

2015年3月

履歴書 照井 伸彦

氏名: 照井 伸彦
生年月日: 1958年6月19日
学位: 経済学博士 (東北大学) 1990年
現職 東北大学大学院経済学研究科教授、
同サービス・データ科学研究センター長
Tel: 022-795-6311
E-mail: terui@econ.tohoku.ac.jp
Website: <http://www.econ.tohoku.ac.jp/~terui/>



職歴

1988年-1990年 山形大学人文学部経済学科専任講師
1990年-1991年 ミネソタ大学経済学部客員研究員
1990年-1994年 山形大学人文学部経済学科助教授
1991年-1992年 テキサス A&M 大学統計学部客員研究員
1993年-1995年 文部省統計数理研究所 予測制御研究系 客員助教授
1994年-1998年 東北大学経済学部助教授
1996年-1997年 エラスムス大学ティンバーゲン研究所客員研究員
1998年-1999年 東北大学経済学部教授
1999年-現在 東北大学大学院経済学研究科教授
2000年 エラスムス大学ティンバーゲン研究所客員研究員
2005年-2005年 オハイオ州立大学フィッシャー経営大学院客員研究員(フルブライト)
2012年- 情報・システム研究機構・統計数理研究所 客員教授
2015年 メリーランド大学スミスビジネススクール客員教授

学術受賞

第18回 日本統計学会賞 (2013)

The Tjalling C. Koopmans Econometric Theory Prize (1992) (Jointly with Prof. Hosoya and Tsukuda)

研究活動

査読付き学術誌

Nobuhiko Terui and Masataka Ban (2014), “Multivariate time series model with hierarchical structure for over-dispersed discrete outcomes,” *Journal of Forecasting*, 33, 376-390.

照井伸彦(2014), “消費者需要のマイクロ構造モデリングとその応用,” 日本統計学会誌, 43(2), 293-334. (日本統計学会賞受賞者特別寄稿論文)

Shohei Hasegawa, Nobuhiko Terui and Greg Allenby (2012), “Dynamic Brand Satiation,” *Journal of Marketing Research*, vol. XLIX, 842-853.

Nobuhiko Terui, Masataka Ban and Greg Allenby (2011), “The Effect of Media Advertising on Brand Consideration and Choice,” *Marketing Science*, 30 (1), 74-91.

Nobuhiko Terui, Shohei Hasegawa, Taemyung Chun, and Kosuke Ogawa (2011), “Hierarchical Bayes Modeling of the Customer Satisfaction Index,” *Service Science*, 3, 127-140.

Masataka Ban, Nobuhiko Terui and Makoto Abe (2010), “A Model for TV Advertising Management with Heterogeneous Consumer by Using Single Source Data,” *Marketing Letters*, 22, 373-389.

Nobuhiko Terui, Masataka Ban and Toshihiko Maki (2010), “Finding Market Structure by Sales Count Dynamics - Multivariate Structural Time Series Models with Hierarchical Structure for Count Data,” *Annals of the Institute of Statistical Mathematics*, 62, 92-107.

ウィラワン・ドニ・ダハナ、照井伸彦(2009), “, 購買履歴データによる顧客別参照価格の特定化と CRM 実践の可能性” *マーケティング: サイエンス*, 16, 75-94.

Nobuhiko Terui and Masataka Ban (2008), “Modeling Heterogeneous Effective Advertising Stock Using Single-source Data,” *Quantitative Marketing and Economics*, 6 (4), 415-438.

照井伸彦(2008), “価格閾値の推定と価格カスタマイゼーションの可能性”, *日本統計学会誌*, 37 (2), 261-278.

伴正隆・照井伸彦(2008), “消費者異質性の下でのブランド別広告残存効果と広告長期効果の測定” *マーケティング: サイエンス*, 15 (1), 65-81.

Nobuhiko Terui and Wirawan Dony Dahana (2006), “Price Customization Using Price Thresholds Estimated from Scanner Panel Data,” *Journal of Interactive Marketing*, 20(3), 58-70

