



- 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
～超高齢社会におけるシニア・ショッパーのニーズと課題をつかむ～

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11月14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	◆ 小売業でマーケティングや販売促進、マーケティングに関わる方 ◆ 消費財メーカー・卸売業で店頭施策開発や営業提案、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、シニア・ショッパーの買物行動に焦点を当て、その特徴を理解するとともに、シニアが抱えている買物にまつわる課題や、日常生活で不便だと感じていること、将来に対する不安などを把握した上で、シニア・ショッパー対応を検討することを目的として開催します。本セミナーでは、以下の点に注目します。

1. シニアにとって依然として重要な「実店舗」に注目する
 2. 増加する「後期高齢者」(単身世帯・夫婦世帯)に注目する
 3. 社会的課題となっている「買物不便地域」のシニアに注目する
- ※セミナーで上記以外の事項(EC、前期高齢者、買物不便地域以外)についても取り上げます。

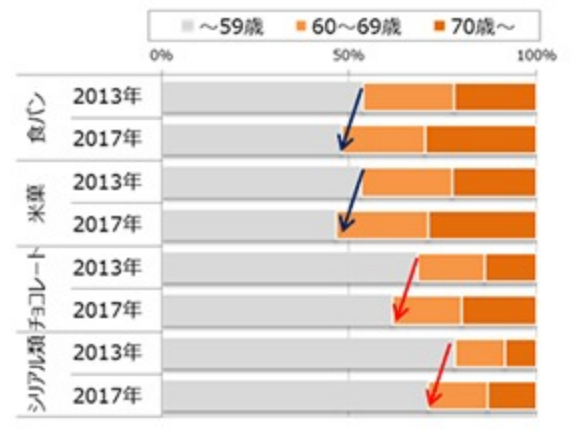
実店舗に注目: ECが普及しているものの、多くのシニアは日常の買物を実店舗でおこなっています。また、実店舗では業態の垣根を越えた競合関係が生じています。そこで、スーパーやドラッグストア、コンビニエンスストアの店頭で実施した調査をもとに、シニアの各業態における購買行動の特徴やニーズを分析します。

後期高齢者に注目: 増加を続ける後期高齢者(75歳～)の人口は、前期高齢者(65～74歳)を上回り、市場における存在感が高まっています。本セミナーでは、前期高齢者だけでなく、存在感が高まっているものの特徴を捉えることが簡単ではない。後期高齢者の、生活や買物の実態、その背景にある意識を、訪問面接調査により明らかにします。また、6年間で変化した後期高齢者の買物実態についても確認します(5年前より定期的な訪問面接調査を実施しています)。

買物不便地域に注目: セミナーでは、近隣に複数店舗が存在し、用途に応じて店を使い分けられる地域に住居するシニアについて報告する他、首都圏でも問題となっている買物不便地域に住まう、買物弱者と称されるシニアにも注目します。訪問面接調査やグループインタビューを通じて、買物不便地域のシニアが店舗に求めることや利用したいサービス、今後の不安などを確認し、対応のあり方を検討します。

高まるシニア・ショッパーの存在感

高齢化の進行に伴い、これまではシニアの重要度が低かったカテゴリーにおいても、シニア・ショッパーの存在感が高まっています。下図は、スーパー(複数チェーン)のID-POSデータより算出したカテゴリー別の2013年、2017年におけるショッパーの年代別購買金額構成比です。



図スーパーにおける年代別購買金額構成比(2013年、2017年)
出所:公益財団法人流通経済研究所、株式会社TrueData「消費者購買行動年鑑」収録データより作成。
[消費者購買行動年鑑]はスーパーのID-POSデータ(約260万人分より抽出した指標を収録したデータ集。

2013年の時点でシニアの金額構成比が大きかった食パンや米菓だけでなく、シニアの金額構成比が低かったシリアル類やチョコレートにおいても、2017年にはシニアの構成比が高まっています。このように、従来はシニアの重要度があまり高くなかったカテゴリーでも、シニアの存在感が高まっています。また、スーパー以外の業態もシニア・ショッパー対応を強化しています。こうした状況を踏まえ、本セミナーでは小売業各社によるシニア対応事例を紹介いたします。また、スーパー、コンビニエンスストア、ドラッグストアの店舗で実施した「店頭面接調査」の結果から、シニア・ショッパーの来店目的や店内行動、買物中の意識などについて解説し、対応を検討します。

プログラム

時間	内容
13:00～13:05	はじめに — セミナーのねらいと概要
13:05～14:05	1. シニアの消費実態と小売業のシニア対応事例 最新の政府統計調査※1などを用いて、高齢化の実態を確認した上で、シニアの消費の現状と変化、および、時間の使い方の特徴を確認します。 また、スーパーやドラッグストアなどの小売業が実施するシニア対応施策の事例紹介を通じて、先進的な取り組みを理解するとともに、現状でまだ対応が十分ではない領域を確認し、対応のあり方を検討します。 ※1:家計調査、家計消費状況調査、全国消費実態調査、社会生活基本調査などを使用予定 公益財団法人 流通経済研究所 主任研究員 鈴木 雄高
14:05～14:15	休憩
14:15～15:35	2. シニアの買物実態とニーズを捉える 「スーパー」、「コンビニエンスストア」、「ドラッグストア」における店頭面接調査データを用いて、シニア・ショッパー(60代、70代以上)の店内における購買行動の特徴を把握します。加えて、業態により異なる買物行動や意識、ニーズを確認します。 また、増加する後期高齢者(75歳以上)の、店舗選択理由、買物中に考えていること、お買い入りの商品とその理由、以前と比べて変化したこと、買物にまつわる不便や今後の不安などを、75歳以上の女性(首都圏在住の単身または夫婦世帯)50人に対して実施した訪問面接調査データから明らかにします。 公益財団法人 流通経済研究所 主任研究員 鈴木 雄高
15:35～15:45	休憩
15:45～16:55	3. 買物不便地域のシニア・ショッパーが抱える課題 食料品などの日常の買物が困難な状況に置かれている買物弱者と呼ばれる人々は、経産省によると国内で700万人以上と推計されており、首都圏にも買物不便地域が存在します。 こうした状況を踏まえ、首都圏の買物不便地域で暮らすシニアに於いて実施したグループインタビューや訪問面接調査から、直面する課題や望んでいること(特に日常の買物に関する不便や、店舗・売場・品揃えに対する要望など)や、将来に対する不安などを紹介し、課題解決に向けた対応の方向を提示します。 公益財団法人 流通経済研究所 理事 山崎 泰弘
16:55～17:00	まとめ — シニア・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: 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・セミナーへ戻る▲