



Manage your future

[HOME](#)
[ABOUT SPSS
PRODUCTS](#)
[NEWS&TOPICS
SOLUTIONS](#)
[EVENTS&SEMINARS
KEYWORDS](#)
[TRAINING
SUPPORT](#)
[PARTNERS
EMPLOYMENT](#)
[CONTACT US
ORDER](#)

EVENTS & SEMINARS

[SPSSソリューションセミナー](#)
[ナー](#)
[Marketing Executive Seminar](#)
[SPSS Open House2002](#)
[SPSS Data Mining Day 2002](#)
[SPSS Open House2001](#)
[CLUG Japan 2001](#)
[SPSS Data Mining Day 2001](#)

Search

[▶ SITEMAP](#)
[▶ SPSS.com](#)

第2回「SPSS Open House 研究奨励賞」開催報告



2002年4月の募集開始から始まった第2回「SPSS Open House 研究奨励賞」も、10月2日～3日に行われた「Open House 2002」を持ちずべて終了となりました。

昨年に引き続き、応募いただいた論文はすべて力作ぞろいで、受賞者を決める審査会では白熱した議論が繰り返されました。審査の結果、「審査委員特別賞」を新たに設置のうえ、7本の論文が受賞に輝き、10本以上の論文が「SPSS Open House 2002」でのポスターセッション展示論文として選ばれました。

Open House 当日は授賞式、及び最優秀賞と優秀賞受賞者による口頭発表が行われました。また、ポスターセッションに展示された論文の中から、ご来場者の投票によって「SPSS Open House 参加者特別賞」が決まりました。



常に賑わっていた
ポスターセッション会場



口頭発表：最優秀賞 中野氏



口頭発表：優秀賞
仁王氏、伊藤氏、中嶋氏



口頭発表：優秀賞 印南氏

審査委員会

< 審査委員長 >

専修大学 ネットワーク情報学部 教授 江原 淳 氏

< 審査委員 >

成蹊大学 工学部 教授 岩崎 学 氏

明治大学 理工学部 教授 大滝 厚 氏

明治学院大学 経済学部 教授 清水 聡 氏

早稲田大学 文学部 教授 豊田 秀樹 氏

INTAGE システムソリューション事業部 副事業部長 マーケティングディレクター 宮首 賢治 氏

SPSS 上級副社長 村田 悦子

審査委員長からの総評

応募された論文はどれも力作揃いで、「SPSS Open House参加者特別賞」を目指してのポスターセッション発表が期待される。データ・貢献・オリジナリティ・論理構成・レビューなどの点で総合的に審査されるので、プレゼン資料だけでなく注のある論文形式の方が情報量が多く審査員を説得しやすいと思われる。データ収集面ではユニークな実験・測定やハードなフィールド調査から工夫したWEB調査まで多様となり、手法面でもSEMを使いこなす論文が増えただけでなくテキストマイニングやデータマイニングが増えたのが今年の特徴である。データの多様性はデータクリーニング努力を要求し、慣れない手法への挑戦は内的・外的妥当性のチェックを要求するが、受賞論文はどれも丹念にその努力をしている点が評価された。選外となった論文も僅差であり、受賞論文を参考としてほしい。

 [各賞についてのコメント](#)
受賞者

PDFファイルの再配布は禁じます。
一部ダウンロードできない論文もございます。予めご了承ください。

● **最優秀賞** < 賞金15万円 + 副賞 >

「自覚的コンディションの系列変動分析」

筑波大学大学院 体育科学研究科 中野 貴博

自覚的コンディションの変動要因構造の検証、及び変動傾向と周期性の探索を目的とした。対象は社会人女子競歩選手1名であり、自覚的コンディションに関する15項目のデータを継続的に714日間得た。探索的立場での動的因子分析、及び検証的因子分析モデルでの共分散構造分析により自覚的コンディションの動的構造が検証された。時系列グラフの観察、及びスペクトル分析の結果、因子の変動傾向と周期性が確認された。

 [PDFダウンロード](#)
(934KB)

