

自動車二輪の購買顧客データ から導く新たなマーケティング 戦略

東海大学情報通信学部経営システム
溝渕秀之

目次

1. 研究背景
 2. 研究目的
 3. データ概要
 4. 基礎統計
 5. 研究対象
 6. 分析結果
 7. まとめ
 8. 今後の課題
- 参考文献

1. 研究背景

1 -1)海外生産の現状

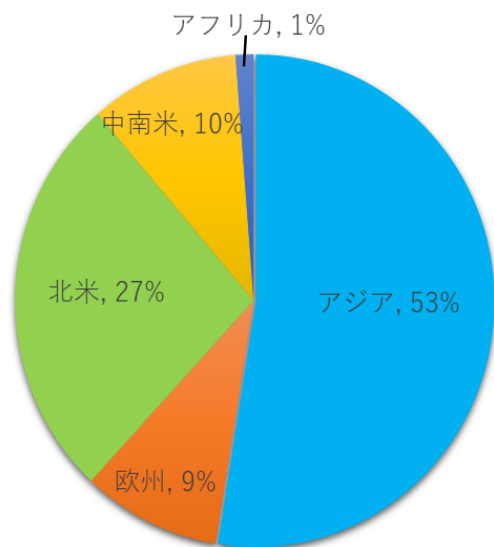


図1.2015年度海外生産地域シェア

- 自動車メーカーはグローバルな事業展開を進めており、需要に応じた現地生産が重要となっている
- 独自進出によるものから合併によるものまでさまざま、現地生産国も世界各国広範に及んでいる
- 海外生産はアジア、北米、中南米の順にシェアを占め、日本自動車は世界中を走っている

1. 研究背景

1-1) 海外生産の現状

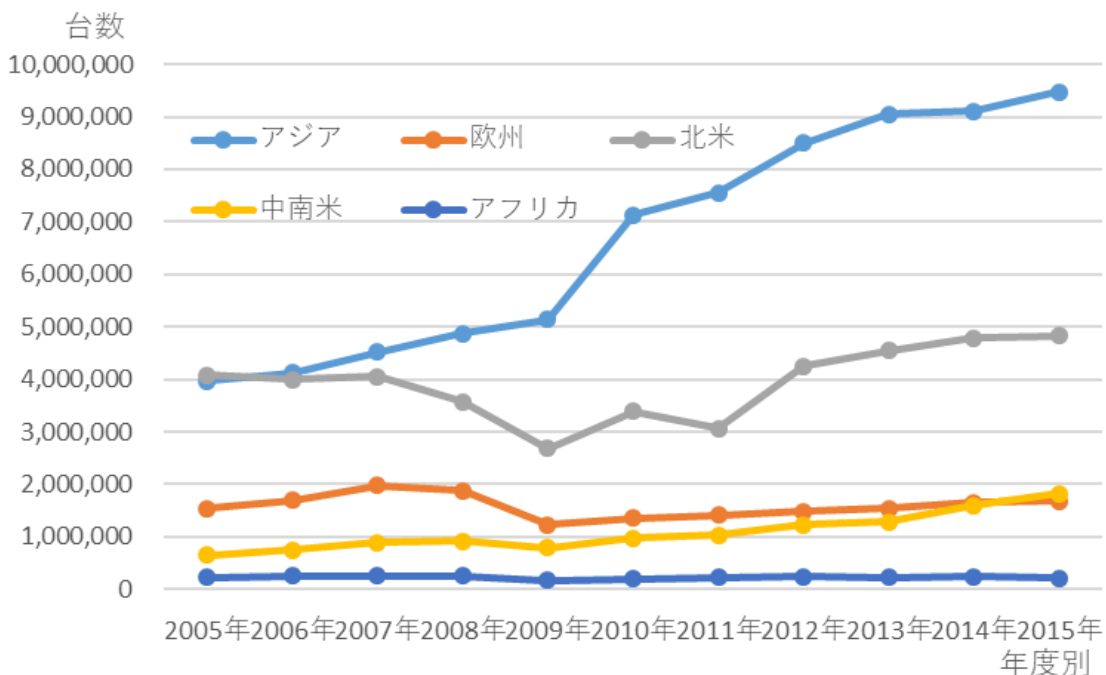


図2. 過去10年の海外生産台数^[1]

