「シニア白書2011」を販売開始

報道関係者各位

平成２３年１０月１２日
株式会社クロス・マーケティング
（東証マザーズ 3629）

「シニア白書2011」を販売開始

～超高齢社会の今どきのシニア像を掴む！生活実態の調査データ集～

■■ 要約 ■■

マーケティングリサーチを行う株式会社クロス・マーケティング（代表取締役社長 五十嵐 幹 東京都中央区）は、シニア・高齢者へのマーケティングリサーチを行う株式会社ジー・エフ（代表取締役社長 岡田博之 東京都文京区）が発行した調査資料「シニア白書2011」を販売開始しました。

製本用販売ページ：http://www.cross-shop.jp/products/detail.php?product_id=673
PDF用販売ページ　：http://www.cross-shop.jp/products/detail.php?product_id=674

■■ 発行背景 ■■

総務省の人口推計によると2011年9月15日 現在、65歳以上の高齢者人口は2,980万人で、高齢化率は23.3%（前年は23.1%）の超高齢社会に入っており、国民のほぼ4人に１人が高齢者となっています。高齢化の一つの原因である「死亡率の低下・長寿社会の到来」は、歴史上初めて還暦を迎えてから後さらに、男性で約20年、女性では四半世紀以上の人生（平均寿命）をいかに生きるか、またそのための社会・経済をどうするのかという課題を私たちに突きつけています。
また、来年2012年から2014年の3年間は、いわゆる団塊の世代に当たる約800万人の方が、65歳以上の高齢者の仲間入りをする時期にあたり、人口減少で国内市場の消費者が減少する中、シニア・高齢者市場活性化への取り組みは、避けては通れない課題となっています。
弊社では、自社開発いたしましたテレマーケティングシステムによる低コスト電話調査のノウハウと、シニア・高齢者世帯を中心とした調査協力世帯データベース83万件（2011年9月 現在）を活用して、多様化するシニア・高齢者の生活意識調査を2008年以降継続的に実施してまいりました。この調査データを各企業の経営戦略において喫緊の課題となっているシニアマーケティング力強化の一助としお役立ていただきたく、「シニア白書－超高齢社会の今どきのシニア像を掴む！生活実態の調査データ集」として編集し、発行させていただく運びとなったものです。

■■ 資料概要 ■■

本書は、2008年7月 から2011年6月 にかけて当社が実施いたしました、シニア世代の生活者を対象とした意識調査レポートをまとめたものです。各調査は、その時期において社会的な話題や問題となった事柄について都度調査したものです。編集にあたり、個々の調査レポートとしてだけではなく、シニア世代の生活意識にたいする理解を深める為の参考書としてお読みいただけるように、「生活戦略」と「生活実態」の2部構成で編集しています。又、ご希望の方には、プレゼンテーションなど自由に活用することができる各調査の集計表、グラフを収録したCD-ROMをお買い求めいただけます。
人口減少・超高齢化のパワーの源であるシニア世代の生の声から、その生活意識を多角的に垣間見るインサイト・データとしてご活用ください。

■■ 目次 ■■

【 第１部 生活戦略 】

第１章 自意識

第１節 シニア世代の年齢ギャップ

１．「シニア」と呼ばれることへの抵抗感
２．実年齢よりも若く見られたいか
３．どのくらい若く見られたいか

第２節 老化意識と健康維持

１．自身の老化意識
２．若さを保つために重要だと思うこと
３．健康維持の方法
４．自動車運転時の運動能力や判断力の衰え
５．自動車を安全に運転できると思う年齢

第２章 家族とのつながり

１．自宅で一緒に食事をする相手
２．外食の同伴者
３．一緒に旅行に行きたい相手
４．配偶者との習い事について
５．孫と何をして過ごしたいか
６．孫のためにかけるお金

第３章 社会との関わり

第１節 市民が捉える社会的課題

１．少子高齢化問題に対する意識

２．現代社会における人との関わりについて
３．今後の人との関わりについて
４．生活の中での意識
５．安心できる生活のために必要なこと
６．重視する政府・企業の対策

第２節 環境問題

１．環境問題ついて
２．環境保護につながる行動
３．家庭での環境保護についての関心事

第３節 社会貢献活動

１．企業の社会貢献活動に関する情報入手経路
２．商品購入時における環境貢献意識
３．自身の社会貢献活動への取り組み状況
４．企業の社会貢献に対する評価
５．企業に期待する社会貢献活動の内容

