



SNSとID-POS結合によるカスタマー・ジャーニー

ブランド

メディア

ショッパーに関するセンサーデータ & ID-POS

コンシューマーの消費データ

Cookpadなどのネットメディア



野菜とお肉をカットし、豚肉を炒める。豚肉に火が通ったら、野菜を加える。



1に水を加え、ことごと10分程度煮込む。具に火が通ってきたら、味塩を加える。

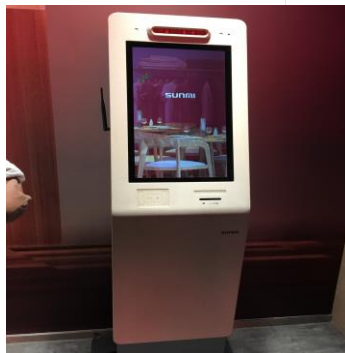


味塩を加えたら煮立たせず、余熱で味をしみこませて完成。

出所) <https://cookpad.com/recipe/5257078>



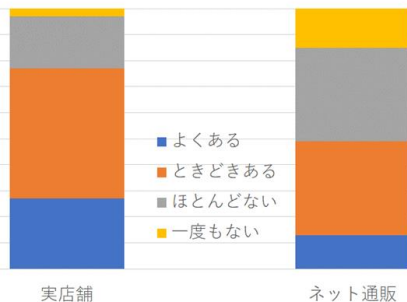
トライアルのスマートカート



中国のキャッシュレス端末

ネット通販と実店舗における衝動購買の比率

出所) The Connecting with customers Report, Liveperson(2013)



リアルは衝動購買が多く発生

脳波によるショッパーの気持ち測定



WalmartのVRによるショッピング

4期アジアショッパーインサイト研究会

<https://asi-inst.org/>

2020/6~2021/4

主催: 中央大学ビジネススクール 中村博研究室

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

スタッフ:

杉本ゆかり・鈴木一正

(中央大学ビジネススクール中村博研究室)

吉井健(大妻女子大学)

高橋政博(中央大学 ASI事務局)

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、小売業のデジタルライゼーションの進展とメーカーのブランド対応戦略や流通営業戦略をショッパー視点およびグローバル視点で明らかにしようとする産学研究会です。ショッパーのブランド購買にいたる過程を購買前の瞬間・購買の瞬間・購買後の瞬間に分け、それぞれの瞬間の行動および感情の動きを分析することで、小売業の生産性向上およびブランドの買上率を高めるための理論構築を行います。具体的には下記の領域で実証研究を行う研究会です。

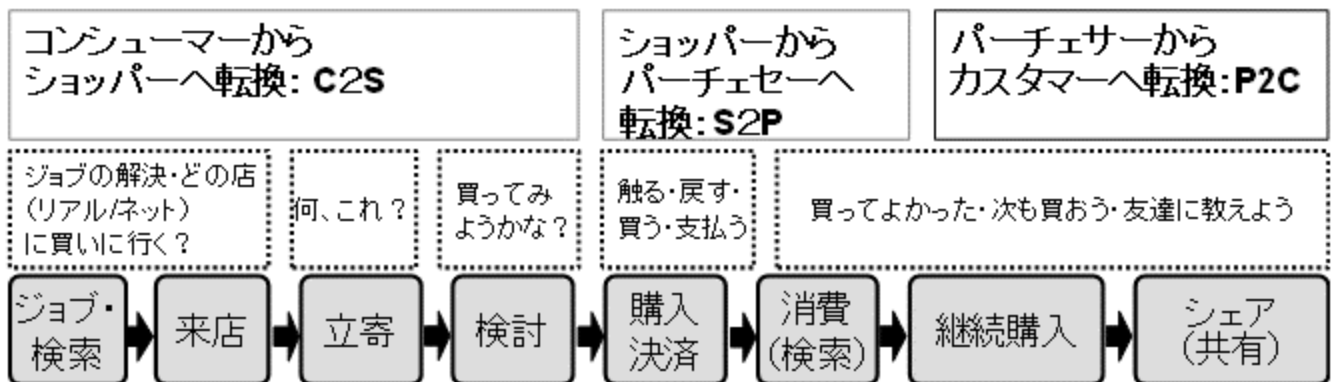
研究テーマ:

1) 流通におけるデジタルライゼーションの構築とAI活用戦略

- ・無人店舗の開発(コストがかからない店舗開発)
- ・キャッシュレス化の促進とビッグ・データの活用
- ・ダイナミックプライシング、ニューロプライシング
- ・レコメンデーション・システム
- ・カメラによるショッパーの画像認識と購買行動測定
- ・自動発注と需要予測
- ・ニューロマーケティングの導入

