



社会的
価値

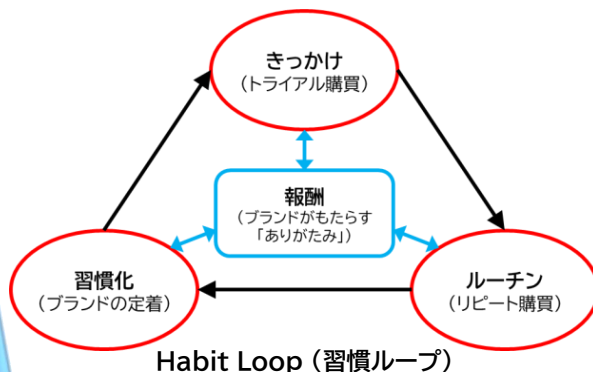
自己表現
価値

情緒的
価値

機能的
価値



ASBI開催場所
中央大学駿河台キャンパス



9期アジアショッパー＆ブランドインサイト(ASBI) 研究会のご案内

2025/6～2026/2

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＆ブランドインサイト研究会（Asia Shopper and Brand Insight Institute：ASBI）は、小売業の経営戦略やDX活用の実際を確認し、メーカーや小売業のブランド戦略や流通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ID-POSデータやVOICEを活用してインサイトを把握します。また、ショッパーのカスタマージャーニーにおける情報収集や買い物の瞬間の行動および意識・無意識の感情の動きを実証的に分析し、ブランドの習慣化（定着）や小売業の生産性向上を高めるための理論構築を行う研究会です。

大テーマ:ブランド購買の習慣化のメカニズムと習慣化を促すためのマーケティング戦略

1) 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 ブランドの構造把握

ホームスキャンデータを活用してブランドのトライアル, リピート, 習慣化について分析します。

② ハビット・ループ効果の把握

トライアル購買, リピート購買, ハビット(習慣的)購買を増加させるための施策を検討します。

③ ブランドのVOICEデータの活用

ブランドのVOICEデータとID-POSを結合することによって誰がどのような気持ちでブランドを購入しているか調査実験から明らかにします。

2) Sequential POSデータ(SPOS:購買順序データ)のマーケティング活用

① SPOSによるレコメンデーション

自社ブランドの直前の購買ブランドを明らかにし, 直前購買ブランドが購買された瞬間に自社ブランドのレコメンデーションを行います。レコメンデーション(価値訴求とポイント訴求)の効果を明らかにします。

② SPOSデータの棚割りへの活用

定番内のブランドの購買順序を明らかにすることによってブランドの適正な陳列位置等について検討します。

③ SPOSデータの店舗レイアウトへの活用

SPOSデータから買い物客の動線を把握し, 店舗のレイアウトや自社ブランドの陳列場所等の示唆を得ます。

3) リテールメディアの活用

① リテールメディアの効果測定

Line Miniアプリなどのポイント・プロモーションの効果についてID-POSデータによって明らかにします。

② リテールメディアを利用する顧客特性

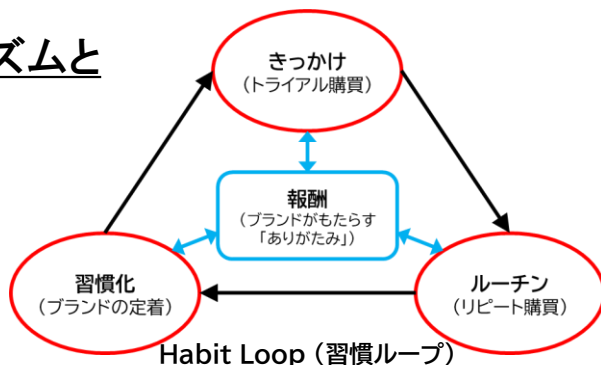
どのような顧客がリテールメディアにより反応するか? 顧客のデモグラフィック特性や購買特性(ブランドのヘビー/ライトユーザーなど)について明らかにします。

③ ポイントの経済圏データ活用

ID-POSデータと経済圏のデータを結合することによって効果的なターゲティング手法について検討します。

4) ブランドの意識および無意識の購買動機の把握

買い物客のブランド購買について, ニューロサイエンスの知見を利用して意識・無意識の購買動機について把握します。

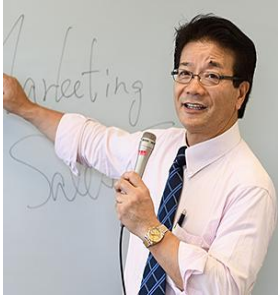


2025年度 ASBI研究会 9期スケジュールおよび報告概要

日程	講演タイトルおよび内容	講 師
第1回 6月18日 (水:501) 17:00~21:00	1)USMH(株)のDX戦略 2)SM・ドラッグストアにみるSequential POSの実証実験企画 ● 懇親会	・大手量販店役員 ・アジアショッパー & ブランドインサイト研究会
第2回 7月23日 (水:501) 17:00~20:00	3)ブランドの価値訴求実証実験結果報告 4)小売業の小売のリテールメディア戦略	・アジアショッパー & ブランドインサイト研究会 ・小売業役員
第3回 8月27日 (水:501) 17:00~20:00	5)ドラッグストアのSequential POSデータのマーケティング活用 6)デジタル・マーケティング戦略	・アジアショッパー & ブランドインサイト研究会 ・大手データプラットフォーム
第4回 9月17日 (水:803) 17:00~20:00	7)小売業のDX 8)ブランドの価値訴求実証実験企画	・小売業役員 ・アジアショッパー & ブランドインサイト研究会
第5回 10月17日 (金:803) 17:00~20:00	9)リテールメディアの活用 10)Sequential POSの実証実験報告	・小売業役員 ・アジアショッパー & ブランドインサイト研究会
第6回 11月21日 (金:803) 17:00~20:00	11)メーカーのDX戦略 12)ブランドの価値訴求実証実験報告	・メーカー役員 ・アジアショッパー & ブランドインサイト研究会
第7回 1月23日 (金:803) 17:00~20:00	13)リテールメディアへのブランド対応 14)経済圏のID-POS活用とメーカー対応	・メーカー役員 ・アジアショッパー & ブランドインサイト研究会
第8回 2月18日 (水:803) 17:00~21:00	15)9期ASBIのまとめと10期の企画 ● 懇親会	・アジアショッパー & ブランドインサイト研究会

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)、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ー店舗内での購買意思決定
に関する考察ー(流通情報 2024年3月)、非計画購買はブランドの顧客満足を高めるか?ー
リアル購買とオンライン購買の期待不一致理論の視点からー(流通情報 2024年7月)、小売
業のDXは顧客ロイヤルティを高めるか?(生活協同組合研究 2024年9月号)など

● 研究スタッフ 杉本ゆかり ASBI主席研究員, 立教大学大学院 特任教授

鈴木一正 ASBI主任研究員, 東京家政学院大学 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 2025年6月～2026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名の場合は400,000円:1名追加100,000円)

(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ASBI事務局にFAXあるいはメールにて
送付下さい。

申し込み先: FAX:03-6261-8530(駿河台キャンパス)

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 2025年 5月23日(金)

■ ASBI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。

事務局担当: 杉本ゆかり sugimoto-y@asi-inst.org