



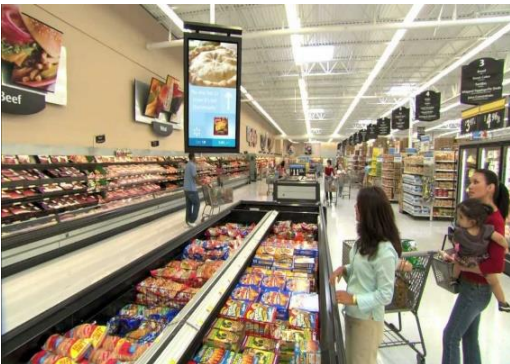
(株)カスミの新業態BLANDE



Amazon(青)とWalmart(赤)の売上推移



脳波計による購買のインサイト調査



RTTNews; Williamsville., Jan 28, 2021



ASI研究会実施風景 (中央大学)



Amazon Fresh Dash
Carthttps://blogs.com/article/494146/

6期アジアショッパーインサイト(ASI)研究会のご案内 2022/7~2023/3

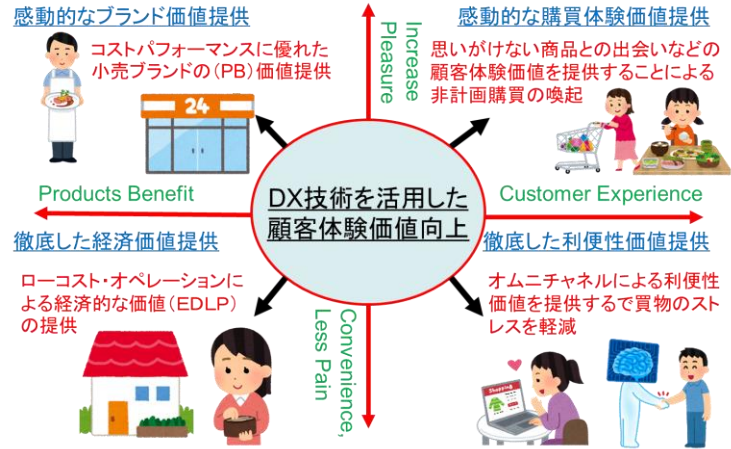
主催：中央大学ビジネススクール 中村博研究室
コーディネーター：中村 博 (中央大学ビジネススクール 教授)

アジアショッパーインサイト研究会 (Asia Shopper Insight Institute : ASI) は、小売業の経営戦略やDX活用の実際を確認し、メーカーの商品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ついて、リアル店舗およびネットスーパーにおけるカスタマー・ジャーニーを把握します。また、購買の瞬間を購買前・購買・購買後に分け、それぞれの瞬間の購買行動および意識・無意識の感情の動きを実証的に分析し、小売業の売場（ネット含む）生産性向上およびブランドの満足度を高めるための理論構築を行う研究会です。

検討テーマ:小売業の提供価値戦略とメーカーの流通営業戦略

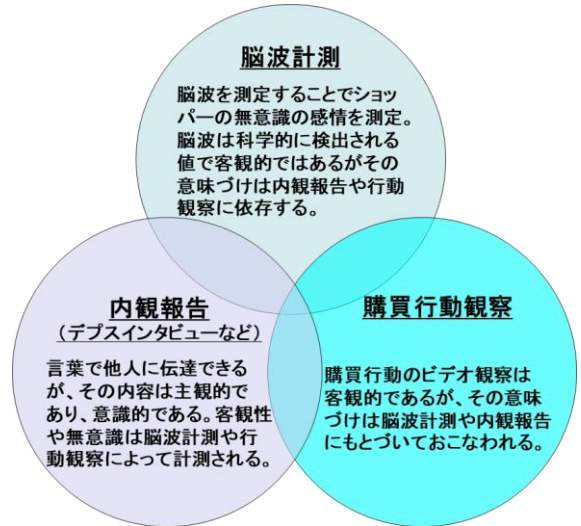
1)小売業のDX戦略とメーカーの対応戦略

小売業の提供価値を、利便性価値、経済価値、ブランド価値、購買体験価値の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。また、今後増加する実店舗とネット通販の両方を利用するオムニチャネル・ショッパーの購買行動を把握し、メーカーの営業戦略の示唆をえます。



