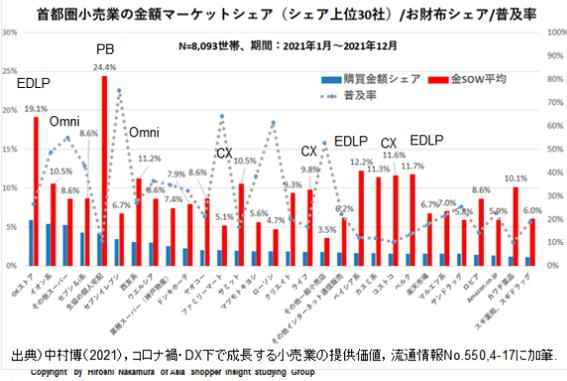


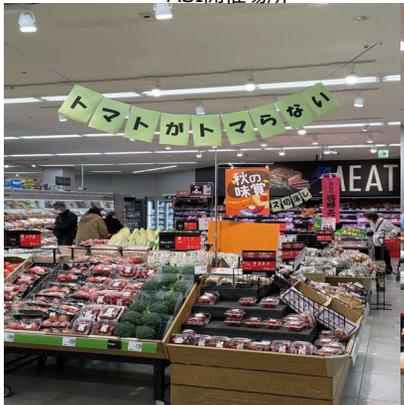


ASI開催場所

首都圏小売業のMS・お財布シェア・普及率 (2021年度)



脳波調査：量販店セルフレジ支払い

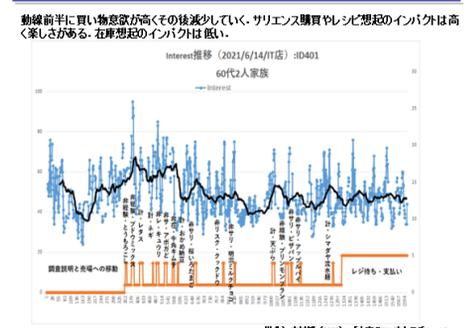


都内量販店トマト売場POP



ASI研究会実施風景 (中央大学)

買物のタイプと楽しさ (EEG) の推移: ケース



脳波調査：店内での買い物の楽しさの推移

# 7期アジアショッパーインサイト(ASI)研究会のご案内 2023/7~2024/3

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買い物インサイトを把握します。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。

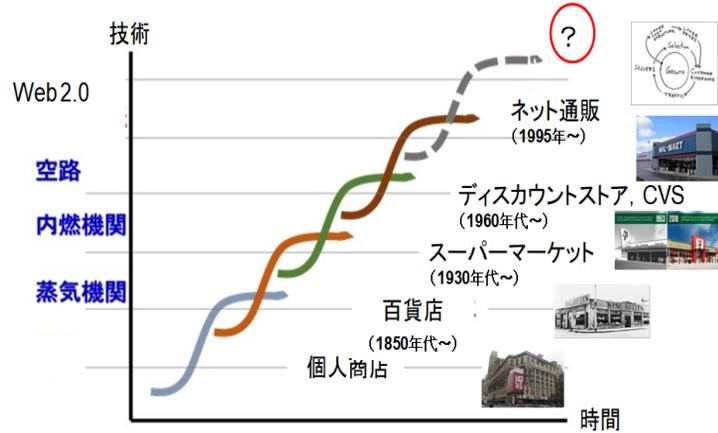
# 大テーマ:小売業のビジネスモデルとメーカーの流通営業戦略

## 1)小売ビジネスのS字カーブ理論と

### 未来店舗

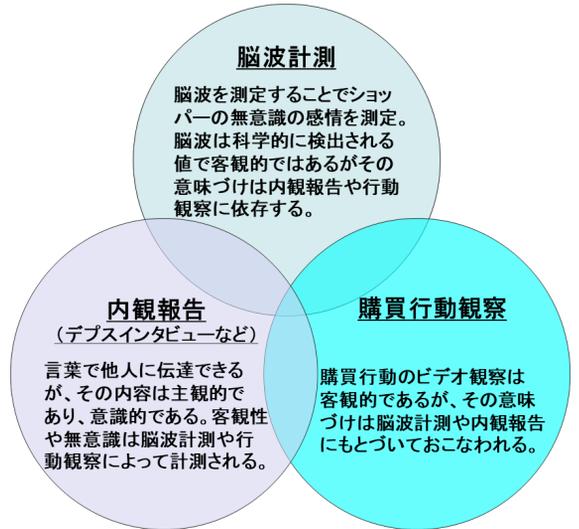
S字カーブ理論に基づく小売ビジネスの盛衰と未来店舗について検討します。

- ①小売ビジネス(SM,ドラッグ,ネット通販,オムニチャネルなどの成長性についてロイヤルティ(お財布シェアなど)の視点から検討します。
- ②海外を含む主要小売業のDX戦略についてケーススタディを行います。
- ③AI(人口知能)やMetaverseの活用による未来店舗の可能性について検討します。



