

## 江原 淳 教授 履歴・業績



## [履 歴]

江原 淳 (えはら あつし)

1953 年 (昭和 28 年) 3 月 14 日 埼玉県 生

### [学 歴]

1971 年 3 月 埼玉県立熊谷高等学校卒業  
1971 年 4 月 東京大学教養学部文科 III 類入学  
1973 年 4 月 東京大学文学部 2 類進学  
1977 年 3 月 東京大学文学部 2 類卒業  
1977 年 4 月 東京大学法学部学士入学  
1978 年 3 月 東京大学法学部中途退学

### [職 歴]

1978 年 4 月 社団法人中央調査社 入所  
1983 年 7 月 社団法人中央調査社 退所  
1983 年 7 月 財団法人流通経済研究所 入所  
1987 年 3 月 財団法人流通経済研究所 退所  
1987 年 4 月 専修大学商学部 専任講師  
1989 年 4 月 専修大学商学部 助教授  
1995 年 4 月 専修大学商学部 教授  
2001 年 4 月 専修大学ネットワーク情報学部 教授  
2011 年-2015 年 早稲田大学大学院商学研究科で非常勤講師を務める

### [学内委員会]

学内委員会  
図書館委員  
情報科学センター教育指導室長  
入学試験委員  
学部長  
キャンパス・ハラスメント防止委員会

## [研究員]

2001年4月-2002年3月 国内研究員（流通経済研究所）

2018年4月-2018年9月 中期研教員（専修大学）

## [所属学会]

商業学会

日本マーケティングサイエンス学会

日本オペレーションズリサーチ学会

日本広告学会

日本消費者行動研究学会

TIMS/ORSA

経営情報学会

人工知能学会

情報処理学会

## [研究分野]

マーケティングサイエンス，消費者行動

## [学外委員]

2006年12月-2012年3月 経産省産業構造審議会臨時委員

（地球環境小委員会ワーキング委員）

2011年4月-2023年3月 厚生労働省フォローアップ委員会委員

（環境自主行動計画フォローアップ会議）

SPSS 研究奨励賞審査委員長

財団法人流通経済研究所評議員

株式会社イーホームズ監査役

株式会社ガーラ監査役

## [業績]

## [著作・論文等]

1984. 8 「小売店店頭売価の決定モデル」日本オペレーションズ・リサーチ学会『オペレーションズ  
リサーチ』29 巻 8 号
1985. 1 『流通がわかる事典』第 12 章 流通情報 担当 日本実業出版 財団法人流通経済研究所 編
1985. 3 『昭和 60 年代のわが国家電流通』(第 2 章 1~2 節 昭和 70 年 予測担当) 財団法人家電製品  
協会 委託研究報告書
1985. 4 「ソフト化・サービス化と家事労働時間-家計の効用関数から」財団法人流通経済研究所『流  
通情報』191 号
1985. 7 「情報化時代のメーカーマーケティング-流通データ利用と意思決定支援システム」日本経  
済新聞社 『季刊 消費と流通』9 巻 4 号 (85 夏)
1985. 7 「市場の変化とサービス産業」財団法人 流通経済研究所『流通情報』194 号
1985. 7 「外食産業将来展望策定のための手法開発研究」財団法人外食産業総合調査研究センター報  
告書
1985. 9 『スキャンデータ情報のマーケティング・経営への活用』 エス・ディー・シー 財団法人  
流通システム開発センター編 (3 章 3 節担当)
1985. 9 『POS とインストア・マーチャンダイジング最終報告書』(VII, VIII 章担当) 財団法人流通  
経済研究所
1985. 11 「魅力型市場占拠率モデルの予測力について」財団法人流通経済研究所『流通情報』198 号
1985. 12 「流通ソフト化の経済学-価格理論と消費者行動論の接点」財団法人流通経済研究所『流通  
情報』199 号
1986. 3 『大型間接税の中小小売業への影響に関する調査』(II, V 章担当) 中小企業庁委託研究報告  
書
1986. 3 『今後の食生活に関する調査』農林水産省食品流通局委託研究報告書
1986. 7 「消費者費用から見た新業態と展開方向」財団法人常陽産業開発センター『ニュー茨城』16  
巻 7 号
1986. 7 『加工食品 POS 情報活用研究』(第 2 部 担当) 財団法人食品産業センター 農林水産省委託  
調査報告書
1986. 10 「機能的商品分類の必要性と試み-二段階主成分分析による食品新分類」財団法人流通経済  
研究所『流通情報』209 号
1986. 12 「マーケティング・コミュニケーションの課題」社団法人日本マーケティング協会『マーケ  
ティングジャーナル』6 巻 3 号, 58~67 頁
1987. 2 『マーケティングがわかる事典』(第 3 章「商品政」策担当) 日本実業出版
1987. 3 『実践 POS データ活用法』ビジネス社, 116~128 頁担当