- Nobuhiko Terui and Wirawan Dony Dahana (2006), "Estimating Heterogeneous Price Thresholds," *Marketing Science*, 25 (4), 384-391.
- Nobuhiko Terui and Wirawan Dony Dahana (2005) "Price Customization Using Price Thresholds Estimated from Scanner Panel Data," *Proceedings of the 2005 International Workshop on Customer Relationship Management: Data Mining Meets Marketing at New York University*.
- Nobuhiko Terui and Yuuki Imano (2005), "Forecasting Model with Asymmetric Market Response and Its Application to Pricing in Consumer Package Goods," *Applied Stochastic Models in Business and Industry*, 21 (6), 541-560.
- Nobuhiko Terui (2004), "Measuring Delayed and Long-run Effects of Pricing Decisions to Market Shares: A Bayesian Attraction Model Approach," *Marketing Intelligence and Planning*, 22 (3), 264-283.
- 照井伸彦, 大西浩志(2003), "ブランド知名度に対するメディアミックス広告効果の測定-階層的ベイズ回帰モデルによる縮約推定の適用" *マーケティング・サイエンス*, 11, 43-59.
- Nobuhiko Terui and Herman K. van Dijk (2002), "Composite Forecasts of Linear and Nonlinear Time Series Models," *International Journal of Forecasting*, 18 (3), 421-438.
- Nobuhiko Terui (2000), "Forecasting Dynamic Market Share Relationships," *Marketing Intelligence and Planning*, 18 (2), 67-77.
- Takeaki Kariya, Ruey.S. Tsay, Nobuhiko. Terui and Hong Li (1999), "Tests for Multinormality with Application to Time Series," *Communications in Statistics: Theory and Methods*, A28, 519-536.
- Nobuhiko Terui and Takeaki Kariya (1997), "Gaussianity and Nonlinearity of Foreign Exchange Rate," *IMS Monograph Series Vol. 31(L-1 Statistical Procedures and Related Topics)*, 31, 337-350.
- Nobuhiko Terui and Takeaki Kariya (1997), "Testing Gaussianity and Linearity of Japanese Stock Returns," *Financial Engineering and the Japanese Market*, 4 (3), 203-232.
- Nobuhiko Terui and Masayoshi Kikuchi (1994), "The Size Adjusted Critical Region of Moran's I Test Statistic for Spatial Autocorrelation and Its Application to Geographic Areas," *Geographical Analysis*, 26 (3), 213-227.
- John Geweke and Nobuhiko Terui (1993), "Bayesian Threshold Autoregressive Models for

- Nonlinear Time Series”, *Journal of Time Series Analysis*, 14 (5), 441-454.
- Nobuhiko Terui (1991), “Some Causality Concepts and Partial Causality,” *The Annals of Applied Information Sciences*, 16 (1), 59-65.
- John Geweke and Nobuhiko Terui (1991), “Threshold Autoregressive Models for Macroeconomic Time Series : A Bayesian Approach,” *Proceedings of the American Statistical Association, Business and Economics Section*.
- Nobuhiko Terui (1991), “The Partial Causality in Multivariate Stationary Time Series,” *The Economic Studies Quarterly*, 42 (1), 72-81.
- Nobuhiko Terui (1990), “An F type Small Sample Simultaneous Test for Nested Linear Regression Models,” *Communications in Statistics, Theory and Method*, A19 (2), 703-722.
- Yuzo Hosoya, Yoshihiko Tsukuda and Nobuhiko Terui (1989), “Ancillarity and the Limited Information Maximum Likelihood Estimation of a Structural Equation in a Simultaneous Equation System,” *Econometric Theory*, 5 (4), 385-404.
- Yozo Hosoya and Nobuhiko Terui (1988), “Nested Statistical Models and a Generalized Likelihood Ratio Test,” *Statistical Theory and Data Analysis II*, 111-130, Noth Holland Pub. New York.

その他学術誌

- Shohei Hsegawa, Nobuhiko Terui and Greg Allenby (2010), “Dynamic Joint Space Map” *Proceedings of International Workshop on Bayesian Statistics and Marketing*, 264-288.
- 照井伸彦(2010), “メディア広告の効果と役割”, *日経広告研究所報*, 253,4-11.
- 照井伸彦(2009), “消費者行動のモデル化とマーケティングのカスタマイズ”, *システム／制御／情報*, 53 (9), 380-387.
- Nobuhiko Terui (2008), “「動的個人モデルによる消費者来店行動の解析」へのコメント-マーケティングの中の時系列解析,” *日本統計学会誌*, 38 (1), 29-30.
- Nobuhiko Terui and Yuuki Imano (2007), “Testing Multivariate Gaussianity by Hermitian Polynomials Transformation,” *研究年報「経済学」*, 68 (3), 465-482.
- Nobuhiko Terui and Masataka Ban (2006), “Advertising Management Model by Using Single Source Data”, *Proceedings of Tsukuba-Tohoku Joint International Workshop on New*

Directions of Research in Marketing, 202-231.