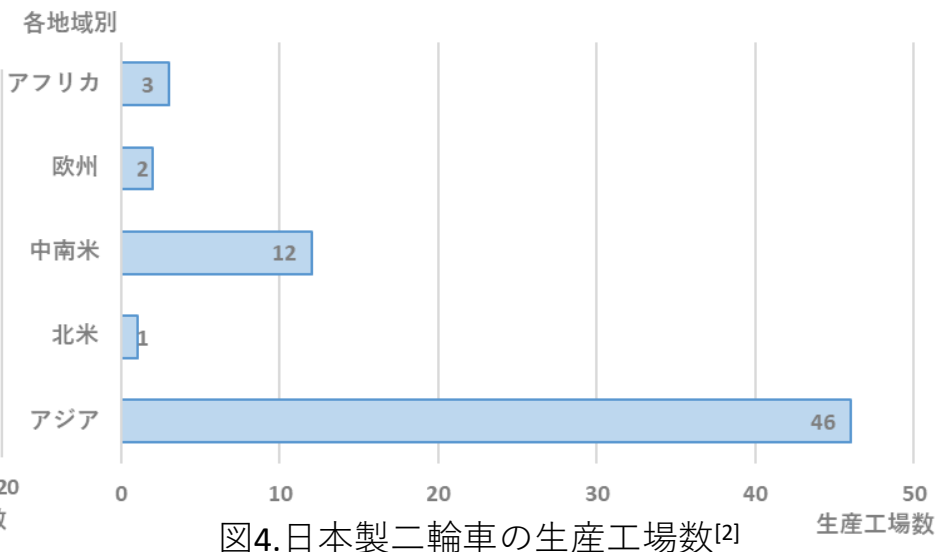
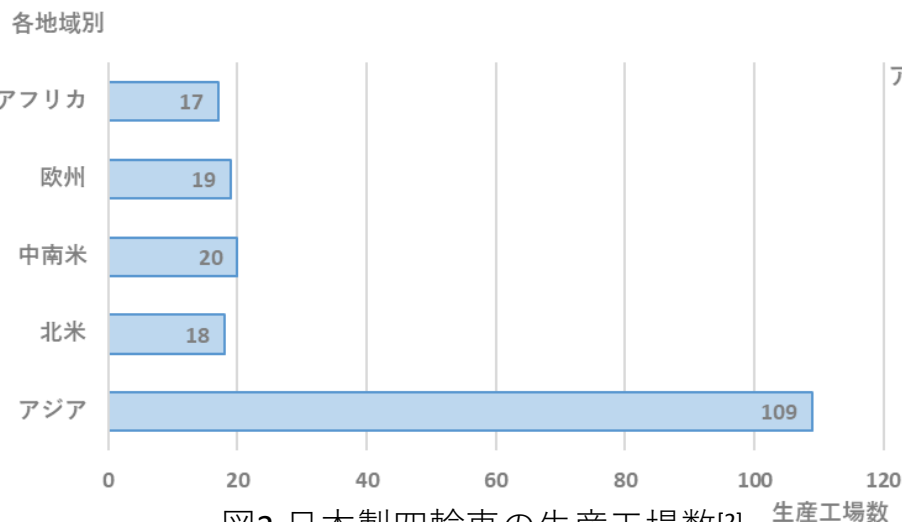
- 日本メーカーの海外生産台数はアジアや北米を中心に増加し、**1,800万台**を超える
- **2005年以降**、北米へ生産台数は低迷し、一時期は**300万台未満**である
- 中南米は年々、生産台数が上がっていき、**2015年に欧州を抜き**、3番目に占める



今後も中南米に日本自動車の生産台数が増えていく可能性があり

1. 研究背景

1-2) 生産工場数の現状




- ・ 生産工場数は四輪車、二輪車ともにアジアが占める
- ・ 図3で生産台数を増やしていた中南米の二輪車生産工場数がアジアの次に占め、他の地域よりも圧倒的な数を占めている

日本の二輪自動車メーカーは中南米に多く進出させ、二輪自動車業界の市場は拡大

2. 研究目的

近年、中南米の日本自動車台数が増え続ける要因として、特に日本製二輪自動車の生産工場が多く存在していることが考えられる

 二輪自動車の新しい販売方法^[3]で多くの利益を得られる可能性がある

目的

二輪自動車の購買顧客データから顧客の地域や職種、主収入などを調べ、統計分析を行っていき、顧客のニーズに合わせた製品を導き出す



結果

日本の二輪自動車メーカーに利益が生むマーケティング戦略を提供する

3. データ概要

- ・ 提供元

顧客購買データ

- ・ データ概要

南米B国の14,306人の顧客データ

- ・ 期間

2010年9月1日～2012年6月30日

- ・ データ項目

信用度A(金融機関)、信用度B(金融機関)、年齢、
属種(既婚、未婚、…etc)、性別、在住州、主収入、
職業の種類、製品、

6ヶ月で“Bad“(6ヵ月以内に支払いができなくなった顧客)

