

MAXHUB

ナイスモバイル株式会社のご紹介



ITで会議DXを支援する

NIMO

ナイスモバイル株式会社

2026年3月19日更新

データで解き明かせ！成長企業に 「会食」や「ゴルフ」は本当に必要なのか？

泥臭い「営業のリアル」を、君のデータサイエンスで科学する。

札幌支店を舞台に、企業の次なる成長ドライバーを発見しよう。



VS

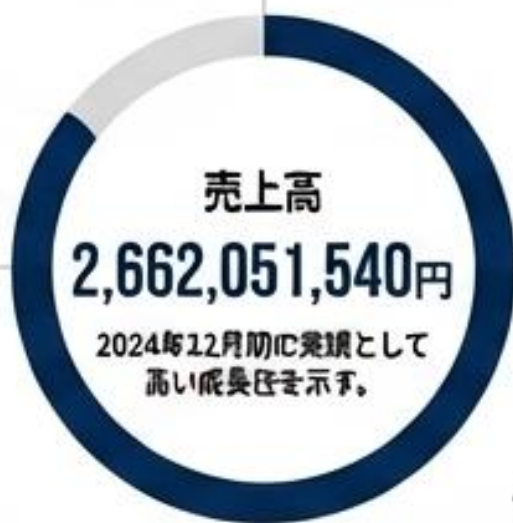


ナイスモバイルってどんな会社？ ～日本の「働く」を変える～

ITで働き方改革（会議DX）を支援する

売上高: 26.6億円（2024年12月期実績）
— 急成長を遂げる安定基盤

設立：2016年
資本金5,000万円を
額面とした密着経営。



代表者：高 学軍



国内民間企業向け電子黒板
販売台数 No.1

20,000

ネットワーク：
長野本社を起点に、
札幌ショールームを含む
全国11拠点を展開



売上高: 26.6億円（2024年12月期実績）
急成長を遂げる安定基盤

シェアNo.1を獲得した最先端デバイス企業。

しかし、その裏側にはデータサイエンティストの力を必要とする「リアルな課題」が潜んでいる。

業界No.1の悩み：「気合いと根性」の営業はもう限界？



Past (コロナ禍)

- ・ 市場の追い風による圧倒的急成長。
- ・ 「気合と根性」「先輩の経験則」だけで売上が作れた時代。

Present (FY2024~)

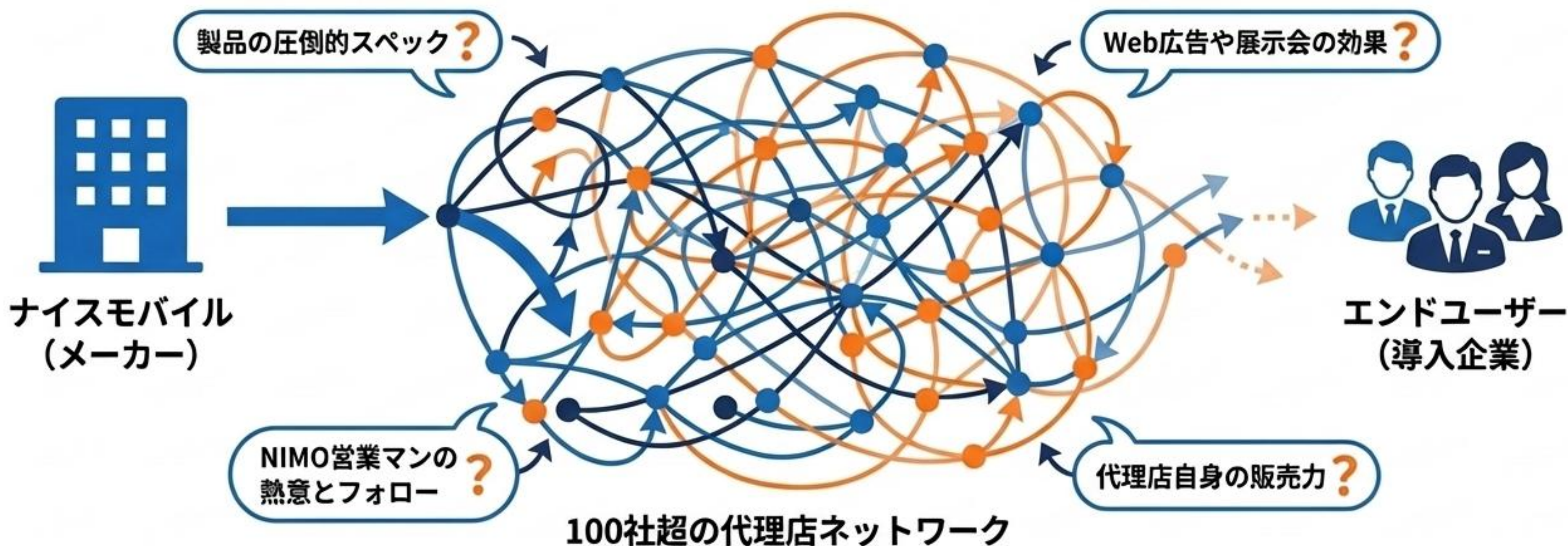
- ・ 市場環境の正常化、成長率の鈍化（踊り場）。
- ・ 「昔はこのやり方で売れた」という成功体験が通用しない。