1987. 11 「流通システム化における AI の位置づけ」日本消費経済研究所報告書
1987. 11 「なぜ POS が活かさないのか」(株) コスモプラン『流通ビジネス』87年11月号, 32~38頁
1987. 12 「POS データと消費者プロモーション」『商学研究所報』65号
1988. 3 「小売業におけるインスタ・マーチャンドライジングの展開」日本マーケティング協会『マーケティングジャーナル』7巻3号, 27~33頁
1988. 3 『マス広告と店内プロモーションの購買への効果研究報告書』電通マーケティング局
1988. 3 「POS-DSS 構築と現状の課題」『情報科学研究』8号, 13~29頁
1988. 7 「店頭研究と CIM (Computer Integrated Manufacturing) ES (Expert System)」第17回 大阪大学 経営科学コロキウム
1988. 9 「POS データによる広告・プロモーション効果測定」日本 SAS ユーザー会 SUGI-J' 88
1988. 9 『POS & ISM (インスタ・マーチャンドライジング)』(第4章担当) 流通経済研究所編, ビジネス社
1988. 10 「POS データによる広告効果測定」『商学論集』46号
1988. 12 『消費者行動研究の新次元: 店舗内購買行動分析とその応用』(第1部2章「業態別マーケティングと店頭研究」, 第4部2章「メーカーマーケティングへの応用」担当) 誠文堂新光社 (共著)
1988. 12 訳本『クーポンプロモーション』(第8章担当) ビジネス社, 原著: Bowman, R. D., Profit on the Dotted Line : Coupons and Rebates, Chicago, 1985.
1989. 3 『商品分類とセールス・プロモーション効果』(株) 電通
1989. 4 田島義博, 青木幸弘編著『店頭研究と消費者行動分析』(2章, 13章担当) 誠文堂新光社
1989. 9 「パネルデータと多項ロジット・ブランドスイッチングモデル—Carpenter and Lehmann モデルの適用」『専修商学論集』48号, 97~119頁
1990. 3 『消費者プロモーション効果測定』(1, 3, 4, 5章担当) 電通マーケティング局
1990. 3 「マーケティングにおけるリスクの一考察」専修大学商学研究所『年報』15号
1990. 3 『価格競争等が及ぼすブランド・ライフ・サイクルへの影響に関する研究調査報告書』流通政策研究所 (第6章「OS データによる BLC 研究」担当)
1990. 9 「POS によるプロモーション-マイクロマーケティングの手法開発にむけて」日本マーケティング協会『マーケティングジャーナル』10巻2号
1990. 12 『商品カテゴリーと SP 効果』電通マーケティング局 マーケティングサイエンス 36号
1991. 3 『AI 白書』(第II部第4章「AI 市場の予測」担当) (財) 日本情報処理開発協会
1991. 11 『変革期の流通』(第2章3節「情報化とマーケティング」担当) 日本経済新聞社 (共著)
1991. 12 「顧客管理システムの現状と課題」(財) 流通経済研究所『流通情報』1991年12月号, 4~8頁
1992. 3 『日本の流通企業の海外出店』(社) 日本経済研究センター 研究報告 No. 79 (「流通業の国際化」31~42頁担当)

