% 以上

商流平均

2.14

一次・二次案件の多くは顧客直対応
(データ分析プロジェクトは小規模のため顧客直率が高い)





業界知識ではなくデータサイエンティスト力で勝負 だから、幅広く対応

過去実績の一例・特定の業界知識を強みにしていないからこそ育つデータサイエンス力

どの業界? Where	どの会社? Who	解決すべき課題は? What	どのように? How
鉄道業界	私鉄 運営会社	インバウンド客の 受け入れ態勢を整えたい	既存調査結果レポート 課題提示
アパレル 業界	地方 縫製事業者	アパレル商品開発の ノウハウがない	インタビューニーズ調査 商品開発に向けた提案
教育業界	英語関連 公益法人	学習用アプリの 利用者数が増えない	GAでのアクセス解析 KPIの設定/提案
通信業界	通信キャリア ※調査会社より依頼	ポイントサービス利用者の 利用頻度の向上	トラッキング調査 集計・レポート作成支援
建築業界	ゼネコン	マンション入居者の 満足度UPさせたい	入居者/マンション環境に 関するデータ分析 (センサーデータ)
ソシャゲ業界	ゲーム会社	課金額が高いユーザー数を 拡大したい	ビッグデータ解析 機械学習 モデル作成

どの業界? Where	どの会社? Who	解決すべき課題は? What	どのように? How
サービス業界	テーマパーク	来場者を分析し集客や 売上増加につなげたい	来場者データ分析 キャンペーン効果分析
Web 業界	ECサイト 運営企業	会員数及び購買単価を 増やしたい	会員属性の分析 機械学習モデル作成
製薬業界	CRO企業	新薬の安全性 有効性をはかりたい	臨床統計解析 製造後販売調査
大学法人	神奈川県内 某大学	産学共同研究で 技術力を借りたい	分析ロジックの設定 クロス集計の実施
行政	経済産業省	疾病予備軍に対する 施策有効性を検証したい	統計的な検定の実施 費用対効果の算出
製造業界	大手メーカー	生体デバイス情報を使った 新商品開発を支援してほしい	ビッグデータ解析 機械学習 モデル作成

通信キャリア / IT / 人材 / メディア / 銀行 / Webサービス / 保険 / 行政 / CRO / ゲーム / 小売 / 電気・ガス・水道 / 電気機器 / RWD / 自動車メーカー



