

○ ワークショップ「マーケティング・サイエンス」

開催責任者 ビジネス研究科 湯本祐司
石垣智徳
経営学部 南川和充
2011年3月7、8日
南山大学名古屋キャンパス J棟 415室



ワークショップは「マーケティング・サイエンス」というテーマのもと、参加者約20名で、以下のプログラムで開催された。

◇報告者および題目

3月7日(月)

座長：中田善啓（甲南大学経営学部）

報告者：荒木長照（大阪府立大学経済学部）

論題：地域活性化とイベント・コミュニケーション効果の観点から -

討論者：野際大介（中日本航空専門学校）

報告者：里村卓也（慶応義塾大学商学部）

論題：複数制約を考慮した選択モデル

討論者：佐藤栄作（千葉大学大学院人文社会研究科）

報告者：辻本法子（大阪府立大学大学院経済学研究科博士後期課程）

論題：ネットとリアルなクロスプロモーションに関する研究

討論者：大北健一（香川大学大学院地域マネジメント研究科）

3月8日(火)

座長：中島望(大阪大学大学院経済学研究科)

報告者：森田裕之(大阪府立大学経済学部)

論題：タクソノミを取り入れた顕在パターンを利用したPOSデータの分析

討論者：中原孝信(関西大学商学部)

報告者：中山雄司(大阪府立大学経済学部)

論題：百貨店顧客別購買データを用いたベイズ統計分析

討論者：鶴見裕之(横浜国立大学経営学部)

◇ワークショップの討論内容

1. 消費者行動のモデル分析(2件)

1件目の報告は、消費者のインターネットにおける購買行動と実際の店舗における購買行動の関係について、購買リスクの観点から仮説を設定し、検証を行った。

2件目の報告は、地域活性化のイベントに関する研究である。地域活性化のためのキャラクターに関する定義や紹介の後、アンケート調査に基づいたキャラクターコミュニケーションに対する消費者の消費額への影響について論じている。

2. ベイズ統計の応用分析(2件)

1件目の報告は、複数制約下における新しい経済学的消費者選択モデルを提案した。具体的には、予算制約と数量制約を考慮したり、任意の制約数への一般化を図った。また、商品のパッケージやサイズが消費者の選択に与える影響も議論している。

2件目の報告は、百貨店の顧客別購買データを利用し、近年におけるCRMに関する既存研究をサーベイし、Pareto/NBDモデル、PDOモデルの長所と短所を論じている。来店意向と購買意向という2つの意思決定を含むモデルのベイズ統計分析を行った。

3. 新しい概念によるPOSデータ分析(1件)

データマイニングにおいて、出現する頻出パターンを上手に集約し、説明要因とすることは、実用的にも魅力的なことである。本研究では、百貨店のファッション購買履歴などに対して、タクソノミ(対象領域に含まれる事物について、その性質や特性の違いによって異同を定め、領域全体を体系的に分類・秩序立てていくこと)という概念を導入し、分類の性能改善の事例報告と強力な分類力を有するためのモデルを提案した。

◇研究成果発表

報告者が各自、学術誌などに論文投稿や学会報告を計画している。