Wirawan Dony Dahana and Nobuhiko Terui (2006), "Modeling Heterogeneous Consumer's Reference Price Formation", *Proceedings of International Workshop on Bayesian Statistics and Applied Econometrics*, 105-114.

Wirawan Dony Dahaya and Nobuhiko Terui (2006), "A Threshold Choice Model and Its Application to Pricing Strategy," *研究年報「経済学」*, 68 (1) 33-52.

伴正隆, 照井伸彦(2006), "消費者選好の異質性の下での広告効果測定 - 階層ベイズ・プロビットモデルのシングルソースデータへの適用," *研究年報「経済学」*, 68 (1), 53-68.

Nobuhiko Terui (2005), "Estimation and Inference on Continuous Time Nonlinear Business Cycle Models," *研究年報「経済学」*, 66 (4), 117-144.

照井伸彦(1996), "マーケットシェアモデルの同時予測分布-ベイズ型ベクトル値自己回帰モデルのPOS データへの応用-," *研究年報「経済学」*, 58 (3), 313-323.

照井伸彦, (1996), "動学的ベイズモデルによる市場反応分析," *研究年報「経済学」*, 58 (2), (1996), 181-194.

照井伸彦(1994), "市場反応分析における残存効果と動学的潜在変数モデル," *山形大学紀要(社会科学)* 25 (1), 51-91.

Nobuhiko Terui (1989), "On the Relation Between Causal Coherence and Spectral Feedback Measure in the Frequency Domain," *山形大学紀要(社会科学)*, 20(1), 109-116.

Yuzo Hosoya, Yoshihiko Tsukuda and Nobuhiko Terui (1987), "The Conditional Performance of the Limited Information Maximum Likelihood Estimator," *研究年報「経済学」*, 48 (5), 767-784.

Nobuhiko Terui (1985), "Some Conditional Properties of the Limited Information Maximum Likelihood Estimation", *研究年報「経済学」*, 46 (4), 493-505.

ワーキングペーパー

Nobuhiko Terui and Masataka Ban (2012), "Multivariate time series model with hierarchical structure for over-dispersed discrete outcomes" *SSRN working paper* :SSRN-id 2054266.

Shohei Hasegawa, Nobuhiko Terui and Greg Allenby (2011), "Dynamic Joint Space Map," Discussion Paper (TM&ARG) No.99, Graduate School of Economics and Management,

Tohoku University.

書籍

照井伸彦、佐藤忠彦著 (2013) 「現代マーケティング・リサーチ—市場を読み解くデータ分析」, 有斐閣, 2013年11月

照井伸彦(2010) 「Rによるベイズ統計分析」 朝倉書店

照井伸彦、ウィラワン・ドニ・ダハナ、伴正隆(2009) 「マーケティングの統計分析」 朝倉書店

森棟公夫, 照井伸彦, 中川満, 西埜晴久, 黒住英司(2008) 「統計学」 有斐閣

照井伸彦(2008) 「ベイズモデリングによるマーケティング分析」 東京電機大学出版局

蓑谷千風彦他28名(2007) 「計量経済学ハンドブック」 朝倉書店

石井信、照井伸彦、井元清哉、樋口知之、北川源四郎(2007) 「統計数理は隠された未来をあらわにする」 東京電機大学出版局

和合肇他14名(2005) 「ベイズ計量経済分析」 東洋経済新報社

栗山規矩 他(2002) 「これだけは知っておこう！ 統計学」 有斐閣

小暮厚之・照井伸彦(2001) 「計量ファイナンス分析の基礎」 朝倉書店

刈屋武昭、照井伸彦 (1997年) 「非線形経済時系列分析法とその応用—ガウス性検定と非線形モデル—」 岩波書店

竹内清 他(1990) 「経営統計学」 有斐閣

国際会議プロシーディングス

Nobuhiko Terui ed. (2012), *Proceedings of the International Workshop in Marketing Science and Service Research*.

Nobuhiko Terui ed. (2010), *Proceedings of International Workshop on Bayesian Statistics and Marketing*.

Nobuhiko Terui, Chizuru. Nishio and Tadahiko.Sato eds. (2006), *Proceedings of “New Directions of Research in Marketing”*.

Hajime Wago and Nobuhiko Terui eds. (2006), *Proceedings of “International Workshop on*

Bayesian Statistics and Applied Econometrics.

Nobuhiko Terui, Hajime Wago and Tomoyuki Higuchi eds. (2004), *Proceedings of "Recent Development of Statistical Modeling on Marketing"*.

