

## 特集にあたって

生田目 崇 (中央大学)

本号では、経営科学研究部会連合協議会主催「令和2年度データ解析コンペティション」の研究成果に関する特集を組ませていただいた。令和2年度のコンペティションではオリコン株式会社並びに株式会社 oricon ME 社（以下、「オリコン社」）より、大規模消費者アンケートデータ「オリコン顧客満足度調査データ」を提供いただき分析内容を競った。本コンペティションには、新型コロナウイルス感染によるさまざまな行動制限などがありながらも全国より81チーム、延べ約550名の参加を得た。

今回提供いただいたデータは、オリコン社が同社の登録モニタを対象に行った、独自アンケートの回答である。提供されたのは210件の調査データであり、そのうち200件は2016年から2018年の11ジャンル（「保険」「マネー」「通信」「生活」「ショッピング」「トラベル」「住宅」「受験・スクール」「転職」「美容」「法人向け (BtoB)」）の利用状況や評価・生活意識などの回答であり、これらは現在も情報学研究所のデータリポジトリにおいて学術利用に限り同じものが利用可能である [1]。これに加えて、本コンペティション用に2020年に行われたアンケートの回答を提供いただいた（「映画館」「カフェ」「テーマパーク」「ドラッグストア」「ホテル」「家電量販店」（以上、フリーコメントあり）、「ビジネスチャットツール」「WEB会議ツール」「マンガアプリ」「電子書籍」（以上、フリーコメントなし））。これらの追加アンケートはコロナ禍においてその利用実態に大きく影響があったジャンルであり、ジャストタイミングのデータであった。データ量は全体でおおよそ1GByteとアンケート調査としては大変規模の大きなものである。

ただし、それぞれのアンケートはアドホックに行われた個別のものであり、性・年代や居住都道府県、職業といった個人属性で異なるアンケートの関連を比較することはできるものの、アンケートごとに回答者群が一致するわけではない。多様なデータであったため、各チームで分析の対象としたデータは異なり、成果報告を聞いた感想として、着眼点、用いた手法などが例年以上にバラエティに富んだように思えた。

本特集においては例年どおり査読論文の募集を行った。今回のようなアンケート調査データはマーケティング領域においてはマーケティング・リサーチをはじめマーケティング活動や消費者行動、ブランド調査などさまざまな分析の基本的なデータであるという認識がある。一方で、オペレーションズ・リサーチ領域の研究としてはいささか扱いづらい面があったためか、5編の投稿にとどまり、さらに査読の結果2編の採録にとどまった（論文募集はORの研究部会の発表チームに限ることなく広く行ったが、例年の査読レベルもあつてか投稿数が伸びなかった）。これらの論文は、いずれもOR研究の活用事例として大変価値が高いものが採録されたと考えている。今回提供いただいたデータは大変幅広くかつ貴重なデータであり、本特集で採録された論文以外にも興味深い成果報告がされていたため、発表された研究成果の中から、ORおよびその周辺領域としてのマーケティング研究の成果としてぜひ紹介いただきたいとお願いし、2編の寄稿をいただいた。本特集は、これら4編からなるが、いずれもデータを巧みに扱い、興味深いモデリング、結果の考察が行われているのでぜひご一読いただきたい。本特集にあたって、大変短い中で査読をいただいた査読者の皆様に御礼申し上げます。また、毎年本特集の企画を許可いただいている本誌編集委員会に感謝申し上げます。

コンペティション開催に関しては、まずは大変貴重なデータを提供いただいた、オリコン株式会社並びに oricon ME 株式会社、特に同社の庄司司様、大塚惇騎様に改めて御礼申し上げます。協議会を構成する各研究部会の運営に当たられている先生方、また、参加チームにデータ分析環境として分析ツールを提供いただいている株式会社NTTデータ数理システムに御礼申し上げます。

なお、2020年8月の発会式と2021年3月の成果報告会、その間に開催された各研究部会での成果報告にいたるまでのすべてがオンライン開催となった。成果報告会の様子についてはオリコン社のサイトでご紹介いただいたので、そちらもご覧いただきたい [2]。こうしたオンライン開催は、場所や移動時間を問わず参加

できる（最も遠い参加者は地球の裏側からであった）という利点もある反面で、直接顔を合わせずのイベント開催はいささかのさみしさも残る。特に、学生の皆さんや若い研究者にとってはこうした研究交流の場は新たなネットワークの形成や情報交換の場であり、多くのチャンスが失われたままとなっていることは大変残念である。

本稿を執筆している2021年11月現在では、日本での新規陽性者数はかなり減少しており少し落ち着いた感じであり、このまま終息していくことを切に願う。なお、令和3年度は、妊婦・乳幼児をもつ母親を対象とした情報サイトの投稿データ、検索データを提供し

たコンペティションを開催している。現時点ではまだオンラインのままであるが、2022年3月の成果報告会までには社会状況や生活者意識が対面開催する方向に向かっていることを願いたい。

#### 参考文献

- [1] 国立情報学研究所, 「情報学研究データリポジトリ」, <https://www.nii.ac.jp/dsc/idr/> (2021年11月17日閲覧)
- [2] オリコン株式会社, 「ニュース 学術向けにデータを無償提供, 研究者が提案するオリコン顧客満足度調査データの活用アイデアとは〜JASMAC「データ解析コンペティション」レポート (2021年4月1日)」, <https://cs.oricon.co.jp/michitari/article/283/> (2021年11月17日閲覧)