



MCEIの理念は「協創」です。お客さまの「ウレシイ、ありがとう！」の実現に向けて、1社でできる事には限りがあります。MCEIは様々な強みを持った企業が「協創」により新価値創造を行う、実務家による実務家のための「協創実務家集団」を目指しています。基本スタンスは・社会課題解決への貢献・新たな技術と価値の開発・新しい富と需要の創造です。注力テーマは「脳科学やAIなど新領域の技術開発と応用」「シニア市場戦略」「新しい営業の在り方」「地方創生・中小の力」「新たな価値・市場の創出」。本研究会はこうした考え方のもとで生まれました。皆様と協創してマーケティングを進化させていきましょう。

MCEI 東京支部理事長 宮地 雅典
(カゴメ(株)執行役員)



感覚マーケティングは、五感（視覚、聴覚、嗅覚、味覚、触覚）に対する働きかけを行うことにより、消費者行動に影響を与えようとするマーケティング手法であり、実務と研究の双方の領域で近年大きな注目を集めています。本研究会では、感覚訴求の手法開発と効果の測定に焦点を当て、先端的な事例を研究するとともに、効果的な訴求方法に関するノウハウの開発をすすめます。

感覚訴求は、消費者による意識的な情報処理を伴わずに効果を発揮することが多いと考えられます。そのため、各種テクノロジーと連携して感覚訴求の効果を捕捉することを試みる予定です。実務に直結した実践的な研究会にしたいと考えています。

早稲田大学 商学大学院 教授 守口 剛

第5期 感覚マーケティング実践研究会

2023年2月開講 限定40名募集

世界初!? 社会課題解決に向けた実験協賛社募集中! 感覚マーケティング×非接触ロボット

五感 (視覚, 聴覚, 嗅覚, 味覚, 触覚) → 感情 (興味, 好き, ストレス) → 感情に訴える → 見える化 → 新需要創造, 新スキル開発, 新事業開発

EX感性 Explainable 売れるデザインを科学する

ロボが商品PRで店内巡回 「つかもつてほしい」

店内を回り新商品をPRするロボット
=30日、つくば市上横橋(稼働中)

「つかもつてほしい」

つくば市上横橋のスーパー「稼働中」で、非接触ロボット「つかもつてほしい」が店内を巡回して商品をPRしている。このロボットは、商品の名前や特徴を音声で発表し、音声でも商品名を呼び出すことができる。また、商品の写真や動画を画面に表示し、音声でも商品の名前や特徴を説明することができる。このロボットは、商品の名前や特徴を音声で発表し、音声でも商品名を呼び出すことができる。また、商品の写真や動画を画面に表示し、音声でも商品の名前や特徴を説明することができる。

(産経新聞 2022年5月1日付)

研究会の概要

参加タイプ	受講料	実験参加料	消費税	合計	
MCEI 会員	受講のみ	45,000円	—	4,500円	49,500円
	受講+実験	45,000円	35,000円	8,000円	88,000円
一般	受講のみ	50,000円	—	5,000円	55,000円
	受講+実験	50,000円	40,000円	9,000円	99,000円

- 募集：先着40名
定員に達し次第、締切とさせていただきます。
別紙申込書にご記入の上、FAXまたはメール添付でお申し込みください。
お申込を確認後、事務局より請求書をお送りします。
- 形式：講義:オンライン/実験:実店舗 ※状況により変更の場合がございます。
- 申込・問合せ先：MCEI東京支部事務局
〒103-0023 東京都中央区日本橋本町3-10-3丸宗ビル4階
TEL 03-6661-1013 FAX 03-6661-1012
E-mail jimukyoku@mceitokyo.org

運営

- 主催：特定非営利活動法人 MCEI 東京支部
- 共催：早稲田大学消費者行動研究所
- コーディネーター：早稲田大学商学大学院 教授 守口 剛
- ファシリテーター：株式会社TVC 常務取締役 嶋司 貴裕
- 事務局：MCEI東京支部 感覚マーケティング実践研究会

