

領域プロジェクト名称	乗用車の販売データによる顕示選好分析入門
担当教員	吉田好邦
プロジェクトの狙い	マーケティング分析としての顕示選好分析を、乗用車の型式別販売台数データを用いて学ぶ。消費者の購買行動を表現するモデルを構築し、消費者の選択の基準を客観的に導き出す。
プロジェクトの内容	乗用車の型式別の年間販売台数と諸元値のデータベースに基づいて、型式ごとの購買の選択シェアを表す数理モデル（ランダム効用モデル）を作成する。同時に最新の年次の販売台数データによるデータベースのアップデートも行う。得られたモデルは価格、燃費、馬力等の車両属性を変数としているが、これらの変数をさまざまに変化させることにより、仮想的な自動車市場の再現、税制の変更による販売シェアの予測などのシミュレーションが可能となる。
プロジェクト開催場所	工学部 4 号館または工学部 9 号館
プロジェクト計画	1. 既往研究のレビュー（4 月） 2. ランダム効用モデルと統計分析の学習（4 月） 3. データベースの作成（5 月） 4. 選好モデルの構築（5 月～6 月） 5. シミュレーション（6 月） 6. まとめ（6 月）
ホームページ	http://www.ee.k.u-tokyo.ac.jp https://www.facebook.com/y.yoshida.lab