学会発表

国際会議など

“Modeling Preference Change through Brand Satiation,” *Marketing Seminar*, University of Maryland, Smith School of Business, February, 2015.

“Modeling Nonlinear Relation from Customer Satisfaction to Loyalty,” *Direct/Interactive Marketing Research Summit*, San Diego, California, October, 2014

“Modeling Preference Change through Brand Satiation,” *Marketing Seminar*, University of Groningen, Groningen, The Netherlands, February, 4, 2014.

“Modeling Preference Change through Brand Satiation,” *Econometric Seminar*, Erasmus University, Rotterdam, The Netherlands, February, 7, 2014.

“Nonlinear Modeling of Customer Satisfaction Index,” *INFORMS 2013 Meeting*, Minneapolis, U.S.A. October, 2013.

“Modeling Preference Change through Brand Satiation,” *The 10th Marketing Dynamics Conference*, University of North Carolina, Chapel Hill, U.S.A. June, 2013.

“Modeling Preference Change through Brand Satiation,” *The 8th KUBS International Symposium in Marketing*, Korea University, May, 2013 (Invited talk)

“Multivariate Structural Time Series Models with Hierarchical Structure for Overdispersed Discrete Outcomes,” *5th International Conference of the ERCIM WG on COMPUTING & STATISTICS*, Oviedo, Spain, December, 2012.

“Dynamic Brand Satiation,” *2012 INFORMS Annual Conference*, Phoenix, U.S.A., October, 2012.

“Dynamic Brand Satiation,” *2012 ISBA World Meeting*, Kyoto, Japan, June, 2012.

“Multivariate Structural Time Series Models with Hierarchical Structure for Over-dispersed Discrete Outcomes,” *58th ISI World Statistics Congress*, Dublin, Ireland, August, 2011.

- “Multivariate Structural Time Series Models with Hierarchical Structure for Over-dispersed Discrete Outcome,” *International Workshop on Applied Bayesian Statistics and Econometrics*, Kyoto, Japan, February 2011.
- “Multivariate Structural Time Series Models with Hierarchical Structure for Count Data,” *European Seminar of Bayesian Econometrics (ESOB)*, Rotterdam, Netherlands, November, 2010.
- “Dynamic Joint Space Map,” *International Workshop on Bayesian Statistics and Marketing*, Osaka, Japan, October, 2010.
- “The Effect of Media Advertising on Brand Consideration and Choice,” *Marketing Science Conference 2010*, Cologne, Germany, June, 2010.
- “Multivariate Structural Time Series Models with Hierarchical Structure for Count Data,” *The Rimini Conference in Economics and Finance*, Rimini, Italy, June , 2010.
- “Dynamic Joint Space Map by Using Scanner Panel Data,” *International Workshop on Bayesian Econometrics and Statistics*, Sendai, Japan, February, 2010.
- “Getting Stable CSI by Using Hierarchical Bayes Model,” *18th Frontiers on Service Conference*, Honolulu, U.S.A., October, 2009.
- “Discrete Choice Model with Time Varying Choice Set for Media Advertising and Brand Consideration,” *4th Japanese-European Meeting on Bayesian Statistics and Econometrics*, Barcelona, Spain, August, 2009.
- “Multivariate Structural Time Series Model with Hierarchical Structure for Count Data,” *Joint Meeting of 4th World Conference of the IASC2008 and 6th Conference of the Asian Regional Section of the IASC on Computational Statistics & Data Analysis*, Yokohama, Japan, December, 2009.
- “Count Data Sales Forecasting,” *Marketing Science Conference 2008*, Vancouver, Canada, June, 2008.
- “Forecasting Count Data in Sales,” *2007 INFORMS International Meeting (Marketing Session)*, San Juan, Puerto Rico, July, 2007.
- “Modeling Heterogeneous Effective Advertising Stock Using Single-Source Data,” *The Frank M. Bass Conference for Marketing Science*, Dallas, U.S.A., March, 2007.
- “Advertising Management Model by Using Single Source Data,” *International Workshop on*

