

## 特集にあたって

田口 東 (中央大学), 生田目 崇 (専修大学)

平成 14 年度に新設されたマーケティング・データ解析研究部会では、企業から提供して頂いた実社会のデータを分析し、分析内容やモデルの新規性・有効性を競う「データ解析コンペティション」を活動の大きな柱としてきた。データ解析コンペティションは、今から 10 年前に設立されたマーケティング・サイエンス研究部会において始められたものであり、その後マーケティング・モデル研究部会、マーケティング・エンジニアリング研究部会、そして本研究部会に引き継がれてきた。その間、コンピュータの性能が劇的に向上したこともあり、提供データも当初は FD 1 枚で十分足りていたが、平成 14 年度はついに CD 1 枚を超えるデータ量となり、それに伴い分析の観点や手法の範囲も広がってきている。

平成 14 年度は前年度に引き続き「小売業の CRM」と題し、次のデータを提供した。

1. データの種類：ある百貨店のクレジット機能付きハウスカードによる 1 店舗の購買履歴 (1 ヶ月あたり約 100 万件)
2. データ提供期間：2001 年 1 月 1 日～12 月 31 日
3. データ項目：
  - a. 顧客データ：顧客番号 (家族の場合は枝番表示)、エリアコード、社員区分、性別、年齢、登録年月 (30 万人強)
  - b. 購買データ：顧客番号、部門コード (大分類)、品番コード (中分類)、群番コード (小分類)、部門名、品番名、購入年月日、時刻、購入金額、購入点数、現金カード区分
  - c. 店舗データ：各品番の販売階

平成 14 年度のデータ解析コンペティションは本研究部会だけでなく、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立教大学産業関係研究所 CRM 研究会でも同時に開催され、合計で 28 チームの参加を得た。2002 年 10 月から 2003 年 1 月にかけて 4 回の間発表会を、また 2003 年 1

月から 3 月にかけて 4 回の最終発表会を開催した。さらに、各部会から選抜された 6 チームが 3 月下旬に開催された成果報告会 (上記 3 研究部会に加え CRM 研究開発センター (㈱日立製作所、㈱生活気象研究所)、㈱ NTT データ技術開発本部の共催) において研究成果を発表した。審査の結果、優勝は「里村研究室」(代表：里村卓也氏)、準優勝は「東京理科大学寺崎研究室」(代表：寺崎康博氏) となった。

本特集を組むにあたって、コンペティションに参加したすべてのチームから研究成果をまとめた論文を募ったところ、9 編の論文が投稿された。査読委員会 (委員長：田口東) を設け、各投稿論文について 2 名の査読者による審査を行い、本特集に掲載された 5 編の論文が採択された。ただし、本号は「論文・事例研究」として特集を組んだため、「論文・研究レポート」として採択の方がふさわしいと判断された論文 1 編は、別の号に掲載することとした。また、本号の締め切り日までに採択に至らなかった論文については引き続き査読を進めている。査読頂いた皆様には、お忙しい中短期間で査読いただき、また有益かつ建設的なコメントを頂いた。ここに、感謝の意を表したい。

平成 15 年度は上記の三つの研究会に加え、日本経営工学会マネジメントサイエンスのニューフロンティア研究部会、日本データベース学会ビジネスインテリジェンス研究部会も加わり、初めて東京以外でもコンペティションが開催されることになった。参加チームは 60 チームを数え、チームメンバーは合計 200 名以上と大所帯で活発に研究発表を行っている。さらに、今年は、コンペティション活動 10 周年ということもあり、例年と趣向を変え、単一のデータではなく 3 種類のデータの中から各チームが使用するデータを選択する形式とした。1 月から各研究部会での最終報告会を開催する予定である。ご興味を持たれた方はぜひ参加をお願い申し上げる。