4. 基礎統計

顧客購買データより各顧客の製品を割り当て、製品別にグラフ化

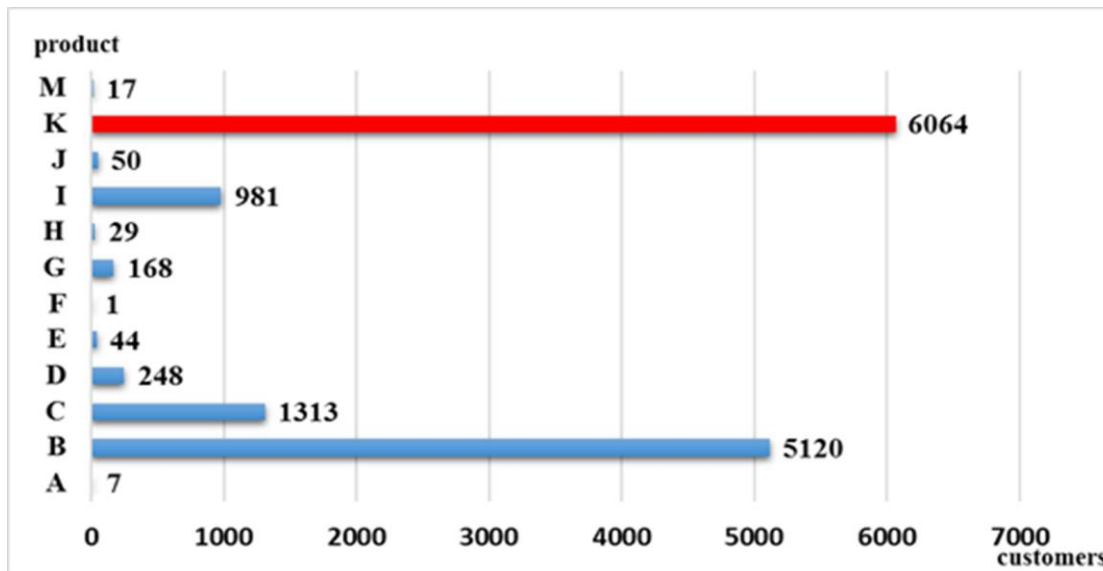
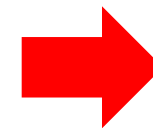


図5. 製品別の顧客購買数

- 14304人中6064人を製品“K”の購入者が占める



全体の42.4%

- 1番人気の製品“K”と2番人気の製品“B”はそれぞれ小型車である

製品“K”の特徴

- 製品“K”の定価価格 = 約15～20万円
- 男性に好まれるデザイン(スポーツ型)

製品“B”の特徴

- 製品“B”の定価価格 = 約20～23万円
- 男女に好まれ、乗り心地が良い車種

5. 研究対象

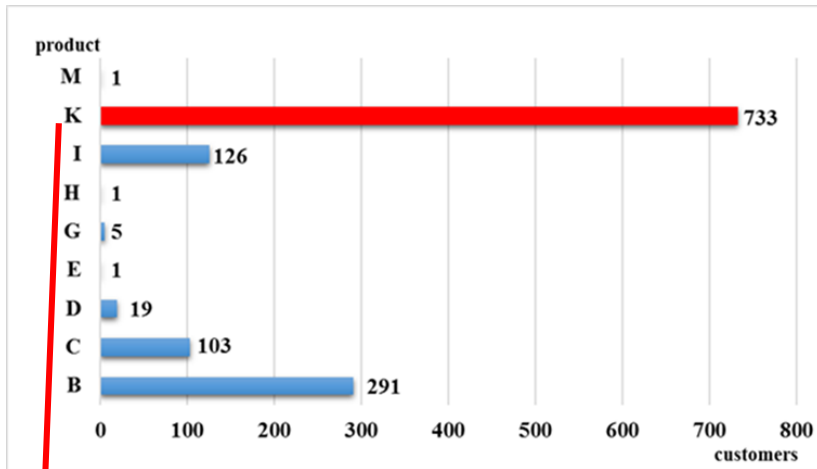


図5. 6ヵ月Badの製品別顧客データ

表1. 在住州別の割合

在住州	6ヵ月Bad率	6ヵ月Bad顧客数	顧客数
a	27%	13	49
b	21%	16	77
c	21%	51	245
d	18%	10	56
e	17%	16	95
f	16%	54	330
⋮	⋮	⋮	⋮
合計	12%	733	6044

5-1) 製品“K”分析のポイント

- ① 図5より人気製品である“K”は6ヵ月以内に支払えていない顧客が多く存在し、不十分な利益しか得られていない
- ② 表1より製品“K”を支払えていない顧客の在住州では**20%**を超えている州がある