第４節 企業との関わり

１．お客様相談室への問合わせ経験
２．消費者意見を伝える相応しい方法
３．お客様相談室への問合わせ内容
４．お客様相談室を利用しない理由
５．企業との意見交換の場への参加意向

第５節 東日本大震災による自粛ムード

１．企業ＣＭの自粛
２．電気の使用の自粛
３．お花見の自粛
４．宴会の自粛
５．イベントの自粛
６．ゴールデンウィークの旅行の自粛
７．生活必需品以外の買い物の自粛
８．自粛すべき事柄
９．自粛ムードの良い面
１０．自粛ムードの悪い面
１１．自粛ムードの期間

第６節 消費者庁と消費者保護

１．消費者庁の設立目的に対する認知度
２．消費者保護対策への意識
３．消費生活センターの利用経験
４．「高齢者被害特別相談」実施の認知度

５．消費者庁に最も重視して欲しい問題

第４章 家計

第１節 暮らし向き

１．現在の暮らし向き
２．家計簿の利用状況
３．家計の管理者
４．節約内容について
５．毎月の収支バランス
６．預貯金について

第２節 株式投資と資産運用

１．株式投資や資産運用の経験
２．今後の投資に対する意向
３．資産運用時の重視点
４．暮らしの生活設計について

第５章 働く

１．就労率
２．就労希望の有無
３．希望する就労時間
４．希望する就労形態
５．希望する就労年齢
６．働く理由
７．就労しない理由
８．過去の職業

第６章 買う

第１節 購買意欲と購買行動

１．買い物の好き嫌い
２．買い物時の移動手段
３．シニア向け商品
４．商品購入時に重視する事柄
５．自動車を購入する際の値段の目安
６．消費意欲について

第２節 価格と機能性

１．購入する商品について
２．購入商品と価格
３．購入商品の機能性
４．環境寄付型商品の認知度

５．環境寄付型商品の購入意向
６．省エネ商品の購入意向
７．ハイブリッドカーの所有率
８．購入したい最適な車のサイズ

第３節 購入場所と購入方法

１．買物時の不便度
２．食材宅配サービスの利用状況
３．食材宅配サービスの利用理由
４．食材宅配サービスの注文方法
５．食材宅配サービスを利用しない理由
６．食料品店で購買時に困ること
７．ネットショッピング利用に対する不安感
８．インターネット通販利用ついて
９．テレビ通販利用について
１０．ラジオ通販利用について
１１．カタログ・新聞通販利用について

第４節 アラウンド還暦世代の消費動向

１．最近1年以内での洋服購入
２．洋服の購入場所
３．１ヶ月当たりの洋服購入金額
４．化粧品の使用について
５．化粧品の購入場所
６．１ヶ月当たりの化粧品購入金額

第５節 特産品の購買

１．物産展への入場経験
２．特産品を販売する専門店への入店経験
３．特産品専門店の情報入手経路
４．特産品試食販売への参加意向

【 第２部 生活実態 】

第１章 食べる

１．１日の食事回数
２．インスタント食品利用状況
３．ファストフード店利用状況
４．食事宅配サービスの認知度
５．食事宅配のサービス利用状況
６．配食サービスの需要価格について
７．お酒の飲用状況
８．外食先に関する情報入手経路

第２章 住む

１．高齢社会について
２．介護が必要になった際の住まいについて
３．家庭内での高齢化対策について
４．高齢者専用施設の情報について
５．検討してみたい施設の種類について
６．住み替えの検討時期について
７．住み替え時の自宅について

第３章 ケアする

第１節 医療と医薬品

１．最近1年間の通院状況
２．病院への通院頻度
３．医薬品の処方の有無
４．ジェネリック医薬品の認知度
５．ジェネリック医薬品の処方経験
６．医療用医薬品の購入場所
７．市販用医薬品の購入場所
８．医療費負担について

第２節 オーラルケアと入浴

１．歯の定期健診について
２．１日に歯を磨く回数
３．正しい歯磨きについて
４．歯磨きの目的
５．歯磨き粉の利用について
６．歯や口内で気になることについて
７．入浴頻度
８．普段の入浴時間

