



- 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
有職女性の買物行動を考える
有職女性ショッパー研究セミナー

今、注目すべきショッパー「有職女性」の買物行動を理解する

お申し込み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7月26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30,000円(税込32,400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 ◆ 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 |

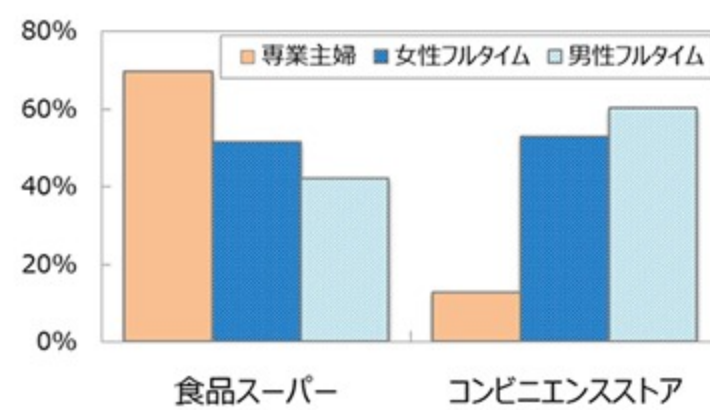
セミナーの概要

本セミナーは、今、注目すべきショッパーとして「有職女性」を取り上げ、その買物行動を理解することを目的として開催します。
有職女性が増加し、存在感を高める中で、多くの小売業がその需要獲得を重要課題と考え始めています。また、メーカーや卸売業においても、有職女性をターゲットとした商品開発や販売促進を行う事例が目立っています。
このように、「いかにして有職女性の需要を獲得するか?」というテーマは多くの企業の関心事となっています。本セミナーでは、こうした課題をお持ちの方にお役立ていただけるような情報をご提供します。食品スーパーなどで実施した店頭調査や、中食(惣菜など)に関する調査、購買履歴データ分析などを通じて、対応のあり方を検討します。また、有職女性対応を実施する企業事例も紹介します。是非、当セミナーを「有職女性の買物行動を考える」機会としてご活用ください。

セミナーのポイント:有職女性に対応するには買物行動の理解が不可欠

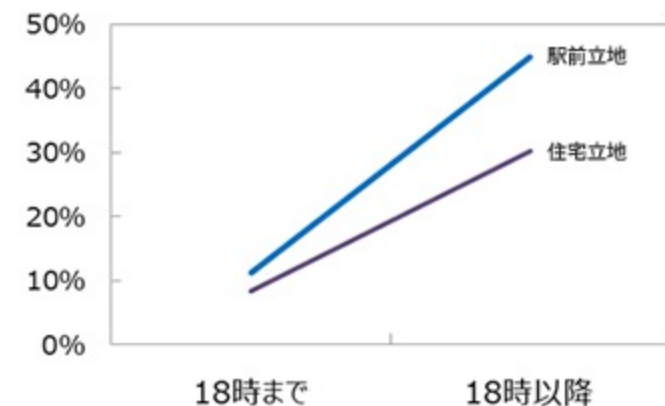
有職女性の需要を獲得しようとする動きは、業態の壁を超えた小売業の競争を生み出しています。例えば、従来、専業主婦の買物行動に対応してきた食品スーパーと、男性の買物行動に対応してきたコンビニエンスストアが、有職女性の需要を巡って競い合う構図も生まれています(図1)。
また、食品スーパーでは平日夜間の女性フルタイム比率が高いことから(図2)、仕事帰りの女性をターゲットとした施策が重要だと言えますが、そのためには有職女性が買物に何を求めているかを理解しておくことが不可欠です。
ここで紹介したデータは調査結果の一部ですが、セミナーでは様々な調査データや購買履歴データの分析を通じて、有職女性の買物行動の理解につながるような情報を提供いたします。

図1.食品スーパー、コンビニエンスストアにおける週2回以上利用者の割合※



出所:流通経済研究所調べ(2016年実施のWEB調査「消費者の業態・店舗選択とチェーン評価に関する調査」より、東京都内在住者)
※各業態利用ベース

図2.平日の食品スーパー来店客に占める女性フルタイムの割合



出所:流通経済研究所調べ(2015年、2016年に首都圏店舗で実施した店頭調査より)

プログラム

| 時間 | 内容 |
|-------------|--|
| 13:00~14:20 | <p>有職女性の買物の実態およびニーズと小売業における対応例</p> <p>はじめに、有職女性の買物行動を理解するための前提として、日常生活における時間の使い方を確認します。 その上で、主要小売業態※の利用頻度、店舗選択基準(何を重視して店を選ぶか)、中食の利用実態などを確認します。生協宅配、ネットスーパー、ECの利用率や、まとめ買い、家庭内在庫に対する考え方については、専業主婦との違いを確認します。有職女性の買物行動に関するいくつかの指標については、首都圏と他地域の違いや、子供の有無による違いを確認します。 さらに、小売業が実施する有職女性をターゲットとした施策事例を紹介します。</p> <p>※食品スーパー、総合スーパー、コンビニエンスストア、ドラッグストアを取り上げる予定です。</p> <p>公益財団法人流通経済研究所 主任研究員 鈴木 雄高</p> |
| 14:30~15:50 | <p>購買履歴データからみえる有職女性の買物の特徴</p> <p>消費者購買パネルデータやID-POSデータの分析を通じて、有職女性の、(1)店舗利用の仕方(店舗使い分け、買物頻度、平日・休日、時間帯など)、(2)1回あたりの購買の特徴(購入品数、購入カテゴリー、商品の特徴など)を確認いたします。これらを通じて、有職女性に支持される「売場」「MD」そして「商品開発」について考えてまいります。</p> <p>※(1)は、食品スーパー、ドラッグストアについて、(2)は食品スーパーについて確認する予定です。</p> <p>公益財団法人流通経済研究所 主任研究員 祝 辰也</p> |
| 16:00~17:00 | <p>有職女性の店内における意識と購買行動</p> <p>有職女性の食品スーパーやコンビニエンスストアの店内における意識と購買行動の実態を確認します。ここでは主に店頭調査データを用いて、買物目的、商品購買の計画性(計画購買と非計画購買)や、買物メモの利用、チラシ閲覧状況、1回の買物にかかる時間などを確認します。 また、有職女性に対するインタビュー内容から、平日と休日での買物に対する意識(例:できるだけ短時間で買物を済ませたい、買物を楽しみたい)の違いなどをみながら、小売業・メーカー・卸売業が考慮すべき事項を整理します。</p> <p>公益財団法人流通経済研究所 主任研究員 鈴木 雄高</p> |

※プログラムは都合により若干変更に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:土屋、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・セミナー一覧へ戻る▲