ローン支払いの未払い者を減らしていく分析をする

5. 研究対象

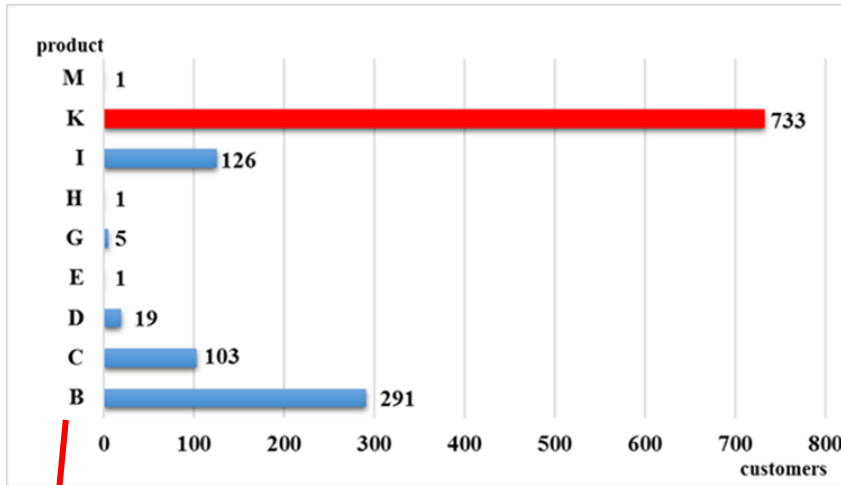


図6. 6ヵ月Badの製品別顧客データ

表2.在住州別の割合

在住州	6ヵ月Bad率	6ヵ月Bad顧客数	顧客数
d	44%	7	16
e	37%	10	27
f	35%	7	20
g	33%	38	116
h	31%	11	35
i	30%	8	27
j	29%	25	86
k	29%	13	45
l	25%	3	12
m	24%	11	45
⋮	⋮	⋮	⋮
b	18%	5	28
c	15%	8	54
a	7%	1	15
⋮	⋮	⋮	⋮
合計・平均	22%	248	1146

5-2)製品”B”分析のポイント

- ①図5より2番目の人気製品である“B”に6ヵ月以内に支払えていない顧客が多く存在し、製品“K”との違いがあるのか見つける
- ②表2より製品“B”を支払えていない顧客の在住州では**30%**を超えている州があり、平均も**22%**である

➡ ローン支払いの未払い者を減らしていく分析をする

5. 研究対象

5-3)分析説明

①6ヵ月以内に支払えていない顧客を要因を確率として求めるために多項ロジスティックス回帰分析を採用する

↳分析に関して次のスライドで説明

②製品”K”の分析に使用する項目

目的変数

- ・ a州(“K”使用者の6ヵ月Bad)
- ・ b州(“K”使用者の6ヵ月Bad)
- ・ c州(“K”使用者の6ヵ月Bad)

使用した説明変数

- ・ 主収入・商品価格・頭金
- ・ 分割数・利子(%)・利子金額
- ・ 借入金

5. 研究対象

5-3)分析説明

①6ヵ月以内に支払えていない顧客を要因を確率として求めるために多項ロジスティックス回帰分析を採用する

└ 分析に関して次のスライドで説明

②製品”B”の分析に使用する項目

目的変数

- ・ d州(“B”使用者の6ヵ月Bad) ・ i州 (“B”使用者の6ヵ月Bad)
- ・ e州(“B”使用者の6ヵ月Bad) ・ j州 (“B”使用者の6ヵ月Bad)
- ・ f州 (“B”使用者の6ヵ月Bad) ・ k州 (“B”使用者の6ヵ月Bad)
- ・ g州 (“B”使用者の6ヵ月Bad) ・ l州 (“B”使用者の6ヵ月Bad)
- ・ h州 (“B”使用者の6ヵ月Bad) ・ m州 (“B”使用者の6ヵ月Bad)

使用した説明変数

- ・ 主収入 ・ 商品価格
- ・ 頭金 ・ 分割数
- ・ 利子(%) ・ 利子金額
- ・ 借入金

5. 研究対象

5-4) 多項ロジスティックス回帰分析^[4]

ロジスティックス回帰分析は目的変数(予測する数値)が3つ以上のときに使用する分析方法である

$$\log_e\left(\frac{P_A}{P_C}\right) = \alpha_A + \beta_{1A}x_1 + \beta_{2A}x_2 + \dots + \beta_{nA}x_n \dots (1)$$

$$\log_e\left(\frac{P_B}{P_C}\right) = \alpha_B + \beta_{1B}x_1 + \beta_{2B}x_2 + \dots + \beta_{nB}x_n \dots (2)$$

以下、多項ロジスティックス回帰分析のモデル式です。

ここでは、3値 (A群⁽¹⁾, B群⁽²⁾, C群) のときのモデル式である。また、 P_A 、 P_B 、 P_C は各群が起こる確率を表している。xが入力で、pが確率(出力)
 α と β がパラメータを表す。

求め方) $\left. \begin{array}{l} \text{有意確率} = X < 0.05 \\ \text{オッズ}(\text{Exp}(B)) = Y > 1 \end{array} \right\} \text{目的変数に影響を及ぼす}$

$\left. \begin{array}{l} \text{有意確率} = X > 0.05 \\ \text{オッズ比}(\text{Exp}(B)) = Y < 1 \end{array} \right\} \text{目的変数に影響を及ぼさない}$

