

2024年5月31日

各位

## 小売への本音調査レポート第2弾 「Z世代が小売に対して期待すること・求めること」を公開

株式会社電通リテールマーケティング（東京都港区、代表取締役 CEO：鬼頭 一太）、株式会社電通tempo（東京都新宿区、代表取締役社長執行役員：山住 慎太郎）の共同プロジェクト「ジェネキュン」では、Z世代の消費行動の解明や新たな売場提案を行っています。

今回は「Z世代が小売に対して期待すること・求めること」の調査を行いましたので、以下に結果を報告いたします。

プロジェクトロゴ



### 【概要】

本プロジェクトでは、Z世代のメンバーが中心となり同世代ならではの経験・洞察・着眼点をもとに、Z世代の消費行動の解明とZ世代の価値観に寄り添った新たな売場提案を目的として掲げ、様々な調査・分析を行っております。

### 【活動内容】

「ジェネキュン」では2023年10月に売場に対する価値観と消費行動に焦点を当てた「Z世代的小売への本音調査」を実施し、2023年12月に第一弾として「[Z世代が売り場に求めること・店頭での行動実態](#)」の分析レポートを公開しました。今回は「Z世代が小売に対して期待すること・求めること」を切り口としたレポート第2弾を公開いたします。

レポート第二弾ではZ世代を学生と社会人に分類し、その他世代も含めた3世代で比較・分析することで、Z世代に対して店舗で取り組める有効な手段が浮かび上がってきました。

本リリースでも調査内容の一部をご紹介します。

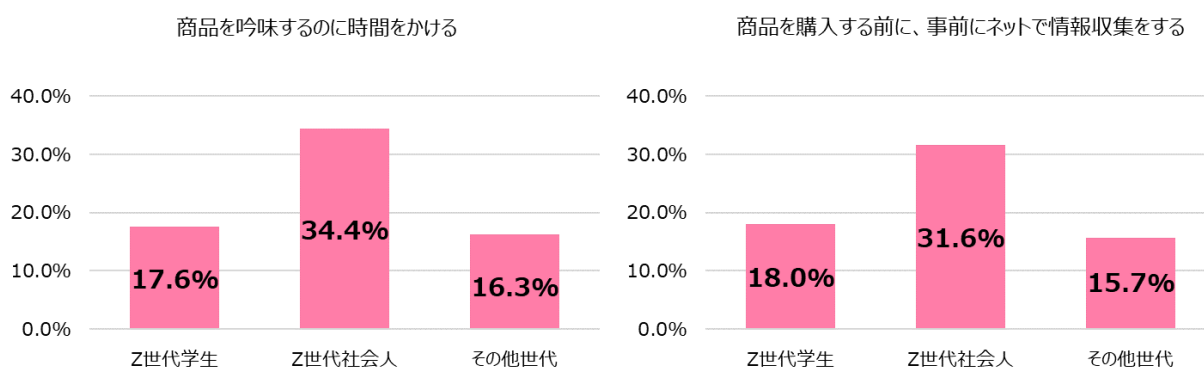
## 【Z世代的小売への本音調査レポート】

●Z世代の中でも、社会人は学生と比べて「商品を吟味するのに時間をかける・購入前に事前に情報収集する」

「買い物における価値観」について調査したところ「商品を吟味するのに時間をかける」という価値観について、Z世代社会人は「そう思う+ややそう思う」の傾向がZ世代学生と比べ+16.8pt高い数値が出ました。

「商品を購入する前に、事前にネットで情報収集をする」という価値観については、Z世代社会人は「そう思う+ややそう思う」の傾向がZ世代学生と比べ+13.6pt高く、Z世代の中でも社会人と学生で、買い物に対する価値観の相違が判明しました。

【問】あなたの買い物に対する価値観をお聞きます。「商品を吟味するのに時間をかける」「商品を購入する前に、事前にネットで情報収集をする」について、あてはまるものを教えてください。（そう思う、ややそう思う、あまりそう思わない、思わない、の4択で回答）



