

*Dataに命を吹き込む*

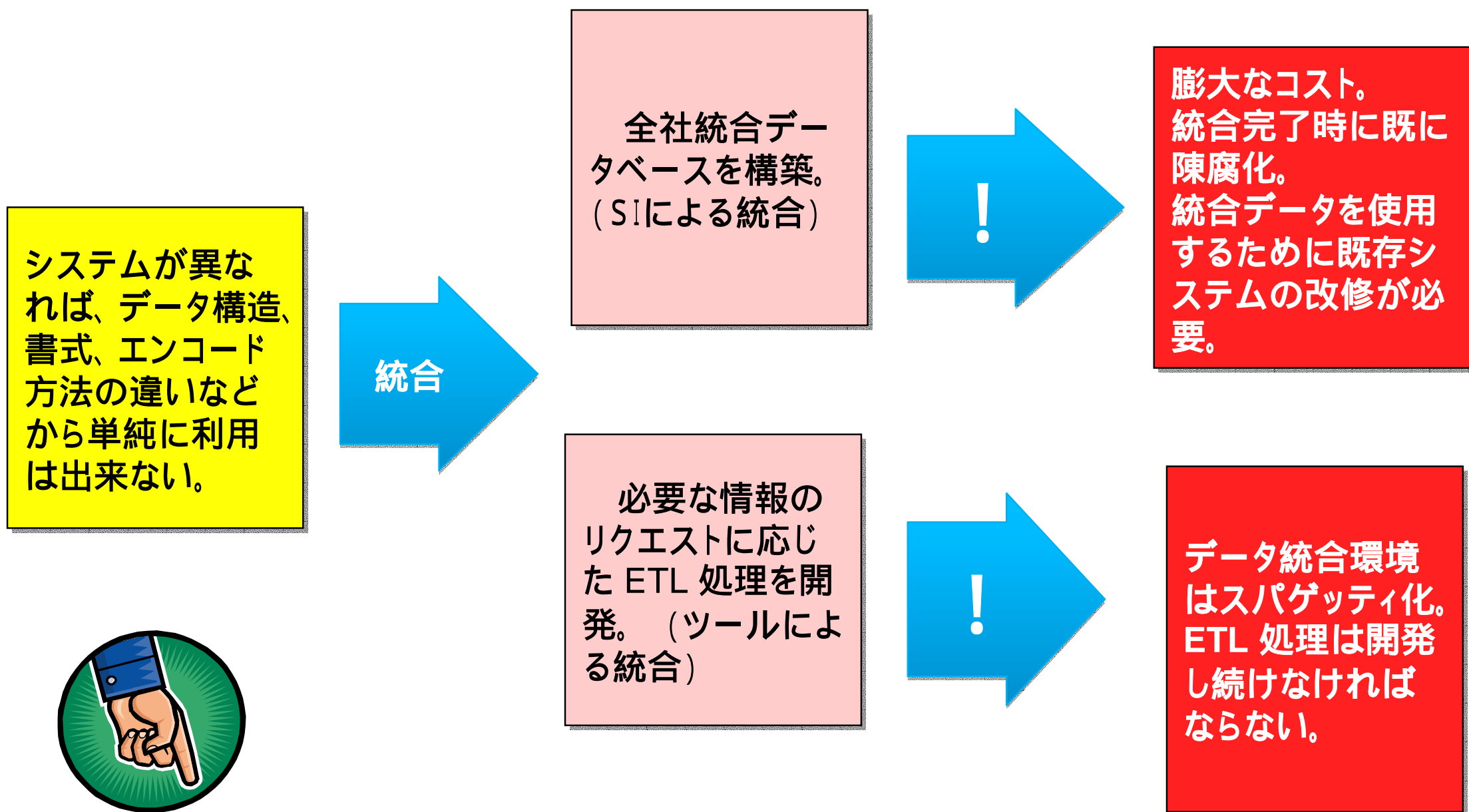
**AGRA**

**アグラ 株式会社**

# 1. 会社概要

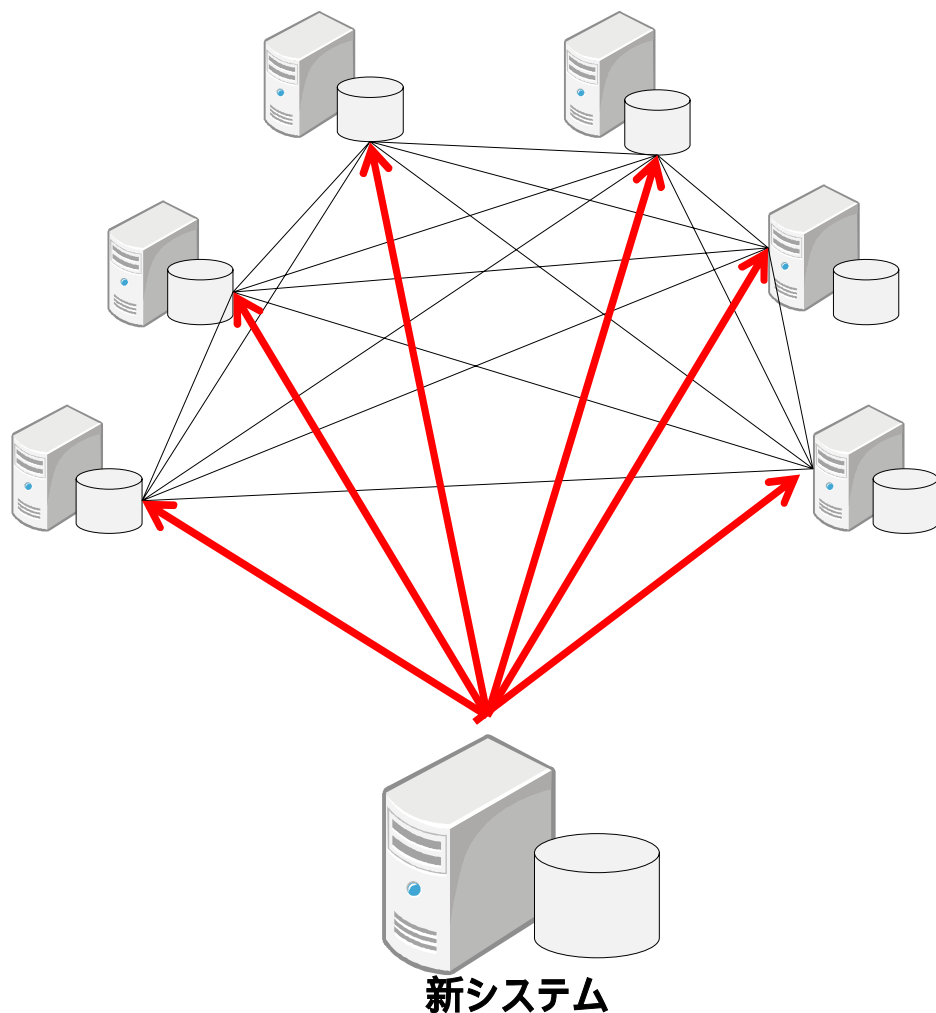
1. 会社名                    アグラ株式会社
2. 代表者                   丹下博詞
3. 本社                    〒150-0002 東京都渋谷区渋谷1-8-3 渋谷安田ビル6F
4. 設立                    2008年3月
5. 資本金                   100,000,000円
6. 株主                    Seed technology capital partners 等
7. 事業内容                パッケージソフトの開発、販売、教育、保守、コンサルティング
8. 主な取引先              大阪ガス、 サノフィアベンティス
9. 代表電話                03-6419-1166
10. お問い合わせ         [contact@agra-japan.com](mailto:contact@agra-japan.com)

