

○ ワークショップ「消費者行動」

開催責任者 ビジネス研究科 石垣智徳
湯本祐司
2014年3月6日
3月7日
南山大学名古屋キャンパスJ棟4階415室



ワークショップは以下のとおり、開催された。

◇報告者および題目

3月6日（木）

1. 里村卓也（慶應義塾大学商学部）
「画像・色情報の定量化とマーケティング分析への適用」
2. 鶴見裕之（横浜国立大学経営学部）、増田純也（株式会社電通マーケティングインサイト）、
中山厚穂（首都大学東京大学院社会科学研究所）
「Twitter上のコミュニケーション内容分類と販売実績の関連性分析」
3. 中山雄司（大阪府立大学経済学部）
「R Analytic Flow を用いたデータ分析演習：データの前処理と視覚化を中心に」

3月7日（金）

1. 辻本法子（桃山学院大学経営学部）、荒木長照（大阪府立大学知識情報システム学類）
「コンテンツを用いた商品開発戦略—熊本県観光土産事業者への調査報告—」
2. 中原孝信（関西大学データマイニング応用研究センター）
「マイクロクラスタリングと集合被覆問題を利用したトピック検知」

◇ワークショップの討論内容

本ワークショップでは広く消費者行動に関するモデル分析に関する研究報告ならびにディスカッションを行った。例えば、中原氏は宇宙兄弟というアニメ番組を視聴しながらツイートした内容を分析対象として、マイクロクラスタリングにより概念を生成し、バースト検知と編集距離を利用して興味対象ツイートを選んでいる。その後、ナップサック制約付き最大被服問題を応用して興味深いトピックを抽出する手法を提案している。分析としては興味深いのが、マーケティング戦略としての面白さは「番組からCMに変わった際のツイートに注目すべきである」や「ナップサック問題の制約を恣意的に変化させるべきなのか」などの指摘を元に議論があった。

◇研究成果発表

鶴見裕之、増田純也、中山厚穂「商品に関する Twitter 上のコミュニケーションと販売実績の関連性分析」、『オペレーションズ・リサーチ』8月号 2013年 Vol. 58 No. 8、p. 436-p. 441

中原孝信、前川浩基、羽室行信「テレビ番組視聴時における Twitter 投稿からのトピック検知」、『オペレーションズ・リサーチ』8月号 2013年 Vol. 58 No. 8、p. 442-p. 448