● **優秀賞** < 賞金10万円 + 副賞 >

「セット商品の購買要因 - Amosを用いた消費者認知構造分析 - 」

慶應義塾大学 商学部 商学科 仁王 敬子 (他2名)

我々はセット商品がどのような時に購買されたり、されなかったりするのかが、というテーマに対し、「安さ」、「自由な商品の組み合わせが出来ない不便さ」、「選びやすさ」という3大要因を設定したのち、幾つかの理論を用いて独自の概念モデルを構築した。その後、消費者調査を行って収集したデータをもとに、統計解析ソフトAmosを使用して共分散構造分析を行った。そして、分析結果から学術的・実務的な示唆を導き出した。

 [PDFダウンロード](#)
(71.3KB)

「テスト形式に対する反応とテスト不安がリスニングパフォーマンスに与える影響」

筑波大学大学院 人文社会科学研究所 印南洋

本研究は、「テスト形式に対する反応」と「テスト不安」が英語リスニングパフォーマンスに与える影響を日本人大学生を対象に調べ、以下の3点が分かった。(1) 問題形式にひっかけ問題が少ないと思うことは、リスニングパフォーマンスに良い影響を強く与える。(2) 問題形式が簡単だと思うことは、リスニングパフォーマンスに良い影響を弱く与える。(3) テスト不安はリスニングパフォーマンスに影響を与えない。

● **INTAGE賞** < 賞金5万円 + 副賞 >

「インターネット調査データに基づく文化事象クラスタリング手法の開発」

慶應義塾大学大学院 政策・メディア研究科 小野田 哲弥

多様化/細分化の進んだ今日の文化事象を、インターネット調査によって回収したデータを基に解明したい。データの不安定さと事象間の流動的關係性を考慮すれば、実証的なデータクリーニングと柔軟なクラスタリング手法を開発しなければならない。社会調査サイトiMap.gr.jpのジャンル「マンガ」のデータに対しClementineのKohonenネットワークを応用することで、その目的を達成した。

 [PDFダウンロード](#)
(3.59MB)

● **SPSS賞** < 賞金5万円 + 副賞 >

「商品企画におけるユーザーニーズの発掘 ～携帯電話のテキストマイニングを事例として～」

明治大学大学院 理工学研究科 木村 明博 (他4名)

本研究では、商品企画段階においてユーザーニーズを発掘するために、自由回答形式によってWeb上からアンケートを行い、そこから得られた回答に関するテキストマイニングのプロセスを提案する。具体的には、形態素解析によってユーザーニーズのキーワードを抽出し、Clementine・数量化 類・CARTなどのツールを用いて解析して、そのデータ構造を発掘し、それにふさわしい商品コンセプトを考案・決定する橋渡しを行うことを目的とする。

 [PDFダウンロード](#)
(1.22MB)

「需要予測モデル構築からの販促アイデアの発見 -カップ麺の新商品の事例を通して-」

関西大学 経済学部 経済学科 森本 譲二

本稿ではデータマイニング技術をPOSデータに応用し、カップ麺新商品の事例を通して、新商品の将来における販売動向予測を試みた。分析目的をカップ麺新商品が定番商品へと成長するか、すぐに棚から消える商品になるかを結果変数として、その結果変数に影響を与えている説明変数を見つけ出すことに置いた。また、予測精度よりもルールの明示化や解釈可能性を重視し、顧客個人レベルの行為も対象に入れた予測モデルの構築を目指した。

 [PDFダウンロード](#)
(290KB)

● **審査委員特別賞** < 賞金5万円 >

「アパレル企業のブランド拡張戦略 ～ブランド・イメージが拡張のカギを握る～」

明治学院大学 経済学部 経営学科 勝田 あゆみ (清水聰ゼミナール代表)

この度の研究の目的は「元気産業」と呼ばれるアパレル業界のブランド拡張戦略の有効性について、検証することである。我々は、このブランド拡張戦略の成功の鍵は顧客である消費者にあると考えた。ブランド戦略の理論を踏まえ、この鍵は消費者の保有するブランド・イメージにあると仮説を構築した。この仮説を立証すべく、486部のオリジナルのアンケート結果をSPSSの回帰、因子分析を用いて、結論づけたのがこの論文である

