

統計科学界における 上昇機運の実像

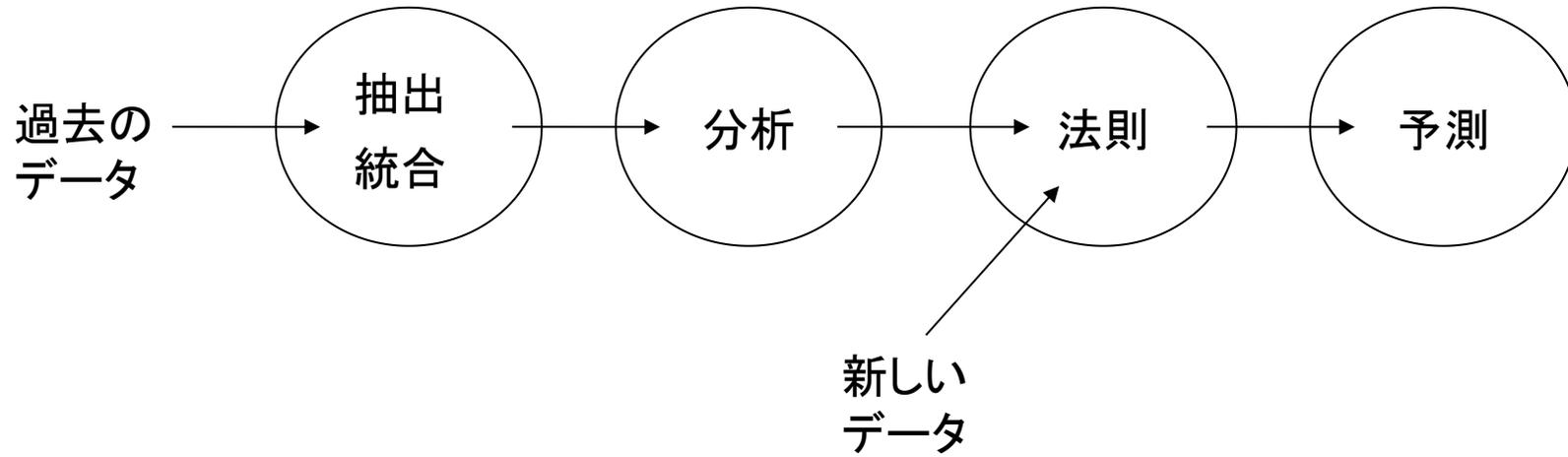
経済総合分析
木下博之

2014/9/14 発表 日本統計
学会大会, 東京大学
9/16, 18 加筆

現状

- 53%の顧客が満足している
 - それは、満足できる結果であろうか？
- ITインフラ一般と、殊に投資価値において混同されがち
 - ビッグデータインフラ(機器,トランザクション, database,ERP)