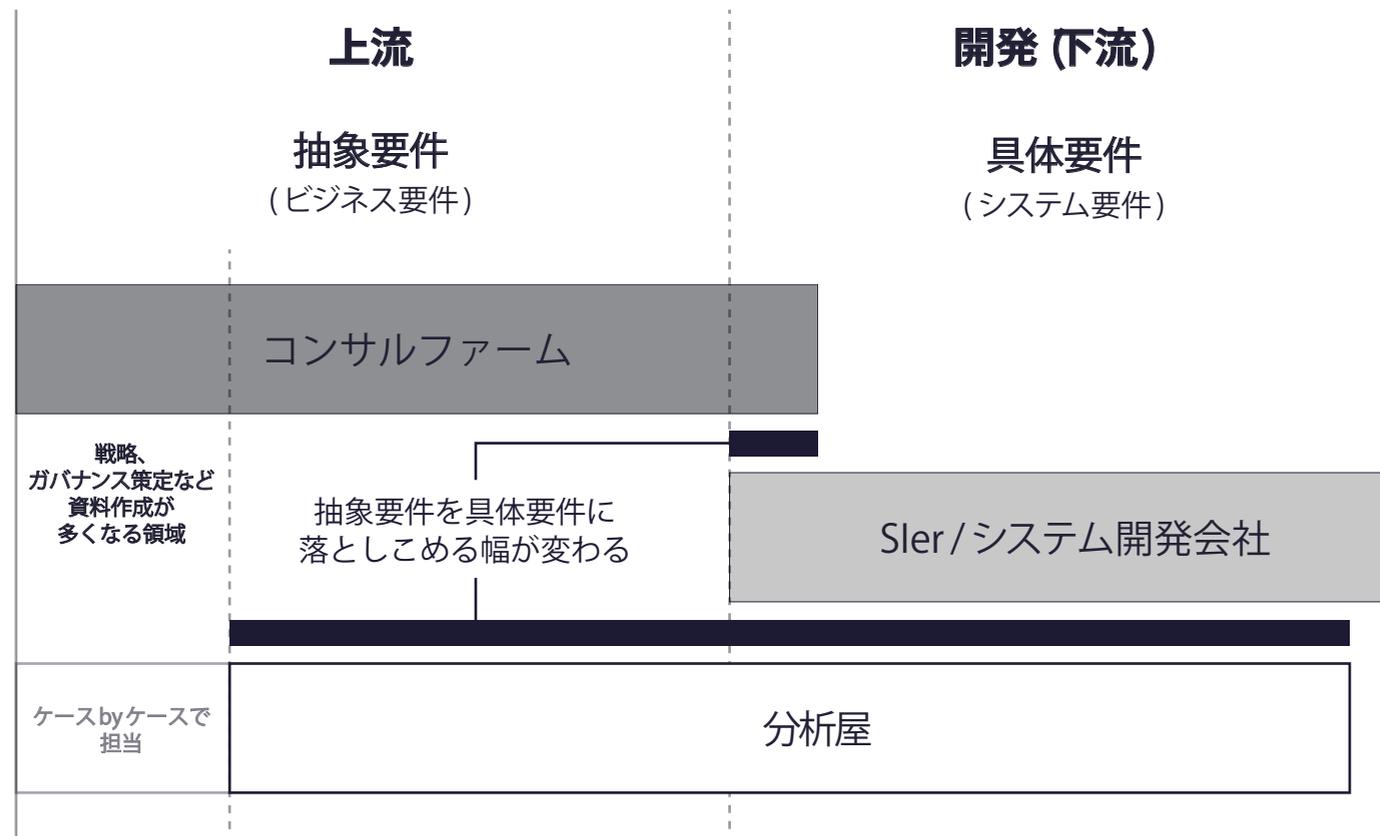
上流領域は データサイエンティストが 関わるべき部分まで

戦略策定、ガバナンス策定など

「超上流」部分はコンサルファームと協業。

資料作成に終始することなく

データサイエンティストとしての成長に集中できます。

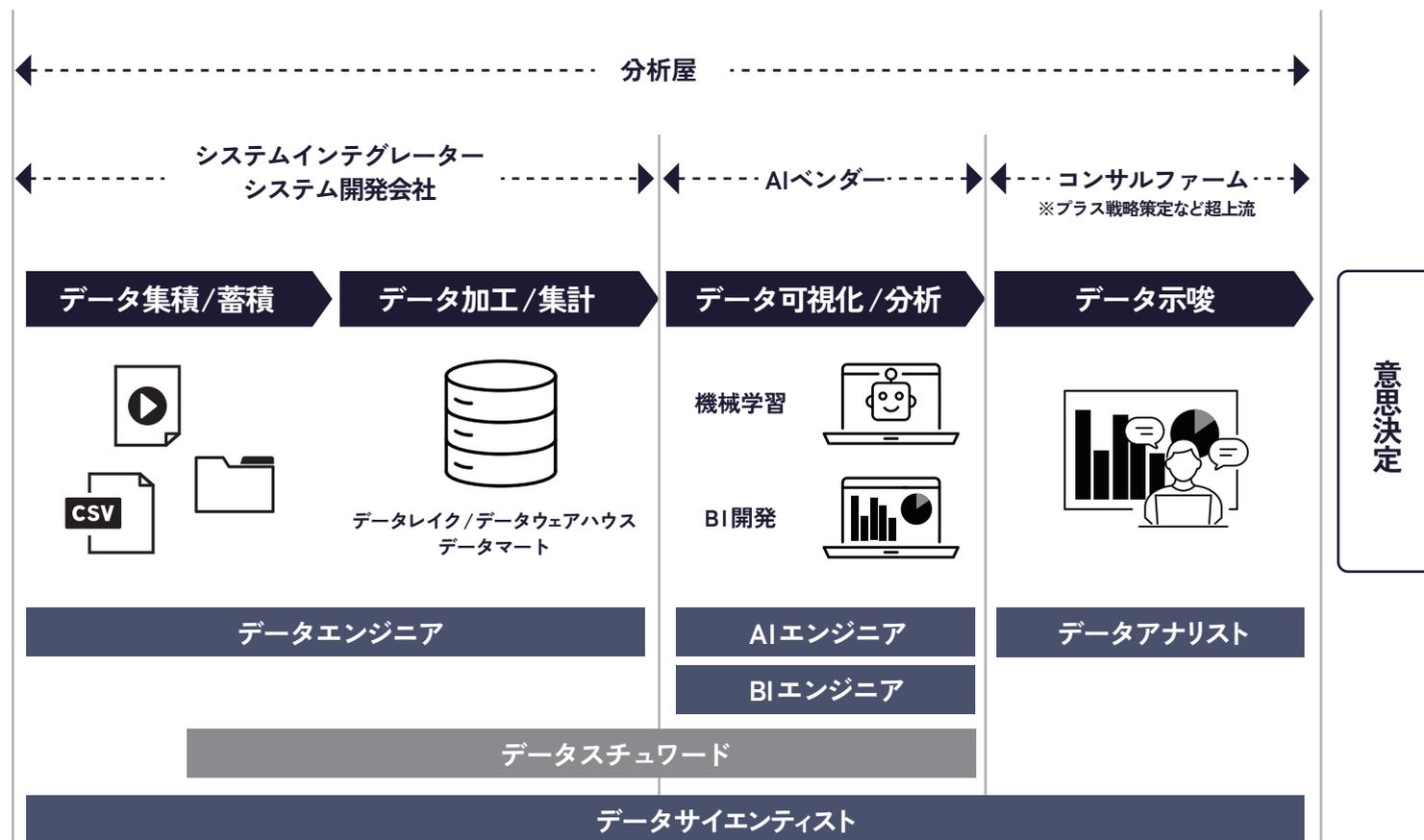




ここまでのまとめ

分析屋は データサイエンティスト に至る、全領域を 経験できる環境

データエンジニア、
AIエンジニア、BIエンジニア、
データアナリストなどの
スペシャリストを目指すことも可能





＋分析屋で身に付く力

データとビジネスをつなぐ 力が身に付く

データがビジネス成果につながらない大きな要因の一つに「データスチュワードの不在」があります。

日本にはまだあまり存在していないのですが、データとビジネスの橋渡しをする専門職である「データスチュワード」を

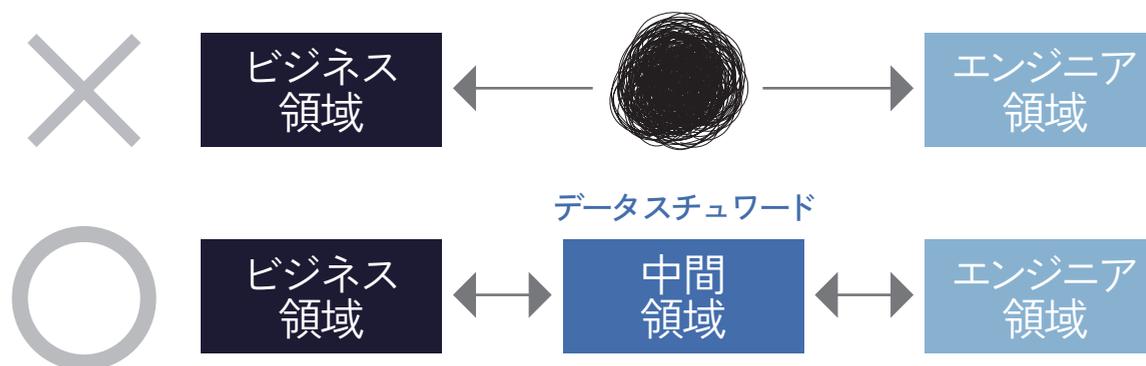
分析屋ではキャリアの初期段階で経験していただきます。



data steward

[データの翻訳者・世話役]

ビジネス側がデータを適切に利用ができるようにサポートする「データの翻訳者・世話役」。すべてのデータについて、どこで作られてどういう意味をもつモノなのかなど詳細を把握しており、必要に応じて、即時的なアドホック分析にも対応する役割です。



