

マーケティング実務家にとってのデータ解析 —悩めるユーザーに救いはあるか—

朝野熙彦

多摩大学客員教授・元都立大学教授

【1】講演の要旨

変化が激しい今日の社会では、昨日までの延長上に明日があるという保証はない。予測だけが課題ではない。実務的には企業が自らの市場を希望どおりに制御できるかどうか重要な課題になる。市場反応の背後にある因果関係が明らかになっていないどころか、何が重要な要因かさえ不明確な場合も多い。仮に要因が分かったとしても意思決定者の思い通りに要因がコントロールできるとは限らない。このように実務家が解決しなければならない課題は、教科書的な評論で済むようなレベルを超えて高度かつ複雑なものである。

余分変数がコントロールできる実験室内とは違って、現実の世界では余分変数をコントロールすることは通常不可能だからスッキリした解など出てこない。それでも企業は、何もしないよりはましな意思決定をして直面する課題を解決していかなければならない。そのため、闇夜を照らす灯火（ともしび）となる情報が切実に求められているのである。

データはいくらあろうがそれ自体は何も語ってくれない。大量のデータをコンパクトに集約してルールを発見したり、計画中のプロジェクトの仮説の妥当性を検証するためにデータ解析の必要性が出てくる。研究場面だけでなくビジネスの実務においてもデータ解析は必要になる。マーケティングの実務もその例外ではない。

製品開発、流通、販売促進、そしてコミュニケーションのどの局面においても、実証データにもとづいてPDCAサイクルを回すことが組織内外から要求される。しかしながら大学で統計学を専門に学んだ学生は少ないはずだ。そのため、専門外のビジネスパーソンが、仕事の必要にかられて、もちろん本人の好き嫌いとは無関係に、統計学そしてデータ解析のユーザーにならざるを得ない。

ユーザーの急拡大、そしてデータ解析の普及を手放しに喜ぶわけにはいかな

い。市場の急成長は必ず大きな問題を引き起こす。今がその時期にある。

問題の根源はどこにあるのだろうか。多くの実務家は本来の職責が別にあるので、一年中データ解析に専念するわけにはいかない。たまにしかデータ解析が実践できないので熟練ユーザーになることも難しい。データ解析の先端的な発展について知る機会も少なく理解が追いつかない。

一般的な家電品を使うのとは違って、高機能のデータ解析ソフトを使いこなすことは難しい。もちろん今日のソフトはG U Iに優れているから、使用そのものはたやすい。しかしクリックできることと適切に使いこなせることは別である。アウトプットは出たものの意味は分からない。はたして上手く使えたのか、そうではなかったのかさえ判断に苦しむこともある。

「現象の性質」、「モデルの仮定」、「実務の課題」という3点セットにミスマッチがあると、的外れなデータ解析になってしまう。そしてアウトプットが出てから解釈段階で苦労することになる。何故だろう、何故かしら？とユーザーの悩みはつきない。

統計学に限らず、どのような専門分野であれ専門家というものは門外漢の悩みは理解できないものである。

私自身がデータ解析の専門家ではなくユーザーの一人である。自分自身のこれまでのデータ解析への取り組みを振り返ってみると、そこには反省点もあれば苦い教訓もある。本日の話の流れは次の通りである。

私がデータ解析のユーザーになったいきさつ
虚血性心疾患の疫学的研究との出会い
マーケティング分野におけるユーザーの特徴
one-to-one マーケティングとベイズ統計
悩めるユーザーに救いはあるか

【4】略歴：朝野熙彦（あさのひろひこ）

千葉大学を卒業後、調査会社においてマーケティング・コンサルティング業務に携わる。その後、千葉大・筑波大講師、専修大・都立大・首都大教授を経て、現在は多摩大学大学院経営情報学研究科客員教授。大学で教鞭をとる傍らビジネス関係の実務書を執筆。

専門はマーケティング・サイエンス。AMA,INFORMS 会員。日本感性工学会部会長、日本行動計量学会理事などを歴任。日本マーケティング・サイエンス学会論文誌編集委員。

〔主な著書〕

朝野熙彦編著「アンケート調査入門 - 失敗しない顧客情報の読み方・まとめ方」
東京図書、2011年

朝野熙彦「最新マーケティング・サイエンスの基礎」講談社、2010年

朝野熙彦編著「Rによるマーケティング・シミュレーション」同友館、2008年

朝野熙彦・鈴木督久・小島隆矢「入門共分散構造分析の実際」講談社、2005年

朝野熙彦編「魅力工学の実践」海文堂出版、2001年

朝野熙彦「入門多変量解析の実際 第2版」講談社、2000年

朝野熙彦・山中正彦「新製品開発」朝倉書店、2000年

朝野熙彦「マーケティング・リサーチ工学」朝倉書店、2000年 など。