



## セミナー

セミナー

セミナー資料販売

過去のセミナー

ダイレクトメールのご登録

[▶ 講座・セミナー一覧へ戻る](#)

### ショッパー研究セミナー 団塊ジュニア・ショッパー研究セミナー ～最後のボリュームゾーンをつかめ～

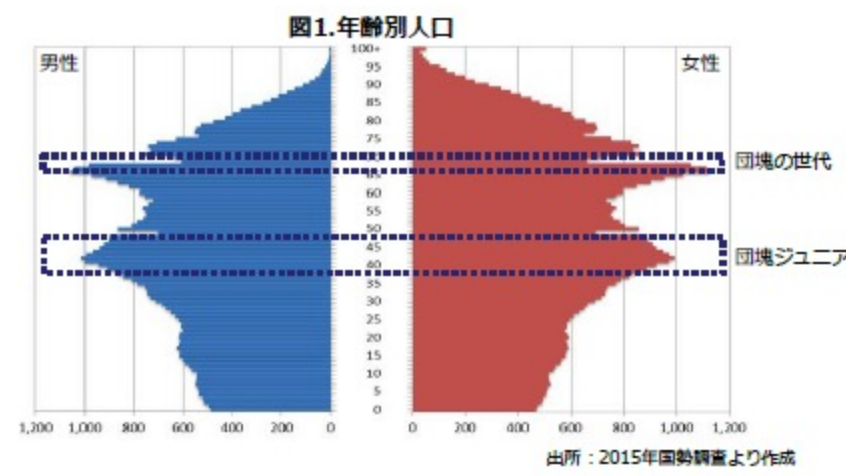
お申し込み受付は終了いたしました。  
多数のご参加ありがとうございました。

|       |  |
|-------|--|
| 開催日時  | 2017年10月27日(金) 13:00～17:00   |
| 会場    | アルカディア市ヶ谷<br>東京都千代田区九段北4-2-25<br>(最寄駅: JR 東京メトロ 都営地下鉄 市ヶ谷駅)  |
| 受講料   | 1名様につき <b>税別130,000円</b> (税込132,400円)  |
| 受講対象者 | ◆ 小売業でMDや販促、マーケティングに関わる方<br>◆ 消費財メーカー・卸売業で店頭施策開発やMD提案に関わる方<br>◆ 広告代理店、SP企業でメーカー・卸売業・小売業への企画提案に関わる方<br>※上記の業種以外の場合、お申し込みを受けられない場合がございます。あらかじめご了承ください。 |

### 本セミナーのねらい

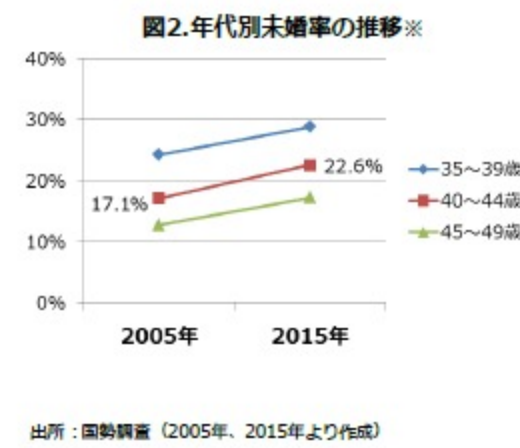
少子化が進み人口減少が危惧されるわが国で、最後のボリュームゾーンである「団塊ジュニア」の取り込みは小売、卸、メーカーにとってシニア対応に匹敵する重要な課題です。  
現在「団塊ジュニア」と呼ばれる世代は38歳～47歳となりますが、彼らが経験した時代背景や晩婚化の影響で、過去の同年代に比べ団塊ジュニアのライフステージは多様化しています。団塊ジュニアは「マスでは大きいが、ひとくくりでとらえることができない」セグメントといえます。  
本セミナーでは、各種消費関連調査、団塊ジュニア世代のライフストーリー、および流通経済研究所が実施した消費者調査、購買パネルデータ分析などを通じて、このような団塊ジュニアへの対応の在り方を検討いたします。

