

2021年11月10日

報道関係各位

CCCマーケティング株式会社 CCCマーケティング総合研究
伊藤忠ファッションシステム株式会社 ifsナレッジ開発室

CCCマーケティング総研とifsナレッジ開発室、「ユニークデータ×ifsオリジナル世代論プロジェクト」を始動。

12/2(木)10:30～第一弾マーケティングセミナーを開催

～第一弾テーマ「デジタルネイティブ世代の消費行動とアプローチの方向性を紐解く」～

7,000万人を超えるユニークデータ^{※1}でマーケティング・ソリューション事業を展開するCCCマーケティング株式会社（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：北村和彦）の「CCCマーケティング総合研究所」（以下「CCCマーケティング総研」）と伊藤忠ファッションシステム株式会社（本社：東京都港区、代表取締役社長：駒谷隆明）において独自の生活者知見の開発・発信を担う「ifsナレッジ開発室」は、CCCマーケティングが保有するユニークデータと伊藤忠ファッションシステムが保有する生活者知見のコラボレーションにより、定量と定性の両面から生活者の消費行動を可視化する「ユニークデータ×ifsオリジナル世代論^{※2}プロジェクト」を開始いたしました。両社の強みを活かし、定量的に把握した購買行動をインサイトによって肉付けすると同時に、定性的な世代知見を結びつけることで、生活者をより肉厚に理解するきっかけをご提供いたします。

プロジェクトの第1弾として、これからの社会や消費の動向を牽引するデジタルネイティブ世代とのコミュニケーションを考えている企業のみなさまに向けて、デジタルネイティブ世代を「ハナコジュニア世代」「LINE世代」「インスタ世代」に分類し、購買データ分析事例からアプローチのポイントを解説するマーケティングセミナーを2021年12月2日（木）に開催いたします。




CCCマーケティング総研とifsナレッジ開発室
「ユニークデータ×ifsオリジナル世代論プロジェクト」を始動。

第一弾セミナー開催

デジタルネイティブ世代の消費行動と
12/2(木)10:30～ アプローチの方向性を紐解く



ハナコジュニア世代



LINE世代



インスタ世代

CCC マーケティング総研は、社会や生活様式、生活者の行動や意識の変化、世代や地域の特性把握など、大学や研究機関とも連携を図りながら、“生活者に一番近い存在のシンクタンク”として取り組みを行ってまいりました。2021年10月には、カルチュア・コンビニエンス・クラブ株式会社（CCC）グループの株式会社主婦の友社とともに、両社の保有する定量データと定性データ、編集者によるディレクションを掛け合わせ、女性の暮らしにおける困りゴトからインサイトを読み解くセッションを開催するなど、生活者が求める本質的な価値の還元に繋げてまいりました。

ifs ナレッジ開発室は25年来、「世代・気分・見た目ですと未来の消費を読み解く」をコンセプトに、生活者視点のマーケット動向を共有する会員制マーケティングコミュニティ「FA CLUB」を企画・運営し、分析レポートの発行やフォーラムを開催しながら、ifs オリジナル世代区分をはじめとする自社独自の生活者知見の開発・体外発信を担っております。ifs オリジナル世代区分は生活者動向とマーケットトレンドの継続的にリサーチを通じて常にアップデートを図っており、時代やターゲットの変化が掴みやすく、得意先の商品開発や販売促進戦略として活用いただいています。

昨今、インターネットの浸透や社会環境の変化で生活者の価値観や消費行動も多元化し、その実態を捉えアプローチすることが困難になっています。そのような中、時代や生活者の変化を紐解く視点として、世代別のライフスタイル像にフォーカスし消費行動の背景を捉えるべく、このたびのセミナーでは、デジタルネイティブ世代を「ifs オリジナル世代区分」から3世代に分類し、ライフスタイル・ファッション・美容・お酒に対する価値観と消費行動の特徴とアプローチのポイントを整理いたしました。具体的に、デジタルネイティブとしての特徴を共有しつつ価値観は大きく異なる、ハナコジュニア世代（1987～91年生まれ）、LINE世代（1992～96年生まれ）、インスタ世代（1997～2000年生まれ）を、CCCマーケティングが保有する書籍・雑誌・化粧品・アルコール飲料の購買データで世代・男女別に読み解き、ifs ナレッジ開発室が持つ世代知見から深堀いたします。

本セミナーの実施後、分析結果の詳細もレポートとして販売いたしますので、デジタルネイティブ世代とのコミュニケーションを考えている企業のみなさまにおいては、マーケティング戦略を考える一助となれば幸いです。