6.分析結果

6-1)製品“K”の分析結果

表3.“K”分析結果

在住州 ^a		B	標準誤差	Wald	df	有意確率	オッズ比	正解率
b	切片	-263.744	27.059	95.004	1	.000		21.1%
	主収入	-.004	.004	.954	1	.329	.996	
	商品価格	-.582	.006	10234.781	1	0.000	.559	
	頭金	.582	.005	11636.139	1	0.000	1.790	
	借入金	.590	0.000		1		1.804	
	分割数	-.719	.517	1.935	1	.164	.487	
	利子	-.327	.206	2.521	1	.112	.721	
	利子金額	-.173	.127	1.865	1	.172	.841	
c	切片	-149.936	97.555	2.362	1	.124		71.1%
	主収入	-.002	.004	.393	1	.531	.998	
	商品価格	-.359	.204	3.112	1	.078	.698	
	頭金	.361	.204	3.130	1	.077	1.434	
	借入金	.368	.206	3.176	1	.075	1.444	
	分割数	-.673	.518	1.689	1	.194	.510	
	利子	-.390	.200	3.789	1	.052	.677	
	利子金額	-.193	.127	2.315	1	.128	.824	

表3よりb州において製品“K”の**頭金**は有意確率が0.05以下でオッズは1以上を満たすので6ヶ月Bad顧客になりうる影響がある

6.分析結果

6-2)製品“B”の分析結果

表4.“b”分析結果

在住州 ^a	B	標準誤差	Wald	df	有意確率	Exp(B)	在住州 ^a	B	標準誤差	Wald	df	有意確率	Exp(B)	在住州 ^a	B	標準誤差	Wald	df	有意確率	Exp(B)			
d	切片	256.582	190.119	1.821	1	.177		g	切片	270.490	188.422	2.061	1	.151		j	切片	277.974	188.505	2.175	1	.140	
	主収入	.000	.001	.099	1	.753	1.000		主収入	-.001	.001	3.119	1	.077	.999		主収入	.000	.000	.040	1	.842	1.000
	商品価格	.034	.017	3.909	1	.048	1.035		商品価格	.039	.017	5.472	1	.019	1.040		商品価格	.041	.017	5.969	1	.015	1.042
	頭金	-.027	.014	3.896	1	.048	.973		頭金	-.031	.013	5.580	1	.018	.970		頭金	-.033	.013	6.237	1	.013	.968
	借入金	-.033	.016	4.039	1	.044	.968		借入金	-.035	.015	5.204	1	.023	.966		借入金	-.039	.015	6.317	1	.012	.962
	分割数	-4.689	3.742	1.570	1	.210	.009		分割数	-5.011	3.717	1.817	1	.178	.007		分割数	-4.988	3.717	1.801	1	.180	.007
	利子	-.002	.162	.000	1	.990	.998		利子	-.039	.140	.076	1	.782	.962		利子	-.049	.143	.118	1	.731	.952
	利子金額	-.090	.164	.300	1	.584	.914		利子金額	-.125	.158	.620	1	.431	.883		利子金額	-.116	.159	.535	1	.464	.890
e	切片	284.623	188.613	2.277	1	.131		h	切片	261.363	15.118	298.888	1	.000		k	切片	-164.608	749.193	.048	1	.826	
	主収入	-.001	.001	.912	1	.339	.999		主収入	-.001	.001	.514	1	.473	.999		主収入	.000	.000	.073	1	.787	1.000
	商品価格	.036	.017	4.581	1	.032	1.037		商品価格	.038	.017	5.050	1	.025	1.039		商品価格	.033	.017	3.796	1	.051	1.034
	頭金	-.029	.014	4.699	1	.030	.971		頭金	-.028	.014	4.083	1	.043	.973		頭金	-.039	.016	6.036	1	.014	.962
	借入金	-.030	.016	3.571	1	.059	.971		借入金	-.024	.016	2.239	1	.135	.976		借入金	-.037	.016	5.446	1	.020	.964
	分割数	-5.355	3.722	2.070	1	.150	.005		分割数	-4.955	0.000		1		.007		分割数	3.794	14.980	.064	1	.800	44.446
	利子	-.032	.148	.048	1	.827	.968		利子	-.051	.147	.119	1	.730	.951		利子	.036	.141	.065	1	.798	1.037
	利子金額	-.199	.169	1.386	1	.239	.820		利子金額	-.437	.263	2.773	1	.096	.646		利子金額	.083	.210	.156	1	.693	1.086
f	切片	263.267	192.014	1.880	1	.170		i	切片	298.542	188.529	2.508	1	.113			切片	298.542	188.529	2.508	1	.113	
	主収入	-.004	.003	2.354	1	.125	.996		主収入	-.001	.001	1.327	1	.249	.999	主収入	-.001	.001	1.327	1	.249	.999	
	商品価格	.040	.017	5.589	1	.018	1.041		商品価格	.033	.017	3.859	1	.049	1.033	商品価格	.033	.017	3.859	1	.049	1.033	
	頭金	-.146	1.849	.006	1	.937	.864		頭金	-.026	.013	3.751	1	.053	.975	頭金	-.026	.013	3.751	1	.053	.975	
	借入金	-.037	.016	5.581	1	.018	.963		借入金	-.028	.015	3.340	1	.068	.972	借入金	-.028	.015	3.340	1	.068	.972	
	分割数	-4.708	3.794	1.540	1	.215	.009		分割数	-5.450	3.718	2.148	1	.143	.004	分割数	-5.450	3.718	2.148	1	.143	.004	
	利子	.085	.150	.319	1	.572	1.089		利子	-.181	.174	1.087	1	.297	.834	利子	-.181	.174	1.087	1	.297	.834	
	利子金額	-.120	.165	.528	1	.468	.887		利子金額	-.198	.174	1.301	1	.254	.820	利子金額	-.198	.174	1.301	1	.254	.820	