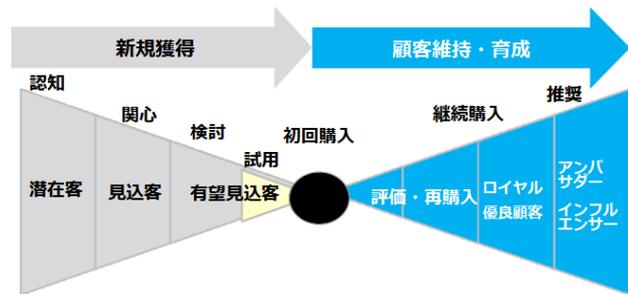
## 2)ショッパーの買物体験価値の向上

- ①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、「思わず買ってしまふ購買動機」や「感動的顧客体験」について調査研究を行い、買い物客の買物体験価値を高める施策について検証します。
- ②行動経済学、心理学、大脳生理学などの知見を活用します。



## 3)ID-POSデータによるパーソナライズド・マーケティングの仮説作成

- ①D-POSデータから買い物客の習慣を知り提案する
- ②買い物順序データから、商品間の関係性について検証します。
- ③個客の購買前・購買・購買後のカスタマージャーニーの把握による新規顧客の獲得と継続購入について検討します。  
(SNSデータとID-POSを結合したコネクテッド・カスタマーのデータから、デジタル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明らかにすることで、パーソナライズド・マーケティングの示唆を得ます)



## 4)Z世代の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、X世代、Y世代、BB世代とは価値観や消費が異なります。例えば、SDG'sなど「コト消費」に強い関心を示すと言われています。次の消費の主役となるZ世代のデジタル接点や小売業態の利用状況を理解しながら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。



GENERATION Z

# 2023年度 ASI 7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
<b>第1回</b> 7月12日 (水) 17:00~20:00	1)店頭ニューロ・マーケティング 2)小売DX戦略のケース ● 懇親会	・アジアショッパーインサイト研究会 ・量販店役員
<b>第2回</b> 8月9日 (水) 17:00~20:00	3)小売業のDX戦略トレンド (SM, CVS, Drug etc.) 4)メーカーのデジタル・マーケティング戦略	・アジアショッパーインサイト研究会 ・メーカーのマーケティング担当
<b>第3回</b> 9月13日 (水) 17:00~20:00	5)ネットスーパーとリアル店舗に対する メーカーの商品戦略 6)ブレインテックのマーケティング活用戦 略	・アジアショッパーインサイト研究会 ・ニューロ系役員
<b>第4回</b> 10月18日 (水) 17:00~20:00	7)小売業のDX戦略と店舗視察	・量販店役員
<b>第5回</b> 11月7日 (火) 17:00~20:00	8)小売のDXに対するメーカーの対応戦略 9)ドラッグストアにおける購買行動(Z世 代を中心に)	・メーカーの営業・マーケティング担当 ・アジアショッパーインサイト研究会
<b>第6回</b> 12月12日 (火) 17:00~20:00	10)小売のネット戦略およびリテールメディ ア戦略 11)ID-POSデータを活用したパーソナライ ズド・マーケティング	・小売業役員 ・アジアショッパーインサイト研究会
<b>1月初旬</b>	CESあるいは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)	・CES in Las Vegas or National Retail Foundation in New York
<b>第7回</b> 2月7日 (水) 17:00~20:00	12)小売DX (AIやMetaverse等) を活用し た未来店舗 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
<b>第8回</b> 3月6日 (水) 17:00~21:30	14)7期ASIのまとめ(小売業のビジネスモ デルの変化とメーカーの流通営業戦略) ● 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・マーケティング学会会長

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)、『小売業のDXとビジネスモデル』(流通情報 2023年5月)など

## ● 研究スタッフ: 杉本ゆかり(ASI 主席研究員, 跡見学園女子大学兼任講師)

鈴木一正(ASI主任研究員, 東京家政大学兼任講師)

吉井健(大妻女子大学 教授)

高橋政博(株エイジス)

## ● 開催期間と会場

開催期間 2023年7月～2024年3月(全8回)

会場 中央大学駿河台キャンパス(お茶の水)

## ● 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、下記の中村博研究室にFAXあるいは電子メールにて送付ください。

申し込み先: FAX: 03-6261-8530(駿河台キャンパス)

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(後樂園キャンパス)**

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

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

## ● お申し込み締切日 2023年 6月16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