

第8回コンシューマーインダストリ報告会
「消費成熟化社会における流通の変革」
＜2015年 消費者一万人アンケートに基づく洞察＞
プログラム

14:30 受付開始

15:00 開会の辞

執行役員
コンサルティング事業本部
本部長
村田佳生

15:05 第1部:最近の日本における消費スタイル変化
＜2015年消費者一万人アンケート調査結果から＞

コンサルティング事業本部
消費サービス・ヘルスケアコンサルティング部
上級コンサルタント
松下東子

16:00 第2部:消費成熟化社会における流通の変革
＜Goods to Person時代の流通＞

産業ITイノベーション事業本部
主席コンサルタント
辻 直志

16:55 閉会の辞

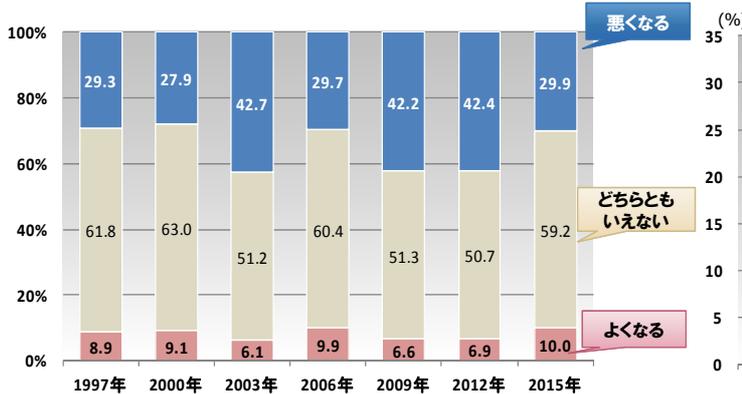
上記プログラムは予定です。都合により変更される場合があることを予めご了承ください。

— 本件に関するお問い合わせ —
第8回コンシューマーインダストリ報告会 セミナー事務局
e-mail: cisem8@nri.co.jp
TEL: 045-336-7807

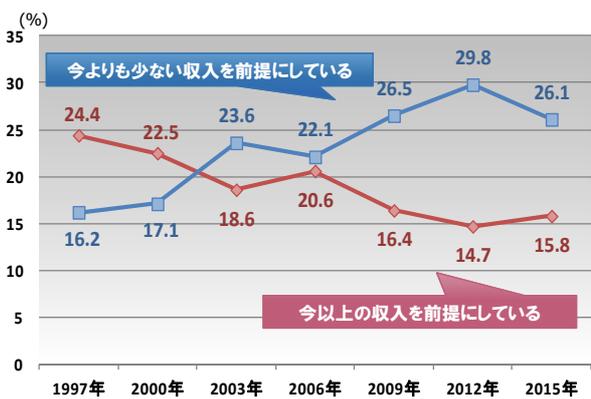
景況感、家庭の収入見通しは好転し、
今よりも少ない収入を前提とした生活設計を考える人が減少した。

- 「家庭の収入がよくなる」と考えている人は過去調査の中で最高値の10.0%。「悪くなる」と考える人も4割超の水準にあった2009年、2012年から、29.9%まで減少した。
- 増加傾向にあった「今よりも少ない収入を前提」とした生活設計を考えている人の割合は、家庭収入の見通しが好転するとともに、2012年の29.8%から2015年の26.1%まで減少した。

