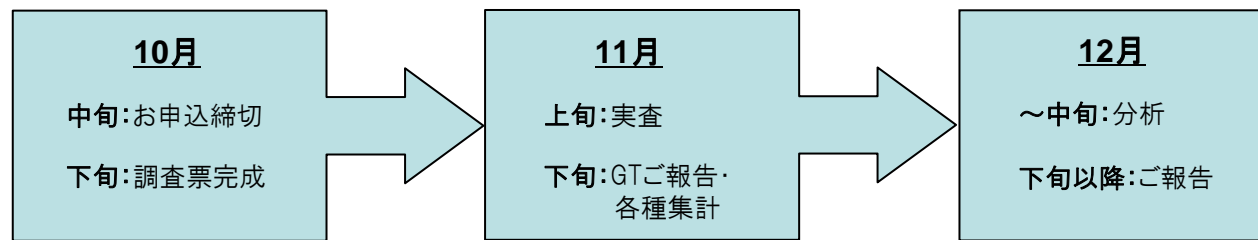


モバイル調査

◆スケジュール(予定)



◆納品物・料金

- A. 共通レポート B. 共通レポート+ご希望の設問5問
基本プラン10万円～ ※詳細は別途お問合せ下さい。

GENERATION Z PROJECT

株式会社スタンダード通信社

1958年設立の総合広告代理店。
消費者分析、インサイトマイニングを重視する姿勢から三浦展氏との共同研究「Generation Z(15-22歳)研究」を実施。2007年には『日本溶解論』を出版した。
消費者視点の戦略とそれを表現するクリエイティブ、媒体、プロモーションのクロスファンクションチームの一貫性に特長がある。

特別顧問

三浦展氏(カルチャースタディーズ研究所主宰/消費社会研究家)

若者研究のベストセラー『下流社会』著者。
最近の著作に、『合格力 子どもの成績は親で決まる!』『承認されたい自分の時代』『平成女子図鑑』『非モテ! 男性受難の時代』『下流社会マーケティング』、スタンダード通信社との共著『日本溶解論』がある。

ご要望に応じて、講演会やセミナー、または貴社向けにカスタマイズした内容で Generation ZをターゲットとしたBranding & Promotionのご提案を行ないます。
ご希望がございましたらお申し付けください。

お問い合わせ先

株式会社スタンダード通信社 担当: 杉本・森
TEL: 03-6439-8553 E-mail: info@generationZ.jp

宣伝・セールスプロモーションご担当のみなさまへ

HOW TO MARKET NEW GENERATION

現代の若者たちに貴社の商品・サービスが選ばれるために
ブランディング、プロモーションはどうあるべきか?
詳細な若者研究から、「若者の心を掴むコミュニケーション」をご提案する
プロジェクトのご紹介です。



GENERATION Z 2009

現代の若者は、大きく変化しています。
 商品・サービスの広告・コミュニケーションにも
 大きな変革とチャレンジが必要です。

若者たちの変化-Generation Z 研究を通して

Generation Zの子供たちは1990年前後生まれ。
 不況期に育ち、経済成長を知らず、男女の役割論、
 終身雇用など日本のさまざまな生き方・生活の規範が揺らいだ時代を
 生きてきた彼らの生活観・消費観はこれまでの世代と大きく異なります。

より便利なものを！より高価なものを！より豊かな暮らしを！
 ・は、すでに彼らには魅力のないコンセプトとなり、
 理想の生活を実現するための「消費」「ブランド選択」についても
 新しい考え方で行うようになっていきます。

このような時代、彼らが望ましいと考える「生活」は今までとは違うはず。

若者たちに選ばれるためのコミュニケーションを行うために

経済状況や社会の変化を背景にして
 節約・低価格志向、物語消費からデータベース消費へ・・・など
 これからの日本の消費の担い手である若者たちは
 かつての若者と比べて堅実な消費傾向、
 ブランドの物語性を重視しない傾向が、顕著になっています。

また、若者たちを取り巻く情報環境の変化により、
 彼らのメディア接触の態度も大きく変化しています。

今こそ、この時代に適合した「コミュニケーション」のあり方が問われています。

<http://www.generationz.jp/>

ご提案内容(予定)

当プロジェクトチームでは、2006年から3年に渡り、のべ3,000人以上の若者を対象にした
 調査を実施、社会学者や若者研究者のプレーンとともに共同研究を行なってまいりました。
 2009年11月には、Generation Zを対象とした新たな調査を予定しており
 現在、調査に共同参画いただく協賛社を募集中です。