第３節 健康食品

１．特定保健用食品の認知度
２．サプリメント飲用状況
３．健康食品購入時の重視点
４．健康食品を利用しない理由

第４章 移動する

第１節 乗り物

１．自転車の所有率
２．自転車の利用頻度
３．自転車の乗り心地について

４．所有する自転車の種類
５．自転車に乗りたいと思うとき
６．自転車の不満点

第２節 自動車に関する意識

１．自動車運転免許の保有率
２．自動車運転頻度

第５章 情報を集める

第１節 情報収集

１．自宅での新聞購読について
２．購読中の新聞について
３．新聞広告の閲覧状況
４．新聞広告のジャンル別閲覧状況
５．新聞折込チラシの閲覧状況
６．新聞折込チラシのジャンル別閲覧状況
７．商品購入時の情報収集の方法
８．商品購入時の相談相手

第２節 携帯電話・パソコン

１．パソコンのインターネット利用頻度
２．携帯電話のインターネット利用頻度

第６章 学ぶ・遊ぶ

第１節 習い事

１．習い事について
２．習い事をしていない理由
３．習い事の種類
４．習い事を始めたきっかけ
５．習い事をする目的
６．習い事の継続期間について
７．習い事の頻度について
８．習い事の時間について
９．習い事にかける費用
１０．新たにやりたい習い事について

第２節 旅行に関する意識

１．旅行の好き嫌い
２．旅行費用
３．日帰りと泊りがけの旅行の割合
４．旅行に行く頻度

５．旅行の同行者
６．旅行の情報入手先
７．旅行の目的
８．旅行写真の楽しみ方
９．東日本大震災後の旅行について

参考調査一覧
付属CD-ROM

■■ 資料概要 ■■

商 品 名：シニア白書2011-超高齢社会の今どきのシニア像を掴む！生活実態の調査データ集
発 刊 日：2011年10月3日
発 行：株式会社ジー・エフ
販 売：株式会社クロス・マーケティング
版 型：A4 / 151ページ
■製本 15,750円（税抜15,000円＋消費税5,000円）
■PDF 15,750円（税抜15,000円＋消費税5,000円）
■PDF＋Excelデータ 105,000円(税抜100,000円＋消費税5,000円)
■製本＋CD-ROM（Excelの集計表）
105,000円(税抜100,000円＋消費税5,000円)

※製本送付の場合、各別途送料500円
※PDF及び、PDF＋Excelデータの納品は、メール添付またはファイル受け渡しツールを使用いたしまして、納品申し上げます。
※PDFは、「印刷不可」「データ抽出・コピー可能」です。ご了承ください。

製本用販売ページ：http://www.cross-shop.jp/products/detail.php?product_id=673
PDF用販売ページ ：http://www.cross-shop.jp/products/detail.php?product_id=674

【お申し込み方法】
上記URLよりお申し込みください。

【お支払い方法】
法人様・・銀行振込みの後払いとなります。
商品と同封、または別送にて請求書と納品書をお送りいたしますので、
振込み期日までに指定口座へお振込みください。

個人様・・銀行振込みの前払いとなります。
お申し込み後に請求書をお送りいたします。
ご入金が確認されましてから、商品を発送いたします。

■■ 株式会社クロス・マーケティング 会社概要 ■■

名称：株式会社クロス・マーケティング
本社所在地：東京都中央区銀座8丁目15番2号 銀座COMビル6Ｆ
代表者：代表取締役社長 五十嵐 幹
設立：2003年4月
URL：http://www.cross-m.co.jp/

■■ 株式会社クロス・マーケティングについて ■■

株式会社クロス・マーケティングは、国内130万人超の大規模モニターを軸に、生活者の「生」の声を主にインターネットを活用して収集するマーケティングリサーチ会社です。
生活者の嗜好の多様化や、商品サイクルの短期化に対応するため、ネットリサーチの優位性である「スピード」「コスト」に加え、「品質」を最大限に重視したリサーチサービスを展開しています。
調査企画から設計、実査、集計・分析レポートまで、マーケティングリサーチに関するあらゆるサービスをトータルにサポートいたします。

■■ 本件に関するお問い合わせ先 ■■

株式会社クロス・マーケティング
Cross Shop 販売窓口担当
Tel：03-3549-1319
Fax：03-5565-1555
Mail：cs-info@cross-m.co.jp
Facebook：http://www.facebook.com/pages/Cross-Shop/164004066984033
twitter：http://twitter.com/cross_CS

Generated by ぷれりりプレスリリース
https://www.prerele.com