

# 男性ショッパー研究セミナー

～ウィズ・コロナ時代の男性ショッパー対応を考える～

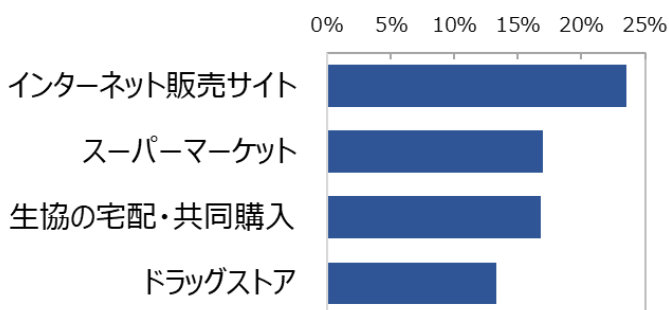
## セミナーの概要

従来、スーパーマーケットやドラッグストアなどの小売業者は、主たるターゲット顧客である女性ショッパーのニーズに応えることに注力してきました。他方で、男性ショッパーへの対応は、必ずしも十分に取組みられてきたとは言えません。

コロナ禍においては、スーパーマーケットやドラッグストア、インターネット販売サイト等の利用機会が増えた男性ショッパーが少なくありません（図1）。この背景には、在宅勤務をする男性が増えたことがあります。ウィズ・コロナ時代において、継続して在宅勤務をする男性が存在すること、男性の買物分担率を高める世帯もあると考えられることから、リアル、ネットを問わず、小売業者は男性ショッパーへの対応を強化することが求められます。

本セミナーでは、男性ショッパー対応を考える上で理解しておくべき基本的な購買の特徴、業態横断の購買履歴データを用いたリアルな購買実態、そして、行動の背景にある意識や価値観について解説します。消費者の半分を占めながら、男性ショッパー需要は未開拓であり、ブルーオーシャン市場であるともいえます。是非、この機会に男性ショッパーの理解を深め、需要獲得の契機としていただければ幸いです。

図1 4月の利用頻度が1月より増えた割合  
(男性、各業態利用者ベース)



出所：流通経済研究所「ショッパー・マインド定点調査」（2020年4月）

## 参加対象者

- ・ 食品・日用品などの最寄品をお取り扱いのメーカー、卸売業、小売業の方
- ・ 上記企業をサポートする専門分野の企業の方

※業種により、お申し込みを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。

## 開催概要

開催日： 2020年7月31日（金） 13：30～17：00

開催： Web配信（ライブ）

受講料： 1名様につき 税別30,000円

※1社3名様以上のお申し込みにつき、  
ご優待価格で承ります。

# プログラム

時間	内容・講師
13:30 ～13:40	<b>1.セミナーのねらい</b> 今、男性ショッパーに注目すべき理由について確認します。
13:40 ～14:30	<b>2. 押さえておきたい男性ショッパーの基本知識</b>  男性ショッパー対応を考える際に重要になる、基本的な特徴を解説します。リアル店舗やネットでの購買において、男性ショッパーには、女性と異なる特徴が少なくありません。 例えば、女性は買物好きな人が多いのに対し、男性はそれほど買物が好きではない、ということが言われることがありますが、このような仮説について、実際にはどうなのか、研究知見をもとに確認します。さらに、男性ショッパーの特徴を踏まえた上で、対応の考え方を提示します。  公益財団法人流通経済研究所 主任研究員 鈴木 雄高
14:40 ～15:50	<b>3.男性ショッパーのリアルな購買実態を捉える ～購買履歴データから見た男性の購買行動の直近の変化～</b>  最近の社会環境下における男性の購買行動の変化を、業態・チェーン横断の購買履歴データ（QPR™）から確認します。 具体的には、2019年10月の消費増税前後、2020年コロナ禍初期における購買実態の分析を通じ、利用業態や利用の仕方の変化などを把握します。  公益財団法人流通経済研究所 常務理事 山崎 泰弘
16:00 ～16:55	<b>4.男性ショッパーの購買にまつわる意識と価値観</b>  定期的に実施している「ショッパー・マインド定点調査」などの、流通経済研究所の独自研究をもとに、男性ショッパーの購買を特徴付ける、意識や価値観について解説します。 また、男性ショッパーの中でも、意識や価値観が比較的女性に近い男性と、女性との差が大きな男性が、どのような割合で存在するか、それぞれどのような属性の男性なのか、といったことを確認した上で、対応のあり方を検討します。  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	<b>5.セミナーのまとめ</b> セミナー全体の要点をまとめ、男性ショッパー需要獲得のための考え方、方向性を示します。