## 2 . AGRA 概要

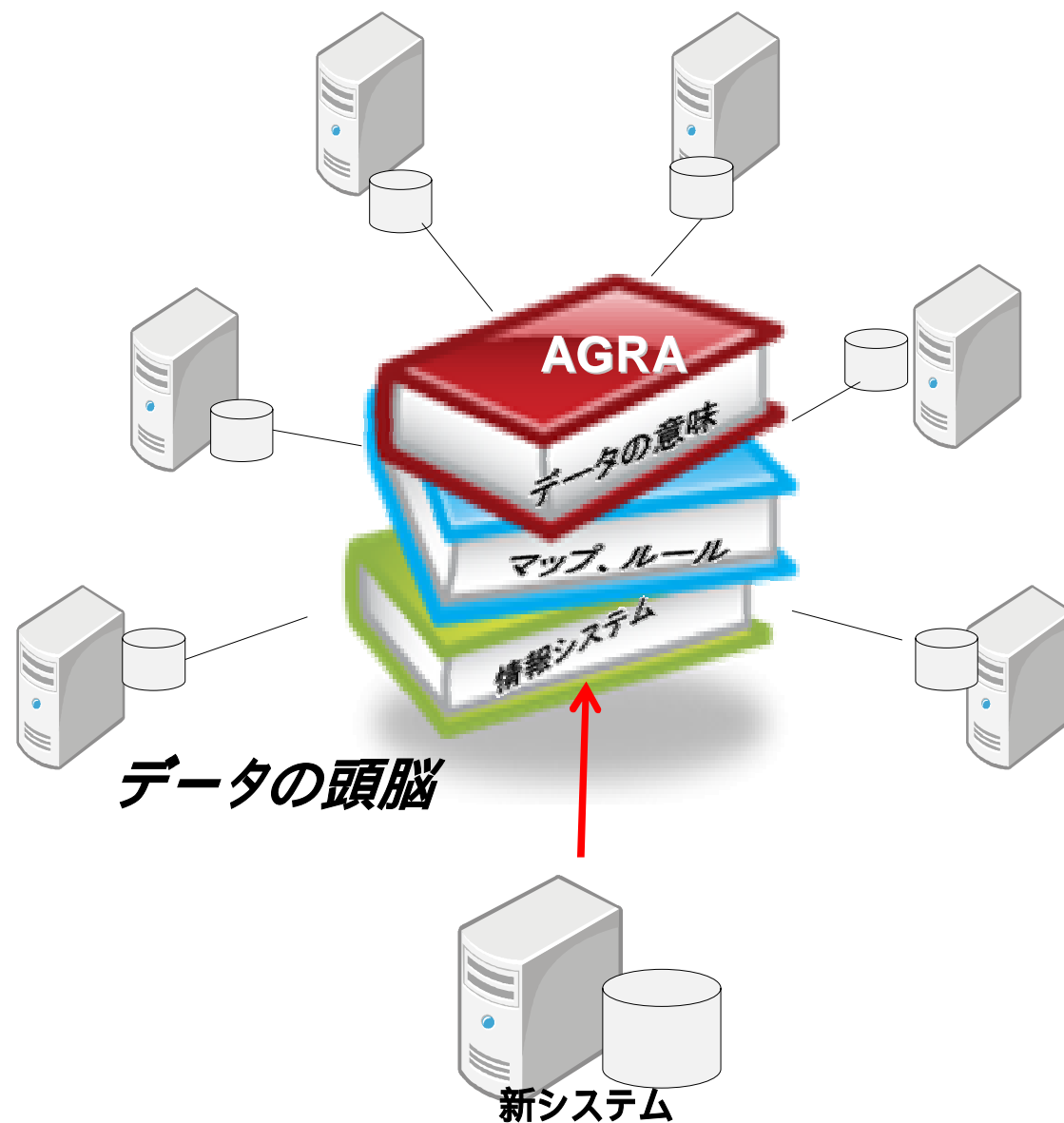


**経営速度が加速化し、変化し続ける中で、データ統合が追い付かない。**

従来のプログラムでデータをつなぐ場合  
マスタとマスタを複数のプログラムでつなぐ



**AGRA**  
各マスタデータをルールで一元管理



## 3 . AGRAの用途

# ずばり M&A、統廃合対策！！ 様々なデータのセマンティック統合

グローバル業界大再編時代へ突入

パナソニック/サンヨー、 キリン/サントリー(?) 日立、  
自動車、部品メーカー 部門の統廃合の連続

例えば、経営者は、集中購買を徹底をする。

しかしシステムの統合は追いつくのか

購買システムは統合した。でも肝心のデーター統合は？

代表的な部品は統合できている でもそれは全体の何割？

部品の統一番号はつけた。しかしそれで同一なもの同士が完全に把握できている？

また新たに、統廃合が始まったら？ その変化に耐えられるか？

