

mif Market Intelligence & Forecast
生活者市場
予測システム

生活者市場予測システム(mif)
第2期団塊世代消費研究会オープニングセミナー

団塊世代消費研究会2014のご紹介

－2025年、激変する日本社会とシニア消費を見通す！－



2014年10月29日
株式会社三菱総合研究所
事業予測情報センター

団塊世代消費研究会2014 ～3つの特徴(1)～

2025年 激変する日本社会とシニア消費を展望

1 50歳以上のシニアを対象とした「定量」「定性」データを活用

定量 mifプラチナ

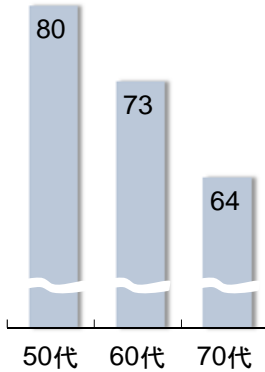
- 50歳以上のシニア15,000名に2,000設問のアンケートを実施
- 2012年以降3か年分のデータをDB化、自由に集計分析可能
- 4,183名 ⇒ フロントランナー

定量 MROCプラチナパネル

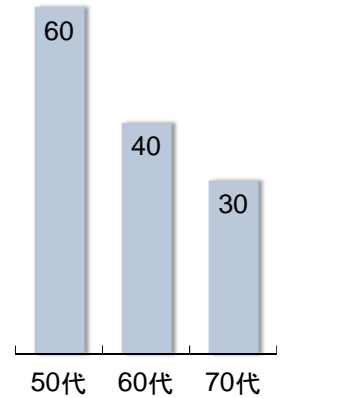
- MROC (Marketing Research Online Communities)
- 50歳以上のシニア300名がネット上のリサーチ専用コミュニティで議論
- 2012年7月スタート ⇒ 23万件の発言データ

参考 フロントランナーの消費行動を捉える

旅行を楽しむ(2012年)



趣味の幅を広げる(2012年)



注)「あてはまる」「ややあてはまる」合計

Copyright (C) Mitsubishi Research Institute, Inc.

1

団塊世代消費研究会2014 ～3つの特徴(2)

2025年 激変する日本社会とシニア消費を展望

2 ライフコース視点でシニア市場を捉える

- 様々なライフコース(人生行路) ⇒ シニア消費
- 研究会座長 学習院大学 経済学部 青木幸弘教授

3 2025年に向けた社会環境の変化を読む

- 経済情勢、税制・福祉、都市構造 等 ⇒ シニア消費

Copyright (C) Mitsubishi Research Institute, Inc.

3