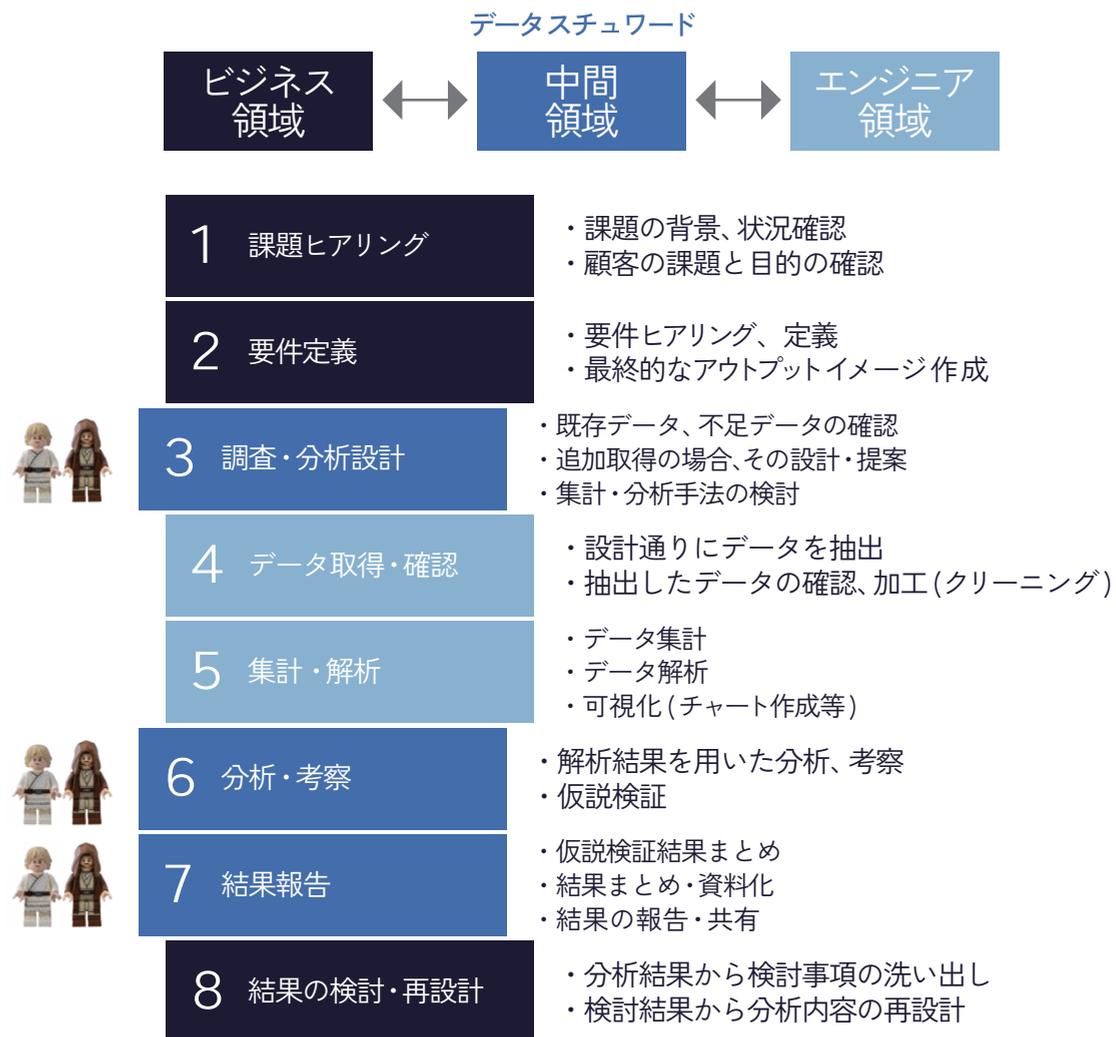


システムインテグレーターや コンサルファームにはいない データスチュワード

日本ではまだその重要性が認識されていない

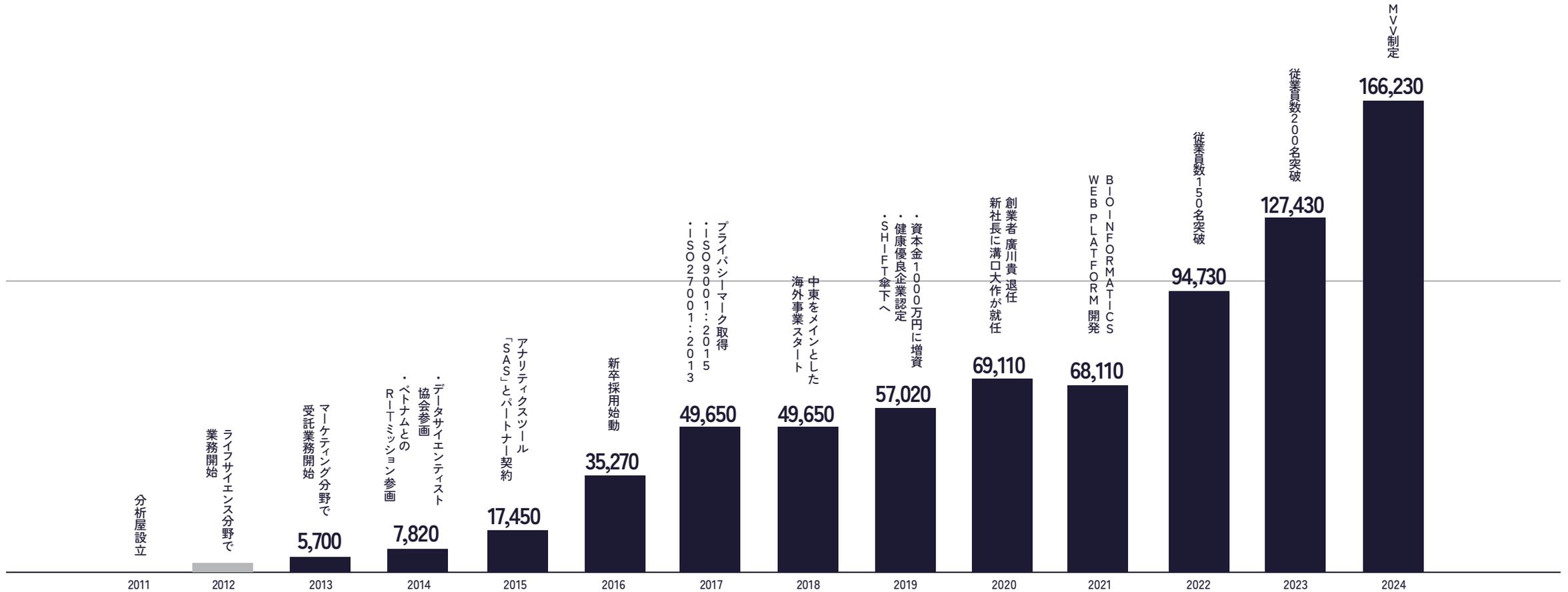
データスチュワード。ビジネス側の要件はコンサルが固め、
エンジニア側の要件はデータエンジニアが固めますが、
ビジネス要件とエンジニア要件の間を埋める役割として
海外ではデータスチュワードは必須の存在であり、
日本のデータ活用の盲点になっています。

分析屋の「おもてなし」を最も具体的に体現していくのが
データスチュワードになり、分析屋の競合優位性の一つとなっています。





売上高の推移 (万円単位)





なぜ分析屋には幅広く案件が集まるようになったのか

会社の成り立ちがもたらす特徴

分析屋に幅広い案件が集まる理由は、その成り立ちにあります。

システムインテグレーターやシステム開発会社は「モノ作り」を強みとし、主に「データ基盤構築」などの案件が集中する傾向があります。事業会社から独立したシステム開発会社は、もともとの事業会社の強みに応じた案件が中心です。たとえば、会計系の事業会社から独立して出来たデータ分析会社の場合、たとえば社内の会計処理の可視化に特化していたIT部門が独立していたりするため、集まってくる案件はBI系の案件が多くなったりする、などです。

一方、分析屋はゼロから立ち上げられた独立系のデータ分析会社で、特定の分野に限定された強みを持たずにスタートしました。そのため、強みに縛られることがなく、幅広い種類の案件を請けてきたため、結果として多様な依頼を引き受けられる基盤が出来上がっています。