表5より該当するすべての州において製品“B”の**商品価格**は有意確率が0.05以下でオッズは1以上を満たすので6ヶ月Bad顧客になりうる影響がある

7.まとめ

- 製品“K”はb州の6ヵ月以内に支払えていない顧客の特徴として最初の頭金の支払い方が影響を及ぼしていることが分かった

↳ リスクが小さい頭金支払い設定を顧客ごとに決めるべき

- 製品“B”は6ヵ月以内に支払えていない顧客の特徴として最後まで支払うことが不可能な商品価格を選びがちな顧客が多く存在する

↳ 顧客の主収入に従った製品の支払い条件を定めるべき

- 中南米の顧客の購入行動が知ることができ、中南米の金融機関^[5]について知る必要がある。

8. 今後の課題

- ベイズ推定やニューラルネットワーク分析を用いて、確率的に推論する
- 在住州以外の変数項目を目的変数としロジスティック回帰分析を行う
- 分析結果で影響を及ぼした在住州の特徴を調べる
- 製品”K”に着目した分析をバージョンアップさせる
- 製品”K”と製品”B”で顧客特性を比較する



顧客の収入状況や購買行動の条件に合わせた製品の提案モデルを作成する

参考文献

[1]日本自動車工業会 日本メーカーの海外生産台数の推移

http://www.jama.or.jp/world/foreign_prdct/foreign_prdct_2t1.html (2017/5/30)

[2]日本自動車工業会 日系自動車メーカーの現地生産工場数

http://www.jama.or.jp/world/foreign_prdct/foreign_prdct_1t1.html#table1 (2017/5/30)

[3]米田知弘, 森田裕之(2006).データ圧縮とワイルドカードを利用した未払い履歴データに対するパターン分析(<特集>平成16年度データ解析コンペティション: 加工食品POSデータとクレジット・カード利用履歴の分析) オペレーションズ・リサーチ, Vol.51, No.2, 97-103.

[4]福田剛志(2006).数値属性の最適結合ルールを発見する効率的アルゴリズム

情報処理学会論文誌, Vol.37, No.6, 945-953.

[5]樋口大輔 (2006).タイの消費者信用市場月刊消費者信用, 消費者金融サービス研究学会年報, Vol.6, 29-42.

[6]坂本 里和(1983).「クレジットカード加盟店契約に関するガイドライン」の狙いと概要: 改正割賦販売法の円滑な施行を図るためのモデル契約条項を示す, 月刊消費者信用, 18-25

APENDEX

・顧客購入データによる相関分析(S-plus)

*** Correlations for data in: `購入顧客データ` ***

	主収入	分割数	利子 (%)	商品価格	頭金
主収入	1.000000000	0.002325941	-0.009582482	0.005692803	0.002092044
分割数	0.002325941	1.000000000	-0.150939829	-0.136177744	-0.333656948
利子 (%)	-0.009582482	-0.150939829	1.000000000	0.068434753	0.064151518
商品価格	0.005692803	-0.136177744	0.068434753	1.000000000	0.887165673
頭金	0.002092044	-0.333656948	0.064151518	0.887165673	1.000000000
借入金	0.007886341	0.107524150	0.049323617	0.889783834	0.561990962
利子金額	0.009285146	-0.193983162	0.231524148	0.843145136	0.704451978
	借入金	利子金額			
主収入	0.007886341	0.009285146			
分割数	0.107524150	-0.193983162			
利子 (%)	0.049323617	0.231524148			
商品価格	0.889783834	0.843145136			
頭金	0.561990962	0.704451978			
借入金	1.000000000	0.780801064			
利子金額	0.780801064	1.000000			

APENDEX

・製品”K”に着目したロジスティック回帰分析(S-plus)