- New Directions of Research in Marketing*, Tokyo, Japan, December, 2006.
- “Modeling Heterogeneous Consumer’s Reference Price Formation,” *International Workshop on Bayesian Statistics and Applied Econometrics*, Sendai, Japan, October, 2006.
- “Discrete Choice Model on Nonlinear Stochastic Utility Function and Its Applications,” *First Japanese- European Meeting on Bayesian Statistics and Econometrics*, Vienna, Australia, August, 2006.
- “Modeling Heterogeneous Effective Advertising Levels Using Single-Source Data,” *Seminars on Bayesian Inference of Econometrics and Statistics*, Iowa City, U.S.A., April, 2006.
- “Price Customization Using Price Thresholds Estimated from Scanner Panel Data,” *2005 International Workshop on Customer Relationship Management: Data Mining Meets Marketing*, New York, U.S.A., November, 2005.
- “Estimating Heterogeneous Price Thresholds,” *Clarence Tow Lecture Series, University of Iowa, Henry B. Tippie College of Business*, Iowa City, U.S.A., October, 2005.
- “Estimating Heterogeneous Price Thresholds,” *International Conference on Recent Development of Statistical Modeling in Marketing*, Tokyo, Japan, December, 2004.
- “Testing Multivariate Gaussianity by Hermitean Polynomial Transformation,” *INFORMS Annual Meeting (Stochastic Process Session)*, Denver, U.S.A., October, 2004.
- “Estimating Heterogeneous Price Thresholds; An Application to Customization Strategy,” *Marketing Science Conference 2004*, Rotterdam, Netherlands, June, 2004.
- “A Threshold Choice Model for Asymmetric Market Response and Segmentation,” *International Symposium on “Statistical Analysis of the Structure with Latent Variable Model”*, Tokyo, Japan, December, 2003.
- “The Estimation of Price Threshold with Asymmetric Dynamic Market Response and Forecasting,” *Econometrics and Statistics Colloquium, University of Chicago*, Chicago, U.S.A., April, 2003.
- “A Threshold Choice Model for Asymmetric Market Response and Segmentation,” *Marketing & Logistics Research Colloquium Series, Ohio State University*, Columbus, U.S.A., April, 2003.
- “The Estimation of Price Thresholds with Asymmetric Dynamic Market Response and Pricing Policies,” *International Symposium on “Markov chain Monte Carlo: Recent development*

and its applications, Tokyo, Japan, December, 2002.

“Estimating Latitude Price Acceptance with Dynamic Asymmetric Market Response in Consumer Package Goods,” *Marketing Science Conference 2002*, Edmonton, Canada, June, 2002.

“Measuring Delayed and Long-run Effects of Pricing Decisions to Market Shares: A Bayesian Attraction Model Approach,” *Marketing Science Conference 2001*, Wiesbaden, Germany, July, 2001.

“Forecasting Competitive Relations of Brands,” *INFORMS Annual Meeting (Marketing Session)*, Salt Lake City, U.S.A., May, 2000.

“Tests for Gaussianity by Hermitian Polynomial Transformation,” *Econometric Seminar at University of Amsterdam*, Amsterdam, Netherlands, June, 1997.

“Estimation and Inference on Continuous-time Nonlinear Models,” *Statistics Seminar at CORE, Catholic University of Louvain*, Louvain-la-Neuve, Belgium, May, 1997.

“Estimation and Inference on Continuous-time Nonlinear Models,” *Statistics Seminar at Institute of Statistics, University of Basel*, Basel, Switzerland, January, 1997.

“Nonlinear Time Series Models: A Bayesian Approach,” *Econometric Seminar at Tinbergen Institute, Erasmus University*, Rotterdam, Netherlands, May, 1996.

“Limit Cycle and Multistep Prediction in an Exponential Autoregressive Model for Nonlinear Time Series,” *International Symposium on Exploration of Informational Aspects of Bayesian Statistics*, Fujiyoshida, Japan, December, 1993.

“Nonlinear Time Series Models: A Bayesian Approach,” *Statistics Colloquium at Dept. of Statistics, Texas A&M University*, College Station U.S.A., August, 1992.

“Threshold Autoregressive Models for Macroeconomic Time Aeries: A Bayesian Approach,” *Joint Statistical Meetings of the American Statistical Society, Institute of Mathematical Statistics and Biometric Society*, Atlanta, U.S.A., August, 1991.

“A Quantitative Analysis of Japanese Economy,” *Fulbright Lecture Series at Austin College Minnesota*, Austin, U.S.A., March, 1991.

