

『シン・リアル』

～私たちが描く“真の”豊かなショッピング体験とは?～

スピン／有田美香、七海麻里亜、川上真由美、中嶋凌佑、中山風薫

**オンラインショッピングの便利さを享受している私たち。
それでも、リアルショッピングに日々時間を割く。**

**店頭わざわざ足を運ぼうと思える、
リアルショッピングの魅力とは？**

プロセス①

グループディスカッション

「リアル」の魅力について体験を元にディスカッション
 感覚的・身体的なキーワードが多く出た

リアルショッピングとオンラインショッピングの比較

[身体的][心理的][認知的][時間的][環境的]の要因から比較

リアル店舗は
わくわくする・
楽しいと感じる

知らない人の買い物を
見て「釣られ買い」
することも

オンラインショッピング
では虚しさを感じる

スーパーでは
子どもの友達や
ママ友と会えたり

リアルショッピング
の方が疲れない

ネットショッピングだと
買い物かごに入れて
買わないことが多い

この「違い」が
意味するものは？

リアルショッピングとオンラインショッピングの比較分析

要因	リアルショッピング	オンラインショッピング
身体的要因	- 適度な運動によって血流が促進され、エンドルフィンが分泌される。	- 長時間座っていることで疲労が蓄積する。
	- 姿勢の変化によって疲労が軽減される。	- 目が疲れ、姿勢が悪化する。
	- 五感を活用することで直感的な判断ができる。	- 視覚情報だけに依存する。
心理的要因	- 社会的相互作用によってオキシトシンが分泌される。	- 孤独感や疎外感が増加する。
	- 店舗環境が感情に肯定的な影響を与える。	- 期待と現実のギャップによってストレスが生じる。
	- 即時的な満足感によってドーパミンが分泌される。	- 購買後の不安や後悔が生じる。
認知的要因	- マインドフルネスと「フロー」状態を体験できる。	- 過度の情報処理によって精神的に疲労する。
	- 感覚統合によって直感的な意思決定ができる。	- 膨大な情報と選択肢によって認知的な負荷がかかる。
	- 物理的な制約によって効率的な選択ができる。	- 比較検討が長期化し、決断が難しくなる。
時間的要因	- 進化心理学的に自然な買い物体験ができる。	- インターフェースの操作によって疲労する。
	- 営業時間が自然な区切りとなる。	- 24時間いつでも可能なため、無制限になる。
	- その場ですぐに商品を手に入れることができる。	- 配送待ちによってストレスが生じる。
環境的要因	- 店舗の雰囲気、音楽、香りが感覚を刺激する。	- 画面上の限られた情報しか得られない。
	- 季節や地域性を反映した体験ができる。	- 物理的な環境変化がない。

オンラインのデメリット＝リアルの特長であることがわかった



真のリアル ショッピング 5つの価値

人間の 本質的欲求の 充足

対面的コミュニケーションを生み出す [社会的相互作用]

- オキシトシンの分泌を促し幸福感を増加させる／生理学
- 社会的つながりを求める基本的欲求を満たす／社会心理学

視覚、聴覚、触覚、嗅覚等多くの感覚を 刺激する[多感覚的体験]

- 多感覚的入力には脳の複数領域を同時に活性化させる／神経科学
- 豊かな感覚体験がより強い感情的反応と記憶形成を促す／心理学

商品選択を通じて自己を表現する [自己表現とアイデンティティ]

- 自己表現は自尊心や自己アイデンティティの強化につながる／社会心理学
- 自己関連処理は内側前頭前野を活性化させ、肯定的な感情を生む／神経科学

新しい商品を発見する喜びを仕掛ける [探索行動と新奇性]

- 新奇性の探索は脳の報酬系を活性化させドーパミンを分泌する／神経科学
- 予想外の発見は強い情動反応を引き起こし、通常の報酬よりも強く報酬系を活性化させる
- 探索行動は生存に有利に働く適応的な行動／進化心理学

実物を見せ想像力を掻き立てる [創造性と想像力]

- 想像力の使用は認知的柔軟性を高める／認知心理学
- 創造的思考は前頭前野と側頭葉の相互作用を促進する／神経科学

購入を決定する過程の満足度を高める [意思決定と達成感]

- 適度な認知的負荷は「フロー状態」を引き起こす／認知心理学
- 意思決定は前頭前野を活性化させ達成感をもたらす／神経科学
- コントロール感の獲得につながり、特に他の生活領域でコントロール感が不足している場合に重要になる

季節や時間の変化を感じさせる [時間的展望と季節感]

- 時間経過の体感には生活に彩りを与え新鮮さをもたらす／心理学
- 時間的展望の豊かさは、生活満足度を高める／認知学

商品を即座に手に入れ使用できる喜びを 提供する[即時的満足感]

- 即時的な報酬は遅延報酬よりも強い満足感を生む／心理学
- 購買決定を容易にし、認知的不協和を即時に解消する効果がある

没入できる環境をつくる [環境と没入感]

- 環境は人間の感情や行動に強い影響を与える／環境心理学
- 没入感のある環境は注意の焦点化と時間感覚の変容をもたらす／認知学

直接確認し試用できる [リスク低減と安心感]

- リスクの低減は不確実性による不安を軽減する／心理学
- 安心感は扁桃体の活動を抑制しポジティブな感情を促進する／神経科学
- 即時的な報酬は側坐核を強く活性化させる これは「今」バイアスを強化し、現在利益の過大評価を促進する／神経科学

即時的満足と 体験の質の 向上

コミュニティと 社会的価値の 創造

他の顧客行動と同調する喜びを生み出す [社会的同調と所属感]

- 社会的同調は所属欲求を満たし安心感を提供する／社会心理学
- 社会的学習の場としても機能し、流行や社会規範、価値観などを学ぶ機会ともなる
- 集団への同調は生存に有利に働く／進化心理学