*** Generalized Linear Model ***

```
Call: glm(formula = `X6ヶ月でBad` ~ `製品”B”購入者のスコア.46.477.` +  
`製品”K”購入者のスコア.478.595.` + `製品”K”購入者のスコア.596.724.` +  
`製品”K”購入者のスコア.725.1000.` + `製品”K”購入者の15歳から27歳` +  
`製品”K”購入者の28歳から34歳` + `製品”K”購入者の35歳から44歳` +  
+ `製品”K”購入者の45歳から76歳` + + `製品”K”購入者の主収入381から909` +  
`製品”K”購入者の主収入910から1202` + `製品”K”購入者の主収入1203から1509` +  
`製品”K”購入者の主収入1510から15051340` + `製品”K”購入者の分割数0から36` +  
`製品”K”購入者の分割数37から48` + `製品”K”購入者の分割数49から50` +  
`製品”K”購入者の商品価格3764から5359` + `製品”K”購入者の商品価格5360から6365` +  
`製品”K”購入者の商品価格6366から7720` + `製品”K”購入者の商品価格7721から65000` +  
`製品”K”購入者の頭金0から4` + `製品”K”購入者の頭金567から1222` +  
`製品”K”購入者の頭金5から566` + `製品”K”購入者の頭金1223から49000` +  
`製品”K”購入者の借入金0から5344` + `製品”K”購入者の借入金5345から6123` +  
`製品”K”購入者の借入金6124から7290` + `製品”K”購入者の借入金7291から51520` +  
`製品”K”購入者の利子金額0から178` + `製品”K”購入者の利子金額179から219` +  
`製品”K”購入者の利子金額220から268` + `製品”K”購入者の利子金額269から3332`, family  
= binomial(link = logit), data = `製品”K”購入者`, na.action =  
na.exclude, control = list(epsilon = 0.0001, maxit = 50, trace = FALSE  
)
```

Deviance Residuals:

Min	1Q	Median	3Q	Max
-1.021239	-0.4773734	-0.3212644	-0.2016732	3.138647

Coefficients: (8 not defined because of singularities)

APENDEX

・製品”K”に着目したロジスティック回帰分析(S-plus)

	Value	Std. Error	t value
(Intercept)	-5.96918762	1.09321710	-5.4602033
製品”K”購入者のスコア.46.477.	2.16325778	0.13462381	16.0689095
製品”K”購入者のスコア.478.595.	1.42396995	0.13814475	10.3078108
製品”K”購入者のスコア.596.724.	0.88929284	0.14439934	6.1585658
製品”K”購入者のスコア.725.1000.	NA	NA	NA
製品”K”購入者の15歳から27歳	0.16010806	0.09722525	1.6467744
製品”K”購入者の28歳から34歳	0.31050346	0.09865418	3.1473927
製品”K”購入者の35歳から44歳	-0.02151074	0.10461965	-0.2056089
製品”K”購入者の主収入381から909	0.05871150	0.25287024	0.2321803
製品”K”購入者の主収入910から1202	0.24066411	0.24553251	0.9801721
製品”K”購入者の主収入1203から1509	0.12084350	0.24927292	0.4847839
製品”K”購入者の主収入1510から15051340	-0.09970430	0.25297992	-0.3941194
製品”K”購入者の分割数0から36	-0.54526789	0.11337075	-4.8095992
製品”K”購入者の分割数37から48	-0.05212068	0.08146179	-0.6398175
製品”K”購入者の分割数49から50	NA	NA	NA

製品”K”購入者の商品価格3764から5359	0.71837234	1.02998055	0.6974620
製品”K”購入者の商品価格5360から6365	1.04730667	1.03427937	1.0125955
製品”K”購入者の商品価格6366から7720	1.43235376	1.03695000	1.3813142
製品”K”購入者の商品価格7721から65000	1.5061960	1.0454279	1.440746
製品”K”購入者の頭金0から4	0.2509636	0.1258035	1.994886
製品”K”購入者の頭金567から1222	0.3463313	0.1052443	3.290737
製品”K”購入者の頭金5から566	0.4756847	0.1261360	3.771203
製品”K”購入者の頭金1223から49000	-0.5213844	0.3942888	-1.322341
製品”K”購入者の借入金0から5344	-0.3669018	0.1834499	-2.000010
製品”K”購入者の借入金5345から6123	-0.2452915	0.1559473	-1.572913
製品”K”購入者の借入金6124から7290	-0.1794008	0.1144595	-1.567373
製品”K”購入者の借入金7291から51520	NA	NA	NA
製品”K”購入者の利子金額0から178	0.8876422	0.2675117	3.318143
製品”K”購入者の利子金額179から219	0.8902466	0.2830904	3.144743
製品”K”購入者の利子金額220から268	0.9365676	0.2774605	3.375499
製品”K”購入者の利子金額269から3332	0.9676459	0.2831861	3.416997

(Dispersion Parameter for Binomial family taken to be 1)

Null Deviance: 7886.845 on 13135 degrees of freedom

Residual Deviance: 6970.671 on 13108 degrees of freedom

Number of Fisher Scoring Iterations: 5

APENDEX

・製品”B”に着目したロジスティック回帰分析(S-plus)