※ プログラムや講師は、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。

# 本セミナーの問題意識

## 重要な存在ながら見えづらい男性ショッパー

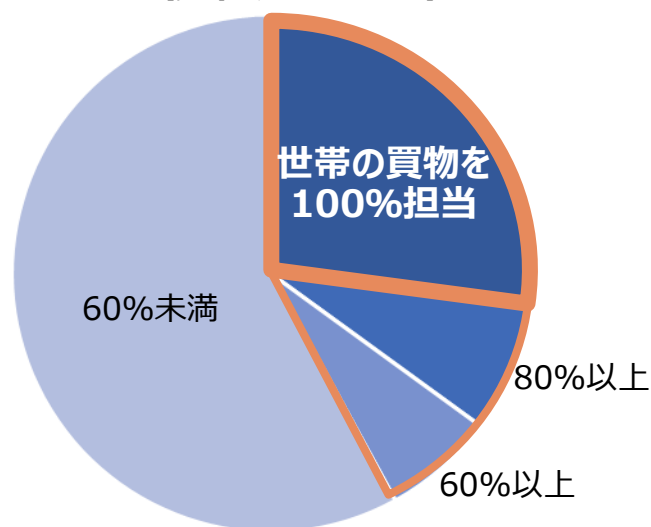
流通経済研究所が実施した「ショッパー・マインド定点調査」によると、世帯における普段の買物を100%担当しているのは男性ショッパーの4人に1人以上でした。また、世帯の買物を60%以上担当している割合は男性ショッパーの45%に達します（図2）。一方、「食品スーパーにおけるショッパー店頭調査」によると、男性ショッパーの4人に1人以上は、会員カードを提示する習慣がありませんでした（図3）。女性ショッパーでカードを提示する習慣がない人が10人に1人程度にすぎないのとは大きな違いです。

これらの調査結果からわかるのは、男性ショッパーが食品や日用品といった最寄品の購買を考える上で、無視できない重要な存在であると同時に、ID-POSデータでは購買の全容を把握しきれない、見えづらい存在である、ということです。

## 男性ショッパーの「実態」と「意識」の両面を捉える

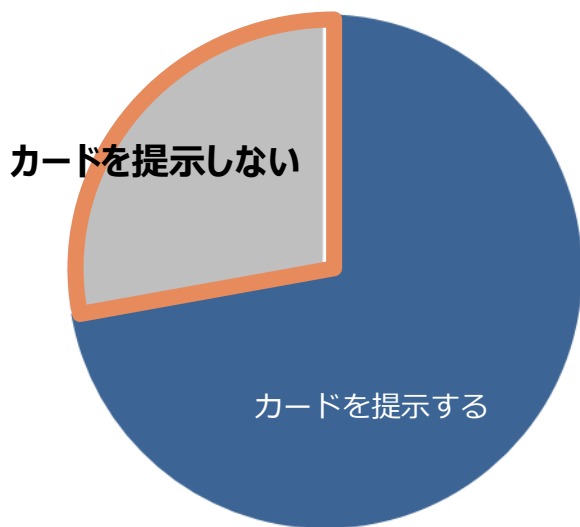
本セミナーでは、購買履歴データ「QPR™」の分析により、男性ショッパーの購買の「実態」を捉えます。ただし、購買履歴データからは、行動の背景にある意識、理由はわかりません。そこで、「ショッパー・マインド定期調査」など、流通経済研究所の独自調査で得られたデータから、男性ショッパーの「意識」を確認します。また、新型コロナウイルス感染症拡大の影響の分析や、男性ショッパーに関する最近の研究知見の紹介を通じ、今後の男性ショッパー対応について検討します。

図2 世帯内の普段の買物 担当割合  
(男性、金額割合)