国内会議など

“Modeling Preference Change through Brand Satiation” 応用統計ワークショップ、2015年1

月、東京大学経済学研究科

“Multivariate Time Series Models with Hierarchical Structure for Discrete Outcomes,” シンポジウム “経済・ファイナンス分析のための統計的方法”, 2014年9月, 学習院大学

“消費経験による飽きを通じた選好変化のマイクロ構造モデリング”、研究集会「第15回ノンパラメトリック統計解析とその周辺」、2014年3月、慶応大学

“消費者マイクロ構造のベイズモデリング”、2013年統計関連学会連合大会, 2013年9月、大阪大学（第18回統計学会賞受賞記念講演）

“Dynamic Brand Satiation”、研究集会「第14回ノンパラメトリック統計解析とその周辺」、2013年3月、慶応大学

“Multivariate Structural Time Series Models with Hierarchical Structure for Over-dispersed Discrete Outcome,” 2012年 統計関連学会連合大会, 2012年9月, 北海道大学

“Multivariate Structural Time Series Models with Hierarchical Structure for Over-dispersed Discrete Outcomes,” マーケティングサイエンスの新展開II, 2011年12月, 慶応大学

“Dynamic Brand Satiation”、日本マーケティングサイエンス学会第89回研究大会、2011年6月、関西学院大学

“顧客満足度指数の階層ベイズモデリング” 日本マーケティングサイエンス学会第88回研究大会, 2010年11月, 電通

“カウントデータに対する階層構造をもつ多変量時系列モデル” 明治大学GCOE シンポジウム「非線形時系列に対する現象数理学の発展」, 2010年9月, 明治大学（招待・特別）

“動的因子構造をもつ階層ベイズ離散選択モデルとその応用 “第12回ノンパラメトリック統計解析とその周辺, 2010年3月, 慶応大学

“ベイズモデリングによる消費者選好の可視化” 第3回横幹連合コンファレンス 2009年12月, 東北大学（招待・特別）

“広告とブランド考慮の非集計モデル” 第59回日本商業学会、2009年5月, 関西大学（招待・特別）

“シングルソースデータを用いたテレビ広告管理モデル” 第11回ノンパラメトリック統計解析とその周辺-ベイズ統計とリスク解析, 2009年3月, 慶応大学

“マーケティングとサービス科学[第1回サービス工学ワークショップ” サービスを通

じて得られる大規模データの活用と計算論的モデリング—消費者行動に基づくサービスプロセスの変革—2009年1月, 東京 (シンポジウム・ワークショップ・パネリスト)

“販売数量POS データのダイナミックスにもとづく市場構造分析” 日本マーケティングサイエンス学会第84 回研究大会 2008年11月、電通

“カウントデータの多変量時系列モデル” 研究集会「第10回ノンパラメトリック統計解析とその周辺」, 2008年3月, 慶応大学

“広告とブランド考慮の非集計モデル” 日本マーケティングサイエンス学会第82 回研究大会 2007年12月8日-2007年12月, 成蹊大学

“カウントデータの多変量時系列モデルとその応用” 2007 年度統計関連学会連合大会 2007年9月, 神戸大学

“A Brand Choice Model with Variable Consideration Sets Screened by Advertising” 2007年度統計関連学会連合大会 2007年9月, 神戸大学

“ベイズモデルによるマーケティング戦略” 明治大学数理科学研究所・グローバルビジネス研究科「経済・ビジネス数理研究会」2007年7月6日、明治大学

“ベイズモデルによるマーケティング戦略” 赤池弘次教授京都賞授賞記念シンポジウムベイズモデルがもたらす実世界イノベーション, 2006年12月4日 (招待・特別) 如水会館

“価格閾値の推定と価格カスタマイゼーションの可能性” 日本統計学会75 周年記念研究集会, 2006年12月16日-2006年12月, 中央大学

“シングルソースデータを用いた広告管理モデル” 日本マーケティングサイエンス学会第80 回研究大会, 2006年11月, 青山学院大学

“有効広告ストック水準の家計別推定” 日本マーケティングサイエンス学会第79 回研究大会, 2005年12月, 法政大学

“Discrete choice models based on non-linear utility function and their applications” 2004年統計関連学会連合大会, 2004年9月, 富士大学

“消費者異質性下の価格閾値推定とカスタマイゼーション戦略” 日本マーケティングサイエンス学会第75回研究大会, 2004年6月, 福岡大学

“A Threshold Choice Model for Asymmetric Market Response and Segmentation” 2003年統計関連学会連合大会, 2003年9月, 福岡大学