**更にAGRAは、番号だけでなく、スペックでの検索を行います。**



## ■ 製造業

- グローバル資材調達システム
- 設計変更による代替品、廃棄品の損害把握システム
- 在庫管理システム
- 薬品のマスタ管理システム

## ■ 金融

- 金融商品の営業支援システム
- 保険契約管理システム

## ■ 共通

- 販売管理システム
- 経営管理システム
- 営業管理システム CRMソフトとして
- 人事システム

**多くの業種でマスタ統合が必要になる！！**

## 4 . 統合の技術的課題

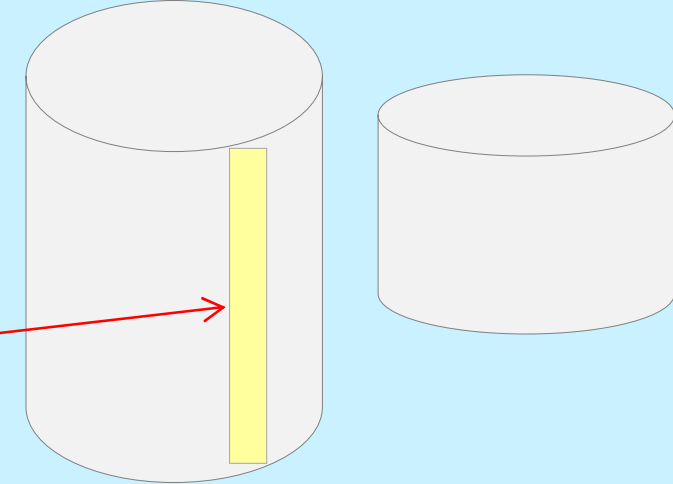
顧客企業別の各種業態商品の未収売上データを管理するためのデータマートが欲しい。。。

- データ構造の違い
  - ドメイン、モデル
  - データベース名、ファイル名、テーブル名
  - 項目名、データ型
- データシンタックスの違い
  - 数値データの単位
  - 非数量データのエンコード値
  - データのフォーマット