※「そう思う」に回答した構成比を抽出

※その他「トレンドや流行りの商品を選ぶ」「ブランドを気にする」の設問も該当。

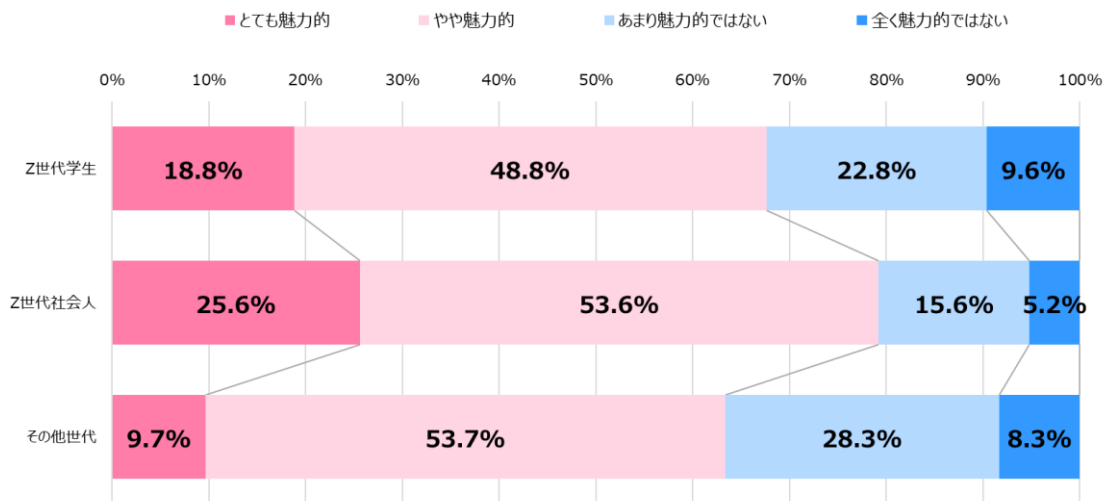
## ●Z世代はイベントに対して大きな魅力を感じている

スーパー・コンビニエンスストア・ドラッグストア・バラエティショップの4チャネルに対して「あったらいいなと思うサービスや売場環境」を調査したところ「トレンドが分かるコーナーがある・試せるものがある」の傾向が見受けられたことから、Z世代は売場への“体験”に重点を置いていることが分かりました。

中でも、体験の1つである「イベント」に対する価値観に絞って深掘りしました。

Z世代は学生、社会人ともに「とても魅力的」の回答率がその他世代と比べて高いことから、Z世代に対して分かりやすく“体験”を伝えられる機会として、イベントは魅力的であると言えます。

【問】店舗（店頭）でのイベント（POPUP ショップ・体験イベントなど）に魅力を感じますか。



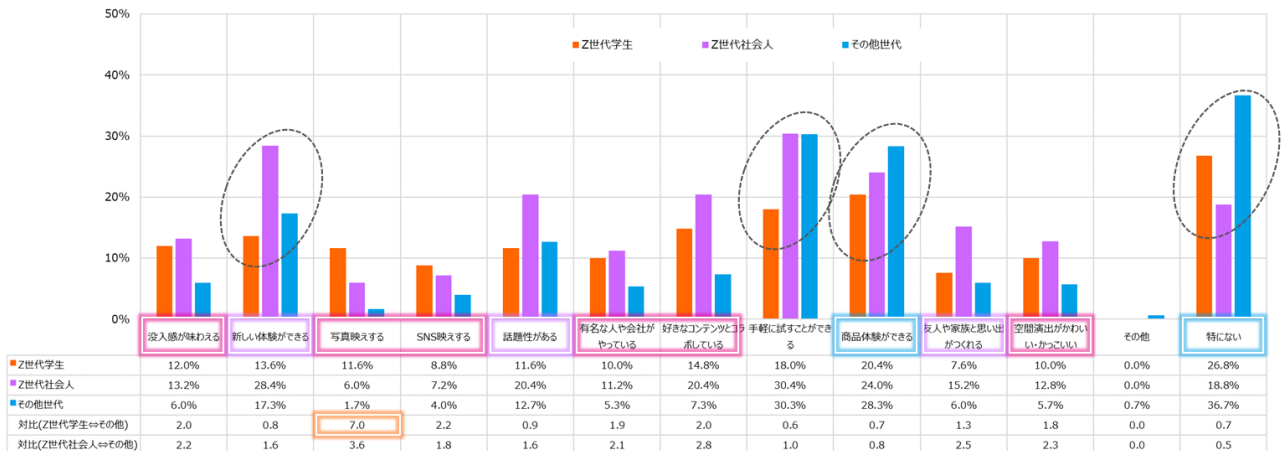
● Z世代の中でも、学生はより写真映えを求めているのに対し、社会人は思い出作りを求める