今年から来年にかけての「ご家庭の収入」の見通し



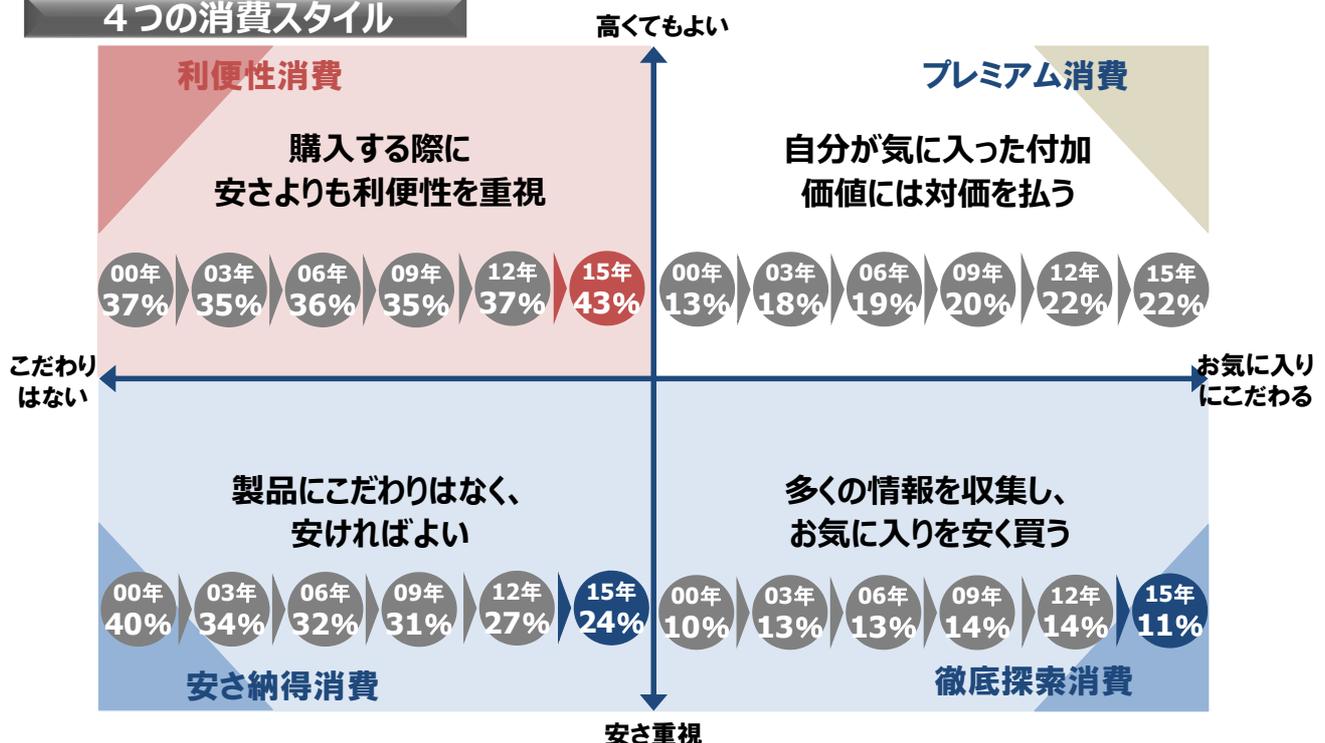
生活設計における収入の前提



出所)NRI「生活者1万人アンケート調査」(1997年、2000年、2003年、2006年、2009年、2012年、2015年)

「利便性消費」=こだわりが薄く手に入りやすいものを買う、が拡大する一方で、「安さ納得消費」「徹底探索消費」は減少、「プレミアム消費」は12年水準を維持した。

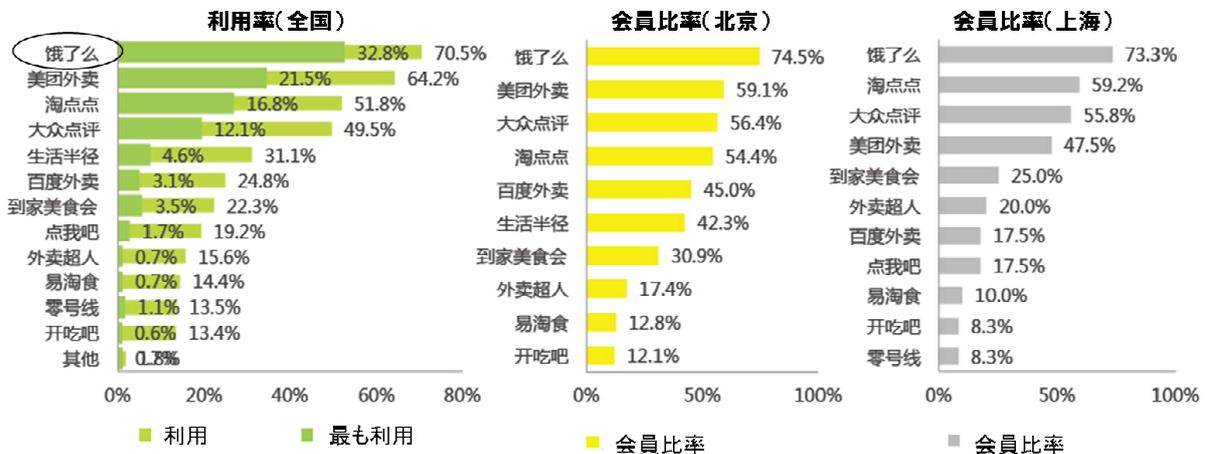
4つの消費スタイル



日本や海外でオムニチャンネル化が進み、商品が手元に届くことはもはや当たり前になった。

- 中国では、日本では廃れた出前も、モバイルの活用により急速に普及している。韓国や北米でも、この様な動きを加速させている。

第三者出前プラットフォームサービスの利用状況(中国インターネット利用者ベース)



饿了么
(中国最大の外食プラットフォーム)

- ✓設立: 2009年4月
- ✓社員数: 正社員4,000人、臨時20万人(2015年6月)
- ✓ユーザー数: 累計4,000万人(2015年7月)
- ✓取引額: 1日約6,000万元(98%モバイル注文)
- ✓展開都市: 280都市(2015年7月)

出所) iResearch

店舗が何のために存在するのかが問われる時代に突入していく。
カスタマーエクスペリエンスが商品選択を決める。

- 流通の歴史の流れの中でも、店舗は百貨店からスーパーマーケット、コンビニエンスストアへと、消費者に近づくことによって消費者の利便性要求に応じて来たが、もうその時代は終わり。
- 消費者はショールーミングやウェブルーミングを活用して商品を選択することとなり、商品を選択するプロセスが大きく変わっていくことになる。このとき、鍵を握るのは「カスタマーエクスペリエンス」。

【流通パワーバランスの変遷】

