

特集にあたって

生田目 崇（中央大学）

2012年度のデータ解析コンペティション（経営科学系研究部会連合協議会主催）は、(株)リクルート・テクノロジーズの協力を得て、リクルート・グループのクーポン共同購入サイト「ボンバレ」と、不動産情報サイト「スーモ」の取引データをご提供いただいた。

コンペティションも19年目の活動となり、およそ80チーム、合計で400名余りと過去最大の参加をいただいた。なお、ボンバレのデータは、分析目的を各チームが設定したうえで自由に分析する「課題フリー部門」に、またスーモのデータについては、あらかじめ設定された課題に対する解の精度を競う「課題設定部門」に提供された。

データの概要は以下のとおりである。

<ボンバレ>

提供されたデータは「クーポンアクセスログ」「ユーザ情報」「クーポンマスタ」「クーポンテキスト情報」「購入データ」「クーポン掲載エリア」である。なお1年間のデータを提供いただいた。特徴としては、クーポンの販売期間が短いことと、クーポンは一般に大幅なディスカウントがされていることである。

<スーモ>

設定された課題は、サイトアクセスユーザのデータ提供期間後1週間の閲覧（PV：ページビュー）および資料請求（CV：コンバージョン）物件の特定である。なお、データとしては学習用データと検証用データがあり、「（PV、CVを含む）行動履歴データ」「物件情報」である。なお、物件情報としては、間取りや広さのほか、最寄り駅、沿線、市区町村などのデータが含まれる。各チームのスコアについてはPVとCVの正解数にウェイト付けして行った。

本特集においては、例年どおり査読を経た論文を掲載するためコンペティション終了後に論文募集を行っ

た。5編の投稿を得てそのうち3編が本特集において採択となった。そのうち、なお、採録論文のうち、岩永氏らの論文は課題設定部門の最優秀チームの研究成果をまとめたものである。ほか2篇は課題フリー部門の研究成果である。なお、課題フリー部門の2つの優秀賞受賞チームのうちの一つ（紺谷氏ら）については、論文は投稿されなかったが、せっかくの成果であるので通常の特集記事として寄稿いただいた。インテリジェンス・インテグレーターの本領を発揮された内容である。

近年では、本コンペティションでもEC関連のデータの提供を数多く受けるようになったが、本データの特徴としては、いずれも商材（クーポン・チケットや物件情報）を供給する業者とその商材を購入する生活者が企業外部にあり、その仲介部分であるという点である。このようなサービスを一般にInfomediary（インフォメディアリ）と呼ぶが、この単語はInformation（情報）とIntermediary（仲介者）を組み合わせた造語である。インターネット時代の商品情報の収集・整理ツール、また購買チャネルとして、こうしたサービスは多くの製品・サービスにおいて当たり前に使われるようになってきた。こうしたサービスが今後も広く利用されていくためには、情報供給元の企業と生活者の両者をいかに適切なマッチングできるかにかかっているとと言っても過言ではない。そのためには、高度なデータ分析が必要であることは言うまでもない。今回の特集がその一矢になればと思う。

さて、2013年度で本コンペティションは20周年を迎えた。本年度は新たに日本データベースBI研究グループおよびACM SIGMOD-Jに参加いただくことになり、2012年度を上回る参加を得て現在実施中である。本活動にかかわるすべての方に感謝したい。