

わけ ついこの店で買ってしまふ理由



編者：博報堂パコ・アンダーヒル研究会
小野寺健司 今野雄策

刊行：2009年10月

出版社：日本経済新聞出版社（日経ビジネス人文庫）

定価：本体714円＋税

<目次>

I 今、買い物はどう変化しているのか

II つい買ってしまふ法則

法則1 入口をコントロールする

法則2 商品を生活シーンの中に置く

法則3 「初めの一歩」をつくり出す

⋮

法則24 店のアイデンティティを示す

法則EXTRA

III 「法則」はリサーチから始まる

米スターバックス、米マクドナルドなどのコンサルティングで知られる買物行動分析の世界的権威、パコ・アンダーヒル氏（博報堂フェロー）と、博報堂パコ・アンダーヒル研究会のメンバーが共同で完成させた「売れるお店づくり」のやさしい解説書。

お客が「つい買ってしまふ法則」を、イラストを使いながら一つずつ分かりやすく解き明かします。

（本書は2005年7月に単行本として発行され、2008年には中国語版、韓国語版も発行されています。）

【パコ・アンダーヒル氏】

ニューヨークを拠点に、世界中の流通・小売業・銀行等を調査し、年間5～7万人の顧客の行動を分析しているエンバイロセル社（1975年創立、本社ニューヨーク）の創設者でCEO。

スターバックス、マクドナルド、シティバンクなど数多くの得意先に対し、買物行動の調査・分析・コンサルティングを実施し、高い評価を得ている。マーケティングや流通関連の世界中の会議で頻繁に講演を行い、New Yorker誌やFortune紙などにも度々取り上げられている。

2001年11月から博報堂のアドバイザーに就任。2008年4月からは、博報堂で初の外国人フェローに就任している。

【博報堂パコ・アンダーヒル研究会】

パコ・アンダーヒル氏と共同での顧客行動分析や店頭マーケティングの研究・実践のために、研究開発局と博報堂買物研究所のメンバーで2001年にスタートした社内プロジェクト。

パコ氏の科学的な顧客行動分析と、売れる店づくりへの明快な示唆に共鳴するとともに、これまで博報堂が行ってきた生活者発想との共通性を強く感じ、パコ氏にアプローチしたのがこのプロジェクトの始まりである。

現在博報堂のフェローであるパコ氏の毎年の来日時には、パコ氏と博報堂による講演会や、店舗・モールなどでのコンサルティング・セッションの企画・実施を、博報堂買物研究所と共に行なっている。