

ビッグデータとマーケティング

生田目 崇¹

概要：ビッグデータがバズワードとならず、すでに数年間第一線で注目されている。この恩恵をもっとも
うけた業界の一つが小売業であり、ビッグデータはマーケティング戦略になくてはならない情報源となっ
た。その反面、複雑な消費者行動を理解するには従来のモデルでは対応できず、新たな分析スキーム、情
報基盤が必要となる。今回は、そういったマーケティング戦略のための分析の諸相について、近年の動向
をまとめ、どういった分析が求められているのかについて論じる。

¹ 中央大学理工学部