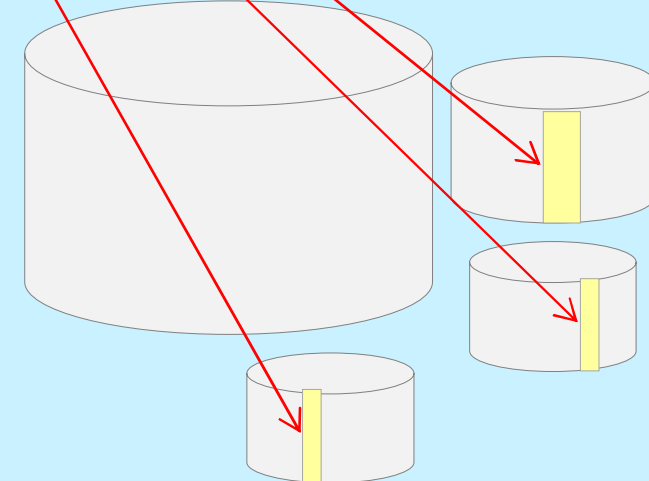


ばらばらなマスタに対する統合検索は難しい。

## A業態用管理システム



## B業態用システム



## 5 . VIP顧客選定デモ

〔シナリオ - VIP顧客の選定〕

ホテルグループでは、前期の宿泊実績が低下してきたため、「各ホテル毎に対前期比30%増の宿泊実績の達成」という営業目標が設定されました。

ホテルグループの企画室室長のAさんは目標達成のための拡販戦略を1週間以内に策定するよう、Bさんに依頼しました。

Bさんは、最近に導入されたBIツールを利用して、「ターゲットとなる顧客層 (VIP顧客)」を選定することにしました。

Bさんはセールスターゲットについて、以下のような仮説を立てました。

最近のホテル顧客は旅行代理店のサイトや、格安サイトから予約して、宿泊されることが多い。

宿泊回数はホテルに落としている金額と相関は思ったほど高くない。

そこで、ホテルに「**過去1年間**」で金額に換算して「**50万円以上**」宿泊利用している、「**ホテル会員カードのメンバー**」をターゲットにしようと考えました。

Bさんはこれらの条件に合致する顧客をBIツールで選定することにしました。

Agara Search

**AGRA**  
Semantic Enterprise Query

ようこそ、山田太郎さん

年間 50万円以上 メンバー

shot!

**定義:**  
お客様が先月末から過去1年間の期間に委託業者が開設しているインターネット予約サイトを利用して宿泊予約を行った回数。

検索候補の表示

**宿泊実績**  
宿泊実績に関するデータ  
別名称: 宿実、実績...  
マッピングプロパティ: 年間利用額、初回利用日...

**外貨利用実績**  
外貨利用実績に関するデータ  
別名称: 宿実、実績...  
マッピングプロパティ: 年間利用額、ホテル種別

**宴会利用実績**  
宴会利用実績に関するデータ  
別名称: なし  
マッピングプロパティ: 宴会利用年額、ホテル種別

**カード利用実績**  
カード利用実績に関するデータ  
別名称: 宿実、実績...  
マッピングプロパティ: 年間利用額、ホテル種別

**クレーム対応実績**  
クレーム対応実績に関するデータ  
別名称: なし  
マッピングプロパティ:

1 2 >> 次^

普段ビジネスで使用している文言(キーワード)を入力

キーワードに関連する情報が表示され、各々の定義を確認することができる

Agra Search

**AGRA**  
Semantic Enterprise Query

ようこそ、山田太郎さん

年間 50万円以上 メンバー **shot!**

年間 50万円以上 メンバー <<戻る

**検索候補の表示**

**宿泊実績**  
宿泊実績に関するデータ  
別名称: 宿実、実績...  
マッピングプロパティ: 年間利用額、初回利用日...

**宴会利用実績**  
宴会利用実績に関するデータ  
別名称: なし  
マッピングプロパティ: 宴会利用年額、ホテル種別

**カード利用実績**  
カード利用実績に関するデータ  
別名称: 宿実、実績...  
マッピングプロパティ: 年間利用額、ホテル種別

**定義:**  
当ホテルグループの各ホテルのグレード。ラグジュアリー（高級価格帯）、アップスケール（上級価格帯）、ミッドプライス（中級価格帯）がある。

【年間】に関する情報  
・**ホテル種別** ・利用回数 ・宿泊日数

【50万円以上】に関する情報  
・利用額 ・外貨建て受領額 ・カード利用金額  
・滞納金額 ・未払金額 ・カード使用金額  
・利用金額

【メンバー】に関する情報  
・会員名 ・会員種別 ・会員コード  
・性別

Bさんは、はじめに各ホテルブランド毎の結果を知りたいと考えた  
そこで、関連する用語（今回はホテル種別）を選択する

検索結果が絞り込まれる

Agra Search

**AGRA**  
Semantic Enterprise Query

ようこそ、山田太郎さん

shot!