創業者の経歴が生むバランス

分析屋に幅広い案件が集まるもう一つの理由は、創業者の経歴にあります。営業と技術の両方を経験した創業者は、「経験が浅い人でも対応できる案件」と「高いスキルが必要な難易度の高い案件」をバランスよく引き受けることができていました。

一般的に、営業出身の社長の会社では、比較的難易度が低い案件が集まりやすい一方で、経営が安定しやすい傾向があります。逆に、技術出身の社長の会社では、高単価で難易度の高い案件が集まりやすいものの、それをこなせる人材の確保が難しく、経営が不安定になるリスクがあります。

分析屋では、この両方の特徴を併せ持つため、幅広い案件をバランスよく受け入れられる体制を整えることができます。これにより、多様な顧客ニーズに応えつつ、安定した経営基盤を築いています。

	会社の強み	集まる案件
システムインテグレーター システム開発会社	モノ作り	データ基盤構築
事業会社から独立した データ分析会社	成り立ちによる	左記強みに準じた案件
ゼロから立ち上げた データ分析会社	特になし (限定されない)	限定されず幅広く



プロジェクト例

事例



ソーシャルゲーム分析 (現状分析)



クライアント：アプリ会社

概要：アプリ現状分析

内容：アプリのログデータの加工・集計・分析 

データの種類：行動ログデータ



① 集計・分析

- > クリーニング
- > グラフ作成
- > 統計検定
- > 分析
- > レポート作成

② アウトプット

- > PPTを使用したレポート作成
- > レポート内容の週次報告会

消費者金融の融資決定・貸し倒れ予測



クライアント：消費者金融

概要：貸倒者予想 AIシステムの予想精度向上プロジェクト

内容：稼働中の貸倒者予想AIシステムアルゴリズムを最適化

データの種類：顧客データ、信用情報、過去借入額など480項目



- 申込日時 / 支店等
- 年齢 / 性別 / 年収 / 家の種別 / 融資希望額



- 信用情報
- 遅延履歴 / 過去借入額



融資した際に
返済を滞りなく
おこなえるか？
を予測

予測正解率 62.2% ▶ 74.3%



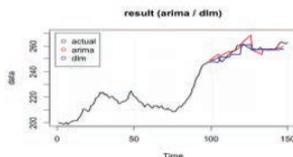
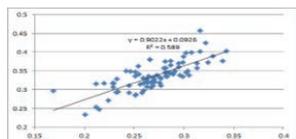
広告出稿最適化の予測モデル作成



クライアント： 広告代理店

概要 要： 最適な広告出稿計画に関する分析
内容 容： 新聞広告出稿に対して、目標とする保険料収入額を達成するための、最も適した広告出稿計画に関する分析支援

データの種類： 出稿データ(約2万件)、資料請求データ(約300万件)、成約単価 etc



① 過去実績の分析

- > 資料請求数 (CPR)
- > 申込単価 (CPO)
- > 成約単価 (CPA)
- > 客単価 (AP単価)
- > 投資対効果 (ROI)

② 仮説立案

- > 予測モデル作成
- > 最適出稿パターン
- > 各KPI予測プログラム
- > コール予測
- > レスポンス傾向予測

③ 効果検証

- > モデル精度向上
- > KPI値の進捗管理
- > ROI達成度管理
- > ABテスト
- > アドホック分析

92%の精度の予測モデルの作成 / 継続的 RDCAで運用支援

BI ツールを用いたダッシュボード作成



クライアント： 消費財メーカー

概要 要： パネルデータをクライアントの要望に応じてダッシュボード化
内容 容： 各種 BI ツール (Tableau、DOMO、PowerBI) を用いて、分析環境を作成。

データの種類： パネルデータ





制度

評価制度・教育制度



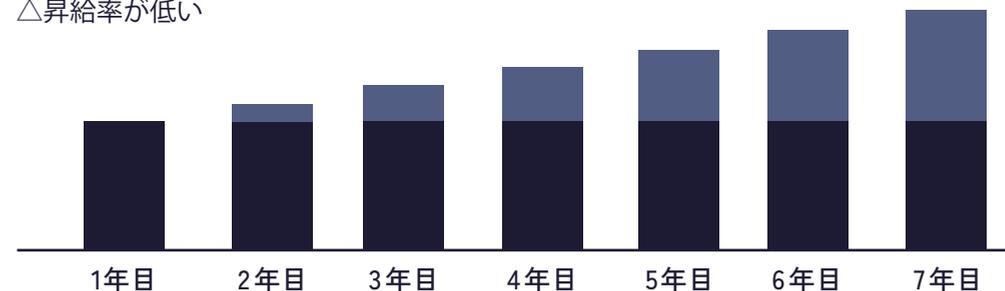
透明性が高い 単価連動型評価制度

分析屋は顧客単価に合わせて給与が上がる
単価連動型評価制度。頑張りがダイレクトに反映され、
年次に関係なく給与を上げていくことができます。
単価も公開し透明性高く評価するので納得度も高いです。

単価が下がれば給与も下がる仕組みではありますが、
単価は実力が反映された数字なので
そうそう下がることはありません。またデータ分析市場は
市場価値が上がっている途中なので、
単価も全体的に上昇傾向にあります。

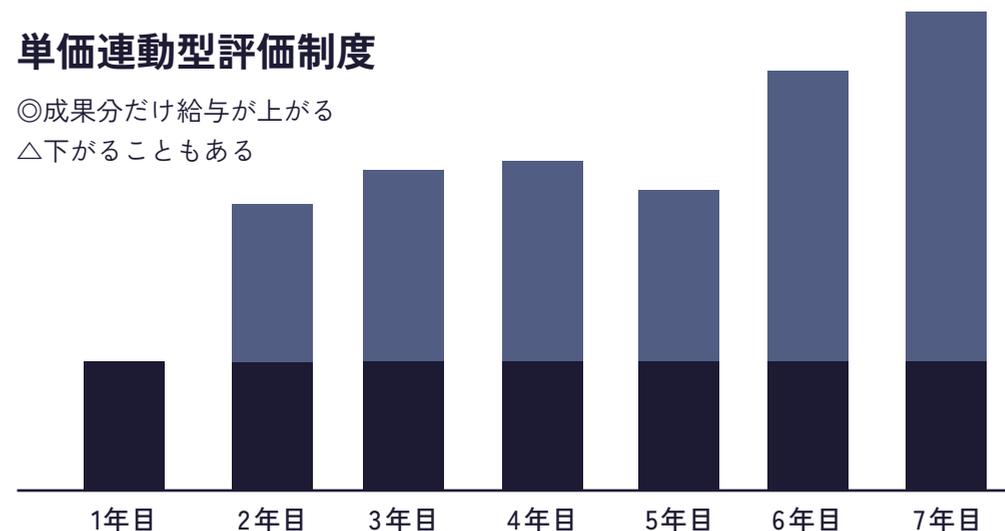
年次昇給型評価制度

◎毎年同率で給与が上がっていく
△昇給率が低い



単価連動型評価制度

◎成果分だけ給与が上がる
△下がることもある





分析屋の年間平均昇給率

13.45%

(2024年度実績)