社会的結束を強化し、地域アイデンティティの 形成に寄与する[コミュニティ形成]

- 情報交換のハブとして機能し、地域内コミュニケーションを活性化すれば社会関係資本の蓄積につながり、緊急時や災害時の相互扶助の基盤を形成する
- 世代間交流を促進し、知識や技能の世代間伝承の機会を創出する

歩行や動作を増やす [身体活動と健]

- 適度な運動はエンドルフィンの分泌を促進する／生理学
- 身体活動は気分を向上させストレス解消効果がある／心理学

直接触れて確認できる [社会的相互作用]

- 触覚情報は体性感覚野を活性化させ、所有感を高める／神経科学
- 触覚体験は商品との心理的距離を縮め愛着を形成する／心理学

日常から離れた特別な体験とする [現実逃避と気分転換]

- 現実逃避の体験は一時的なストレス解消や気分転換になる／心理学
- マインドフルネスの実践機会となり、精神的健康にポジティブな影響を与える
- 注意の転換により、日常的な心配事から解放される／認知学

自分へのご褒美 [自己報酬と承認]

- 自己報酬は自己効力感と自尊心を高める／心理学
- 自己報酬は内側前頭前野と線条体の活動を増加させる／神経科学
- 購買行動を通じて何らかの肯定的な反応や承認を得ることで、社会的承認欲求を満たす

5つの価値
とは
つまり…

人間の
本質的欲求の
充足

心身の健康と
幸福感の
促進

認知機能と
創造性の
活性化

コミュニティと
社会的価値の
創造

即時的満足と
体験の質の
向上

真のリアルショッピングの価値とは

“人間本来の
豊かさを取り戻す”

ことにある

5つの価値 × インストアマーケティング

シン・リアル用 フレームワーク	[REAL VALUE MATRIX]				
	1 人間の本質的欲求を 充足する	2 心身の健康と 幸福度の促進する	3 認知機能と 創造性の活性化	4 コミュニティと 社会的価値の創造	5 即時的満足と 体験の質の向上させる
	● 対面コミュニケーションを生み出す ● 多感覚を刺激する ● 商品選択を通じて自己を表現する	● 直接触れて確認できる ● 歩行や動作を増やす ● 日常から離れた特別な体験とする ● 自分へのご褒美	● 新しい商品を発見する喜びを仕掛ける ● 実物を見せ想像力を掻き立てる ● 購入を決定する過程の満足度を高める ● 季節や時間の変化を感じさせる	● 社会的結束を強化し、地域アイデンティティの形成に寄与する ● 他の顧客行動と同調する喜びを生み出す	● 商品を即座に手に入れ使用できる喜びを提供する ● 没入できる環境をつくる ● 直接確認・試用できる
A.店舗設計 &レイアウト					
B.商品 &サービス開発					
C.顧客体験 &サービスデザイン					
D.テクノロジー活用					
E.マーケティング &コミュニケーション					
F.メーカー セールスプロモーション					

シン・リアルショッピング体験を産み出す**フレームワーク**を用意しました。ここから生まれるアイデアは、例えば…

アイデア
フラッシュ①



例えば…ママ友コミュニティハブ

店舗内に地域住民が集えるスペースを配置
商品や食材を使って、食育や献立提案を行い
「子供と来なくなる場所」にする

1, 人間の本質的欲求の充足

#社会的相互作用

#多感覚的体験

4, コミュニティと社会的価値の創造

#コミュニティ形成

#社会的同調と所属感

例えば…買い物をするだけで健康になるお店

休憩所だけど休憩できない、健康になっちゃう!
今日の買い物はたんばく質多めにしようかしら…



2, 心身の健康と幸福感を促進する

#身体活動と健康

#現実逃避と気分転換



アイデア
フラッシュ②

例えば・・・店頭テイスティングDAY

メーカー横断! 味と香りの比較が店頭でできる
まだ試していない新しい味に出会えるかも

1, 人間の本質的欲求の充足

#多感覚的体験

3, 認知機能と創造性の活性化

#探索行動と新奇性

5, 即時的満足と体験の質を向上させる

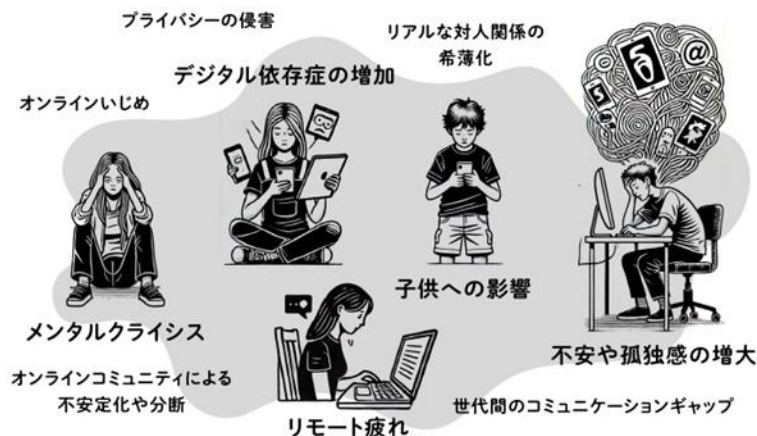
#即時的満足感



いかがでしょうか？ このフレームワークを皆さまで活用いただき、
**革新的なアイデアやテクノロジーで、もっともっと
リアルショッピングの価値を上げていきましょう！**

このフレームワークから生まれるものは
「人間本来の豊かさ」を取り戻すものです。この視点に立つことで

社会的な価値や 文化的な価値も産み 社会課題さえも解決できる！



私たちは、そう信じて活動をしていきます。
ご覧いただきありがとうございました。