

特集にあたって

生田目 崇 (専修大学)

本年度も、本学会マーケティング情報研究部会他で開催した「データ解析コンペティション」の成果を特集論文として募集させていただいた。

毎度の話で恐縮であるが、本コンペティションも多数のご協力と参加によって今回で15回を数え、気がつくとも20回目すら視野に入りつつある。本コンペティションは、広い意味でのマーケティング分野に関する研究を視野に、参加チームを募って共通のデータを提供し、分析技術や分析結果からどのようにアクションに結びつけるかを競うというものである。この種のコンペティションとしては1997年にはじまったACMのKDD Cupが有名であり、本コンペティションは規模では劣るが、その歴史では決して引けはとらないし、何より研究期間が半年以上とじっくりとデータに向き合えるという特長がある。

本コンペティションは1995年に本学会のマーケティング・サイエンス研究部会(当時)が開始し、現在は主催する研究部会、研究グループによる「経営科学系研究部会連合協議会」により開催されている。本協議会のメンバーは日本OR学会マーケティング情報研究部会、日本マーケティング・サイエンス学会ID付POSデータ活用研究部会、市場予測のための消費者行動分析研究部会、早稲田大学マーケティング・コミュニケーション研究所CRM研究会、日本データベース学会ビジネスインテリジェンス研究グループ、(株)産業科学研究開発センター、(株)NTTデータ技術開発本部、の合計7団体である。

平成20年度は食卓におけるメニューとウェブサイトのアクセス・ログ・データをコンペティション参加チームに提供した。

参加チームは46チーム、総勢200余名の参加を得て、平成20年10月から21年3月まで各研究部会でそれぞれのチームの研究成果を発表していただき、各研究部会より選ばれた8チームの研究成果が3月30日に開催された研究成果報告会で発表された。

本特集に当たり、コンペティション終了後に研究成

果をまとめた論文の募集を行った。論文の投稿は、研究成果報告会に選ばれたチームに限らず、参加チーム全体から募っている。投稿された論文については、査読委員会(委員長：早稲田大学 守口剛教授)を設け、2名の査読者によるダブル・ブラインド方式の査読を経ている。今年度は9編の論文投稿があり、査読の結果、本特集には4本の論文が採択された。今回掲載にいたらなかった論文についても、今後編集委員会で継続審査をお願いしている。

今回提供されたデータは以下のとおりである。

データ：(株)ライフスケープマーケティング(当時は(株)NTTデータライフスケープマーケティング)提供の「食MAP®」データ

期間：2006年1月1日～12月31日

モニタ数：194世帯

データ項目：

人口学的変数：家族構成、夫婦それぞれの履歴

意識調査データ：食生活全般、食品の購入、メニュー作りで心がけている点に関するアンケート回答

食卓データ：年月日、食卓機会(朝、昼、夕)、メニュー(976分類)、メニューに対応する食材(1,931類)、食卓動機・イベント、メニューの評価
データ量：食卓回数 約15万回、メニューと材料のトランザクション 約180万レコード

本コンペティションの開催、ならびに本特集に関しては以下の方々に特にお世話になった。まず、(株)ライフスケープマーケティングからは、貴重なデータをご提供いただき、また、参加者からの多くの質問に関して丁寧にご回答いただいた。

また、大規模データ解析に欠かせない分析ツールに関して、(株)数理システム、(株)SPSS、SAS Institute Japan(株)の各社にツールの貸与のご協力をいただいた。

さらに、査読期間の短い中で、査読に協力いただいたレフェリー各位には多大な苦勞をかけた。最後に、本学会には長年にわたってこのような企画をお許しいただき感謝申し上げます。