市場・同業他社と比較しても高い昇給率をキープしています。
分析屋のデータサイエンティストが評価されている証拠です。

同業他社の場合、入社時の給与がその後なかなか上がらない実態もあります。
同じ単価連動型評価制度でも、多角的にビジネスを広げている会社だと
儲からない部門の補填が必要になり昇給率が低くなる傾向もあります。

企業規模別の平均昇給額・昇給率

	大企業		中小企業	
	2024年	2023年	2024年	2023年
昇給率	5.58%	3.88%	3.92%	2.94%
昇給額	19,480円	13,122円	10,420円	7,864円

企業規模別の平均昇給額・昇給率

業種	平均昇給率 (%)	平均昇給額 (円)
鉱業・採石業・砂利採取業	5.9	14,616
建設業	4.3	15,283
製造業	4.4	13,262
電気・ガス・熱供給・水道業	4.3	14,619
情報通信業	4.3	14,989
運輸業・郵便業	3.2	9,030
卸売業・小売業	4.3	11,922
金融業・保険業	4.6	15,465
不動産業・物品賃貸業	4	12,554
学術研究・専門技術サービス業	4.4	14,772
宿泊業・飲食サービス業	3.7	9,654
生活関連サービス業・娯楽業	3.2	8,543
教育・学習支援業	2.7	7,176
医療・福祉	2.5	6,876
サービス業	3.2	7,353



給与・福利厚生

給与体系

給与＝基本給＋稼働手当＋その他手当
(初年度年収300～600万円程度)

※前職の経験・スキルを考慮

その他手当

- 通勤手当 月上限3万円
- 時間外勤務手当
- ※1分単位で残業代を支給(固定残業ナシ)
- 休日勤務手当
- 深夜勤務手当
- 組織貢献手当(教育・採用・部門運営など)

給与体系

- 昇給：年2回 ※全社平均昇給率13.45%
- 賞与：業績賞与のため業績により支給
- ※入社2年目以降の社員

休日体系

- 完全週休2日制(土日)
- 祝日
- 創立記念日(8月15日)
- 年末年始休暇
- 年次有給休暇
- 慶弔休暇
- 産前・産後休暇
- 育児休暇

その他

- 経産省健康優良法人(中小規模法人部門)認定(5年連続)
- 労働衛生委員会実施 ※毎月残業時間の管理を実施・各上長へ指導の徹底
- 私服勤務OK ※プロジェクトによる
- 社内交流 社内SNS/社内懇親会(全額会社負担)
- 健康経営イベント 登山、ウォーキング、ボルダリングなど
- コミュニケーションイベント お花見、湘南BBQ、全社懇親会など





社内研修

入社時だけでなく 入社した後まで 充実した研修

研修もありつつ、
自学自習の時間をしっかり確保できるワークライフバランスと、
学んだ知識をシェアするのが好きな仲間たち。
学びたい欲求を満たす最適な環境です。

入社時研修

入社後1～2ヵ月間、現在お持ちのスキルに応じた研修プログラムをご用意しています

1 Excel 研修

「関数 / ピボットテーブル集計」「グラフ作成」等データ集計や
チャート作成業務を想定した研修

2 SQL 研修

DB からデータ抽出・加工するだけでなく、顧客からの指示を
想定したシミュレーション課題等業務を想定した研修

3 Tableau 研修

グラフ化やデータ分析、ダッシュボード作成課題等、データ
の可視化業務を想定した研修

4 Python 研修

Python の基本的な使い方から、データ加工・分析・機械学習の
業務を想定した研修

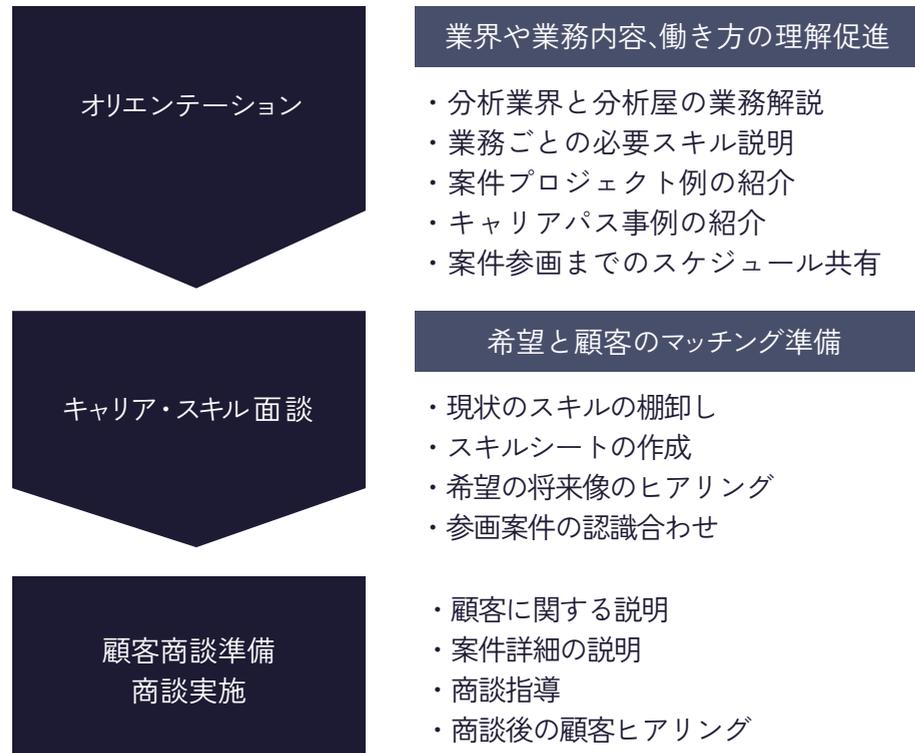
その他研修

- ・セキュリティ研修
- ・コンプライアンス研修
- ・管理職メンタルヘルス研修 ※管理職対象
- ・個人情報保護研修
- ・メンタルヘルス研修
- ・部門研修 (マーケティング / Python / SAS / 統計 等)



入社後～案件参画までの流れ

入社後1～2ヵ月間、研修と並行して案件参画の準備を進めていきます。
部門上長・営業担当があなたのキャリアを全力サポートします。



最初に参画いただく案件として多い事例

① 分析に不可欠な「データベース」の理解を深める

SQLを使ったエンジニアリング案件

- データ基盤、データベース構築
- データ抽出、データ加工(整形)
- データ集計
- ほか BI ツールとの連携

② データ分析のトレンド言語に慣れ親しむ

Pythonを使った記述を学ぶ案件

- データ収集(スクレイピング等)
- データ抽出、データ加工、集計
- データ可視化 ・テスト、検定
- シミュレーションの最適化

③ データ分析を導入するための1stステップ

DX支援、BIダッシュボード設定設計

- データ処理作業の自動化、効率化
- データ基盤構築
- データ基盤構築後のデータの可視化
- ダッシュボード設計、設定、作成



おもてなしの学校 必要スキルを逆算した 30のオリジナル講座

ビジネス全般に必要な一般的な知識だけでなく、
ソフトスキル・メタスキルといった
「おもてなし」に必要な要素を逆算して
研修化していています。

「おもてなし」は創業当初から行動指針にすえていましたが、
2024年に「おもてなし」を正式にMVVに制定。
おもてなし育成に力を入れていくことを決め、
研修内容を新設していくことになりました。
すでに実施されている研修も多くあります。