今後、CCCマーケティング総研とifs ナレッジ開発室は相互の知見を活用した取り組みを継続し、共同での新たなビジネスソリューションの提供に取り組む予定です。

【ハナコジュニア世代】 デジタルネイティブ第一世代、経済的な安定と居場所を確保し精神的に安定できることが大事。

【LINE世代】 いわゆる“ゆとり世代”で、今の状況をポジティブに受け入れひとまず適応することが大事。

【インスタ世代】 いわゆる“Z世代”で、多様を前提にお互いが無理せずいられる状態であることが大事。

ifsオリジナル世代区分より:デジタルネイティブ3世代の特徴

ハナコジュニア世代



■ 1987～91年生まれ(現在30～34歳)

不況がデフォルト化する社会で冷静に現状を分析、自ら実現可能な目標を設定し、努力することで最適化を図り、安定を確実に得ようとする。そのモノが今の自分にふさわしく、周囲からちゃんとして見てもらえるかという年相応意識でモノ選び。ファッションでは編集感覚が希薄になり、コストプレ感覚がアップ。シチュエーションに応じてコーディネートを選択し、その場で「ちゃんとして見られるキャラ」になりきる感覚を持つ。

LINE世代



■ 1992～96年生まれ(現在25～29歳)

徐々に停滯する社会で「今が一番幸せ」と受容。自分の進む道はあらかじめ決められたガイドラインや先行事例をトレース。デジタル化・ソーシャル化の進行により他人目意識がアップ。周囲の評価を参考に、相手が悪い描く自分のイメージを崩さず、どんな相手にも受け入れられるよう最大公約的なモノを選び取る。ファッションでは人と同じ過ぎも、違い過ぎもNG。その場の最大公約的状態になれるよう調整する感覚を持つ。

インスタ世代



■ 1997～2000年生まれ(現在24～21歳)

幼少期に米国同時多発テロ、小中学生で東日本大震災、近年ではトランプショックやCOVID-19の世界的流行など、社会が目まぐるしく変化の中で育ち、己の立ち位置を客観視。物心ついた頃にはSNSが浸透。ネット上にロールモデルが多数存在すること、多様化する教育環境の影響もあり、各人の違いを認め合う意識を持つ。同調化＝無理を強いるファッションからは距離を置きつつ、状況に応じて様々なテイストをフラットにミックスして楽しむ。

■開催日時・場所

- ・2021年12月2日(木) 10:30～11:45
- ・オンライン開催 (以下 URL よりお申込み後、参加用 URL をご案内いたします)
- ・会費：無料

<参加者特典>

1. セミナー終了後、投影資料の一部を差し上げます
2. CCC マーケティング総合研究所×ifs ナレッジ開発室が発売するレポート「CCC×ifs 世代消費ウォッチ デジタルネイティブ世代」を特価でお求めいただけます (詳細はセミナーでご案内いたします)

■申込み・問い合わせ先

以下のリンクより、必要事項を記入の上、お申込みください。

<https://www.cccmk.co.jp/thinktanks/webinar-5>

* 以下も併せてご覧ください

CCC マーケティングホームページ： <https://www.cccmk.co.jp/>

ifs ナレッジ開発室 Facebook： <https://www.facebook.com/ifs.knowledge.development.office/>

■登壇者

CCC マーケティング株式会社 大山翔平・高島康彰

伊藤忠ファッションシステム株式会社 ナレッジ開発室 中村ゆい・廣瀬萌・丸山優介

■セミナー内容

- 1) 導入：ユニークデータと ifs オリジナル世代論にみるデジタルネイティブ世代の基本特徴
- 2) 分析事例：売れている！商品に見るデジタルネイティブの消費特徴
- 3) まとめ：今後に向けたデジタルネイティブ世代のアプローチのポイント

※1 ユニークデータとは、7000 万以上のシングル ID、年間 50 億件以上の購買トランザクション、20 万店舗のネットワークで扱われる 60 億種類の商品データ、数千項目におよぶ顧客 DNA のペルソナデータ、オフライン・オンライン上の移動・行動データやメディア接触データ、また CCCMK グループオリジナルのエンハンスデータなどを指します。

※2 ifs オリジナル世代区分とは、25 年の蓄積を持つ伊藤忠ファッションシステムの生活者 & 消費分析の基本視点です。

本件に関するお問い合わせ：

CCCマーケティング株式会社
広報担当：中川／TEL：03-6800-4464

伊藤忠ファッションシステム株式会社
担当：丸山・廣瀬／E-mail：knowledge@ifs.co.jp