2) 購買にいたるまでのカスタマー・ジャーニーの実証研究

キャッシュレス化によってSNSデータとID-POSデータが結合する時代。ショッパーの検索・来店・購買が結合し、カスタマー・ジャーニーが明確になる。情報探索から購入・ロコミの各段階におけるデジタル・プロモーション戦略やネット広告の把握について検討する



3) ショッパーの意識・無意識の購買: 衝動購買が発生するメカニズム研究

購買は、合理的意思決定よりも情緒的意思決定によりなされる。その典型的な購買が衝動購買である「思わず買ってしまふ」メカニズムについて実証研究を行う

4) 生活習慣病をもつショッパーの購買行動の把握

生活習慣病(例えば、高血圧4300万人、糖尿病患者1000万人など)の消費者の購買行動の把握と販売戦略について検討する

4期ASIスケジュール, 報告タイトル, 報告者

日程	講演タイトルおよび内容	講師
第1回 6月10日 (水) 17:00~21:30	1) カスタマー・ジャーニー把握システムを中心とした4期企画	・中村博・堀合・村上 中央大学ビジネススクール
	2) GMSの経営戦略 ● 懇親会	・三枝富博 (株)イトーヨーカ堂
第2回 7月15日 (水) 17:00~20:00	3) ニューロサイエンスによるインスタの購買体験感情	・中村博・杉本ゆかり 中央大学ビジネススクール
	4) 量販店のデジタル戦略	・量販店役員
第3回 8月20日 (木) 15:00~20:00	5) コープさっぽろの宅配戦略 (合宿形式) ● 懇親会	・大見英明 生活協同組合コープさっぽろ
	第4回 9月16日 (水) 17:00~20:00	6) ネット広告が購買に及ぼす効果(ビッグデータ活用) 7) 量販店のアマゾン対応戦略
第5回 10月21日 (水) 17:00~20:00	8) 小売業のデジタル戦略	・量販店役員
	9) ドラッグストアのID-POSデータ活用	・量販店役員
第6回 11月25日 (水) 17:00~20:00	10) ドラッグストアのデジタル・マーケティング	・量販店役員
	11) ヘルスケア・マーケティング: ショッパーの意識・無意識の購買行動	・中村博・杉本ゆかり 中央大学ビジネススクール
1月17日 (日)-19日 (火)	National Retail Foundationへの参加 (オプション)	・National Retail Foundation in New York
第7回 2月17日 (水) 17:00~20:00	12) オカド、Alibaba、Amazon等ネット通販の成長	・実務家
	13) SMのカスタマー・ジャーニー把握システム	・中村博・堀合洋介・村上雅洋 中央大学ビジネススクール
第8回 4月21日 (水) 17:00~21:30	14) 量販店のネット通販対応戦略	・量販店役員
	15) 4期ASIのまとめ(小売業の差別化戦略とメーカーのブランド対応) ● 懇親会	・中村博 中央大学ビジネススクール

注) 実施日時、講演者は会場および講演者の都合により変更する場合があります

● コーディネーター プロフィール

中村 博 中央大学ビジネススクール教授

早稲田大学商学部卒業後、博士(経営学:学習院大学)、専修大学商学部を経て、中央大学ビジネススクール教授、公益財団法人流通経済研究所理事

主著に『新製品のマーケティング』(中央経済社2001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)、『SNSとID-POSの結合によるカスタマージャーニーの把握の試み』(流通情報2019年7月号)、小売業のトップとのインタビュー「リーダーの戦略(トリアル西川副会長、サツドラ富山社長)」(流通情報2020年1月号)など



● 開催期間と会場

開催期間 2020年6月～2021年4月(全8回)

会場 原則として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 300,000円(消費税別) ※3名まで参加可

(前期(第1回～4回)150,000円、後期(第5回～8回)150,000円の2回払可)

(参加費用に含まれるもの)

- ・基礎企画立案費・取材調査費・調査分析費
- ・資料作成費(原則として、HPによる電子ファイルにてお渡します)
- ・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、懇親会費、交通費など)

● お申し込み方法および支払方法:別紙の申込書に必要事項をご記入の上、中村博研究室ASI事務局にFAXあるいは電子メールにて送付ください。

申し込み先: **FAX: 03-3817-7444**

電子メール: sugimoto-y@asi-inst.org

その後に中央大学研究支援室下記担当から契約書作成および請求の依頼をさせていただきます。

中央大学研究支援室契約担当

TEL:03-3817-1603 FAX:03-3817-1677

e-mail:kkeiyaku-grp@g.chuo-u.ac.jp

● お申し込み締切り日 2020年 5月22日(金)

■ASI研究会のスケジュールや内容に関するお問い合わせは下記までご連絡下さい。

担当:杉本ゆかり sugimoto-y@asi-inst.org

高橋政博 takahashi-m@asi-inst.org