◆ アドバイザー ◆

大所高所から MCEI についてアドバイスをいただく企業人・学者の方々 (敬称略) <2022年11月現在>

伊藤景バック産業株式会社 代表取締役	伊藤景一郎	中央大学ビジネススクール 大学院戦略経営研究科長	中村 博
オイシックス・ラ・大地株式会社 専門役員	奥谷 孝司	株式会社ドゥ・ハウス ファウンダー	稲垣 佳伸
株式会社京王百貨店 取締役販売促進部長	大江 弘祥	株式会社ヒロモリ 代表取締役社長	近藤 彰彦
株式会社京王プラザホテル 相談役	山本 護	株式会社ヤクルト本社 特別相談役	根岸 孝成
コーネル大学RMPジャパン プログラム・ディレクター	大塚 明	公益財団法人流通経済研究所 理事長	青山 繁弘
株式会社光文社 取締役メディアビジネス局局长	大給 近憲	早稲田大学 商学大学院教授	守口 剛
株式会社千修 代表取締役会長	下谷 隆之		

実験協力：全日本食品株式会社 コニカミノルタ株式会社 (EX感性サービス提供) / テクノホライズン株式会社 (非接触ロボット Betty提供) / 株式会社オリイ研究所 (分身ロボット OriHime提供) / 株式会社TVC

マーケティングの新潮流、顧客の感性に訴える「感覚マーケティング」のノウハウをフル活用したコミュニケーション技術で、Withコロナの環境下でも安心して稼働できる「非接触ロボット」が店内販促を行います。人手不足の中、オープンから閉店まで働き続けられるロボットを活用し、多様な企業が協創して、さまざまな社会課題解決に取り組む「実践型」の研究会です。

目的

- with コロナにおける「価値」づくり 人手不足の店頭販促
- 感覚マーケティングの先端的事例研究
- 感覚訴求の手法開発 参加企業の協創による社会課題解決

このようなひとにおすすめ

- マーケティング開発 商品開発 プロモーション開発 コミュニケーション開発 新事業開発
- などに携わっている方、関心のある方

カリキュラム (座学)

日時	内容・講演者
1 2月16日(木) 17:00~19:00	感動を測るー“何となく”の見える化手法ー 神宮 英夫氏 金沢工業大学 情報フロンティア学部 心理科学科教授 感動デザイン工学研究所 顧問  【講演概要】:言葉では必ずしも表現しきれない“何となく”感じている心の状態が、さまざまな行動に影響していることが多々あります。日常の中に潜む“何となく”の小さな感動を測ることができれば、ものづくり・ことづくりのベクトルが大きく変化することになります。感動測定の手法について、生理・脳機能測定と曲線描画法の事例を紹介して、“何となく”の見える化手法を考えていきます。 【プロフィール】 石川県生まれ。東京都立大学大学院修了。文学博士。東京学芸大学助教授を経て、現在、金沢工業大学教授、金沢工業大学感動デザイン工学研究所顧問。専門は、応用実験心理学、感性工学。著書に「印象測定の心理学」(川島書店)、「ものづくり心理学」(川島書店)など。
2 3月16日(木) 17:00~19:00	最新のニューロサイエンスによる感覚マーケティングの再考 辻本 悟史氏 SixthFactor Pte Ltd Director  【講演概要】:感覚マーケティングでは、文字通り、感覚器を通して入力される感覚情報から行動への結びつきが注目されます。外部情報によって行動が駆動される、いわゆる「ボトムアップ」の過程です。しかし実際には、消費者の脳は、進化や経験によって獲得した内部情報を用いて、無意識のうちに 瞬時に、能動的に入力情報を書き換えて知覚、感情を構成し、行動を制御しています。本講演では、この「トップダウン」の脳内過程を加味して感覚マーケティングを再考し、より効果的な実践への示唆を得ることを目指します。 【プロフィール】 北海道大学院医学研究科および米国立衛生研究所(NIH)にて、脳の仕組みや発達に関する基礎研究に従事。神大、京大准教授等を経て、ニールセン・シンガポールで、コンシューマー・ニューロサイエンスの事業展開に幅広く寄与。
3 4月12日(水) 17:00~19:00	「売れるにつなげるデザイン」を、画像解析で定量化 コニカミノルタで、文科省COIプログラム研究を基盤に「感性の見える化」の新規事業立ち上げに取り組む3人のプロフェッショナルが登場  浦谷 勝一氏 コニカミノルタ(株) プロダクションプリント事業部 PP販売推進部 新規印刷推進グループ 兼 技術開発本部 先進コア技術センター 未来創成部 課長 広島大学大学院 先進理工系科学研究科 客員教授  井上 暁氏 コニカミノルタ(株) プロダクションプリント事業部 PP販売推進部 新規印刷推進グループ 技術開発本部 先進コア技術センター 未来創成部 課長 広島大学大学院 先進理工系科学研究科 客員准教授  姜 抒炅氏 コニカミノルタ(株) プロダクションプリント事業部 PP販売推進部 【講演概要】 これまで「デザイン」は定量化できないもので、経験や勘で取り扱うものとされてきました。「デザイン」や「感性」を定量化し、客観的に評価する方法ができると、マーケティング活動の中でより効果的な打ち手に繋がると考えられます。弊社では脳科学に基づき人の感性を見える化するデザイン解析サービスを立ち上げています。デザインや販促物の改善点を見出し、マーケティングの検証サイクルに繋げていくための方策についてお伝えします。