Future: 次なる成長フェーズへ進むためには、個人の「カン」を脱却し、「データに基づいた科学的戦略」へのシフトが不可欠。

なぜ分析が必要？ 複雑すぎる「BtoBtoB」の迷宮

Fact: 当社とエンドユーザーの間には、100社を超える多種多様な代理店が存在する。

Problem: エンドユーザーがMAXHUBを購入した際、「結局、何が決め手で売れたのか？」が完全にブラックボックス化している。



君たちのミッション：ブラックボックスに光を当てろ！



1 特定せよ

散らばったデータを繋ぎ合わせ、売上の「本当の理由（因果関係）」を特定する。

2 数値化せよ

これまで「なんとなく重要そう」とされてきた泥臭い営業活動の貢献度を可視化する。

3 定説を疑え

R、Python、機械学習アルゴリズムを駆使し、ビジネスの「当たりの前」をひっくり返す。

教科書通りの綺麗なデータはない。ノイズだらけの「生データ」から真実を掘り起こせ。

武器（データ） その①：営業とマーケティングの全記録



SFA/CRMデータ (Sales Force Automation)

- 過去数年分に及ぶ「受注・失注」のリアルな確定結果。
- 案件の進捗ステータス移行ログ。
- 「いつ・誰と・何回面談したか」を示す詳細な商談アクションログ。



マーケティング施策データ

- デジタル広告費、リード（見込み客）の獲得経路。
- 「Japan IT Week」などの大型展示会やオンラインセミナーの参加履歴とフォローアップ記録。

→ まずは「企業が表向きにトラッキングしている」基本データセットを提供。

武器（データ） その②：リアルなお金（経費）と代理店の力



財務・経費データ (The Raw Costs)

- ➔ 交際費（会食・ゴルフ等の接待費用）の全貌。
- ➔ 出張費や交通費など、営業活動の裏にある「生々しいコスト」。

代理店取引データ (The Network Effect)

- ➔ 共にビジネスを展開するパートナー代理店ごとの属性情報。
- ➔ 過去の取引実績と得意領域のパラメーター。

Key Insight: 「定性的な人間関係構築（飲み会・ゴルフ）」を、「定量的な財務データ」と結びつける。
これが本プロジェクト最大の鍵となる。

Theme 1：結局、何が一番「売上」を作っているのか？

目的: 多変量解析・重回帰分析などの統計手法を用い、各変数が売上に与える「重み（係数）」を解明する。

ゴール: ナイスモバイルは今後、どこに「ヒト」と「カネ」を集中投資すべきか？リソース配分の最適解を導き出せ。

	 製品スペック	 マーケティング投資	 営業マンの行動
データの種類	機能リスト, スペックシート	CPA, インプレッション, 獲得リード数	訪問回数, 接待交際費, 面談時間
測定の難易度	低 (明確)	中 (トラッキング可)	高 (ブラックボックス)
想定ウェイト/ 影響度			