- “ベイズ統計チュートリアルI, II” 日本マーケティング・サイエンス学会第73回研究大会, 2003年6月, 大阪大学 (招待・特別)
- “エルミート多項式変換に基づく多変量ガウス性検定” 日本統計学会第70回大会, 2002年9月, 明星大学
- “マーケットシェア方程式体系の統計的推定と乗数分析” 日本統計学会第69回, 2001年9月, 西南学院大学
- “ブランド知名度に対するメディアミックス広告効果の測定-階層的ベイズ回帰モデルによる縮約推定の適用-” 日本マーケティングサイエンス学会第69回, 2001年6月, 小樽商科大学
- “マーケットシェア方程式体系の統計的推定と乗数分析-POS データの時間的・空間的利用-” 応用統計ワークショップ, 2001年1月, 東京大学 (招待・特別)
- “マーケットシェアの予測と動学的競合分析: ベイズ魅力度モデル・アプローチ” 日本マーケティングサイエンス学会第67回, 2000年6月, 大阪府立大学
- “Forecasting Dynamic Market Share Relationships” 日本マーケティングサイエンス学会第65回研究大会, 1999年6月, 甲南大学
- “Testing Gaussianity and Linearity of Japanese Stock Returns” シンポジウム「時系列解析の理論と応用」, 1997年11月, 統計数理研究所
- “Estimation and inference for nonlinear economic models” ベイズ統計研究会, 1996年5月, 東京大学・駒場
- “Testing Gaussianity of Japanese Stock Returns” 日本金融・証券計量・工学学会1995 夏季大会, 1995年7月, 東京: 新国際ビル
- “Testing Gaussianity of Financial Time Series by the Hermitean Transformation” 日本金融・証券計量・工学学会1994 夏季大会, 1994年7月, 筑波大学大塚校舎
- “Tests for multinormality with application to time series” 統計数理研究所共同研究研究会「時系列解析の理論と応用」, 1993年10月, 統計数理研究所
- “Bayesian inference on an exponential AR model for nonlinear time series” 日本統計学会第61回, 1993年7月, 金沢大学
- “ベイズ統計学による非線形時系列モデル分析” 「統計数理セミナー」, 1993年1月, 統計数理研究所

“Threshold autoregressive models for macroeconomic time series: A Bayesian approach” 文部省科学研究費による「計量経済学コンファレンス」, 1993年1月, 一橋大学経済研究所

“Nonlinear Time Series Analysis: A Bayesian Approach” 日本数学会統計数学分科会研究集会, 1992年8月, 富士教育研修所

“Partial causality in multivariate stationary time series” 文部省科学研究費による「計量経済学コンファレンス」, 1988年12月, 富山大学

“Small-sample simultaneous tests for nested linear regression models” 京都大学経済研究所特定研究会, 1986年10月, 京都大学経済研究所

“The asymptotic conditional distribution of the limited information maximum likelihood estimator” 文部省科学研究費による「計量経済学コンファレンス」, 1986年2月, 京都大学経済研究所

“A small-sample simultaneous test for nested linear regression models and its applications” 日本数学会統計数学分科会研究集会「統計モデル論の望」, 1986年2月, 統計数理研究所

“Simultaneous test and its application to the econometric model identification” 日本統計学会第53回, 1985年7月, 岡山大学

“The estimation of the conditional covariance matrix of the limited information maximum likelihood estimator” 日本統計学会第52回, 1984年7月, 筑波大学

研究費獲得実績

科学研究費補助金（文科省・学振）

“大規模異種情報の統合によるCRMの理論構築と展開に関する組織的研究“(A) 2013年4月-2016年3月

“データベースマーケティングと消費者理論の融合によるCRMの新展開”基盤研究(A) 2009年4月-2012年3月

“日本版顧客満足度指数をベースにしたサービス・マーケティングの理論開発と応用(分担者)”研究基盤研究(B) 2009年4月-2011年3月

- “制限従属変数パネルデータの非線形動学マイクロ構造モデリングとその応用”基盤研究(C) 2006年4月-2008年3月
- “自律と連携による新たな都市・地域システムの構築（分担者）” 基盤研究(A) 2005年4月-2009年3月
- “意思決定主体の異質性を考慮したマーケティング・モデルの開発と応用（分担者）” 基盤研究(B) 2004年4月-2007年3月
- “潜在変数を用いた構造の統計分析（分担者）” 基盤研究(A) 2003年4月-2007年3月
- “多変量ガウス性・線形性検定にもとづく経済時系列の統計的モデリングとその応用” 基盤研究(C) 2000年4月-2003年3月
- “多変量経済時系列のガウス性と線形性の統計的検定法とその応用” 基盤研究(C) 1998年4月-2000年3月
- “多変量非線形経済時系列モデルの統計的推測：シミュレーションベース・アプローチ” 奨励研究1995年4月-1996年3月
- “連続時間非線形景気循環モデルの推定とマクロ経済動学分析”奨励研究1994年4月-1995年3月
- “非定常経済時系列の和分次数の推定とマクロ経済予測への応用” 奨励研究1993年4月-1994年3月
- “マクロ経済時系列分析のための非線形時系列モデル”奨励研究1990年4月-1991年3月
- “非定常または非線形な時系列モデルによる経済予測とその因果関係分析への応用”奨励研究1989年4月-1990年3月
- “高次系列相関の統計的仮説検定法とその計量経済モデルへの応用”1奨励研究989年4月-1990年3月

