

Title	予測システムの属性が予測精度に与える影響-予測市場の実務的活用に向けて-
Sub Title	
Author	岩川, 佳史(Iwakawa, Yoshifumi) 岡田, 正大
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	2009
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 2009年度経営学 第2396号 連絡が必要
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00002009-2396

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the Keio Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

論文要旨

所属ゼミ	岡田正大 ゼミ	学籍番号	80830107	氏名	岩川 佳史
(論文題名)					
<p style="text-align: center;">予測システムの属性が予測精度に与える影響 - 予測市場の実務的活用に向けて -</p>					
(内容の要旨)					
<p>企業が戦略を策定するには、様々な将来予測が必要である。それは、商品の販売数量であったり、プロジェクトの完成時期であったり、販売価格であったりと様々である。そのような予測をするにあたり、使われる予測メソッドロジーも、統計的手法(単回帰分析, 重回帰分析)による予測, エキスパートによる予測, アンケート調査による予測など多岐に渡る。</p> <p>一方で、近年の消費者の嗜好の変化を考慮すると、企業は少品種大量生産から、多品種少量生産へとシフトすることを強いられている。その結果、過去の実績データが得られない新製品の売上予測を立てる必要が出てきている。つまり、このような時代環境下においては、過去のトレンドを未来に外挿する予測だけでは不十分である。</p> <p>本論文においては、昨今欧米において実証研究が進んでいる予測メソッドロジーの1つである予測市場を考察する。その理由として、企業の戦略策定プロセスにおいて、予測市場を用いた予測が有用となる可能性を秘めていると感じた点、および欧米においては有用だと考えられている予測市場の研究自体が、日本においては目立った取り組みが進んでいない点からである。</p> <p>そのような背景を踏まえ、本論文では、群衆を構成する各個人が持つ多様な意見を集約し、抽出する手法である「予測市場」に注目する。この「予測市場」を用いて予測された結果が、他の予測メソッドロジーによる予測と比較し、それらの相対的な精度について検証を試みる。</p> <p>具体的には、2008年のアメリカ大統領選挙において、予測市場による選挙予測と、世論調査による選挙予測の両者の予測結果を比較・考察することにより、予測市場による予測の相対的な精度の有意性を検証した。</p> <p>また、上記と同じ考え方で、予測市場による予測とエキスパートによる予測の精度比較を行う。米国ハリウッドエクステンヂ社(HSX)が発表した2008年アカデミー賞の受賞予測と、エキスパートによるアカデミー賞の受賞予測の二つの予測を実際の結果と照らし合わせることで、予測市場による予測の相対的な精度の有意性を検証した。</p> <p>そして、2009年の日本シリーズの優勝チームを予測市場による予測(実験参加者はKBSの学生)、世論調査による予測(yahoo!ズバリ予想)、エキスパートによる予測(プロ野球解説者)の3つのデータから比較し、予測市場による予測の相対的な精度の有意性を検証した。</p> <p>分析の結果、予測市場の特徴として、以下の4点が明らかになった。</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 世論調査に比べて、予測対象が実現する以前(4ヶ月~5ヶ月前)であっても予測対象の実現確率を正確に予測することが可能(誤差は3~5%以内)である。 ● 世論調査に比べて極めて少ないサンプル(N=50程度)であっても、15,000人程度の世論調査と同等の予測精度を持つ。 ● エキスパートの予測と比較して、最も予測精度の高いエキスパートの的中率と同等の予測精度を確認できた。(アカデミー賞受賞予測にて、的中率は83.3%) ● エキスパートによる予測に頼るのではなく、群衆の叡智を予測市場により集約した予測値のほうが当たると解釈できる。(2009年日本シリーズ優勝チーム予測にて、エキスパート14名中5名が予測を外した。予測市場を用いた予測は見事的中した。) 					