

2015 年度 森泰吉郎記念研究振興基金研究助成  
成果報告書

研究課題名: 国内福祉系 NPO 法人の資金調達に関する実証的研究  
所属: 慶應義塾大 大学院 政策・メディア研究科 修士課程一年  
学籍番号:81524452  
氏名: 小林武弘

### はじめに

入学当初の研究課題名は「国内福祉系 NPO 法人の資金調達に関する実証的研究」であった。しかし、様々な授業や文献を読み進めていく中で自身の興味関心が変化し、修士課程で行う研究を「消費者の嗜好性に着目した消費者行動分析」に変更した。従って、本成果報告書では「消費者の嗜好性に着目した消費者行動分析」に関して述べさせていただく。

### 研究目的

本研究では消費者嗜好性という消費者の心理的部分に着目して、消費者心理の異質性による消費者行動分析を行う。研究手法としては従来の頻度主義と呼ばれる統計解析手法とベイズ統計手法（主にベイジアンネットワーク）を用いる。そして消費者嗜好性に着目したモデル構築を目的とする。

### 背景

現代の成熟社会では個人の価値観の多様化が著しく、こうした成熟社会において特に重要な事は「個々の消費者の違いに商品に関する選考やマーケティング刺激に対する反応の異質性を十分に認識し、それに適応すること」（阿部 2008）であり、個々人の趣味嗜好に合わせたマーケティングが今後はより重要となる。研究の端緒はここにある。次に本研究の学術的貢献と社会的貢献に関して述べさせていただく。

学術的貢献に関して。統計学者の赤池弘次は「Expectation と言うのは、まさに subject bayesian もよく言っていたんだけど、実はその人の個性の表現だからね。個々のケースに、その人の持つ expectation。その辺を explore していけば、無限に面白いことがあるわけだ。」と述べられている。また、現在、統計数理研

究所所長を務める樋口知之は「個人,個性,個別,固有こそが価値である」と指摘する。以上のように,個性を表現する研究は学術的に貢献をすることができると考えてる。

また,消費者価値観という点はマーケティング分野において新しいアプローチを生み出すと自身は考えている。株式会社wowowでは,利用者の視聴履歴から視聴者の選好を予測したレコメンドサービスを行っており,従来のレコメンドサービスでは視聴した番組の「ジャンル」を基に新たな番組のレコメンドをしていたが,離脱に歯止めをかけることを目標に,利用者が視聴した番組データを基に利用者の「好み」を抽出してレコメンドサービスを行うようにシフトした。その結果,離脱者が減少して業績が向上したことを2015年の11月に行われた数理システムユーザーカンファレンスにて報告している。

以上の背景から,モノだけでなく,コトなどの個性・異質性に着目した量的研究は学術と社会的貢献に微力ながら貢献すると考えている。

## 研究対象

株式会社野村総合研究所様のシングルソースデータ。(3000人を対象にした,基本属性,消費者価値観,利用チャネル,などに関するアンケート結果.)

## 研究成果

今年度は頻度主義と呼ばれる統計手法を用いたシングルソースデータ分析に注力した。消費者異質性による分類を行う必要が有るため,クラスター分析を行なった。また,階層的クラスター分析,非階層的クラスター分析,クラスターの併合方,kmeans法,決定木などの手法による比較検討を行なった。また,観測変数や構成概念の関連性を検証するために構造方程式モデリング(共分散構造分析)なども行なった。その他にも様々な分析を行なったが新規性に富んだ結果が出ていないのが現在の課題である。

## 今後の計画

今年度は頻度主義の統計解析を主に行なった。来年度ではベイズ統計解析(主にベイジアンネットワーク分析)を行う予定である。また,量的研究のみではなく,質的研究を行う必要があると感じている。従って,学会での情報収集,有識者へのアンケート調査やインタビューなどを検討している。