Theme 2：飲み会やゴルフの「見えない貢献」を暴き出せ！

$$y = \beta_1 \text{🍺} + \beta_2 \text{🏌️} + \varepsilon$$

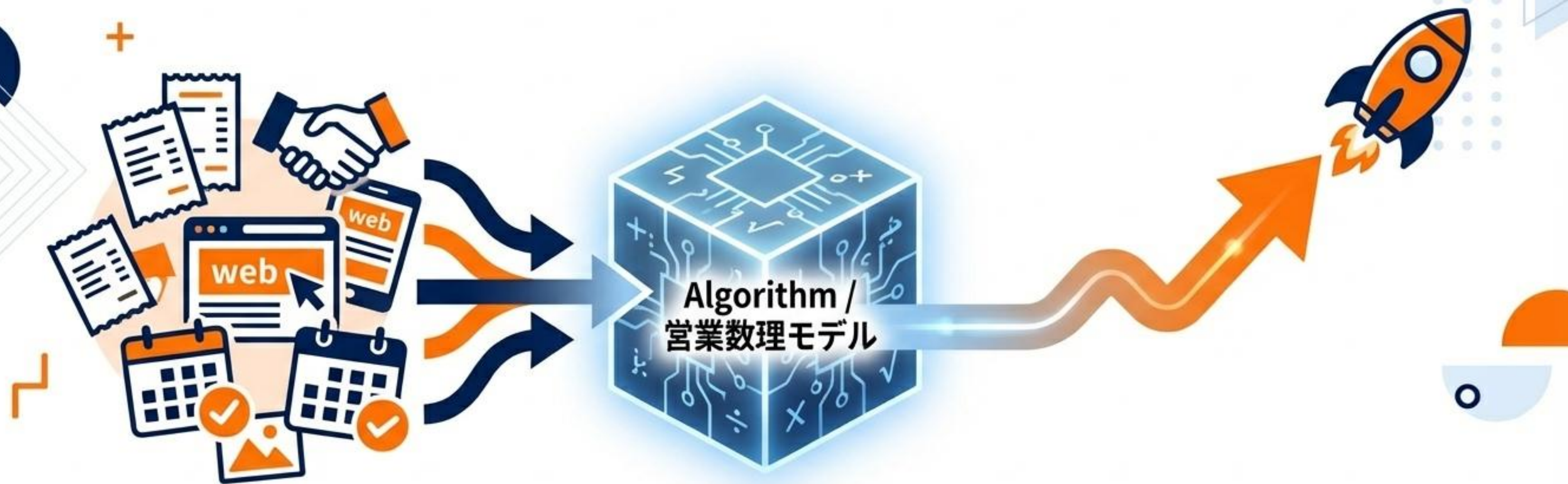
$p < 0.05$

Hypothesis Testing

- Q1: 個人の関係構築（会食やゴルフ）は、代理店や顧客の「組織の意思決定（稟議）」に本当に影響を与えているのか？
- Q2: 泥臭い「昭和的営業手法」は、統計的に有意なプラス効果（売上増）をもたらすのか、それともただの無駄なコストか？

ビジネス界最大のタブーに切り込む。
見えない関係値の「ROI（投資対効果）」を正確に算出せよ。

Theme 3 : 直感を「数式」に！最強の営業モデルを作ろう



1. 統合 (Integration):

複雑に絡み合う要因分析の結果から、「再現性のある勝ちパターン」を導き出す。

2. 数理モデル化 (Modeling):

これまでベテランの「感覚」で語られていた営業戦略を、数式・アルゴリズムとして完全に定義する。

3. 社会実装 (Impact):

君が構築したモデルは、単なるレポートで終わらない。ナイスモバイルの「明日の経営戦略」として即座に実装される。

北大院生へのメッセージ



文理融合の共同研究型: 計量経済・行動心理から機械学習まで、
多角的なアプローチを歓迎

「生データ」というフロンティア:

教室の課題ではない、ノイズに満ちた数万件のリアルに挑む

知性の社会実装:

博士・修士の専門性が、業界No.1企業の次なる成長ドライバーを決定する

Appendix : Webリソース・インフォメーション

+

公式サイト・最新ニュース：

[トップページ](#) | [日本初のMAXHUB正規販売輸入元](#) | [ナイスモバイル株式会社](#)

働く環境・採用情報：

[ナイスモバイル株式会社 採用サイト](#)

動画で見る製品と社風：

[ナイスモバイル株式会社](#) | [Twitter](#), [Instagram](#) | [Linktree](#)