社会人基礎	目標管理
	マナー
	チームワーク
	おもてなし
	会社概要
ハードスキル	営業
	会計
	人事
	法務
	IT基礎
	PJ推進
	マーケティング
	セールス
	戦略立案
	事業計画

ソフトスキル	コミュニケーション
	PDCA
	プレゼンテーション
	1 on 1
	リーダーシップ
	マネジメント
	EQ
メタスキル	インテグリティ
	コーチング
	キャリア論
	問題解決
	クリティカルシンキング
ロジカルシンキング	
判断力	

※今後も随時追加予定



おもてなし力を高める研修、 続々追加中

一般的な研修だけでは高めることができない「おもてなし力」を高めるために有効な研修を続々追加しています。

「おもてなしの学校」作り、いっしょに取り組んでいただけませんか。

相手の「言葉にされていないニーズをも汲み取り先んじて動く」

”おもてなし”を体現できるようになるためには、EQやメタスキルなど抽象的なスキルの育成が必須になります。

分析屋ではそういったスキルの養成を重要視しています。



マインドフルネス サブスクサービス「MELON」を導入
MELONは『Forbes JAPAN』次世代インパクトスタートアップ30社に選ばれています



ボトムアップで取得している、本質的な「健康経営優良法人認定」

全企業中 0.6% 「健康経営優良法人認定」とは

経済産業省は 2016 年より、「健康経営優良法人認定」制度を運用しています。この制度は、「従業員の健康管理を経営的な視点で考え、戦略的に取り組んでいる企業」を見える化し、社会的な評価を高めることを目的としています。近年、人的資本経営の潮流もあり、こうした取り組みを進める企業が増えつつあります。

しかし、2024 年時点でこの認定を取得している企業は、日本全体の約 0.6%。まだまだ少数派の制度であり、継続的な取り組みが求められる認定でもあります。その中で、分析屋は 2020 年より連続して認定を取得しています。

社長の指示ではなく、社内有志で取り組んでいる健康経営

一般的に、こうした認定は社長や経営陣の指示のもと、全社的な取り組みとしてスタートすることが多いものです。しかし、分析屋の場合は異なります。健康経営認定の取得は、社長の意向ではなく、社員の有志活動によって実現しているのです。

社内には 14 名の健康経営チームが存在し、健康をテーマにした社内報の発行や健康診断の受診促進など、さまざまな取り組みを自主的に実施。

分析屋はもともとライフサイエンス領域からスタートした企業であり、案件の中には「未病」に関するデータ分析活動も含まれていました。この活動を通じて健康経営優良法人認定の存在を知り、試しに申請したことが取得のきっかけとなりました。そのため、社内には「健康」に対する意識が自然と根付いており、社員自身が健康について考え、行動する文化が育まれていました。認定取得を目的としたのではなく、社員が主体的に健康を考え、社内での実践を重ねた結果として、毎年認定を受ける形になっています。仮に認定を取得できなかったとしても、それは「健康について見直すチャンス」と捉えています。

健康は「おもてなし」を発揮するための基盤

分析屋の健康経営の取り組みは、外部からも評価されています。藤沢市からは、健康経営を推進する企業のモデルケースとして感謝状をいただきました。経済産業省の認定だけでなく、地域社会においても健康経営の重要性を伝える存在となっています。

また、健康経営優良法人の認定は、単年度で終わるものではなく、毎年審査を受ける必要があります。分析屋では、「毎年取得するための努力」ではなく、「健康に興味関心があり、社員同士で高め合うための施策」を自然に行うことで、結果的に継続的な取得につながっています。

分析屋が掲げる「おもてなし分析」は、クライアントの負担を最小限に抑え、最適なデータ活用をサポートすることを目的としています。しかし、「おもてなし」の精神は、提供する側に余裕がなければ発揮できません。その基盤となっているのが、社員主体の健康経営チームの存在です。

人的資本の開示が重要視される今、多くの企業が健康経営に力を入れています。しかし、分析屋の取り組みは、認定のための活動ではなく、社員が自発的に考え、行動する環境が根付いている点が大きな特徴です。健康を軸にした社員の意識が、組織の強さにつながり、結果として社会的な評価にもつながっているのです。



01 メッセージ

02 カルチャー

03 働く環境

04 分析屋メンバーの声

05 補足

06 最後に



SEからの転身

自分の判断で仕事できるから、 深掘りの効いた本質的な仕事を楽しめる

K.N / 2017年 中途入社

システムエンジニアからデータ分析の世界に飛び込みました。転職の理由は「もっとクライアントに深く関わりたい」と思ったから。システム開発の場合、プロジェクトが終わるとすぐ次の案件に移らなければならないため、それが叶わなかったんです。データ分析はビジネス作りなので関係が長く続いていきます。そして、本当に役立つ提案をするには、数字の裏にある背景やクライアントの意図を深ぼって理解することが必要になります。そこにやりがいを感じています。分析屋は自分の判断で仕事させてくれるので、データ以外のことも深ぼる時間が取れ、本質的な仕事ができる点が良いですね。

[> インタビュー詳細はこちら（採用サイト「人を知る」）](#)



事業会社内データアナリストからの転身

公務員、事務職を経て、 データ分析の世界にキャリアチェンジ

H.I / 2024 年 中途入社

公務員や事業会社でのデータアナリストの経験を経て、
もっと自分のスキルを活かしてビジネスに直結する仕事がしたいと考え、
データ分析の道を本格的に歩み始めました。

分析屋を選んだ決め手は、面接で感じた「人柄や考え方を大切にする
姿勢」と、社員同士で学び合える環境。入社後も希望を尊重して案件を
任せてもらったことが大きなモチベーションになっています。

データアナリスト時代はデータが用意されているところからスタートでしたが、
今はデータ収集・整理の経験を積んでいます。アナリストの頃には見えてなかった
視点を獲得ことができ、本質的な成長を実感しています。

> [インタビュー詳細はこちら（採用サイト「人を知る」）](#)



