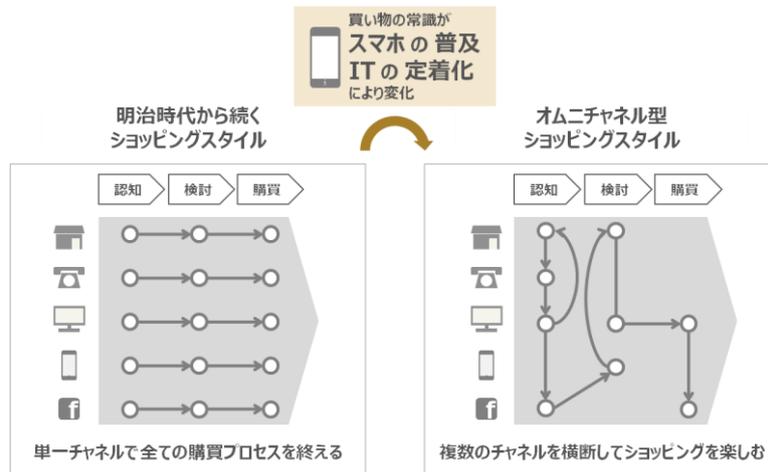


## オムニチャネル時代の新しい消費行動モデル 「ASPRA(アスプラ)」 スマートフォンの普及により消費者の購買行動が変化！

「オムニチャネル/O2O」領域で小売業やIT事業者に対してコンサルティングやシステムの開発・提供を行う株式会社 Leonis&Co. (東京都新宿区 共同代表: 伊藤 圭史、上西 培智) は、オムニチャネル時代の新しい消費行動モデルとして「ASPRA(アスプラ)」<sup>※1</sup> を発表いたします。

### <背景>

ショッピングが始まって以来続いてきた、認知から購買まで一連の購買プロセスを単一チャネルで行う消費者のショッピングスタイルに変化が起っています。スマートフォンが普及したことで、消費者は一回の購買プロセスの中で複数のチャネルを横断するようになりました。店頭で商品を見ながらスマートフォンで他ユーザーのレビューをチェックしECで購入するようなオムニチャネル型のショッピングスタイルが台頭しています。



### <新しい消費行動モデル「ASPRA(アスプラ)」>

Leonis では、この新しい購買行動を説明するモデルとして「ASPRA(アスプラ)」を提唱しています。

この購買行動の主な特徴は「商品と店舗の選定」「購入と受取」が分離することにあります。このような購買行動が広がるに連れて、品揃えや立地だけでは店舗が選ばれないようになってきます。その結果、各社はより明確に「なぜ自分の店で買うのか」を示さなければならない時代になってくるといえます。



## ＜ASPRА モデルの5つのプロセス＞

ASPRА では購買行動を5つに分けて捉えています。オムニチャネル施策を検討する際、ニーズや施策を本モデル上にマッピングすることで自社が進むべき方向性を整理できます

Attention (興味喚起)	Selection (店舗・商品の選定)	Purchase (商品の購入)	Receive (受け取り)	After (アフターサービス)
<ul style="list-style-type: none"> <li>・店舗の近くに行く と自動的に クーポンが配信</li> <li>・同じグループ内の 他業態に顧客を 送客する仕組み</li> <li>・店舗でカートに入 れた商品に応じた クーポンが配信</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・店舗の在庫の有無を ネットで調べられる</li> <li>・店舗に来店した顧客 の情報を店員が取得 し顧客に合わせた サービスを提供</li> <li>・アプリで店頭の商品 バーコードを読み取り、 口コミや詳細な商品情 報を調べられる</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>同じグループの複数の 業態の商品をネット で一括購入出来る</li> <li>・店員が持つタブ レット端末でレジ以 外でも決済可能</li> <li>・調剤・包装などの 付加サービスを事前 に発注できる</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ネットと店舗どこ でも買ってもコンビニ で受け取れる</li> <li>・ネットで注文後、 最速で1時間以内に 自宅に商品が届く</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ネットと店舗で過去の 購買状況が共通化されて いてネットで一覧できる</li> <li>・店舗で洋服や靴のサイズ を図ればネットで自分に 合った商品を購入可能</li> <li>・コールセンターで問い合 わせた内容を店舗でも アドバイスを受けられる</li> </ul>

1. 「Attention(興味喚起)」は商品・店舗を選ぶ際の気付きやニーズを得るプロセスです。位置情報技術などを使って売り場や店舗などに近づいた人にクーポンやレコメンドを送付するような施策が行われています。
2. 「Selection(店舗・商品の選定)」は商品・店舗を比較検討するプロセスです。商品在庫の照会や商品の情報を消費者がネットを介していつでもどこでも入手できる仕組み作りなどが展開されています。
3. 「Purchase(商品の購入)」は金銭の支払うプロセスです。より利便性を高めるために小売グループ内全ての商品を一括で購入できるようにするなどのサービスが検討されています。
4. 「Receive(受け取り)」は購入した商品を受け取り・持ち帰るプロセスです。ネットや店舗、どのチャネルで買っても好きなチャネルで受け取れるサービスなど、受け取り・持ち帰りの利便性・自由度を高めるサービスを指します。
5. 「After(アフターサービス)」は購入後の商品利用や、保証サービスを受けるプロセスです。店舗やネット、コールセンターなど複数のチャネルの利用状況が統合されてお客様をサポートできる仕組みなどが模索されています。

※1…商標登録出願中。但し、本領域の発展を目的とした本商標の使用については営利・非営利を問わず制限を課す予定はございません。

### 【株式会社 Leonis&Co.について】

オムニチャネルマーケティングカンパニーとして 2011 年に設立。国内外におけるオムニチャネル/O2O の知見(ビジネス面・システム面双方)に基づき、小売業や IT 事業者に対してオムニチャネルマーケティングシステムの提供、コンサルティング支援を行っています。現在、NTT ドコモ(ショッぷらっと)、東急百貨店(オムニチャネルマーケティングシステムの提供)、東急電鉄などのコンサルティング、システム面の取り組みを支援。

- 会社名 : 株式会社 Leonis&Co.
- 住所 : 〒160-0022 東京都新宿区新宿 6-29-6 エルツ 6 9F
- 共同代表 : 伊藤 圭史、上西 培智
- 主な受賞歴 : 『ネット&リアル相互貢献(O2O)グランプリ:「部門賞」』
- URL : <http://leonisand.co/>

### ＜代表者経歴＞

#### ■伊藤 圭史 (いとう けいじ)

上智大学卒業後、IBM ビジネスコンサルティングサービス(現 IBM)入社。システムコンサルティングに従事。2年目よりプロジェクトリーダーに抜擢され、最高評価を獲得。同年に戦略コンサルティングに異動後、デジタルマーケティング施策推進、営業業務改革等、CRM・マーケティング領域を中心としたコンサルプロジェクトを担当。デジタルを用いた新しいライフスタイルの実現を目指し 2011 年 12 月に Leonis&Co.を設立。

#### ■上西 培智(うえにし ますとも)

中学時代よりプログラマーとして活動を開始し、大学時代には Mozilla 社等、多数の案件に従事。上智大学卒業後、ORACLEに入社。CRM 領域を中心としたITコンサルティング業務に従事。2012年より独立、同年6月より Leonis&Co. に参画。

-本件に関するお問い合わせ先-

Leonis&Co.PR事務局 ((株)イニシャル内)担当: 青山・金子・宮島  
TEL:03-5572-6073 FAX:03-5572-6065 Email:[leonis@vectorinc.co.jp](mailto:leonis@vectorinc.co.jp)