

NEWS RELEASE



報道関係者各位

2015年4月10日
慶應義塾大学SFC研究所
株式会社ブレインパッド

慶應SFC研究所とブレインパッド、第3回データビジネス創造コンテストを開催 Twitterデータ、3Dセンサーデータ、Yahoo! JAPANの検索データなど、 ビッグデータを活用した“デジタル時代の購買行動の解明”の場を学生に提供

慶應義塾大学SFC研究所データビジネス創造・ラボ（所在地：神奈川県藤沢市、代表：村井 純）と株式会社ブレインパッド（本社：東京都港区、代表取締役社長：草野 隆史、以下ブレインパッド）は、「第3回データビジネス創造コンテスト～Digital Innovators Grand Prix (DIG) Consumer Insight～」を開催することを発表いたします。

今回、「デジタル時代の購買行動の解明」をテーマに、認知から購買、共有に至る消費者の購買行動（AISAS®、*1）の各プロセスに対応する、多様なデータを網羅的に提供します。これらをベースに、学生がデジタル時代の消費者の新たな購買プロセスの解明に挑み、アイディアと分析力を競います。

■提供されるデータソース（予定）

購買行動	提供データ	提供元企業、（）内は製品・サービス名称
Attention（認知）	テレビ視聴データ（番組・CM）	株式会社スイッチ・メディア・ラボ（SMART、*2）
Interest（関心）	3Dセンサーによる店舗内の棚前行動データ	株式会社ブレインパッド
Search（検索）	インターネット検索データ	ヤフー株式会社（Yahoo!検索、*3）
Action（購買）	購買履歴データ	株式会社マクロミル（QPR、*4）
Share（共有）	Twitter、ブログ、掲示板等のソーシャルデータ	株式会社ブレインパッド (Crimson Hexagon ForSight™Platform、*5)

今回、学生にチャレンジしてもらうのは、「シャンプー」を題材とした消費者の購買行動の分析と、その分析結果から導き出される新商品・新サービスの開発アイディアや、新たなプロモーション施策などのマーケティングアイディアの創出です。

近年、ソーシャルメディアやモバイルなどのデジタルテクノロジーの普及により、マーケティングの世界は劇的に変化しております。

今回、デジタル時代のマーケティングにおいて最前線で活躍する各企業の協力のもと、いつ消費者がテレビ番組とCMを視聴したのかという視聴データに始まり、インターネットでの検索行動データ、実際の店舗でどのような商品を手にとり購入に至ったのかという行動データ、そして、ソーシャルメディア上でのクチコミ情報に至るまで、購買に関する一連の行動を網羅した多様なデータが提供されます。（*6）

学生の皆さんには、本コンテストに参加することで、最先端のマーケティングにおいて求められるデータ分析や課題解決にチャレンジすることができます。ぜひ、ふるってご参加ください。

■コンテスト実施概要

詳細は、コンテスト公式ページ（<http://dmc-lab.sfc.keio.ac.jp/digci/>）をご覧ください。

●課題：「デジタル時代の購買行動の解明」

●応募資格：

- ・高校生、高専生、大学生、大学院生（社会人経験者は除く）を対象とします。
- ・外国人学校からの応募、異なる学校に所属する複数のメンバーにより構成されるチームでの応募も認めます。

●審査ポイント：

- ・データ分析の流れが論理的かつ適切で、分析結果が明確に示されているか。
- ・効果的なプレゼンテーションが実施されているか。
- ・売上貢献へのインパクト、視点の斬新さがあるか。

●スケジュール：

- ・告知／募集開始： 2015年4月10日（金）
- ・データセットの公開： 同5月1日（金）
- ・応募締切： 同8月31日（月）
- ・最終プレゼン／表彰式： 同9月26日（土）

●審査委員長：慶應義塾大学環境情報学部長／環境情報学部教授 村井 純

●表彰：総額50万円

最優秀賞（20万円）、優秀賞（10万円）、審査員特別賞（5万円）、高校生（*7）部門賞（5万円）、未来創造賞（5万円）、ブレインパッド賞（5万円）

●主催：慶應義塾大学SFC研究所データビジネス創造・ラボ

ビジネスパートナー：株式会社ブレインパッド

●共催：大学共同利用機関法人 情報・システム研究機構 統計数理研究所

（文部科学省委託事業「データサイエンティスト育成ネットワークの形成」）

●協力：アクセンチュア株式会社、NTTコムオンライン・マーケティング・ソリューション株式会社、SAS Institute Japan株式会社、株式会社電通、東京海上日動火災保険株式会社、日本マイクロソフト株式会社、株式会社スイッチ・メディア・ラボ、株式会社マクロミル、ヤフー株式会社、他

