



- 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 ▲

流通経済研究所 ショッパー研究セミナー
シニア・ショッパー研究セミナー
～シニア消費の多様性と店頭対応～

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12月19日(火) 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
受講料	1名様につき 税別30,000円 (税込32,400円)
受講対象者	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 小売業でMDや販促、マーケティングに関わる方 ◆ 消費財メーカー・卸売業で店頭施策開発やMD提案に関わる方 ◆ 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。

セミナーの概要

現在わが国の20才以上の40%を60才以上が占めており、20年後には50%に迫ると予想されます。流通経済研究所が昨年度開催した「シニアショッパー徹底検証！」セミナーでは、「全体」としてのシニア・ショッパーの特徴を明らかにしご報告いたしました。しかし全てのシニア・ショッパーが同じ買物行動・消費行動を示すわけではありません。そこで、シニア・ショッパーの「多様性」に注目し、更なるシニアの理解と店頭対応を検討することを目的として、本セミナーを企画しました。

本セミナーでは、まず電通シニアプロジェクト代表の齊藤徹氏にシニア・マーケット概要とシニアに対応する際の課題について明らかにしていただいた後、流通経済研究所より各種調査結果および購買データから、シニア消費の多様性を明らかにし、商品・MD・店頭マーケティングにおける対応について考察し、ご報告いたします。

セミナーの背景

わが国の20才以上の人口に占める60才以上の割合は2017年時点で約40%です。この割合は今後も増え続け、20年後には50%近くになると推計されています(図1)。一方で食品スーパーのID-POSデータを見ると、60才以上での一人あたりの利用金額は下がらず、食品スーパーにおける60才以上の会員の購買金額の構成比は期ご50%前後になっています(図2)。

流通経済研究所が昨年度開催した「シニアショッパー徹底検証！」セミナーでは、シニア・ショッパーに関する数多くの定説を検証し「全体」としてのシニア・ショッパーの特徴を明らかにし、ご報告いたしました。

例えば「団塊シニアは魚より肉」の検証結果は定説通りで、しかも年代が上がるほどグラム単価の高い肉類(和牛、銘柄豚など)を購入する傾向がみられました。しかし同時に魚の購入額も、50代以下の世代よりも高いものでした。また「調理に手間のかかる料理はなくなる」とについては定説通りではなく、60～70代では50代以下よりも調理に手間をかける傾向が見られました。

とまれ、こうした定説の検証で明らかにされた結果はあくまでも「全体」としてのシニア・ショッパーの傾向にすぎません。商品、売場、店頭マーケティングでシニア・ショッパーに対応していくためには、シニア・ショッパーについてのより深い理解が必要であることはいまでもありません。

セミナーのねらい

本セミナーでは、こうした問題意識にもとづき、意識や購買行動の面の共通性からシニア・ショッパーをいくつかのセグメントに分け、各セグメントの特徴を明らかにするとともに、商品、売場、店頭マーケティングにおける対応について考察しご報告いたします。

図1 20才以上の人口に占める年代別構成比

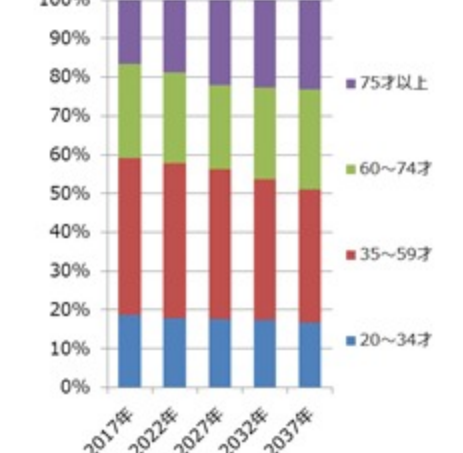


図2 ID-POSデータを見る年代別金額構成比と会員平均利用額(食品スーパー)

	会員数 構成比	利用金額 構成比	会員平均 利用額
～34才	8.9%	5.2%	58.6
35～59才	47.9%	47.3%	93.8
60才以上	44.0%	49.5%	112.4
会員計	100.0%	100.0%	100.0

↑ 2016年度「シニアショッパー徹底検証！」
の調査結果より(全国食品スーパーのID-POS
データより作成)

※ 国立社会保障・人口動態研究所 平成29年推計
をもとに作成

プログラム

時間	内容
13:00～13:10	始めに - セミナーのねらいと概要 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 シニア・マーケットの特徴と近年の生活者意識 シニア向け商品・サービスが失敗する理由 障りやすいマーケット理解の誤解とは？ 団塊世代が70才を迎え、高齢者市場はますます大きな広がりを見せてつづきます。一方で、シニア・マーケットはなかなか上手いかな、との声も聞こえます。本セミナーでは、電通オリジナル調査も交えつつ、高齢者層のポイントについて電通シニアプロジェクトの齊藤氏にご講演いただきます。 株式会社電通 マーケティングソリューション局 コンサルティング・ディレクター 電通シニアプロジェクト代表 齊藤 徹 氏
14:00～14:10	休憩
14:10～15:20	2 購買データに基づくシニア・ショッパーの分類と対応 昨年度のセミナーでは、以下のような視点から購買データを用いてシニア・ショッパーの購買の特徴を下の世代との比較で明らかにしました。 簡便(弁当・惣菜)、手づくり、健康関連、高単価品(銘柄肉など)、魚、酒類、新製品採用、特売、果物、非食品 本セミナーでは、同様の視点でシニア・ショッパーの中での違いに着目し、シニア・ショッパーを複数のセグメントに分類します。さらに各セグメントの購買・来店の特徴からプロフィールを作成し、各セグメントへの対応を検討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
15:20～15:30	休憩
15:30～16:40	3 シニア・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や購買履歴データからシニア・ショッパーの、 - 業態別の利用率、利用店舗数、利用頻度(※1) - 主要小売業態の、店舗選択時の重視事項(※2) - 業態別利用チェーンの「他店よりも頻りに入っている点」(※3) - ドラッグストアにおける食品購買実態 - 日常の買物に関する困りごと を中心にご報告いたします。 公益財団法人 流通経済研究所 主任研究員 鈴木 雄高
16:40～17:00	4 まとめ - シニア・ショッパーへの商品・MD・店頭マーケティング対応 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

※1:総合スーパー、食品スーパー、コンビニエンスストア、ドラッグストア、ホームセンター、生協宅配、ネットスーパー、ネット通販
 ※2:総合スーパー、食品スーパー、コンビニエンスストア、ドラッグストア
 ※3:※2の業態を対象とする予定です
 補に、コンビニエンスストアや総合ディスカウントストアなど、シニア対応が強化しているチェーンに対するシニアのニーズを中心にご報告いたします。

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 ▲