



## 1 期アジアショッパーインサイト研究会 2017/9～2018/3

**主催：中央大学ビジネススクール**

**協賛：南洋理工大学Asia Consumer Insight(ACI)**

**コーディネーター：中村 博**

**中央大学ビジネススクール教授**

**南洋理工大学Asia Consumer Insight Fellow**

**フェロー：吉井健**

**フェロー：杉本ゆかり**

**中央大学ビジネススクール戦略経営アカデミー**

# アジアショッパーインサイト研究会(ASI)とは

アジアショッパーインサイト研究会(Asia Shopper Insight Institute)は、アジア小売市場における日本企業(主として消費財メーカー)の効率的効果的マーケティング活動を研究すると同時にデジタル革命による小売ビジネス・モデルについて利用者であるショッパーのインサイト(購買行動および購買心理)をグローバルな視点から調査研究(実験含む)を行うことを目的としています

## 研究の視点

### IoT, Big Data, AIで小売ビジネスやメーカー・マーケティングはどう変わるか？

2045年は、人口知能(AI)が人間の知能を上回るシンギュラー・ポイントと言われています。我々は、現在、すべてのモノがネットにつながるIoT(Internet On Things)から得られるBig Dataを人口知能が高度な知性で意思決定を行う第4次産業革命の時代の入り口にいます。中でも、IoTやBig Data, AIによって最もその恩恵を享受する業界の一つが小売業界で、デジタル革命によって労働生産性を大幅に向上させることができると言われています(日経新聞, 2017年7月14日)。

また、今日のアマゾンやアリババ(中国)に代表されるネット通販の急激な成長は、小売業界の勢力図を大きく変えています。例えば、米国ではアマゾンなどのネット通販の成長によって約1,100あるショッピング・モールが今後5年後には800程度まで減少すると予測されています(クレディスイス調べ)。アジア市場においてもアリババやラザダ(ASEAN中心)などのネット通販の成長は目を見張るものがあります。従来のリアル店舗はラストワンマイルの業界の成長もにらみながらオムニチャネル戦略の構築が急がれます。生鮮食品を扱うスーパーマーケットと言えども例外ではありません。

これらネット通販の特徴の一つがグローバルな戦略展開であり、その結果、日本のメーカーの越境ECによる売上が増加しています。インバウンダーの増加(2017年度は約3,000万人の予想)にともない、日本製品の購買体験や消費体験が越境ECの需要を支えていることは容易に想像でき、自社ブランドのグローバルなチャネル戦略の機会となります。

第4次産業化革命の時代にどのような小売業のFuture Storeがイメージされるでしょうか？メーカーのマーケティングはどのように戦略的に対応していくべきでしょうか？本研究会では、第4次産業革命時代における小売ビジネスのあり方やメーカー・マーケティングの在り方について最新の情報収集や調査研究を行います。

# ASI1期研究テーマとスケジュール

## 1) ショッパー理解のための新手法の可能性

### ① ショッパーの買い物感情を測定する(ニューロサイエンスのアプローチ)

リアル店舗およびネット店舗におけるショッパーの買い物時の5つの感情(Like, Interest, Concentration, Sleep, Stress)を測定し、オムニチャンネル売場の反応の違いをみることで、売場作成の仮説を抽出

### ② ショッパーの食生活(食卓の画像データ)から戦略を考える

食卓の画像データから家庭の状況をプロフィールし、商品開発やマーケティング・コミュニケーションに活用する

## 2) 成長小売業態のショッパーに対する商品戦略

- ・ドラッグ・ストアの商品戦略
- ・CVSの商品戦略

## 3) ネット通販小売業に対抗する既存小売業のオムニチャンネル戦略(事例研究)

日程	講演タイトルおよび内容	講師
第1回 9月20日 (水) 17:00~20:00	1) ドラッグストアの商品戦略 2) アジアショッパーインサイト研究会企画 の説明 ●懇親会	(株)ツルハグループ マーチャンダイジング 中村博 中央大学ビジネススクール教授
第2回 11月15日 (水) 17:00~20:00	・ショッパー理解のための新手法 3) ニューロサイエンス・アプローチ(リアル 店舗とネット店舗の脳波比較) 4) 食卓の画像からライフスタイルを知る	中村博 中央大学ビジネススクール教授 実務家
第3回 1月17日 (水) 17:00~20:00	5) CVSの商品戦略(ケース) 6) 小売業のネット通販戦略(ケース)	実務家 (株)ディノス・セシール
第4回 3月14日 (水) 17:00~20:00	7) ドラッグ・ストアにおけるショッパー・イ ンサイト調査報告と戦略対応 ●懇親会	中村博 中央大学ビジネススクール教授

注) 実施日時、講演者は都合により変更する場合があります

## ● コーディネータ プロフィール



### 中村 博 中央大学ビジネススクール教授 研究科長

早稲田大学商学部卒業後、経営学博士(学習院大学)、専修大学商学部を経て、2007年より中央大学ビジネススクール教授およびNanyang Business School ACI (Asia Consumer Insight) Fellow

主著に『新製品のマーケティング』(中央経済社 2001年)、『価格・プロモーション』(有斐閣アルマ 共著 2004年)、『プライシング・サイエンス』(同文館 共著 2005年)、『マーケット・セグメンテーションー購買履歴データを用いた市場機会の発見ー』(白桃書房 編著 2008年)、「ショッパーマーケティング」(日経 共著 2011年)、小売業のトップとのインタビューを「流通情報」(リーダーの戦略)に連載など

## ● 開催期間と会場

開催期間 2017年9月～2018年3月(全4回)  
会場 中央大学後楽園キャンパス(後楽園)

## ● 研究会参加費用

一社あたり 150,000円(消費税別, 3回分割払い可能) 3名まで参加可  
(参加費用に含まれるもの)

- ・基礎企画立案費・取材調査費
- ・研究会調査分析費
- ・資料作成費(定例会資料・最終報告書作成)
- ・外部講師謝礼費
- ・研究費(研究のための装置・ソフト等の購入)
- ・研究会運営費(会場費、交流会費、交通費…)

注)2017年度の研究会費は中央大学「特定課題研究費」の補助を受けています

- ## ● お申し込み方法
- 別紙の申込書に必要事項をご記入の上、下記担当者あてメールにて送付ください。申し込み後、中央大学研究支援室と契約をしていただきます。

中央大学ビジネススクール中村研究室 中村博

TEL) 080-1277-9029

メールアドレス: [naka\\_hi@tamacc.chou-u.ac.jp](mailto:naka_hi@tamacc.chou-u.ac.jp)

中央大学ビジネススクール中村研究室 ASI事務局 担当 高橋政博

TEL) 070-4164-4475

メールアドレス: [m.takahashi@adwell.co.jp](mailto:m.takahashi@adwell.co.jp)

- ## ● お申し込み締切日 2017年10月27日(金)