\* 団塊ジュニアを「1970年代生まれ」と定義した場合



### 本セミナーの概要

本セミナーでは、第1部で株式会社電通マーケティングソリューション局の松本泰明氏に同社の各種消費関連調査の結果と団塊ジュニア世代のライフストーリーから、団塊ジュニア世代の生活者意識、今後のライフコース、消費トレンドについてご講演いただきます。  
第2部、第3部では流通経済研究所が実施した消費者調査、購買パネルデータ分析などを通じて、団塊ジュニアの買物行動とくに業態選択および購買の特徴を明らかにします。  
団塊ジュニアは、過去の同年代に比べ世帯類型が多様化しています。「マスでは大きいが、ひとくくりでとらえることができない」セグメントです。第3部では団塊ジュニア世代の世帯類型にも着目し、消費行動の特徴を明らかにいたします。  
最後に第1部でご提示する消費意識と併せて、団塊ジュニアへの対応、そのために考慮すべき事項をご提示します。



### プログラム

| 時間          | 内容・報告者  |
|-------------|---|
| 13:00～13:10 | 始めに - セミナーのねらいと概要<br>公益財団法人 流通経済研究所 主任研究員 祝 辰也  |
| 13:10～14:00 | 1 団塊ジュニア世代の特徴と生活者意識<br>団塊ジュニア世代のライフストーリーを確認し、そこから見られる団塊ジュニア世代の消費意識を考察します。<br>また、電通「消費意識調査」調査、電通消費マインド調査の結果から、団塊ジュニア世代に特徴的に見られる生活者意識、今後のライフコース、消費のトレンドについて、各世代と比較しながら検討します。<br>株式会社電通<br>マーケティングソリューション局 シニア・マーケティング・マネージャー<br>松本 泰明 氏   |
| 14:00～14:10 | 休憩  |
| 14:10～15:20 | 2 “団塊ジュニア”ショッパーの買物に関する意識と行動<br>流通経済研究所が実施した消費者調査から、「団塊ジュニア」ショッパーの主要小売業態の利用状況、主要な商品カテゴリーの各業態での購買状況などを確認します。<br>また、買物に関する意識、考え方、価値観の特徴を、他の世代との比較によって明らかにします。<br>さらに、未婚率の高く「団塊ジュニア」の買物の特徴を探るために、未婚の「団塊ジュニア」ショッパーに対するインタビューから見てくる買物行動やその背景にある意識の特徴を紹介します。<br>公益財団法人 流通経済研究所 主任研究員 鈴木 雄高 |
| 15:20～15:30 | 休憩  |
| 15:30～16:40 | 3 購買データで見る団塊ジュニアの買物行動の実際<br>購買データ分析を用いて、以下のような切り口を中心にご「団塊ジュニア」ショッパーの買物行動の特徴を明らかにします。<br>● 利用業態<br>● 主利用 (プライマリー) チェーン<br>● 価格志向<br>● 購買商品の特徴<br>} 世帯属性 (未婚・子供の有無・世帯年収等) 別に集計<br>} 上の世代との比較<br>公益財団法人 流通経済研究所 主任研究員 祝 辰也   |
| 16:40～17:00 | 4 まとめ - 団塊ジュニア・ショッパーへのMD・店頭マーケティング対応<br>公益財団法人 流通経済研究所 主任研究員 祝 辰也   |

\* プログラムや報告者は、都合により変更となる場合がございます。あらかじめご了承ください

### お問い合わせ

公益財団法人流通経済研究所  
担当: 伊藤、祝  
住所: 〒102-0074 東京都千代田区九段南4-8-21 山崎ビル10階  
電話: 03-5213-4532 FAX: 03-5276-5457

[▶ 講座・セミナー一覧へ戻る](#)