その他の競争的資金

- “「問題解決型サービス科学・工学研究開発事業」に関する深堀調査「ベイズモデリングによるサービスの個別化（カスタマイゼーション）技術の開発研究」” 2009年11月-2009年12月
- “フルブライト研究員派遣プログラム“Micro-marketing modeling under heterogeneous consumers : Bayesian econometric approach to simultaneous demand-supply models for scan

panel data” (2005-2006) ” 2005年8月-2005年11月

“消費者の異質性を考慮した広告効果測定モデル” 吉田秀雄記念事業財団H16 年度
(第38 次) 研究助成2004年4月-2005年3月

“非線形時系列モデルのベイズ推測” 日本学術振興会 研究者特定国派遣プログラム
1996年10月-1997年8月

PROMOTER ACTIVITIES

国際会議主催運営

International conference on Statistics Analysis of Large Scale High Dimensional
Socio-Economics Data, (November, 2014) (Tohoku University, Sendai, Japan) [主催] 会議
オーガナイザー

International Workshop on Data Science and Service Research, (July, 2014) (Tohoku
University, Sendai, Japan) [主催] 会議オーガナイザー

International Workshop on Marketing Science and Service Research, (July, 2012) (Institute of
Statistical Mathematics, Tokyo, Japan) [主催] 会議オーガナイザー

2012 ISBA World Meeting” Bayes Modeling in Marketing” (June, 2012) (Kyoto, Japan) [運
営] セッションオーガナイザー

International Workshop on Bayesian Statistics and Marketing (2010年9月1-2日, 大阪市)
[主催] 会議オーガナイザー

Tsukuba-Tohoku Joint International Workshop "New Directions of Research in Marketing"
(2006年12月15-16日, Tokyo) [運営] 国際ワークショップオーガナイザー

International Workshop on Bayesian Statistics and Applied Econometrics (2006年10月31日
- 11月1日, Sendai) [主催] 国際ワークショップオーガナイザー

International Conference on "Recent Development of Statistical Modeling in Marketing" (2004
年12月, 日本国, Tokyo) [主催] 会議オーガナイザー

国内会議主催・運営

“科研費研究集会「マーケティング・サイエンスの新基盤-新たなパラダイムの実現を
目指して-」”, 2014年3月14日, 東京 (筑波大学ビジネス科学研究科) [主催] 会議オー

ガナイザー

“科研費研究集会「マーケティングサイエンスの新展開II」”，2011年12月23-24日，東京（慶応大学）[主催]会議オーガナイザー

“科研費研究集会「マーケティングサイエンスの新展開」”2009年2月13-14日，仙台東北大学）[主催] 会議オーガナイザー

“2008 年度統計関連学会連合大会”(2008年9月，日本国)[運営] セッションオーガナイザー（「統計科学とマーケティング」）

“日本マーケティングサイエンス学会”(2007年12月，日本国)[運営] 企画セッション「CRM」のオーガナイザー

“2007 年度統計関連学会連合大会”(2007年9月，日本国)[運営] セッションオーガナイザー（「統計科学とマーケティング」）

“2006 年度統計関連学会連合大会”(2006年9月)[運営] セッションオーガナイザー（「統計科学とマーケティング」）

“2006 年度統計関連学会連合大会”(2006年9月5日_- 2006年9月8日，仙台市)[運営] 実行委員会

“日本マーケティングサイエンス学会 第77 回研究大会”(2005年6月，日本国，仙台市)[運営] 開催校責任者

“日本統計学会(統計関連学会連合大会)2004 年度大会”(2004年9月，日本国，花巻市)[運営] セッションオーガナイザー（「統計学とマーケティング」）

“日本統計学会(統計関連学会連合大会)2003 年度大会”(2003年9月，日本国，名古屋市)[運営] セッションオーガナイザー（「統計学とマーケティング」）

所属学会

日本統計学会

International Society for Bayesian Analysis

日本マーケティングサイエンス学会

INFORMS

日本金融・証券計量・工学学会