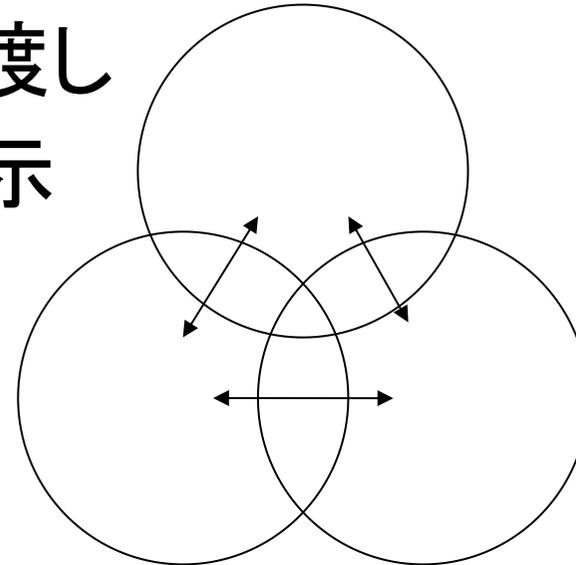
分析の過程



データサイエンティスト

その種類と強み

- データアナリスト, 現実
市場、商品、社風
- データテクノロジスト, 橋渡し
場の提供, 方法論の提示
- データセオリスト, 理論
先端の開拓

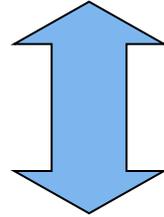


分業して相互の対話応答関係を作るのがよい

- マーケターが、活用方法を学ぶことから始めるのもよいこと
- ただし、全体像を基礎教養として伝えること

ベンダーの戦略と将来性

- 機器を各社に売り込む
- 各社でのデータマーケターの養成



- データ分析の専門業者の存在価値
- データサイエンティスト、テクノロジストとの連携
- 機密保持性の向上

大きいことの価値

分析において

件数が多いだけで満足してはいませんか？

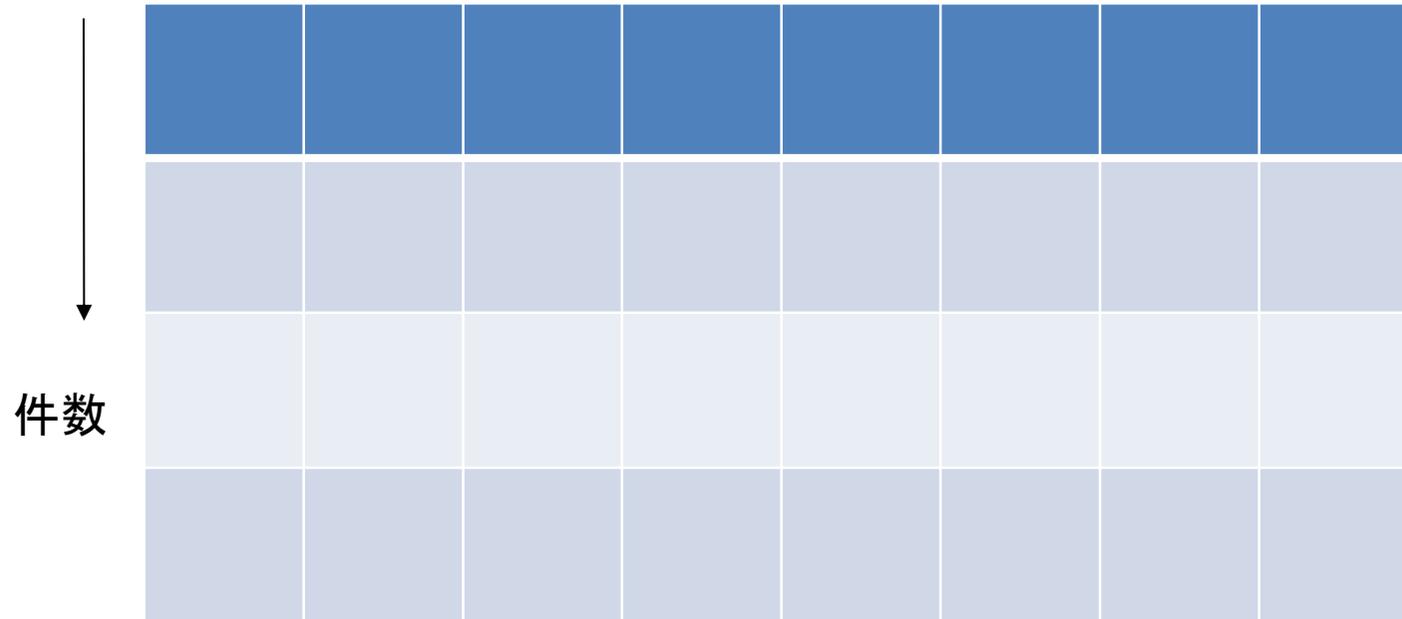
- 大数の法則

関連付けにより、項目を充実させるべき

- ゲシタルト



項目数



個別の顧客に対応するための件数は多くなるというのは別の段階

例

- 口コミ3.1-3.5 など、中庸なものの中から、
選び出すには、より項目が必要
- データベースのより頻繁な使用
一抽出して、並べ替えるなど、二段階以上の操作が可能か？

課題

- 過大な広告の是非
- データーメーカーにも使えるUI,環境
- データサイエンティスト,テクノロジストの活躍
の場の確保

統計科学者に求められること

率先して

- 3者の分別

徹底し周知すること

業績を混同しない

- 2者との交流

理論と現実との関係を互いに実感できるまで伝えること