

## 特集にあたって

田口 東 (中央大学), 生田目 崇 (専修大学)

本特集は、昨年・一昨年に引き続き、マーケティング・データ解析研究部会などで開催している「データ解析コンペティション」から投稿された論文である。

本コンペティションは平成15年度で10周年を迎えた。当初6チームでの開催が、平成15年度には参加チームは60、参加メンバー数は200名を超えるまでにいった。参加チームの増加にあわせるように活動範囲も拡がり、平成15年度には産学合わせて7団体(日本OR学会マーケティング・データ解析研究部会、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、立教大学産業関係研究所CRM研究会、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グループ、(株)産業科学研究開発センター、(株)NTTデータ技術開発本部)の共催で行われた。

平成15年度は10周年という節目の年であるということもあって、新たな開催方式を採用した。一つは、これまで1種類の共通データを提供していたが、今年度は3種類のデータを提供した。もう一つは学生部門の新設と関西でも開催したことである。これらは参加チームの増加によりメンバーの持つ興味・スキルの幅が広がったことと、学生のエントリが増えたことによる。これらは参加者にはおおむね好評であったと感じている。

また、今年度はいくつかのデータ分析ツールベンダに、分析ツール提供に関してご協力をお願いした。ご協力を賜った(株)数理システム、(株)SPSS、SAS Institute Japan(株)の各社には御礼申し上げたい。ツールを提供していただいたことにより、データ量の増加とともに苦労が増えたであろうデータ・ハンドリングやモデリングなどについて従来よりも効率的かつ自由に行われたと思われる。

本特集に当たっては、コンペティション終了後に研究成果をまとめた論文の募集を行った。本特集では査読委員会(委員長:田口東)を設け、投稿された論文

はすべて2名の査読者による査読を経ている。その結果、18編の論文投稿に対し、最終的に7本の論文が採択された。これらの論文以外で本特集には採択までいたらなかった論文については、編集委員会で継続審査をお願いしている。

本特集の論文で利用されているデータは次のとおりである。

まず、最初の2編の論文(里村氏、矢島氏他)で利用されたデータは、ある百貨店のハウス・カードによる購買データである。店舗は比較的近い範囲に3店舗あり、データ期間は2年半である。顧客属性については、郵便番号までの居住地と年齢・性別である。商品分類はアイテムまで識別可能だが、アイテム名はマスキングされている。

続く2編の論文(羽室氏他、鶴見氏他)で利用されたデータは、あるスーパー・マーケットおよびドラッグ・ストアのID付POSデータである。データ期間は2年間で、購買データはカテゴリのデータと、そのうちのいくつかのカテゴリにおけるブランド別アイテム別データから成る。ただし、ブランド名、アイテム名はマスキングされている。また、個人属性は生年月日と性別である。

残る3編の論文(寺崎氏他、石垣氏他、矢野氏他)では、各モニタの電力消費データならびにアンケート調査データを用いている。電力消費データは1時間単位の消費量データであり、アンケート調査はモニタの世帯属性として家族構成や居住都道府県、またモニタ世帯の所有するエネルギー消費機器をたずねている。さらに省エネルギーに関する項目を中心とした意識調査が期間中に3回行われている。

本特集は多数のご協力およびご理解の上に成り立っている。特に、査読いただいた皆様には、通常よりも短い査読期間に多大なご協力をいただいた。また、本誌編集委員会には本コンペティション開催の意義をご理解いただき、ここ数年毎年特集を組む機会をいただいている。関係する皆様に感謝の意を表したい。