

経営の科学  
vol.69 no.2, 2024

## 特集 データ解析コンペティション： ECサイトの販売履歴データ分析

COVID-19と消費者のオンライン購買行動  
—販売時系列データへの動的因子分析の適用—

新型コロナウイルス感染症発生前後における商品ジャンル需要の変化  
—非負値テンソル因数分解およびバースト検知による購買特徴抽出—

ECサイトにおける利用者属性データの欠損値補完

価格プロモーションにおけるディップに注目した  
売上効果の測定—動的構造推定によるアプローチ—