



Cookpadなどのネットメディア

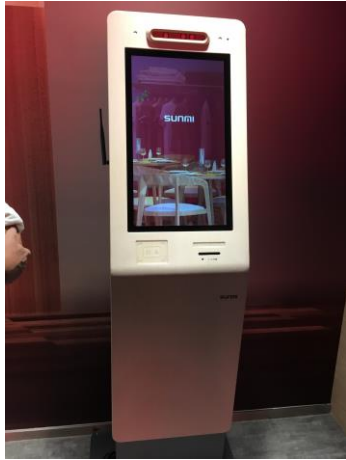


野菜とお肉をカットし、豚肉を炒める。豚肉に火が通ったら、野菜を加える。

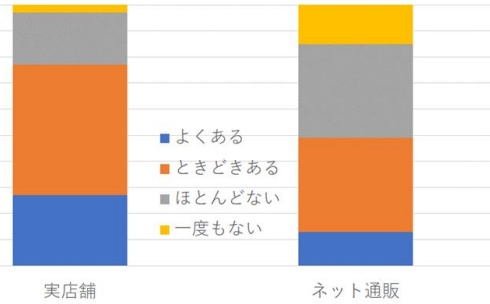
1に水を加え、ここと10分程度煮込む。具に火が通ってきたら、味付けを加える。

味付け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>



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)



## 5期アジアショッパーインサイト(ASI)研究会のご案内 2021/7~2022/4

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）

アジアショッパーインサイト研究会（Asia Shopper Insight Institute：ASI）は、小売業のDX活用の経営戦略および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カスタマー・ジャーニーを購買前の瞬間・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実証的に分析し、小売業の生産性向上およびブランドの買上率や継続購買を高めるための理論構築を行う研究会です。

# 研究テーマ:感動的顧客体験を可能にするマーケティング

## 1) 小売業の提供価値と

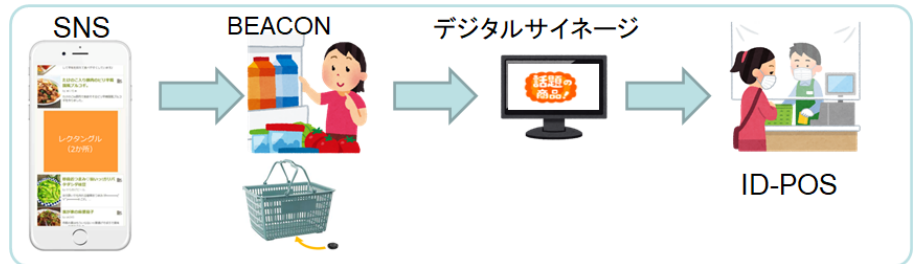
### DX活用

小売業の提供価値を、利便性、経済性、プライベート・ブランド、顧客体験の4つに分けて、それぞれの提供価値にDXをどのように活用すべきかをケースを中心に検討します。あわせて、それぞれの提供価値を実現するためにメーカーはどのようにコラボレーションすべきか、検討します。



## 2) 購買前・購買・購買後のカスタマー・ジャーニーの実証研究

ショッパーのカスタマー・ジャーニー(下図)の購買前・購買・購買後の瞬間の各コンタクト・ポイントが新規購買・継続購買に与える影響について検証します。この研究会が所有するSNSデータとID-POSを結合したコネクテッド・カスタマーに対する実験からネット広告や店頭での刺激等のタッチポイントにおける効果を検索履歴・購買履歴データから明らかにします。



<広告を>	<店内を>	<サイネージを>	<商品を>
見た	回遊している	見た	買った
見ていない	目的買い	見ていない	買わない

## 3) 顧客体験価値を高めるショッパーの意識/無意識の購買：非計画購買の発生メカニズムを把握し、MDとの関係を検討

リアル店舗およびネット通販の売場で買物を楽しむ非計画購買の発生メカニズムについて調査分析し、顧客体験価値の増加策について検討します。ショッパーの「思わず買ってしまう」メカニズムを意識・無意識の両面からニューロサイエンスの知見を活用しながら実証研究を行います。

## 4) 消費者の健康やヘルスケアに対する関心と購買行動の把握

2210万人(予備軍含め)とも言われる生活習慣病(高血圧、高脂血症、糖尿病など)の消費者の購買行動は健常者と違いがあります。基礎疾患をもつショッパーのインサイト把握と流通・販売の対応戦略について検討します。

# 2021年度ASI 5期スケジュール, 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 7月21日 (水) 17:00~20:00	1) ニューロサイエンスによる店頭の非計画購買の動機測定 2) SMの顧客体験価値とDX戦略 ● 懇親会	・ 中村博・杉本ゆかり アジアショッピングインサイト研究会 ・ スーパーマーケット役員 首都圏スーパーマーケット
第2回 8月25日 (水) 15:00~20:00	3) 小売業のDX動向報告 4) ドラッグストアのDX戦略	・ 中村博・鈴木一正 アジアショッピングインサイト研究会 ・ 経営者 ドラッグストア
第3回 9月22日 (水) 17:00~20:00	5) カスタマージャーニー実験報告 6) 量販店のDX戦略	・ 中村博・堀合洋介・村上雅洋 アジアショッピングインサイト研究会 ・ 経営者 首都圏スーパーマーケット
第4回 10月20日 (水) 13:00~16:00	7) 地域生協の経営戦略	・ 役員 地域生活協同組合
第5回 11月17日 (水) 17:00~20:00	8) SMの経営戦略(EDLPを中心に) 9) 生協の商品価値提供戦略	・ 経営者 首都圏スーパーマーケット ・ 役員 生協
第6回 12月8日 (水) 17:00~20:00	10) ドラッグストアの商品戦略 11) ヘルスケア・マーケティング: ショッパーの店頭の購買動機調査報告	・ パネルディスカッションwithドラッグストア ・ 中村博・杉本ゆかり アジアショッピングインサイト研究会
2022年 1月16日 (日)-18日 (火)	National Retail Federationへの参加 (オプション)	・ National Retail Federation in New York
第7回 2月16日 (水) 17:00~20:00	12) オムニチャネル戦略 13) カスタマージャーニー実験報告	・ 量販店ネットスーパー ・ 中村博・堀合洋介・村上雅洋 アジアショッピングインサイト研究会
第8回 4月20日 (水) 17:00~21:30	14) ネット通販の成長戦略 15) 5期ASIのまとめ(小売業の提供価値とメーカーのブランド対応) ● 懇親会	・ 役員 ネット通販企業 ・ 中村博 アジアショッピングインサイト研究会

注1) 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 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)、「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)、「コロナ禍で加速するネット通販」(流通情報, 2020年11月)、小売業のトップとのインタビュー「リーダーの戦略(トライアル西川副会長、サツドラ富山社長)」(流通情報2020年1月号)など

- 研究スタッフ:杉本ゆかり(跡見学園女子大学兼任教員)・鈴木一正(東京家政大学兼任教員)吉井健(大妻女子大学准教授)

## ● 開催期間と会場

開催期間 2021年7月～2022年4月(全8回)

会場 中央大学後楽園キャンパス(後楽園)or リモート会議

## ● 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(定例会資料などの作成費)
- ・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**

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 2021年 7月2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