



- 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・セミナー一覧を見る▲

流通経済研究所 ショッパー研究セミナー  
若年ショッパー研究セミナー  
～若者の生活・消費・買物の実態とニーズを捉える～

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	2018年2月28日(水) 13:00～17:00
会場	アルカディア市ヶ谷 東京都千代田区九段北4-2-25 (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 税別90,000円(税込92,400円)
受講対象者	◆ 小売業でマーケティングや販促促進、マーケティングに関わる方 ◆ 消費財メーカー・卸売業で店頭施設開発や営業提案、ショッパー・マーケティング、消費者コミュニケーションに関わる方 ◆ 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 ※上記の業種以外の場合、お申し込みをお受けできない場合がございます。あらかじめご了承ください。

### セミナーの概要

本セミナーは、将来の主要顧客となる可能性があり、重要なセグメントでありながら、これまでショッパーとしてあまり注目されてこなかった若者に焦点を当て、生活実態や消費動向、買物行動を理解することを目的として開催します。

若者に対して「スマートフォンやSNSを使いこなし、情報を積極的に発信する一方、消費意欲が低く、〇〇離れが進んでいる…」といったイメージをお持ちの方も多いのではないのでしょうか。本セミナーでは、政府統計、消費者調査、購買履歴データの分析などを通じて、単なるイメージでなく、若者の生活・消費・買物の実態を報告いたします。

第1部では、ニッセイ基礎研究所の久我尚子氏より、30歳前後の若者が育ってきた時代背景を振り返っていただき、若者の価値観や消費実態を解説していただきます。

第2部、3部では、流通経済研究所の研究員より、実店舗およびECサイトを利用するショッパーとしての若者の特徴を、消費者調査や購買履歴データ分析を通じて確認し、若年ショッパー対応について考察いたします。また、アメリカで注目されるミレニアル世代(1980年代以降生まれ)の消費、購買の特徴を確認し、日本における若年対応への示唆をご報告いたします。

### セミナーの背景

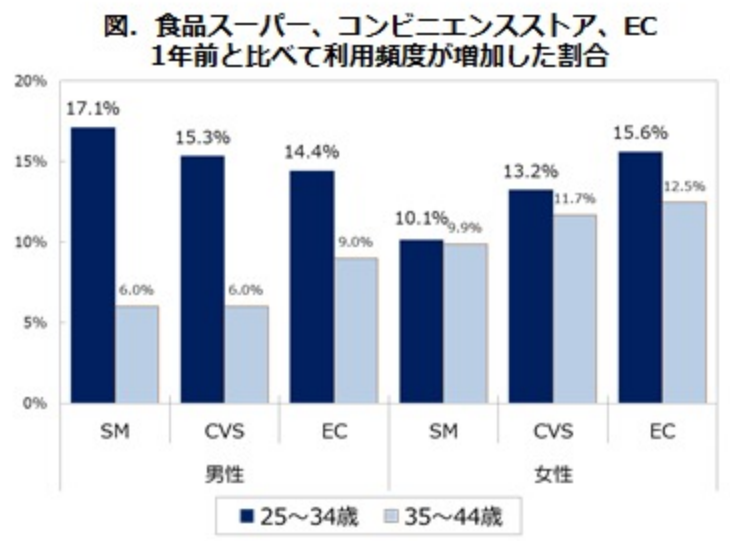
多くの企業が高齢者対応を強化する一方で、若者への対応は必ずしも十分ではないというのが実情ではないでしょうか。しかし、企業が、5年後、10年後の市場で主導権を握るには、若者について理解を深め、対応を強化することが不可欠です。

人口のボリュームが大きな高齢者や、子育て期の40代前後と比べ、30歳前後の若者は、未婚の割合が高く、消費意欲が高くないと考えられているため、マーケティングのターゲットとして、それほど魅力的ではないとみなされている感があります。しかし、流通経済研究所の調査では、若者特有の買物行動が確認されており、需要獲得のチャンスがありそうです。若者対応に注力している企業が少ないうち、若者を理解し、打ち手を検討しておくことが重要です。

### 若年ショッパー対応には買物行動の理解が不可欠

下図は、男女それぞれ「25～34歳」と「35～44歳」の、食品スーパー、コンビニエンスストア、ECの利用頻度が1年前と比べて増えた人の割合を示しています(流通経済研究所調べ)。いずれの業態とも、利用頻度が増加した人の割合は「25～34歳」が「35～44歳」を上回っています。このことは、若者は生活環境の変化などに伴って、以前は利用することが少なかった業態・店舗を利用することが増える可能性を示唆しています。

※この他、パンフレットでは、若者のEC利用タイミングの特徴(例:店舗での買物中にECを利用する)について紹介しています。



出所:流通経済研究所「消費者の業態・店舗選択とチェーン評価に関する調査(2016年)」より作成(インターネット調査)  
男性は東京都、女性は全国8都市圏居住者、集計ベースは各業態利用者。SM:食品スーパー、CVS:コンビニエンスストア、EC:ネット通販

### プログラム

時間	内容
13:00～13:10	はじめにーセミナーのねらいと概要
13:10～14:20	1. 若者の消費動向と生活実態 「お金がない」「お金を使わない」と言われる今の若者。30歳前後の若者たちが生まれ育ってきた時代背景を思いながら、そこで形成されてきた価値観を捉え、若者の〇〇離れなどの消費実態について考察します。 また、消費の背景にある収入や働き方、恋愛や結婚の状況もあわせて見ること、今の若者像を明らかにします。 株式会社 ニッセイ基礎研究所 生活研究部 主任研究員 久我尚子氏
14:20～14:30	休憩
14:30～15:40	2. 購買データで見る若年ショッパーの買物行動の特徴 購買パネルデータから、若年ショッパーのEC業態も含めた業態別利用状況とカテゴリーの業態別購買の特徴を明らかにし、特に非食品の対応についての考察とともにご報告いたします。 またID-POSデータから、利用時間帯、購買カテゴリー、まとめ買い・当用買い、特売志向、調理手づくり/インスタント食品/冷凍食品/弁当・惣菜の比率などの点に注目し、若年ショッパーの食品スーパーにおける購買の特徴を明らかにし、ご報告いたします。 公益財団法人 流通経済研究所 主任研究員 祝 辰也
15:40～15:50	休憩
15:50～16:55	3. 若年ショッパーの買物に関する意識と行動 流通経済研究所が実施した消費者調査から、若年ショッパーの ・店舗選択基準(店舗選択時の重視項目) ・満足度の高い店舗の特徴(若者は何を評価しているのか?) ・購買の計画性(計画購買、非計画購買の特徴) ・EC利用および関連する事項(利用するECサイト、購入カテゴリー、スマホアプリの利用など) ・日常の買物で感じている支障やストレス などをご報告いたします。 また、アメリカにおけるミレニアル世代と呼ばれる若者の消費、購買行動の特徴を確認し、日本における若年ショッパー対応に向けた示唆についてもご報告いたします。 公益財団法人 流通経済研究所 主任研究員 鈴木 雄高
16:55～17:00	セミナーのまとめー若年ショッパー対応に向けた示唆

※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、鈴木  
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・セミナー一覧を見る▲