

製品カテゴリーと複数ブランド購買の動的段階モデリングと店舗選択について

Dynamic stage modeling for category-level and brand-level purchases and a review of store choice modeling

本発表ではスキャナーパネルデータの分析における製品カテゴリー購買と複数ブランド購買の段階モデルを提案する。提案モデルは代表的な消費者行動モデルである EBM モデルを背景に構築される。パラメータ推定にはマルコフ連鎖モンテカルロアルゴリズムによるベイズ推定を用いた。シミュレーション研究の結果、これまでに提案された関連モデルは将来のブランド選択を予測する際に大きなバイアスを引き起こす可能性があるが、提案の方法は効果的に予測できることを示した。また提案手法は既存の手法ではできないブランドスイッチング行動を調べることができる。加えて提案手法の予測精度は既存手法よりも高いことを示した。今後の方向性として店舗選択への応用が考えられるため、店舗選択に関する先行研究のレビューも簡単に行う。