未経験からの転身

販売員から念願のデータ分析専門の道へ 自発的な取り組みが評価された

S.N / 2023 年 中途入社

家電量販店の販売員として働いていた僕は、店の売上データを見ながら商品配置や販売方法を工夫することの面白さに気づきました。

ですが、職場ではデータを使った改善にリソースを割くことが出来ず、本格的にデータ分析に取り組みたいと考え転職を決意しました。

分析屋を選んだのは、未経験者にも門戸を開いていること、そして面接で「人柄や考え方」を重視してくれたからです。

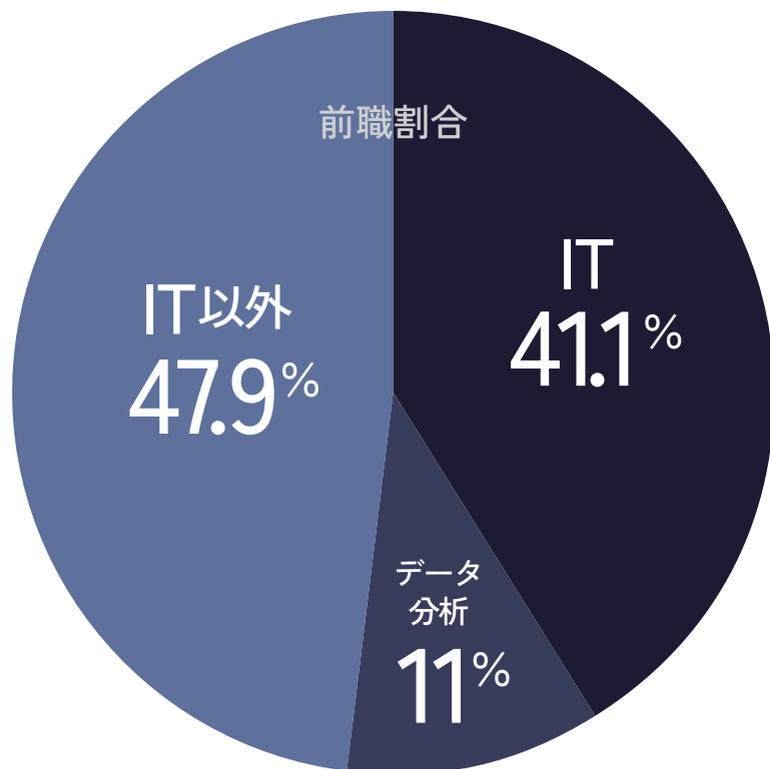
入社後は研修を通じて、Excel や SQL、Python などを基礎から学び、スムーズに実務へと進むことができました。

[> インタビュー詳細はこちら（採用サイト「人を知る」）](#)



バラエティ豊かな経歴 仲間同士から得られる知見も豊富

いわゆるIT系企業とは異なる、さまざまなバックグラウンドを持つ人財の集まり。
お互い教え合い学び合うのが楽しい、ビジネス知見の図書館です。



● IT SE (PLPM含む) 82% / 情シス・社内 SE 15% / その他 (インフラエンジニアなど) 3%

● データ分析 データアナリスト 52% / データエンジニア 26% / データサイエンティスト 22%

● IT以外 営業 14% / WEB マーケター 10% / 営業事務 7% / 個人事業主 5% / 品質管理 4%
 マーケター 3% / 総務 3% / カスタマーサポート 3% / 事務 3% / 商品企画 2%
 SEOコンサルタント 2% / 教員 2% / 臨床工学技士 2% / テクニカルサポート 2%
 PCインストラクター 2% / EC担当 2% / 生産管理 2% / 物流管理 / 設計 / 自動車整備士
 衛生管理 / 解析士 / エネルギーアナリスト / 取締役 / 事業企画 / コンサルタント
 採用コンサルタント / 経理 / 会計監査 / 税理士補助 / 英語指導員 / 塾講師 / 学習塾運営
 人事 / SNS コンサルタント / 広報 / WEBディレクター / ゲーム開発 PM / 制作AD
 店長 / ディーラー / バイヤー / フェーネラルプランナー / スポーツチーム運営 / テニスコーチ /
 看護師 / 機能訓練指導員 / 入国管理 / 地籍調査 / プログーマー / 作曲家 / ギタリスト / 自衛隊員

【学歴】 大学院卒・大学卒(中退も含む)・短期大学・専門学校・高卒

【前職雇用形態】 正社員・契約社員・業務委託・派遣・アルバイト・パート・フリーランス



- 01 メッセージ
- 02 カルチャー
- 03 働く環境
- 04 分析屋メンバーの声
- 05 補足**
- 06 最後に



お役立ち記事

転職を考えるにあたって参考になりそうな記事です。(選考にあたり事前に読まれてなくても採用に影響はございません)

>分析屋メンバーの技術知見に対する食欲さ・広さがわかります「技術ブログ」



note

https://note.com/bunsekiya_tech

>本資料に記載のない参考情報がたくさんあります「Wantedlyストーリー」



Wantedly

https://www.wantedly.com/companies/company_9153866/stories



Q&A

求職者のみなさまからのご質問についての回答集になります。ご参照ください。

働き方・労働環境について

Q：勤務地とリモート率について教えてください。

A：顧客企業の所在地は 23 区内。新宿・渋谷・銀座・丸の内・日本橋・横浜・川崎などを中心とした東京・神奈川県内の各プロジェクト先です。

現状、リモート率は 80% ほど（フルリモートおよび一部リモート）、フル出社は 20% になります。

◎ 分析屋としては効率よく仕事ができるリモート勤務を肯定していますが、「出社できる前提」でいてください。

リモート勤務ができるかどうかは顧客企業の事情によってくるため、事情が変われば出社に切り替わる可能性がある旨、ご承知おきください。

Q：未経験のスキル（Python、Tableau）は時間をかけて研修を行っていただきたいのですが、実際のどの程度調整できますか？

A：基本的に入社時研修は 1~2 か月程度で案件が決まり次第、そちらが優先されます。未経験スキルの研修を引き続き受けたいということであれば、案件参画後、教育チームに依頼し自己学習として受けていただくことは可能です。

**Q：案件の期間・体制について教えてください。**

A：体制は1~2名で参画する案件が多く、多くて5名ぐらいです。

案件期間は短くて半年、長くて1年半から2年くらい。長い人だと5年ほどの方もいらっしゃいます。

契約時の業務内容以上のことを任せてもらえる案件では同PJ内で業務の幅が広がってきますが、

ジョブ型でアサインされる場合は案件を変えていくことで業務の幅を広げていきます。

評価・給与について**Q：昇給の査定基準について教えてください。**

A：剣コース：

- ①固定給＝基本給＋能力給：部門ごとに技術スキル評価項目が決まっておりその評価は役職に反映され、役職ごとに金額が決まります。
- ②稼働手当：月単価に応じます。
- ③組織貢献手当：社員の教育活動・研修企画などの社内技術還元活動の評価に応じます。

B：将コース：

- ①固定給＝基本給：案件業務におけるスキル評価＋会社貢献業務の成果の評価が役職に反映され、役職ごとに金額が決まる
- ②稼働手当：月単価に応じる
- ③組織貢献手当：社員の教育活動・研修企画などの社内技術還元活動の評価に応じる

