

特集にあたって

生田目 崇 (中央大学)

本号は、経営科学系研究部会連合協議会主催「平成29年度データ解析コンペティション」の成果に関する投稿論文の特集である。平成29年度コンペティションでは、ヘアサロンチェーンを展開する企業に協力いただき2年間のID付きPOSデータを提供した。20年以上開催しているコンペティションであるが、その多くは小売業などの商品販売データであったのに対して、今回のコンペティションはサービス業が対象である。提供したデータはデータ量としてはここ数年のインフレーションに逆行し、数十万レコードという今となってはささやかともいえる量ではあるものの、サービス業は小売店やECなどとは大きく異なるビジネス環境にある。特に、今回提供したヘアサロン業界においては、再来店はある一定の期間が経過した後であることが一般的であること、1回の来店でのサービス時間は比較的長く、顧客が来店中は担当スタイリストが施術を行うが、その顧客の施術中はほかの顧客には対応できないといった特徴がある。また、店舗や担当するスタイリストとの相性が継続利用において重要である。コンペティションの発表においては、こうした特徴をうまく含めることがよい評価につながっていた。本特集で掲載している論文についても、業界特有の特徴を十分に考慮した分析が行われている。ただし、同じデータを用いながらも分析の目的や方法は相当に異なるので、着眼点の違いなどについてぜひ読み比べていただきたい。

特集論文を読んでいただくにあたって、データの概要を紹介する。本コンペティションでは2015年7月から2017年6月の同一地域(都道府県は複数)に立地するヘアサロンチェーン12店舗のID付きPOSデータを提供した。なお、IDが付いていない顧客についても会計履歴には含まれている。担当スタイリストのグレードが3段階あり、ヘアカットについてはそれぞれ

ヘア施術料金が異なる。顧客のIDだけでなく担当者IDについても付与されており、どの顧客をどのスタイリストが担当したかを識別できる。POSデータとしてはヘアカットやカラーリングのような施術メニューのほか、プライベートブランドを含む商品販売がある。顧客データについては、性別・生年代のほか、個人が特定できない範囲での登録住所情報、過去の顧客歴も含まれる。

なお、店舗については提供時には詳細な情報を開示したが、本特集にあたっては店舗記号以外の情報はほとんどマスクさせていただいた。店舗の概略としては、H、K、L店はそれ以外の店舗の隣接県に立地しており、A、B、D店は中核店舗、I店は男性客を主要ターゲットとした店舗である。いずれの店舗も鉄道駅から遠くない場所に立地している。スタイリストのほかにアシスタントがいる大型店とスタイリストのみの店舗があり、売上規模は数倍の差がある。

コンペティションの開催にあたり、まずはデータ提供にご協力いただいた企業に御礼申し上げる。また例年分析ツールを貸与いただいている(株)NTTデータ数理システムならびに(株)NTTソフトウェアイノベーションセンタにもご協力いただいた。

本特集にあたり、コンペティション参加者に投稿の案内をし、投稿された論文の査読を行った。投稿論文は9編であり、各論文2名の査読者による査読を経て、本号に掲載されている6編が採択された。短期間に大変詳細に査読をしていただいた査読者の皆様に改めて感謝を申し上げたい。

本年度は平成の名の付くものとしては最後となるコンペティションを開催しており、およそ90チームにテレビを中心としたメディア接触データを提供し開催中である。3月には全体の成果報告会を開催する予定であるので、ご興味もたれた方はぜひご参加願いたい。