



- セミナー
- フォーラム
- 海外調査研究チーム
- 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 |

消費者調査・購買データ分析から探る
中食ニーズの深層

開催日	2017年9月28日(木) 18:30～17:30
会場	アルカディア市ヶ谷 東京都千代田区九段北4-2-25(JR 東京5分・市ヶ谷駅)
受講料	1名につき 税別30,000円(税込32,400円)

セミナー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。

セミナーのねらい

有職主婦の増加、高齢化の進展により「中食」需要は今後さらに増加することが予想されます。本セミナーでは、消費者調査、購買データ、食卓データの分析から、「中食」に対する消費者の購買と利用の実態および要望を明らかにし、商品開発・MD・売場づくりにおける消費者ニーズへの対応のための知見をご提供いたします。

ご報告トピックス(一部)

- ・ **中食利用の場面・理由** - どんなときに中食を利用するのか？
 - ◇惣菜類購入理由トップ3(複数回答)
 - ・揚げ物(フライや天ぷら)が食べたとき 71.6%
 - ・料理の品数を増やしたいとき 69.3%
 - ・売場で商品を見ておもしろいと思ったとき 66.0%
 - ◇弁当類購入理由トップ3(複数回答)
 - ・特定の弁当・調理済食品が食べたくなったとき 70.6%
 - ・仕事や外出で帰宅が遅くなったとき 65.5%
 - ・特定の弁当・調理済食品が食べたくなったとき 70.6%
- ・ **中食利用の理由によって異なる購入カテゴリー**
- ・ **購入する中食カテゴリーにより異なる購入場所**
- ・ **スーパー・コンビニの中食に対する消費者の要望**
 - ◇スーパーの弁当・惣菜に望むことトップ3(複数回答)
 - ・鮮度の良い揚げ油を使っている 41.1%
 - ・油やカロリーを抑えた商品を増やしてほしい 37.2%
 - ・添加物の少ない商品を増やしてほしい 36.6%
- ・ **中食をよく買うスーパー・コンビニ チェーン別「私のおすすめ」**
- ・ **中食の品揃えや味、値段の店舗選択への影響**
- ・ **中食の利用の仕方による消費者のタイプ分けと特徴**
- ・ **スーパーの中食で購買率が高い品目、伸びしろのある品目**
- ・ **中食の品目により異なる同時購買される「飲料」カテゴリー**

参加をおすすめしたい方

小売業(とくに食品スーパー、コンビニエンス・ストア)、メーカー、卸売業で、「中食」カテゴリーおよび周辺カテゴリーの商品企画・開発、MD・売場づくりに携わる方

- ・ 「中食」カテゴリー：弁当・惣菜、冷凍食品、チルド食品、インスタント食品、菓子パン・惣菜パン等
- ・ 「中食」周辺カテゴリー：飲料、酒類等

本セミナーの特徴

本セミナーで冷凍食品やインスタント食品、菓子パンや惣菜パン等も含めた幅広いカテゴリーを対象とします。また、消費者アンケート調査、購買データ、食卓調査データなど多様なデータから「中食」市場・需要にアプローチいたします。

消費者調査から「中食」利用の場面・理由と購入商品を明らかに

中食を利用するのは、「仕事や外出で帰宅が遅くなったとき」だけではありません。「料理の品数を増やしたいとき」「揚げ物が食べたとき」「自分では簡単に作れないメニューが食べたくなった」はさらに「売場で商品を見ておもしろいと思った時」…どのような場面・理由が起り、弁当・弁当、惣菜、サラダ、冷凍食品等はそれぞれどのような場面・理由の時に買われるのでしょうか？場面・理由とカテゴリーの関係を明らかにします。

消費者の年代により異なる要望を明らかに

スーパー、コンビニの弁当・惣菜に対する要望は、消費者の年代によって特徴が分かります。小容量品を増やすだけでなくシニアのニーズを満たしているとは言えません。ファミリー層も含め、消費者のスーパー、コンビニの弁当・惣菜への要望を明らかにし、ご報告いたします。

チェーン別 利用者の「おすすめ」商品

中食とくに弁当・惣菜はチェーンにより特徴が異なります。アンケート対象者に聞いたチェーン別「よく買う商品」「おすすめ商品」をご報告いたします。

中食利用により消費者をタイプ分け

中食の利用の仕方は、年代だけで分けられるものではありません。購買データ分析から、「弁当ヘビー層」「惣菜ヘビー層」「冷食ヘビー層」…「中食ライト層」のセグメントに分けられることが見えてきました。これらのセグメントの買い手の特徴をさらに深く見ることで、各セグメント攻略の手がかりをご報告いたします。