評価については、半年に一度部将以上の全社員が集まる評価会議でその成果が評価。

分析屋では、自己評価の内容もその評価会議で話し合われる対象となるため、比較的評価されやすい環境です。



Q：分析屋の平均年収について教えてください。

◆データ分析人材の平均年収（受託含む）

平均年収（賞与込み）：417.7 万円 平均年収（賞与なし）：399.6 万円

◆全社員の平均年収

平均年収（賞与込み）：433.1 万円 平均年収（賞与なし）：411.9 万円 ※2024 年 5 月時点

福利厚生について

Q：出産支援・子育て支援はありますか。

A：令和 5 年 4 月 1 日以降の出産の場合 出産育児一時金

女性被保険者の出産 or 被扶養者である家族の出産 法定給付は 500,000 円となり、1 出産育児一時金付加金 100,000 円

<https://www.tjk.gr.jp/insurance/birth/procedure#:~:text=%E3%83%BB%E4%BB%A4%E5%92%8C4%E5%B9%B41,%E5%86%86%E5%BC%89%E3%82%92%E6%94%AF%E7%B5%A6%E3%81%97%E3%81%BE%E3%81%99%E3%80%82>

Q：子ども手当はありますか。

A：満 18 歳未満の子一人につき 1 万円支給／月



Q：資格取得支援はありますか。

対象試験に合格された場合、受験料を支給いたします。

<全社共通>

【 対象 】

● 統計検定 <https://www.toukei-kentei.jp/about/>

1級 / 準1級 / 2級 / 3級 / 4級

統計調査士 / 専門統計調査士 / データサイエンス基礎 (DS 基礎) / データサイエンス発展 (DS 発展) / データサイエンスエキスパート (DS エキスパート)

● 情報処理技術者試験 https://www.jitec.ipa.go.jp/1_11seido/seido_gaiyo.html

※試験区分：基本情報技術者試験

● データサイエンティスト検定™リテラシーレベル (DS 検定™ ★) <https://www.datascientist.or.jp/dskentei/>

その他、30 前後の<部門推奨>資格がございます。詳細はお問い合わせください。

Q：保養所・施設などはありますか。

A：加盟している「TJK (東京都情報サービス産業健康保険組合)」の保養所・施設が利用可能です。

■保養所：ホテルオークラ東京ベイ、アルペンドルフ白樺、有馬温泉兆楽、ヒルトン沖縄 (夏季限定) 他

<https://www.tjk.gr.jp/resort>

■運動施設：成田運動場 (ゴルフ場)、横浜ジョイナスフットサルコート→フットサルイベントで使用、他

<https://www.tjk.gr.jp/services/facilities>

■レジャー：ディズニーチケット 3000 円 OFF、大江戸温泉物語入場料 1500 円 OFF、タイムズカーシェア月額基本料 2 か月無料 & カード発行料 (1650 円) 無料



キャリアアップについて

Q：未経験・微経験で活躍している人の特徴を教えてください。

A：①努力する人。仕事のために自主学習を欠かさない人は、仕事でも任された+αの仕事をしています。

②課題解決力が高い人。言い換えると、課題を発見して行動に起こせる人。何事も批判的な視点を持ち、提案や提言ができる人は、案件業務でも社内業務でも頼りにされる傾向があります。

Q：おすすめの学習内容はありますか。

A：

(1)SQL ・スッキリわかる SQL 入門：<https://qr.paps.jp/3FjPB> ・データサイエンス 100 本ノック：<https://tinyurl.com/tkvbke3f>

DB からのデータ抽出の流れを理解するための学習（ファネル分析など、WEB 学習サイトを使うと良いです） データの型、テーブル結合の仕方、ファネルなど

・動画学習サイト：<https://prog-8.com/courses/sql>

(2)Python ・Python3 エンジニア認定データ分析試験の内容

(3) コンピューターサイエンス ・Recursion：<https://recursionist.io/>

初級なら無料で、データ構造を学びながら問題を解いていくのですが、結構難易度が高かったり、解けないと次に進めないようなシステムなので強制的に鍛えることができるかも。コンピュータサイエンスを学んでいたことで、データ型やロジックの部分にあまり抵抗が軽減される。

ロジックを考える力を事前に鍛えられていると良い。

(4) データ分析・データサイエンス基礎 ・データサイエンティスト検定リテラシーレベル（データ分析に携わる上で必要な基礎的な知識が学べると思います）

(5) その他 ・Google クラウド使用頻度が多いため BigQuel（検索いただくとお試し版があるので是非やってみてください）



社風・その他について

Q：社員の雰囲気について教えてください。

A： 代表の人柄としては、心理的安全性を大事にしている方。社員の意見を否定することなく受け入れてくれる。
社員もそのマインドを尊敬しているので、同じような人柄が多いです。面倒見の良い人も多いです。

Q：社員の前職は、やはり IT 系エンジニアが多いですか？

A： 中途社員をベースとすると、IT エンジニア経験者がおおよそ 7 割、異業種からの転職が 3 割ほどです。
IT エンジニア経験者の方には、データエンジニア経験者の他、SE、開発エンジニア、インフラエンジニアなどの方がいらっしゃいます。
異業種から転職された方の中には、レストランの料理人、塾講師、ドラッグストアの店長など、様々なバックグラウンドの方がいらっしゃいます。



- 01 メッセージ
- 02 カルチャー
- 03 働く環境
- 04 分析屋メンバーの声
- 05 補足
- 06 最後に**



あたらしい時代の あたらしい仕事には、 あたらしい環境と あたらしい人が必要です

いまの労働環境に違和感を感じている人こそ、
次の時代を創るあたらしい人。
右記共感できる人は是非分析屋の門を叩いてください。
分析屋が求めるのは職業人ではなく、
人間らしさに立脚したデータサイエンティストです。

● なりたい自分を職種で語ることに違和感

そもそも職種よりも前に「自分を発揮」できるかどうかに関心がある。
職種に縛られ、専門知識・スキルを提供するだけのロボットにはなりたくない。

● 「いいからやれ」の世界から脱出したい

考える前に行動しろ、ではなく、考えて行動した結果を次につなげたい。
いままでのやり方の継続・他社成功例の安易な模倣ではなく、ちゃんと考えたい。

● 手段が目的になっている仕事で消耗したくない

投資した労力がどう成果につながるのか明確でない仕事に時間を使いたくない。
ゴールなく無尽蔵に時間をつぎ込む仕事に人生を奪われたくない。

● もっとみんな肩肘張らず、うまくやればいいのに、と思う

それぞれがそれぞれの立場の主張をし、一向にまとまらない状況に違和感。
専門用語・マウンティングを捨て、普通の言葉・腹を割って話せばいいのにと思う。

● なるべくやりがいを感じられる仕事をしたい ただそれだけ

自分という人間がなにかに貢献できた、という実感を得たい。
職種で選ばれるのではなく、人間で選ばれる仕事がしたい。



CULTURE DECK 2025/02 UPDATE