2026 年 10 月 20 日

＜10 期第６回 ASBI 研究会開催のご案内＞

拝啓、 初秋の候、貴社ますますご清栄のこととお喜び申し上げます。また、第５回 ASBI 研究会へご参加賜り、誠にありがとうございます。さて、10 期第６回 ASBI 研究会を下記の要領で実施いたしますので、ご参加を賜れば幸いです。

第６回の前半は、ニューロサイエンスをいち早くマーケティングに活用した数少ない企業である㈱NeU によるニューロサイエンスのマーケティング活用について検討します。同社は、同社の禰寝（ねじめ）社長および「欲しがる脳」（扶桑社新書）の著者である岡田ジェネラルマネージャーからニューロサイエンスのマーケティング活用および将来展望について取り上げます。後半は ASBI 研究会で調査してきた計画・非計画購買と売場の関係性をニューロサイエンスの視点から検討します。

第６回 ASBI 研究会は、大妻女子大学千代田キャンパスで開催を予定しております。奮ってご参加をお願い申し上げます。 敬具

＜実施要領＞

１． 実施日時：2026 年 11 月１１日（水）17:00～20:00

２． 会場：大妻女子大学千代田キャンパス G 棟５階 523 教室（第５回と同じ教室です）

３． 報告テーマ：

テーマ１）「ニューロサイエンスのマーケティング活用」（仮）

今日、消費財メーカーや小売業のマーケティングにビッグデータの活用が有力なマーケティング戦略となってきました。しかしながら、ビッグデータの分析結果がなぜそのような結果になったのか？がわからないことも多く、消費者の定量的な購買行動を理解するためには、ニューロサイエンスのアプローチが不可欠と思われます。ブランドのロイヤルティ・習慣化の過程にニューロサイエンスをどのように活用していくべきか？ケースを中心に検討いたします。60 分ほどの講演と 30 分のディスカッションとなります。

17:00～18:30 （質疑込み）

㈱NeU 代表取締役 CEO 禰寝義人

㈱NeU ジェネラルマネージャー 岡田拓也

テーマ２）「神経科学の視点からみる買い物客の計画・非計画購買」

ASBI で調査(IY,旧西友,いなげやの店舗)してきた計画・非計画購買と売場の関係性を検討します。買い物客はどのような売場で感動するか？計画・非計画購買の体験価値を感性アナライザーの脳波データから分析し、最も顧客体験価値が高まる売場について検討します。

18:40～20:00（質疑込み）

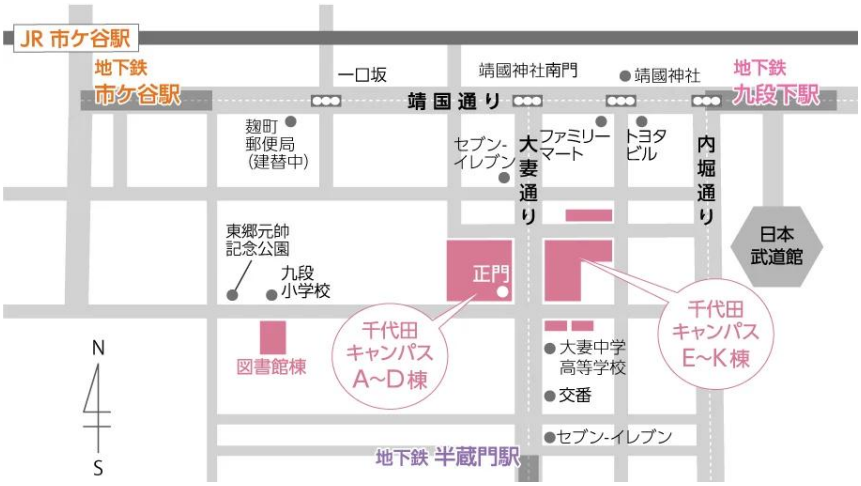
中央大学　名誉教授/公益財団法人流通経済研究所　理事　中村博

立教大学大学院ビジネスデザイン研究科特任教授 杉本ゆかり

４．会場：大妻女子大学千代田キャンパスアクセス

https://www.otsuma.ac.jp/about/basic/access/chiyodacampus/

〒102-8357 東京都千代田区三番町 12 番地　TEL：03-5275-6000（代表）



＜駅からの所要時間＞

総武線「市ケ谷駅」徒歩 10 分,都営新宿線、有楽町線・南北線「市ケ谷駅」（A3 出口） 徒歩 7 分,メトロ半蔵門線「半蔵門駅」（5 番出口） 徒歩 5 分，メトロ東西線「九段下駅」（2 番出口） 徒歩 12 分

（公財）流通経済研究所アジアショッパー＆ブランドインサイト研究会（ASBI）

〒102-0074 東京都千代田区九段南 4-8-21 山脇ビル 10F

電話番号：03-5213-4531（代表）

https://www.dei.or.jp/aboutdei/