本研究会の特徴

- その1 **研究 + 事例 → 実践スキル**
- その2 **マーケティング + テクノロジー → 「感覚」の見える化**
- その3 **産学連携 + 異業種連携 → 新需要創造**

カリキュラム (店頭実験)

日時	内容・講演者																																																											
4 4月19日(水) 17:00~19:00	【実験 事前打合】 座学で学んだ知見を実験内容に取り込んで店頭実験・調査計画立案を行います。 																																																											
5月15日(月) ~21日(日) (予定) 店舗等の事情により日程変更する場合がございます。	【実験概要】 非接触ロボット (Ketty)、分身ロボット (OriHime) を投入。コニカミノルタ「EX 感性サービス」を活用し脳科学、AI の科学的な観点から「売れるデザイン」を検証。さらに「香り」「シズル音」「音声」「映像」などお客様の購買行動に影響をあたえる様々な仕掛けを実験展開。分身ロボットでは接客して頂くパイロット (リモート勤務者、身体的問題によって店舗で働けない人) にオノマトペを活用して頂き、購買意欲を高めていく実験を行います。 																																																											
	【スケジュール】 <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th></th> <th>5/15(月)</th> <th>5/16(火)</th> <th>5/17(水)</th> <th>5/18(木)</th> <th>5/19(金)</th> <th>5/20(土)</th> <th>5/21(日)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="3">実験店 (Ketty)</td> <td>商品 A</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>商品 B</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>商品 C</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td rowspan="3">実験店 (OriHime)</td> <td>商品 D</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>商品 E</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>商品 F</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>			5/15(月)	5/16(火)	5/17(水)	5/18(木)	5/19(金)	5/20(土)	5/21(日)	実験店 (Ketty)	商品 A								商品 B								商品 C								実験店 (OriHime)	商品 D								商品 E								商品 F							
		5/15(月)	5/16(火)	5/17(水)	5/18(木)	5/19(金)	5/20(土)	5/21(日)																																																				
実験店 (Ketty)	商品 A																																																											
	商品 B																																																											
	商品 C																																																											
実験店 (OriHime)	商品 D																																																											
	商品 E																																																											
	商品 F																																																											
6月下旬予定 17:00~19:00	【実験レビュー】 座学で学んだ知見と実験の結果から、感覚マーケティングとロボットを活用した店頭販促の最新のノウハウを抽出する実験レビューを行います。																																																											

日時・担当講師・内容は変更する場合がございます。ご了承ください。