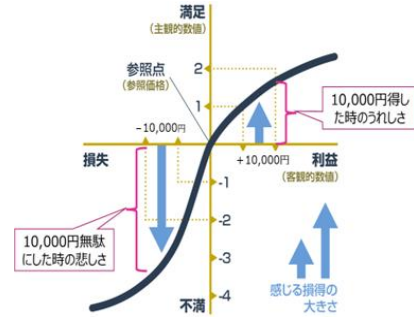


ASI開催場所
中央大学駿河台キャンパス



8期アジアショッパーインサイト(ASI)研究会のご案内 2024/6~2025/2

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）

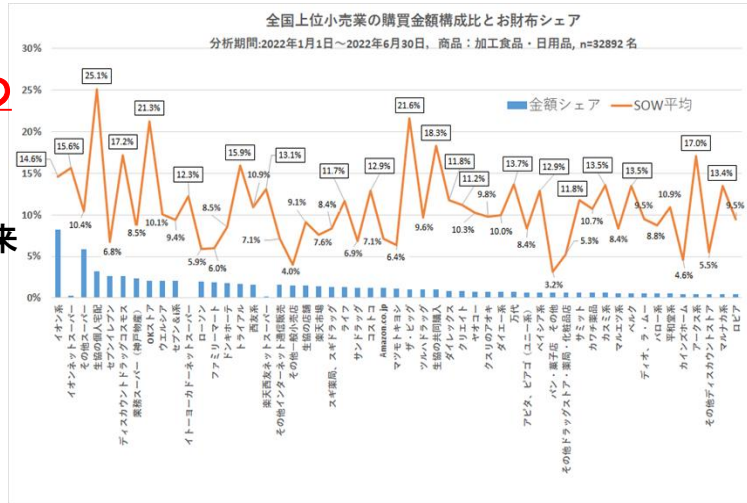
アジアショッパーインサイト研究会（Asia Shopper Insight Institute：ASI）は、小売業の経営戦略やDX活用の実際を確認し、メーカーの商品戦略や流通営業戦略をショッパー視点で明らかにしようとする産学研究会です。ショッパーのブランド購買について、リアル店舗およびネットスーパーにおける買い物インサイトを把握します。購買の瞬間を購買前・購買・購買後に分け、それぞれの瞬間の購買行動および意識・無意識の感情の動きを実証的に分析し、小売業の生産性向上およびブランドの満足度を高めるための理論構築を行う研究会です。

大テーマ:小売業のビジネスモデルおよびNBとPBのブランド・インサイト

1)チャネル戦略に関する研究:小売業のお財布シェア(ロイヤルティ)に及ぼす影響要因および未来店舗の検討

S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。

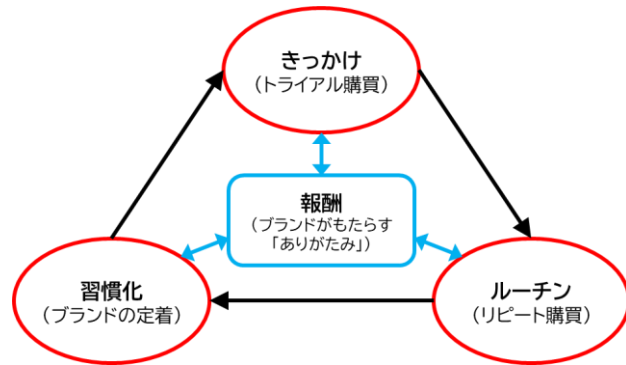
- ①小売ビジネス(SM,ドラッグ,ネット通販,オムニチャネルなどの成長性についてロイヤルティ(右図)の視点から検討します。
- ②海外を含む主要小売業のDX戦略についてケーススタディを行います。
- ③AI(生成AIなど)やMetaverseなどを活用した未来店舗の可能性について検討します。



2)Habit Loop(ブランド購買の習慣化)と習慣化のための施策の実証研究

ブランドの習慣化を目指し, Habit Loop(右図:トライアルリピート・習慣化)をどのように回すかについて検討します。

- ①ブランドの離脱率と継続率, 習慣化率(定着率)について, 最寄り品にフォーカスして分析します。
- ②顧客のカスタマージャーニーの視点から計画・非計画購買と顧客接点について調査研究します。
- ③Line Mini アプリ(右図)などリテール・メディアによるトライアル顧客やリピート購買客の獲得について検討します。
- ④ポイント・プログラム:適切なポイント数について明らかにします(ポイント弾力性)。
- ⑤マーケティング・コミュニケーションの費用対効果についてCLTV(カスタマーライフタイムバリュー)の視点から評価します。



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, 提案します。
- ②小売のアプリとID-POSを結合したコネクテッド・カスタマーのデータから, 購買前の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)Sequential POSデータ(購買順序データ)のマーケティング活用

- ①ブランドの購買順序を測定し, インストア・プロモーションの展開やブランド力の測定について検討します。
- ②買い物順序データから, 商品間の関係性(自ブランドの購買前後にどのようなブランドが購買されているか)について検証します。



2024年度 ASI 8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 6月27日 (木) 17:00~20:30	1)参加企業のブランドのトライアル率・ リピート率・習慣化率 2)Habit Loop(ブランドの定着化) ● 懇親会	・アジアショッパーインサイト研究会 ・メーカー・マーケティング担当
第2回 7月17日 (水) 17:00~20:00	3)カスタマージャーニーと非計画購買 4)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 ・大手データプラットフォーム
第3回 8月21日 (水) 17:00~20:00	5)Sequential POSデータのマーケティング 活用 6)小売業のデジタル・プロモーション (Sequential POS活用)	・アジアショッパーインサイト研究会 ・小売業役員
第4回 9月18日 (水) 17:00~20:00	7)メーカーのDX戦略 8)小売業のAI活用	・メーカー・マーケティング担当 ・小売業役員
第5回 10月16日 (水) 17:00~20:00	9)メーカーのDX戦略 10)ドラッグストアのデジタル・プロモーション	・メーカー・マーケティング担当 ・ドラッグ・ストア役員
第6回 11月20日 (水) 17:00~20:00	11)リテールメディアの効果測定 12)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(含むポイント弾力性)	・小売業役員 ・アジアショッパーインサイト研究会
第7回 1月22日 (水) 17:00~20:00	13)Sequential POSを活用したレコメンデー ションの実証 14)Sequential POSデータによるブランド間 の関連性のマーケティング活用	・小売業役員 ・アジアショッパーインサイト研究会
第8回 2月19日 (水) 17:00~21:30	15)Future Storeの検討および8期ASIのま とめ(Habit Loopの回し方など) ● 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),購買意思決定時期と属性表現の違いが商品選択に与える影響～解釈レベル理論と流暢性を用いた分析～(プロモーション・マーケティング研究2023年10月),非計画購買類型の拡張とカスタマージャーニーの検討―店舗内での購買意思決定に関する考察―(流通情報 2024年3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 (㈱エイジス)

● 開催期間と会場

開催期間 2024年6月～2025年2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) (※4名の場合, 別途料金がかかります)

(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者から, 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(後楽園キャンパス)

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 2024年 5月17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