 PDFダウンロード
(67.2KB)

■ SPSS Open House 参加者特別賞 < 賞金5万円 >

「中高齢者の運動教室参加における体力変化」

筑波大学大学院 体育研究科 大塚 慶輔

本研究では、運動教室に参加している中高齢者を対象とした文部科学省新体力テストの反復測定データに構造方程式モデリングを適用して、体力の維持増進に対する運動効果の要因を検討することを目的とした。多重指標モデルによって、基礎体力に支えられた歩行能力発達への運動効果が検証された。説明変数のある潜在曲線モデルから、年齢と歩行能力水準が体力発達に影響することが確認された。

 PDFダウンロード
(236KB)

ポスターセッション参加者

氏名五十音順

1 「英語を外国語として学ぶ日本人学習者の、英語とその文化に対する心構えと、日本語とその文化に対する心構えとの関係について」

秋田大学 教育学部 石山 麻絵

本研究では、日本人の、外国語としての英語やその文化に対する心構えと、日本語やその文化に対する心構えとの関係を調べた。結果から、日常生活でのコミュニケーション欲求がその関係を決める要素であることがわかった。また、日本語やその文化に対する好意的な態度は、外国語学習において優位に働くこともわかった。本研究の結果は、日本人英語教師がこれらのことを利用して効果的に英語を指導できるという点で非常に有意義である。

 PDFダウンロード
(61.7KB)

2 「ファッション意識の多変量解析と購買行動への影響評価」

共立女子大学大学院 家政学研究科 兼崎 史江 (他1名)

本研究では、若い世代の代表的社会階層である女子大生を対象として、ファッション行動と意識を多変量解析を適用して、明らかにすることを目的としている。結論として、購買行動に人を動かす要因は複雑ではあるが、人間心理の奥にある潜在的なファッションへの確信が、実は、大きな影響を与えることが本研究において伺えた。

 PDFダウンロード
(48.7KB)

3 「学ぶ理由 ～高等学校において生徒の学びたいことは何か、その理由は？～」

今日の学校現場の抱える学習意欲の低下などの問題は、既存の教育システムが、生徒のニーズに合わないことに起因するのではないかと考え、新しい教育システムを模索するために、学びたいこと、学ぶ理由に関して質問紙調査を行った。その結果、クラス（進学・普通・職業）によって、学びたいことが異なる傾向があり、どのクラスも過半数が「将来のため・進学のため」を学ぶ理由として挙げていることがわかった。



4 「沿岸域における環境保全と環境創造の経済的価値に関する研究 -自然再生型公共事業の進捗を目指して-」

日本大学 理工学部 海洋建築工学科 柴 有香（他1名）

本研究では自然再生型公共事業の進捗を目指し、自然の干潟の保全政策や人工なぎさ造成政策がもたらす経済的価値を明確にするとともに、自然と人工の差異や政策対象地までの遠近といった要素が政策の価値にどう影響するのかについて考究した。その結果、環境創造が情報開示等により、環境保全と同等の役割を果たすと認識され得ること、また、環境保全や環境創造の価値は600kmも遠方の人々からも認識されることが捉えられた。



5 「都心居住者のまちに対するイメージに関する分析 ~大阪市西区堀江地区を事例として~」

大阪大学大学院 工学研究科 惣司 めぐみ（他4名）

本研究では、都心部において、新たなまちの動きを感じ取ることができる大阪市西区の堀江地区を事例として、現在のまちのイメージを捉えるとともに、分析をおこなった。分析の方法としては、週間情報誌等のマスメディアを分析するとともに、居住者を対象とした都市計画的な視点に立ったアンケート調査による分析をし、ふたつ視点にたったまちのイメージをとらえている。