出所：流通経済研究所「ショッパー・マインド定点調査」  
2020年5月実施

図3 食品スーパーにおける会員カード  
提示・非提示 (男性)



出所：流通経済研究所「食品スーパーにおけるショッパー店頭調査」  
2019年10～11月実施

# 購買履歴データ／消費者調査について

## 購買履歴データ「QPR™」について

株式会社エムキューブが消費者パネル約3万人から収集している購買実績を管理し、購買履歴データとして提供しているものです。食品や日用品の多様なカテゴリーに関する、業態・チェーン、リアル・ネットを横断したショッパーの購買実態を捉えることができます。

## 「ショッパー・マインド定点調査」について

流通経済研究所が3か月に1度、ショッパーの意識と購買行動を把握するために実施しているインターネット消費者調査です。ショッパーの業態利用、買物意識、今後の買物意向などを聴取する他、トピックとして取り上げるテーマ（例えば消費増税、ウイルスの影響など）に関する質問も設けます。

# プログラム

## ■開催概要

- 日程：2020年7月31日(金)
- 時間：13:30～17:00
- 開催：Web配信(ライブ)
- 参加費：1名につき30,000円(税別)  
※1社3名様以上のお申し込みにつき、  
ご優待価格で承ります。

## ■参加申込方法

- ① 申込書に必要な事項をご記入のうえ、FAXをお送りいただくか、Webサイトからお申込みください。
- ② お申込受付後、ご請求書を郵送させていただきます。
- ③ 参加費は、請求書に記載されております。「お支払い期限」までに指定の銀行口座へお振り込みください。
- ④ 視聴用URLは開催前日にメールにてお知らせいたします。
- ⑤ 開催間際のお申込みは、ご参加いただけない場合がございます。あらかじめお電話でご確認ください。

## ■ご注意

- お申込後、当日ご欠席の場合も参加費を申し受けます。ご都合がつかない場合は、代理の方がご出席ください。
- 業種によっては、ご参加できない場合があります。
- セミナーの録音・撮影は、ご遠慮ください。
- 資料はご参加者のみにお渡しします。
- 資料データの配布はいたしません。

## ■免責事項

天災地変、交通事情等、弊所が管理できない事由により、セミナー内容の一部変更及び中止のために生じた損害等には責任を負いかねますことをご了承ください。

## ■お問い合わせ先

(公財)流通経済研究所  
「男性ショッパー研究セミナー」事務局  
TEL:03-5213-4532 Email: shopper\_seminar@dei.or.jp  
担当:伊藤、鈴木

## 流通経済研究所 ショッパー研究セミナー 「男性ショッパー研究セミナー」(7/31(金)開催) 参加申込書

参加費:1名様30,000円(税別)

※1社3名様以上のお申し込みにつき、ご優待価格で承ります。

お申込日:2020年 月 日

FAX

03-5276-5457

公益財団法人 流通経済研究所 行

URL

[https://www.dei.or.jp/seminar/seminar\\_200731](https://www.dei.or.jp/seminar/seminar_200731)



申込ページQRコード

ふりがな 貴社名		所在地	〒
参加者 1 ※	ふりがな 氏名	所属/役職	
	電話	( )	Eメール
参加者 2	ふりがな 氏名	所属/役職	
	電話	( )	Eメール

※複数でのお申込の場合、特にお申し出のない場合は、参加者1の方にご請求書をお送りします。

連絡通信欄

ご請求書送付先:参加者と異なる場合は、ご記入ください

氏名		所属/役職	
Eメール		所在地	〒
電話	( )	(上記と異なる場合)	

## ■個人情報のお取り扱いについて

ご記入いただいた個人を特定できる情報については、以下の通り利用させていただきます。

- 1)お申込いただいたセミナー等の事務処理に必要なご連絡、ご請求
  - 2)(公財)流通経済研究所からの各種情報の案内
- なお、2)に関して、ご登録内容の変更や配信停止は、お電話(03-5213-4531)または専用ページ(<http://www.dei.or.jp/dm/>)からお願いいたします。  
(配信停止の手続きにはお時間がかかる場合があります。行き違いでメールが届きました場合には、ご容赦をお願い申し上げます。)