●後援：一般財団法人日本情報経済社会推進協会（JIPDEC）、公益社団法人日本オペレーションズ・リサーチ学会、一般社団法人データサイエンティスト協会

（その他、第2回コンテストに後援いただいた下記の団体に、今回も引き続き後援いただく予定です。
総務省統計局、独立行政法人統計センター、独立行政法人科学技術振興機構、一般社団法人情報処理学会 情報処理教育委員会、一般社団法人日本統計学会、応用統計学会）

●協賛：一般社団法人人工知能学会

(*1) 株式会社電通が提唱する消費行動モデル。インターネットの普及に伴い、消費者が自分で情報を入手・発信できる環境が整ったことを背景に行動を見ていくというもの。商品や広告に気づき（Attention）、興味（Interest）を持ったら、情報収集（Search）、気に入ったら購入（Action）し、他の人々と情報共有（Share）する、という考え方。参考情報：「クロスイッチ 電通クロスマディアコミュニケーション WEB」（<http://www.dentsu.co.jp/crossswitch/>）

(*2) <https://www.switch-m.com/service/>

(*3) <http://search.yahoo.co.jp/>

(*4) <http://www.macromill.com/service/qpr/qpr.html>

(*5) <http://www.brainpad.co.jp/solution/crimsonhexagon/>

(*6) 本コンテストに提供されるデータは、特定の個人を識別できる情報ではありません。

(*7) 高等学校に在学中、もしくは、高等専門学校1～3学年（在学中の方）が対象。

■ご参考情報

●「データビジネス創造・ラボ」について <http://dmc-lab.sfc.keio.ac.jp/>

データビジネス創造・ラボは、慶應義塾大学 SFC 研究所内に設置された、IT、統計、ビジネスデザインの融合方法を研究するグループです。データサイエンティスト育成カリキュラムの構築、ならびに先進的なビッグデータの集計・解析手法等の共同研究を行うとともに、2014 年からは、産官学協働のもとデータ分析によって導き出されるアイディアを競い合う「データビジネス創造コンテスト」を開催しています。第 1 回（2014 年 4 月）は、「ソーシャルデータ」を用いた新たなサービスへの展開やその価値について、第 2 回（2014 年 9 月）は、「オープンデータ」を用いた自治体の新たな政策や解決方法について、アイディアを競い合いました。

●慶應義塾大学 SFC 研究所について <https://www.kri.sfc.keio.ac.jp/>

慶應義塾大学大学院政策・メディア研究科、大学院健康マネジメント研究科、総合政策学部、環境情報学部、看護医療学部の附属研究所である SFC 研究所は、21 世紀の先端研究をリードする研究拠点として、慶應義塾大学湘南藤沢キャンパス（SFC）における教育・研究活動と、産官学および国内外のあらゆる関連活動との双方向の協調関係を育みながら諸科学協調の立場から先端的研究を行い、社会の発展に寄与することを目的としています。

●株式会社ブレインパッドについて <http://www.brainpad.co.jp/>

（東京証券取引所 市場第一部：証券コード 3655）

本社所在地：東京都港区白金台 3-2-10 白金台ビル

設立：2004 年 3 月

代表者：代表取締役社長 草野 隆史

資本金：331 百万円（2014 年 12 月 31 日現在）

従業員数：134 名（連結、2014 年 12 月 31 日現在）

事業内容：アナリティクス事業／ソリューション事業／マーケティングプラットフォーム事業

■お問い合わせ先

●本コンテストに関するお問い合わせ

慶應義塾大学 SFC 研究所 データビジネス創造・ラボ事務局

e-mail : dig-info@sfc.keio.ac.jp

●本ニュースリリースに関するお問い合わせ

慶應義塾大学 湘南藤沢事務室 学術研究支援担当

TEL : 0466-49-3436 e-mail: kri-pr@sfc.keio.ac.jp

株式会社ブレインパッド

経営企画本部 経営企画部 広報担当

TEL : 03-6721-7700 e-mail : pr@brainpad.co.jp

*本ニュースリリースに掲載されている会社名・商品名は、それぞれ権利者の商標または登録商標です。

*本ニュースリリースに掲載されている情報は、発表日現在の情報です。

以上