1992. 3 『AI 白書 1992-人工知能の技術と利用』(第 II 編 第 2 部 2, 4 担当) (財) 日本情報処理開発協会
1992. 5 『マーケティング』(第 1 章 1~3 節, 2 章, 5 章, 6 章, 7 章, 8 章, 10 章 担当) 新世社, 上田隆穂・江原淳
1992. 10 『マーケティング』(第 6 章「情報化の進展とマーケティング意思決定」担当) 綜合法令, 田島義弘編
1992. 11 「情報化とマーケティング情報処理の変化」日本マーケティングリサーチ協会『マーケティングリサーチャー』No. 66, 21~29 頁
1992. 12 『流通記事事典』(第 8 章「流通と情報」担当) 明日香出版, 212~233 頁
1993. 1 「生活者満足と顧客満足」生命保険文化センター『くらしのインフォメーション』21 号, 1~4 頁
1993. 2 『POS とマーケティング戦略』(第 12 章 商品カテゴリーとプロモーション効果分析担当) 小川孔輔, 有斐閣
1993. 9 「小売り生産性規定因と因果モデル」『商学論集』
1993. 9 カテゴリーカルデータの順序効果と交互作用効果 専修大学情報科学研究所 『情報科学研究』
1994. 1 『販売・流通情報システムと診断』(1, 2, 3 章担当) 同友館, 1~74 頁, 宮下淳・江原淳
1994. 3 「流通の国際比較と流通業 海外出店の分析-生産性規定モデルを中心として」専修大学商学研究所『年報』5~31 頁
1994. 3 『サービス企業の生産性向上のために』(3 章 3 節, 5 章 担当) 日本生産性本部 78~104 頁
1995. 2 「マーケティングにおける市場・ニーズ分析」『品質管理』1995 年 2 月号
1995. 6 『サービス企業における生産性・顧客満足・職務満足』(II 章 3 節, V 章, VII 章 担当) 社会経済生産性本部
1997. 1 「流通 EDI の現状と課題」財団法人流通経済研究所 『流通情報』97 年 1 月号
1997. 3 「流通ネットワークと CALS」日本オペレーションズリサーチ学会『オペレーションズリサーチ』97 年 3 月号
1997. 5 『やさしい情報処理』(第 5 章「知識の情報処理」担当) 有斐閣 (共著)
1997. 12 『マーケティングハンドブック』朝倉書店 (第 17 章担当) (森村英典編)
1998. 6 「営業情報化と情報システム」財団法人流通経済研究所『流通情報』97 年 7 月号
1999. 4 訳本 W. インモン『コーポレート・インフォメーション・ファクトリー』(1, 2, 3 章担当) 海文堂出版, 本江渉・松永賢次・藤野明彦・江原淳訳, 原著: W.H. Inmon, C. Imhoff and R. Sousa, *Corporate Information Factory*, 1998. .
1999. 5 訳本 M. ベリー, G. リノフ『データマイニング』(1, 2 章担当) SAS, 江原, 佐藤訳, 海文堂出版, 原著: M. Berry and G. Linoff, *Data Mining Techniques: For Marketing, Sales, and Customer Support*, 1998.
2000. 2 「マーケティング革新とデータマイニング」『品質管理』品質管理学会
2000. 4 「流通業界でのデータ活用とマーケティング」『Professional Marketing Eyes』Vol. 29

2000. 4 『POS データに関するデータマイニング手法の比較研究と実用化技術開発』(財) データベース振興センター
2000. 12 「流通・マーケティングでのデータ利用」『流通情報』(財) 流通経済研究所
2001. 2 「広告と消費者行動」『日本語学』20 巻 2 号, 明治書院
2001. 8 「4 章 インストアマーチャンダイジングと情報システム」『インストアマーチャンダイジング』ビジネス社, 108-126 頁
2002. 2 「金融チャネル利用実態からの顧客セグメンテーション」『オペレーションズリサーチ』日本オペレーションズリサーチ学会, 187-192 頁
2002. 5 「3 章メーカーマーケティングと情報システム」『流通ビジネスモデル』(共著)
2002. 7 『マスタリングデータマイニング事例編』(担当: 6 章, 7 章) 海文堂出版 (共訳), 原著: M. Berry and G. Linoff, *Mastering Data Mining*, 2000.
2002. 10 『マスタリングデータマイニング理論編』(担当: 1 章) 海文堂出版 (共訳), 原著: M. Berry and G. Linoff, *Mastering Data Mining*, 2000.
2003. 9 「マーケティングと CRM テクノロジー」流通経済研究所『流通情報』
2005. 10 『データマイニング手法【2 訂版】—営業, マーケティング, CRM のための顧客分析』海文堂出版 江原・佐藤・上野・朝稲・河野・寺田・斎藤・谷岡・藤本共訳, 原著: M. Berry and G. Linoff, *Data Mining Techniques: For Marketing, Sales, and Customer Relationship Management*, 2nd Edition, 2004.
2006. 1 「デジタル配信と消費者行動」『流通情報』財団法人流通経済研究所
2006. 11 「専修大学についての近隣住民意識調査」専修大学『専修ネットワーク & インフォメーション』No. 10, 37-47 頁
2007. 8 「マーケティングコミュニケーションの変化——インターネットとクロスメディア」『流通情報』財団法人流通経済研究所
2007. 10 「アクセスログ解析によるサイトパフォーマンス向上」『専修ネットワーク & インフォメーション』12, 11-20 頁 (共著)
2008. 6 「ユビキタス流通の予兆——インターネットと価格問題」『流通情報』財団法人 流通経済研究所
2009. 3 「UGC とメディア接触行動」『専修ネットワーク & インフォメーション』15, 29-32 頁 (共著)
2009. 5 「マーケティングデータの新天地 1」『流通情報』41 巻 1 号財団法人流通経済研究所
2009. 7 「トランザクションによるセグメンテーション マーケティングデータの新天地 (2)」『流通情報』41 巻 2 号, 財団法人流通経済研究所
2009. 9 「小売りロイヤルティプログラムの変化」『流通情報』41 巻 3 号, 財団法人流通経済研究所
2009. 11 「活用段階のデータマイニング」『流通情報』41 巻 4 号, 財団法人流通経済研究所
2010. 1 「深化する顧客理解と FSP の対応方向」『流通情報』41 巻 5 号, 財団法人流通経済研究所
2010. 3 「行動セグメンテーションとデータからの機械学習手法の進展」『流通情報』41 巻 6 号, 財団法人流通経済研究所



