

教 員 業 績

フリガナ	トヨダ ユウキ				
氏 名	豊田 裕貴				
学 歴					
年 月	事 項				
平成 16 (2004) 年 3 月	法政大学大学院社会科学部経営学専攻 博士課程修了 博士号取得				
職 歴 (抜粋)					
年 月	事 項				
平成 10 (1998) 年 4 月	株式会社ビデオリサーチ 研究開発部 嘱託研究員 主に「ブランドイメージ測定」「広告効果測定」など市場調査を担当 (平成 13 (2001) 年 3 月まで)				
平成 13 (2001) 年 4 月	株式会社東京ガス 都市生活研究所 専門研究員 主に「生活意識調査」「コーポレートブランド調査」など市場調査を担当 (平成 23 年 11 月まで)				
平成 15 (2003) 年 4 月	日経広告研究所 非常勤研究員 主に「広告効果分析のためのモデル開発ならびに研究調査」を担当				
学 会 及 び 社 会 に お け る 活 動 等					
年 月	事 項				
現在所属している学会	日本マーケティング・サイエンス学会 日本分類学会 日本消費者行動研究学会 日本行動計量学会				
平成 17 (2005) 年 4 月	日本分類学会 幹事 平成 23 年 3 月まで (平成 25 年 4 月より、再度幹事として着任)				
賞 罰					
年 月	事 項				
平成 14 (2002) 年 12 月	2002 年度 日本マーケティング・サイエンス学会 若手研究者研究奨励賞・審査員特別賞 受賞				

研究分野		研究内容のキーワード		
経営学		マーケティング 消費者行動 多変量解析		
教育上の能力に関する事項				
事項		年月日		概要
【1 教育方法の実践例】動画配信を併用した講義展開		2014年4月		大学院講義を中心に、動画配信を併用し、予復習を効果的に取り入れられる方法を展開
【2 作成した教科書、教材】				最新は、2013年度出版物、研究業績等に関する事項参照のこと
【3 教育上の能力に関する大学等の評価】		年月日		
【4 実務の経験を有する者についての特記事項】		年月日		
【5 その他】		年月日		
職務上の実績に関する事項				
事項		年月日		概要
研究業績等に関する事項				
著書、学術論文等の名称	単著 共著 の別	発行又は 発表の 年月	発行所、発表雑誌等又は 発表学会等の名称	概要
(主な著書：抜粋)				
これだけビジネス理論	単著	2014年 3月	すばる舎	最低限押さえておくべきビジネス理論について、単に用語集としてではなく、全体をストーリーとしてまとめた書。ビジネス戦略を立てるための基本視点を学べる内容。
マーケティングってそういうものだったの	単著	2013年 8月	あさ出版	今までにマーケティングを学んでこなかった社会人、もしくは大学生（高校生）でもわかるように、マーケティングを解説した書。
ブランドポジショニングの理論と実践	単著	2013年 2月	講談社	ブランドマネジメントをする際に有効なブランドポジショニングについての情報をリサーチから作成する方法（ブランドポジショニングマップの作成）ならびに、そのマップの活用方法について、体系的にまとめた書。

特許情報のテキストマイニング—技術経営のパラダイム転換	共著	2011年 3月	ミネルヴァ書房	AMAZON より 内容（「BOOK」データベースより） テキストデータのデジタル化とデータベース化により、広く注目され始めたテキストマイニング。本書では、企業の技術・事業・営業戦略構築に不可欠の研究開発動向と顧客ニーズの把握にテキストマイニングを適用し、技術経営の研究者と統計解析の研究者が協力して特許公報を解析した最新の研究成果を紹介する。
知識ゼロからの売れる消費者心理学	共著	2011年 2月	幻冬舎	AMAZON より 内容（「BOOK」データベースより） なぜか買ってしまう商品、何度も通いたくなるお店…お客の財布のひもを緩める技術。人の心のカラクリを予測して、ビジネスに活かす方法について考える。
知識ゼロからのビジネス統計学入門	単著	2010年 11月	幻冬舎	AMAZON より 内容（「BOOK」データベースより） 店舗ごとのばらつきをどう修正する？ 男女、天気、値上げ・値下げはどのくらい影響する？売れる日、売れない日の違いは？データを分析すれば、答えは自ずと出てくる。
現場でつかえる統計学	単著	2006年 10月	阪急コミュニケーションズ	統計学の諸概念をビジネスで使う道具という視点から解説し、使える知識としての統計学とはなにかを事例と共に解説したテキスト。
テキストマイニングによるマーケティング調査	共著	2005年 11月	講談社	(AMAZON より) アンケートの回答やインターネット上の文書を分析して、その中から消費者の生の声を導き出「テキスト・マイニング」。本書はこの技術を、企業のマーケティング戦略に活用する方法を説く。自動車業界や金融業界から幅広い事例を取り上げた。「2ちゃんねる」などの電子掲示板に掲載される意見を分析した事例も興味深い。専門知識がないと読みづらい部分もあるが、多くの図表が理解の助けになる。この分野では数少ない実用志向の解説書として薦められる一冊だ。

著書、学術論文等の名称	単著 共著 の 著 者 別	発行又 は 発表の 年 月	発行所、発表雑誌等又 は発表学会等の名称	概 要
(主な論文：抜粋)				
「ブランドマネジメントにおける自由回答データの活用」	単著	2012年 12月	共立出版 (石田基広、金明哲『コーパスとテキストマイニング』：9章)	
ブランド評価指標を加味したイメージ分析モデルの提案—カルバックライブラー情報量によるPOP/POD測定モデルの拡張	単著	2009年 6月	『日経広告研究所報』VOL. 245 (June/July), 35—41	
ブランド連想構造の変化の把握とブランドマネジメントへの応用（下）	単著	2005年 2月	『日経広告研究所報』, 219号	
ブランド連想構造の変化の把握とブランドマネジメントへの応用（上）	単著	2004年 12月	『日経広告研究所報』, 218号	
ブランド連想データの新たな分析方法の構築	単著	2004年 3月	博士号取得論文	
ブランド自由連想分析による類似化・差別化ポイントの尺度化—新たなブランド・イメージ分析手法の構築—	単著	2003年 月	『日経広告研究所報』207号（査読論文）	