*** Generalized Linear Model ***

```
Call: glm(formula = `X6ヶ月でBad` ~ `製品”B”の顧客の年齢.15歳から27歳.` +  
`製品”B”の顧客の年齢.28歳から34歳.` + `製品”B”の顧客の年齢.35歳から44歳.` +  
`製品”B”の顧客の年齢.45歳から76歳.` + `製品”B”の顧客の主収入.381から909.` +  
`製品”B”の顧客の主収入.910から1204.` + `製品”B”の顧客の主収入.1205から1509.` +  
`製品”B”の顧客の主収入.1510から15051340.` + `製品”B”の顧客の分割数.0から36.` +  
`製品”B”の顧客の分割数.37から48.` + `製品”B”の顧客の分割数.49から50.` +  
`製品”B”の顧客の商品価格.3764から5359.` + `製品”B”の顧客の商品価格.5360から6365.` +  
`製品”B”の顧客の商品価格.6366から7725.` + `製品”B”の顧客の商品価格.7726から65000.` +  
`製品”B”の顧客の頭金.0.` + `製品”B”の顧客の頭金.1から705.` + `製品”B”の顧客の頭金.706から  
1498.` +  
`製品”B”の顧客の頭金.1499から49000.` + `製品”B”の顧客の借入金.0から5345.` +  
`製品”B”の顧客の借入金.5346から6134.` + `製品”B”の顧客の借入金.6135から7302.` +  
`製品”B”の顧客の借入金.7303から51520.` + `製品”B”の顧客の利子金額.0から178.` +  
`製品”B”の顧客の利子金額.179から219.` + `製品”B”の顧客の利子金額.220から269.` +  
`製品”B”の顧客の利子金額.270から3332.` + `製品”B”の顧客のスコア.120.597.` +  
`製品”B”の顧客のスコア.598.708.` + `製品”B”の顧客のスコア.709.799.` +  
`製品”B”の顧客のスコア.800.978.` , family = binomial(link = logit), data =  
`製品”B”の顧客の異常値削除`, na.action = na.exclude, control = list(epsilon =  
0.0001, maxit = 50, trace = FALSE))
```

Deviance Residuals:

Min	1Q	Median	3Q	Max
-0.9267221	-0.4814756	-0.3638839	-0.2673697	3.401777

Coefficients: (5 not defined because of singularities)

APENDEX

・製品”B”に着目したロジスティック回帰分析(S-plus)

	Value	Std. Error	t value		Value	Std. Error	t value
(Intercept)	-5.19612754	0.99483251	-5.2231180	製品”B”の顧客の借入金.7303から51520.	NA	NA	NA
製品”B”の顧客の年齢.15歳から27歳.	0.59461513	0.09226107	6.4449188	製品”B”の顧客の利子金額.0から178.	0.9675326	0.26932493	3.592436
製品”B”の顧客の年齢.28歳から34歳.	0.45499070	0.09454255	4.8125495	製品”B”の顧客の利子金額.179から219.	1.0537602	0.28314024	3.721690
製品”B”の顧客の年齢.35歳から44歳.	0.02999641	0.10062866	0.2980901	製品”B”の顧客の利子金額.220から269.	1.1123741	0.27916702	3.984619
製品”B”の顧客の年齢.45歳から76歳.	NA	NA	NA	製品”B”の顧客の利子金額.270から3332.	1.2484090	0.28505531	4.379533
製品”B”の顧客の主収入.381から909.	0.24201608	0.23517042	1.0291093	製品”B”の顧客のスコア.120.597.	0.7098449	0.09879812	7.184801
製品”B”の顧客の主収入.910から1204.	0.43028541	0.22808091	1.8865473	製品”B”の顧客のスコア.598.708.	0.4768244	0.10008660	4.764118
製品”B”の顧客の主収入.1205から1509.	0.27573564	0.23202069	1.1884097	製品”B”の顧客のスコア.709.799.	0.3759024	0.09959029	3.774488
製品”B”の顧客の主収入.1510から15051340.	-0.07919737	0.23482995	-0.3372541	製品”B”の顧客のスコア.800.978.	NA	NA	NA
製品”B”の顧客の分割数.0から36.	-0.92030103	0.11106663	-8.2860264	(Dispersion Parameter for Binomial family taken to be 1)			
製品”B”の顧客の分割数.37から48.	-0.26598980	0.08013879	-3.3191143	Null Deviance: 8145.923 on 13404 degrees of freedom			
製品”B”の顧客の分割数.49から50.	NA	NA	NA	Residual Deviance: 7578.572 on 13378 degrees of freedom			
製品”B”の顧客の商品価格.3764から5359.	0.60247405	0.92520461	0.6511793	Number of Fisher Scoring Iterations: 4			
製品”B”の顧客の商品価格.5360から6365.	0.80386368	0.92953000	0.8648066				
製品”B”の顧客の商品価格.6366から7725.	1.26852241	0.93202550	1.3610383				
製品”B”の顧客の商品価格.7726から65000.	1.23449816	0.94049074	1.3126106				
製品”B”の顧客の頭金.0.	0.27953435	0.12660242	2.2079701				
製品”B”の顧客の頭金.1から705.	0.45750988	0.11989870	3.8158035				
製品”B”の顧客の頭金.706から1498.	0.55607636	0.10632798	5.2298215				
製品”B”の顧客の頭金.1499から49000.	NA	NA	NA				
製品”B”の顧客の借入金.0から5345.	-0.39120761	0.17905919	-2.1847949				
製品”B”の顧客の借入金.5346から6134.	-0.27332973	0.14966036	-1.8263334				
製品”B”の顧客の借入金.6135から7302.	-0.14095466	0.11094849	-1.2704514				