Z世代全体では「没入感が味わえる・写真映えする・SNS映えする・有名な人や会社がやっている・好きなコンテンツとコラボしている・空間演出がかわいい・かっこいい」の回答率が高い傾向にありました。

特に学生は「写真映えする」がその他世代の回答率と対比して7.0倍と強い傾向がでています。一方で、社会人は「新しい体験ができる・話題性がある・友人や家族と思い出が作れる」の回答率が高いです。

このことから、同じZ世代の中でも、学生はより他者との映えの共有を重視し、社会人は自身が楽しむことを重視していると捉えられます。

【問】店舗（店頭）でのイベント（POPUP ショップ・体験イベントなど）にどんなことを求めますか。（いくつでも）



※対比…Z世代(学生/社会人)の回答率(%) ÷ その他世代の回答率(%)

店舗イベントに魅力を感じる」と回答した人に絞った3世代の特徴をまとめた情報など、続きのレポートはホワイトペーパーからダウンロードができます。

下記 URL よりお気軽にお問い合わせください。

[「Z世代的 小売への本音調査」ホワイトペーパーDL ページ](#)

#### 【調査概要】

調査期間： 2023年11月8日(木)～11月9日(金)

調査方法：ネットリサーチ

有効回答数：800名

(Z世代：500名※学生を250名、学生以外を250名で構成/30代：100名/40代：100名/50代：100名)

#### 【今後の活動予定】

「ジェネキュン」プロジェクトは、引き続きZ世代のリアルな消費行動を補捉しながら、店頭、売場における新しい可能性を追求していきます。具体的には、Z世代が気になるお店のトレンドレポートや、Z世代目線で立案した売場企画アイデアを継続してリリースいたします。

両社は「ジェネキュン」プロジェクトを通じて、今後とも新たな提案を続けてまいります。

#### 【各社ご紹介】

##### ■「株式会社電通リテールマーケティング」(<https://dentsu-rm.co.jp/>)について

電通リテールマーケティングは、リテール領域のマーケティング課題の解決に特化した電通グループの専門会社です。自社アナリストによる現状分析から、店頭を起点としたプロモーション施策のご提案、自社フィールドスタッフでの店頭実現、施策効果検証まで、一気通貫でサポートできる体制をご用意しています。

##### ■「株式会社電通 tempo」(<https://www.dentsu-tempo.co.jp/>)について

電通 tempo は、流通小売業をはじめとする店舗型事業の課題を、プロモーションで解決する電通グループの専門会社です。「流通小売りの仕組み／消費者のインサイト」の両軸から戦略を立案できることと、そこで必要とされる「変化への対応／実施力」に強みを持っています。

#### 【お問い合わせ】

本プロジェクト、調査内容に関するお問い合わせ

株式会社電通リテールマーケティング

「ジェネキュン」運営事務局 宛

[genekyun@dentsu-rm.co.jp](mailto:genekyun@dentsu-rm.co.jp)