2)ショッパーの買物体験価値を科学する

オンラインおよびオフラインの購買行動について、ニューロサイエンス(脳波計測)と、購買行動観察(ビデオ観察)とデプスインタビューによって、「思わず買ってしまう購買動機」や「感動的顧客体験」について調査研究を行い、ショッパーの買物体験価値をどのように高めるかについて検討します。行動経済学、心理学、大脳生理学などの知見を利用して検討します。



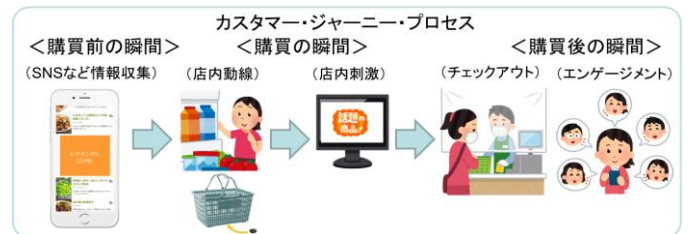
3)Z世代の新しい購買行動とマーケティング・コミュニケーション

1995年～2011年生まれのZ世代は「デジタルネイティブ」であり、従来のショッパーとは価値観や消費が異なりSDG'sなど「コト消費」に強い関心を示します。次の消費の主役となるZ世代のデジタル接点や新しい購買行動を理解しながらZ世代との新しいコミュニケーション戦略を立案するための調査・研究を実施します。



4)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調査から、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・購買履歴データにより明らかにすることで、デジタル・マーケティングの示唆を得ます。



2022年度ASI 6期スケジュールおよび報告概要

日程	講演タイトルおよび内容	講 師
第1回 7月21日 (木) 17:00～20:00	1)オムニチャネルショッパーの獲得戦略 2)小売DX戦略のケース	・アジアショッパーインサイト研究会 ・ゲストスピーカー
第2回 8月18日 (木) 17:00～20:00	3)サステナブルな小売業態の動向(BIO-RAL等のケーススタディ) 4)売り場視点から見た商品共通分類・新体系の可能性検討	・アジアショッパーインサイト研究会 ・POSデータサービス企業, 学習院大学, アジアショッパーインサイト研究会
第3回 9月21日 (水) 12:30～20:00	5)量販店の未来店舗と経営課題 ● 懇親会	・首都圏量販店 ・量販店本部にて店舗視察、経営者および商品部とのミーティング
第4回 10月26日 (水) 17:00～20:00	6)感動的顧客体験価値提供と売場提案 7)ネットスーパーの戦略的展開	・アジアショッパーインサイト研究会 ・ネットスーパー経営者
第5回 11月16日 (水) 17:00～20:00	8)ドラッグストアのDX戦略 9)Z世代のデジタル活用(購買)とコミュニケーション戦略	・ドラッグストア役員 ・アジアショッパーインサイト研究会
第6回 12月6日 (火) 17:00～20:00	10)小売の顧客体験価値提供戦略 11)ブランドのカスタマー・ジャーニー	・スーパーマーケット経営者 ・アジアショッパーインサイト研究会
1月15日 (日)～21日 (土)	National Retail Foundationへの参加 (オプションによる参加で別途参加費が必要となります)	・Naitonal Retail Foundation in New York
第7回 2月8日 (水) 17:00～20:00	12)小売DX:AIの活用戦略 13)ニューロサイエンスによるショッパーのインサイト把握とブランド戦略	・小売業経営者 ・アジアショッパーインサイト研究会
第8回 3月15日 (水) 17:00～21:30	14)6期ASIのまとめ(小売業のDX戦略とメーカーのブランド対応) ● 懇親会	・アジアショッパーインサイト研究会

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 中央大学大学院戦略経営研究科教授



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現職。公益財団法人流通経済研究所理事、日本プロモーション学会会長

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)、「コロナ禍・DX化で成長する小売業の提供価値」(流通情報, 2021年5月)、「Amazon EffectとWalmartの対応戦略」(流通情報 2022年1月)など

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

● 開催期間と会場

開催期間 2022年7月～2023年3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 2022年 7月8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