- 2010.12 「情報化とセールスプロモーションの進化」『専修ネットワーク&インフォメーション』No. 18
- 2011.3 「FSP の新地平——テスコに学ぶものはあるか」『流通情報』42 巻 6 号, 財団法人流通経済研究所
- 2013.6 「マーチャンダイジングの情報化」『専修ネットワーク&インフォメーション』No. 20
- 2014.1 訳本『データマイニング手法』第三版, 海文堂(共訳), 原著: G. Linoff and M. Berry, *Data Mining Techniques: For Marketing, Sales, and Customer Relationship Management*, 3rd Edition, 2011
- 2014.3 「ビッグデータとインバウンドマーケティング」『流通情報』45 巻 6 号, 財団法人流通経済研究所
- 2015.3 「小売 CRM システムと KPI -MD サイクルから CRM サイクルへ」『流通情報』財団法人流通経済研究所
- 2018.2 「先端技術と小売業」『生活協同組合研究』505 号, 生協総研
- 2018.3 「IoT, AI, AR による小売業の変化」『流通情報』49 巻 6 号, 財団法人流通経済研究所
- 2019.3 「「無人店舗」は業態を変えるか?——米国と中国の事例から」『専修ネットワーク&インフォメーション』No. 27

## [学会報告]

- 1988.5 「POS データと店舗実験による広告効果測定」日本商業学会第 38 回全国大会
- 1988.7 「関与による商品分類と広告プロモーション効果」マーケティングサイエンス学会第 43 回研究大会
- 1988.11 「流通情報化と流通チャネル」第二回神戸流通マーケティングフォーラム
- 1990.6 「POS データによる SP 効果モデル」マーケティングサイエンス学会春季研究大会
- 1992.7 「質問方法による消費者反応の差異」マーケティングサイエンス学会春季研究大会
- 1993.7 「POS データによる商品カテゴリー分析-共分散構造モデルを中心に」日本オペレーションズリサーチ学会マーケティングサイエンス部会
- 1994.5 「小売り生産性規定因の因果モデル」日本商業学会,
- 1994.7 「イン・アウトレットマーケティングにおける一般化」日本マーケティングサイエンス学会
- 1995.9 「包絡分析法における広告効果測定」日本マーケティングサイエンス学会 計量モデル研究部会
- 1995.12 「C4.5 による市場構造分析」日本マーケティングサイエンス学会秋季研究大会
- 1996.12 「インスタ・プロモーションの交叉弾力性」日本マーケティングサイエンス学会秋季研究大会
- 1998.7 「購買行動モデルの買物行動への拡張」日本マーケティングサイエンス学会 POS と購買行動モデル部会
- 2000.5 「情報生態系とマーケティングサイエンス」日本商業学会全国大会
- 2001.5 「マーケティングとデータマイニング」日本商業学会全国大会