年間 50万円以上 メンバー

年間 50万円以上 メンバー

検索候補の表示

**宿泊実績**  
宿泊実績に関するデータ  
別名称: 宿実、実績...  
マッピングプロパティ: 年間利用額、初回利用日...

**宴会利用実績**  
宴会利用実績に関するデータ  
別名称: なし  
マッピングプロパティ: 宴会利用年額、ホテル種別

**【年間】に関連する**

- ・[利用額](#) ・[初回利用日](#)
- ・[最終利用日](#)
- ・[ホテル種別](#) ・[利用回数](#) ・[宿泊日数](#)

**【50万円以上】に関連する情報**

- ・[利用額](#) ・[外貨建て受領額](#)
- ・[利用金額](#)

**【メンバー】に関連する情報**

- ・[会員名](#) ・[会員種別](#) ・[会員コード](#)
- ・[性別](#)

**定義:**  
お客様が昨年1年間に利用しお支払頂いた税金を含まない客室使用料。この金額にはルームサービス等の客室使用料以外の金額は含まないが、客室使用料に加算したサービス料金は含む。

さらに、「利用額」による絞り込みを行う

検索結果がさらに絞り込まれる

AGRA Result : (宿泊実績データより)

**AGRA**  
Semantic Enterprise Query

[ログアウト](#)

年間 50万円以上 メンバー shot!

《過去に使用したキーワード》 [<<戻る](#)

**検索結果:**

会員種別	性別	ホテル種別	宿泊回数	宿泊日数	利用額	初回利用日	最終利用日
個人	男	ラグジュアリー	4	11	528,900円	2007/11/4	2008/10/15
個人	男	ミッドプライス	66	84	845,349円	2006/12/1	2008/4/8
個人	男	アップスケール	24	30	789,240円	2008/1/4	2008/9/22
個人	女	ラグジュアリー	10	12	600,823円	2005/10/9	2008/3/19
個人	男	ミッドプライス	9	29	894,104円	2006/3/15	2008/6/19
個人	男	ラグジュアリー	10	12	1,250,344円	2004/9/3	2008/10/1
個人	女	アップスケール	6	11	599,016円	2006/8/1	2008/11/1
個人	男	アップスケール	5	13	695,004円	2004/3/22	2008/9/8
個人	男	ラグジュアリー	4	16	802,559円	2005/2/11	2008/4/1
個人	男	ラグジュアリー	3	10	510,236円	2007/12/5	2008/9/11

## 6 . ま と め

## 1. 物理的な統合を必要としない

バラバラの構造化データのままで自由な検索を可能にし、物理統合の膨大なコストを省きます。

## 2. データの意味の違いを吸収する

AGRA は高度なメタデータのオントロジー管理エンジンによりデータの意味の違いを吸収します。これは、部門間の用語の意味の違いはもとより、言語、度量衡、単位の違いも認識します。

## 3. N対Nの統合と自由な検索

AGRA によりマスタは仮想的に統合された状態(連邦的な意味統合)となり、N 対 N でマスタが他のマスタと連携可能になっています。そのため、一般的なマスタ検索と違い、複数のマスタからスペック検索をするといった複雑な検索を自由に行うことが可能になります。

## 4. マスタの追加、変更が容易

一般的なデータ統合ツールは、データソースとターゲットの組み合わせのプログラムもしくは処理定義を要し、その量と複雑性は、時間とともに拡大し、メンテナンスが難しくなります。そのため、新たなマスタの追加・変更は困難になります。

AGRA はオントロジーでモノの本質からモデルを構築するため、既存のモデルに新たな追加・変更をした場合でも既存のマスタはほとんど影響を受けません。

## 5. 自分の普段使用している言葉で検索

AGRA は普段ビジネスで使っている言葉でデータを検索します。それが外国語であってもその言葉で検索します。

## 6. 構造化データを検索

AGRA の検索先は、企業内の文章データではなく、情報システムの中の構造化データです。企業内の文書データやファイルの検索エンジンとは一線を画します。

## 7. アドホックでオンデマンドな検索

AGRA は、ノンプログラムでデータ統合を実現するため、その上で稼働するアプリケーションは、自由度の高いアドホックな検索が可能です。

AGRA は、上記の特長から、さまざまなシステムに於いてそのコストを大幅に削減し、生産効率をあげることを可能にします。

**問合せ先**

**アグラ 株式会社  
代表取締役 丹下博詞**

**住所: 東京都渋谷区渋谷1-8-3 渋谷安田ビル6F**

**電話: 03-6419-1166**

**e-mail: [tange@agra-japan.com](mailto:tange@agra-japan.com)**