

研究員氏名

里村 卓也

2019/2/15現在

<図書>

著者名	書名	出版者	発行年	総ページ数
里村卓也	マーケティング・モデル 第2版	共立出版	2015年	188
里村卓也	マーケティング・データ分 析の基礎	共立出版	2014年	183

<雑誌論文>

著者名	論文表題	雑誌名(巻)	頁	発行年	査読
里村 卓也	トピックモデルによる顧客 データの統合的分析	オペレーションズ・リサー チ63(2)	67-74	2018年	有
里村 卓也	視線計測による消費者行 動の理解	オペレーションズ・リサー チ62(12)	775-781	2017年	無
佐藤栄作, 里村卓也, 野際大介, 中村博, 守口 剛	実務における品揃え操作 影響評価のための購買 行動モデルの拡張と実証 分析	流通情報(523)	52-73	2016年	有

<学会発表>

発表者名	発表標題	学会名	開催地	発表年月
Takuya Satomura	A Duration Model of Customers' Repeated Usage of Multiple Services	40th Annual ISMS Marketing Science Conference	Temple University/ Philadelphia, USA	2018年6月
里村 卓也	複数サービス利用間隔モ デルによる顧客来店行動 の分析	日本マーケティングサイ エンス学会第103回研究 大会	大阪経済大学, 大阪	2018年6月
里村 卓也	複数サービス利用間隔モ デルによるヘアサロン顧 客の来店行動分析	平成29年度データ解析 コンペティション 成果報 告会	中央大学, 東京	2018年3月
白井美由里, 里村 卓也	Quantity Surchargeと Quantity Discountに対す る消費者反応の分析	日本マーケティングサイ エンス学会第102会研究 大会	電通ホール, 東京	2017年12月
里村 卓也	マーケティングから見た 機械学習	日本オペレーションズ・リ サーチ学会2017年秋季 研究発表会	関西大学, 大阪	2017年9月

<u>Takuya Satomura</u>	Integrating customer data sets using topic models	Conference of the International Federation of Classification Societies	Tokai University, Tokyo, Japan	2017年8月
<u>里村 卓也</u>	トピック・モデルを利用した購入商品と顧客ライフスタイルの同時分析	日本マーケティングサイエンス学会第101会研究大会	慶應義塾大学, 東京	2017年6月
伴 正隆, 本橋 永至, 長谷川 翔平, 豊澤 栄治, 佐藤 忠彦, <u>里村 卓也</u> , 照井 伸彦	機械学習手法のマーケティング理論・概念への応用に関する研究レビュー	日本マーケティングサイエンス学会第101会研究大会	慶應義塾大学, 東京	2017年6月
<u>Takuya Satomura</u>	Joint Topic Models for Integrating Customer Information	39th Annual ISMS Marketing Science Conference	University of Southern California/ Los Angeles, USA	2017年6月
<u>Takuya Satomura</u>	Joint Topic Models for Integrated Analysis of Consumer Lifestyles and Purchase Behavior	SCP-JACS Collaborative Conference	Keio University/ Tokyo, Japan	2017年5月
<u>里村卓也</u>	行動・心理データの融合による顧客行動分析	日本商業学会関東部会研究会	専修大学	2017年3月
<u>里村卓也</u>	行動・心理データの融合による顧客行動分析	南山大学経営研究センターワークショップ「消費者行動」	南山大学	2017年3月
<u>Takuya Satomura</u>	Evaluation of Topic Quality for Shopper Insights	International Workshop on Marketing Science and Service Research	Tokyo University	2016年12月
河塚 悠, 河股 久司, <u>里村 卓也</u> , 守口 剛, 白井 康之	リンク分析アルゴリズムを応用した”早慶らしさ”の数量化	日本マーケティングサイエンス学会第100会研究大会	大阪大学	2016年11月
<u>Takuya Satomura</u> , Daisuke Nogiwa, Eisaku Sato, Hiroshi Nakamura, Tsuyoshi Moriguchi	消費者選択行動モデルを利用した購買トピックの分析	2016年度統計関連学会連合大会	金沢大学	2016年9月
<u>Takuya Satomura</u> , Daisuke Nogiwa, Eisaku Sato, Hiroshi Nakamura, Tsuyoshi Moriguchi	Latent Purchase Topic Models For Turning Purchase Data Into Shopper Insights	ISMS Marketing Science Conference	Fudan University, Shanghai, China	2016年6月
<u>里村卓也</u> , 野際 大介, 佐藤 栄作, 中村 博, 守口 剛	Latent Purchase Topic Models For Turning Purchase Data Into Shopper Insights	第99回日本マーケティングサイエンス学会第99回研究大会	東北大学	2016年6月
<u>里村卓也</u> , 野際 大介, 佐藤 栄作, 中村 博	購買履歴データを用いた顧客別購買トピックの分析	第50回消費者行動研究コンファレンス	神戸大学	2015年6月

<p>里村卓也</p>	<p>消費者の離散・連続選択モデルの研究</p>	<p>南山大学経営研究センター消費者行動ワークショップ</p>	<p>南山大学,名古屋市</p>	<p>2015年3月</p>
<p>里村卓也, 野際大介, 佐藤栄作, 中村博</p>	<p>チャンネル別の特性を考慮したカテゴリ購買経験分析とトピックモデルによる購買テーマ分析</p>	<p>経営科学系研究部会連合協議会主催平成26年度データ解析コンペティション成果報告会</p>	<p>リクルートGINZA8ビル,中央区,東京都</p>	<p>2015年3月</p>