本セミナーで目指すアウトプット

本セミナーでは「中食」市場・需要の調査・研究から、以下のような業務でお役に立てるアウトプットをご提供いたします。

- ・ メーカー、小売におけるメニュー開発・商品開発
- ・ 消費者の「中食」ニーズに基づくMD、売場の再編集
- ・ 飲料、酒類、等周辺商材の売り方開発

講演者の紹介

公益財団法人 流通経済研究所 主任研究員 祝 辰也(いらい たつや)
慶應義塾大学 商学部卒業、外資系金融サービス会社を経て、1992年入所
2003年から2015年まで小売向けデータ活用コンサルティング会社、市場調査会社に勤務し、2015年4月より現職
＜主な研究領域＞
小売マーケティング、ショッピング行動、ID-POSデータ活用
＜主な著書・論文＞
・『カテゴリー・マネジメント』(全6巻)、(財)流通経済研究所、1997年(監訳)
・『シニア・ショッピングに関する10の定説を検証する』、『流通情報』、2017年1月(No.524)
・『インスタ・マーチャンダイジングがわかるできる』、ビジネス社、2001年(共著)

公益財団法人 流通経済研究所 理事 山崎 泰弘 (やまさき やすひろ)
学習院大学法学部卒業、CVSチェーンを経て2005年入所
2012年より明治学院大学経済学部非常勤講師
他に、メーカー・卸売業の営業スキルアップ研修講師や、小売バイヤー向け研修講師などを務める
＜主な研究領域＞
コンビニエンスストア業態研究、協働マーチャンダイジング研究、ショッピング・マーケティング
＜主な著書・論文＞
・『インスタ・マーチャンダイジング(第2版)』、日本経済新聞出版社、2016年(共著)
・『店舗マーケティングのためのPOS-ID-POSデータ分析』、日本経済新聞出版社、2016年(共著)
・『ショッピング・マーケティング』、日本経済新聞出版社、2011年(共著)
・『消費者の食品・日用品における小売業態使い分けの研究』、『流通情報』、2016年5月(No.520)

プログラム

時間	内容
18:30～18:35	ご挨拶
18:35～14:00	1. 「中食」需要 - トレンドと現状確認 「中食」関連の各品目・カテゴリーのトレンドと現状を世帯層性別に確認。また「中食」に関連する最近のトピックスを確認します。 公益財団法人 流通経済研究所 主任研究員 祝辰也
14:00～15:00	2. 業態別「中食」カテゴリー購買状況 食品スーパー、コンビニエンス・ストアを中心としてそれぞれの業態における「中食」カテゴリーの買われ方の特徴に迫ります。 ID-POSデータ、購買パネルデータ等を用いて： ・ 「中食」の購買の仕方による顧客のタイプ分け ・ 購買者視点による「中食」カテゴリーの部門構造的なグルーピング ・ 「中食」と同時購買されるカテゴリー・商品の特徴 等についてご報告いたします 公益財団法人 流通経済研究所 主任研究員 祝辰也
15:00～15:15	休憩
15:15～16:10	3. 消費者の「中食」利用場面 消費者の属性別に、「中食」を必要とする場面から「中食」ニーズに迫ります。 食卓データ、Web調査結果を用いて： ・ 「中食」を必要とする場面 ・ 消費者属性と利用場面別 利用品目 ・ 「中食」利用頻度・食卓での位置づけ ・ 既存の品目・商品に対する満足・不満足・要望 等についてご報告いたします 公益財団法人 流通経済研究所 主任研究員 祝辰也
16:10～17:05	4. 「中食」購買における消費者の業態・店舗選択と評価 弁当・惣菜等の評価は購買先としての業態や店舗どのように影響するのか、また惣菜利用の場面は購買先の選択どのように影響するのか、消費者調査による購買先の弁当・惣菜の評価と購買先店舗の評価からご報告いたします。業態選択では、総菜専門店、テイクアウトなど直販店以外の業態についても考慮します 公益財団法人 流通経済研究所 理事 山崎泰弘
17:05～17:20	ご報告内容のまとめと示唆 ・ メニュー開発・商品開発 ・ ニーズに基づく店舗MD、売場の再編集 ・ 飲料、酒類、等周辺商材の売り方開発 の視点でご報告内容のまとめと示唆をご提供いたします。
17:25～17:30	質疑応答

※プログラムはご若干の変更が生ずる可能性があります。あらかじめご了承下さい。

お申し込み方法

下記のボタンから申込書フォームに必要事項をご記入の上、送信してください。
お申し込み受付後、ご請求書を郵送させていただきます。

受講料: 1名につき **30,000円**(税込32,400円)

お問い合わせ先

公益財団法人流通経済研究所
担当:土屋 祝(しづみ)
〒102-0074 東京都千代田区九段南4-8-21
TEL: 03-5219-4532 FAX: 03-5276-5457

▲講座・セミナー一覧へ戻る |