

特集にあたって

生田目 崇 (専修大学)

本特集は、経営科学系研究部会連合協議会主催の「平成 22 年度データ解析コンペティション」(以下、本コンペティション)での研究成果について投稿論文を募集し査読後採択された論文をまとめたものである。

本コンペティションは、学術団体として、本学会マーケティング情報研究部会をはじめ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および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、日本計算機統計学会データ分析スタディグループの 6 研究部会、また、(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 2 企業を合わせ合計 7 グループ体制で開催された。

本コンペティションは過去最高の 55 チーム、約 250 名の参加を得て、平成 22 年 10 月から 22 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、各研究部会より成果報告会の発表チームを選抜いただいた。当初、成果報告会は 3 月下旬に開催の予定であったが、東日本大震災の影響で 7 月 23 に延期された。

本特集については、成果報告会の開催を待たず 7 月 25 日を締め切りとして論文募集を行った。なお、論文の投稿は、研究成果報告会に選抜されたチームに限らず、参加チーム全体から募っている。そして、査読委員会(委員長:早稲田大学守口剛教授)を通し、2 名のレフェリーによるダブル・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、3 本の論文が採択された。例年にない低い採択率であったが、マーケティング・サイエンスで今やスタンダードになった ID 付 POS データについては分析手法もほぼ一巡した感があることも一因かと思う。なお、今回掲載にいたらなかった論文についても、本誌の編集委員会での継続審査をお願いしている。

なお、本コンペティションの成果報告会で一般部門の最優秀賞を受賞された長崎大学の勝又氏、東京大学

の阿部氏には招待論文として、ご寄稿いただいた。

本コンペティションでは、カスタマー・コミュニケーションズ(株)のご協力により、ドラッグストアの ID 付 POS データを提供した。データの概要は以下のとおりである。

店舗：3 チェーン各 4 店舗ずつ合計 12 店舗

期間：2008 年 1 月 1 日～2009 年 12 月 31 日

カテゴリ：オーラルケア、洗濯洗剤、インバス・ヘアケア

データ量：顧客 ID 数 126,377 人

POS データ数 1,756,397 件

データ項目：

POS：チェーンコード、店舗コード、顧客 ID、購買日、購買時間、アイテムコード、購買個数、購買金額

アイテムマスター：JICFS 細分類コード、JICFS 分類名、アイテムコード、メーカー名、メーカーコード、ブランド名

会員属性：顧客 ID、性別、生年

店舗属性：店舗番号、店舗立地、店舗面積、駐車場

データには 3,778 のアイテムが含まれているが、容量などの詳細項目については提供していない。

コンペティション開催や本特集に関して以下の方々には御礼を申し上げる。まず、カスタマー・コミュニケーションズ(株)からは、貴重なデータをご提供いただいた。また、分析ツールの貸与について、(株)数理システム、(株)ターボデータラボラトリーにご協力いただいた。

本特集の投稿論文についてレフェリーをお願いした方々には、査読期間の短い中で査読に協力いただいた。

平成 23 年度はウェブサイトのログデータを中心に提供しているが、徐々に分析課題を設定した部門も設けた。本学会でも慶應義塾大学の鈴木秀男教授にお願いし、先端マーケティング分析研究部会を立ち上げ、引き続きコンペティションを開催している。ご興味ある方は是非足をお運びいただきたい。