6 「異文化の他者に対する対人魅力と自己のコミュニケーション能力の関係 -日本人大学生のケース-」

日本大学大学院 国際関係研究科 内藤 伊都子

本研究では異文化の他者に対する対人魅力と自己のコミュニケーション能力の関係を明らかにすることを目的とした。日本人大学生を被験者として質問紙調査を行いコミュニケーション能力と好意度の測定結果を分析した。その結果日本的コミュニケーション能力とされる自己抑制能力や上下関係への対応能力の高い人物は、そうでない人物よりも未知の異文化の他者に対して好意的な態度をみせる傾向がある、ということが明らかとなった。

7 「プロジェクト型研究活動におけるコミュニケーション環境に関する調査」

慶応義塾大学 環境情報学部 環境情報学科 橋本 義秀（加藤文俊研究プロジェクト代表）

プロジェクトとは、ユニークな結果を出すために集められた有期性のあるチームである。チームメンバーは初めて会った人たちとの協調作業により、短期間に結果を求められる。本調査では、大学の研究プロジェクトを題材とし、その参加者に対するアンケート調査をもとに、コミュニケーション環境という観点から「プロジェクト型研究活動」における学部や学問領域という固定された「境界」を越えた新しいカテゴリーを考えるものである。

8 「生活時間が総体的健康度に及ぼす影響」

立命館大学大学院 社会学研究科 榎本 妙子（他1名）

身体面、精神面、社会面の3つの側面を総体的に把握した「健康度」に対して、生活時間の配分がどのような影響を及ぼしているかについて、パスモデルを用いて若年群と高年群を比較検討した。その結果、若年群はテレビ視聴時間が多いほど健康度が良好になり、高年群では睡眠時間が多いほど健康度が低かった。同じパスモデルであっても若年群と高年群とでは生活時間が総体的健康度に及ぼす影響が異なっていることが示唆された。

9 「購買履歴を用いた顧客管理の基本手法 - 売上を上昇させる顧客層の発見 - 」

関西大学 商学部 商学科 宮田 紘一良

近年、小売業を中心とした企業は、F S PやC R Mなどの顧客管理の手法を用いて競争優位を確立しようとしている。しかし、現在これらの手法は、十分な利益をあげるまでには至っていない。そこで本稿では、「顧客管理によって利益をあげる」ことを目的とし、顧客管理の基本的な手法について考察した。結果として、「企業に利益をもたらす顧客」を発見することで、ひとつの「利益のあがる顧客管理」の叩き台を作ることができた。

 PDFダウンロード
(375KB)

10 「他者意識の違いによる青年期の友人関係について -対人恐怖心性と自己愛傾向との関連から-」

明治学院大学大学院 文学研究科 吉川 佳余

現代青年が希薄な友人関係を呈する要因の一部に、対人恐怖心性と自己愛傾向の2つの側面が考えられる。これらは共に、他者を強く意識することで高まるものとされるが、異なる自己認識をもつ両者では、他者意識にも異なる特徴があることが予測される。本研究は、第1に青年期の友人関係を対人恐怖心性と自己愛傾向から検討すること、第2に他者意識における対人恐怖心性と自己愛傾向との関連を検討することを目的に行われた。

 PDFダウンロード
(62.4KB)

11 「Verbal Fluency Test（語彙流暢性検査）データに基づくドウブツカテゴリの心的カテゴリ構造：日本語話者と欧米言語話者との比較」

福島大学 教育学部 渡辺 かおり

日本語話者を被験者として、Verbal Fluency Test（語彙流暢性検査）に基づいて長期意味記憶における心的カテゴリ構造を明らかにした。具体的には、Verbal Fluency Testの語順データをCh an（1993）のアルゴリズムにより非類似度行列に変換し、多次元尺度法（SPSS, A L S C A L プログラム）を用いて分析した。上記手法で導出された日本語話者のドウブツカテゴリの心的カテゴリ構造を、先行研究において明らかにされている欧米言語話者のそれと比較した。その結果、大きさ・捕食性の次元が共通するなど基本的に意味構造は類似していることが確認された。

◀ BACK

▲ TOP

SPSSに関するご意見、ご質問は [Webmaster](#) まで
copyright 2002, SPSS Japan Inc. All rights reserved.

[SITEMAP](#) | [SPSS.Inc](#)