

<JCCI 会員講演会開催報告>

「もはや『世界の工場』ではない。東南アジア+インド Z 世代の調査データから読み解く、次世代巨大消費市場の攻略法」

開催日時：2025 年 9 月 2 日（火）14:00-15:15 開催場所：Zoom Webinar

人数：参加者 82 名 アンケート結果：大変満足 29.2%、満足 60.4%

この度 JCCI では、9 月 2 日に市場調査会社である Kadence International 様を講師にお迎えし、標記テーマでセミナーを開催しました。

今回のセミナーでは、タイ、ベトナム、インドネシア、フィリピン、インド、そして日本を対象に実施した独自のアンケート調査結果をもとに、SNS と共に育った東南アジア+インド各国 Z 世代のリアルな意識や実態について、具体的なデータとともにご解説をいただきました。調査内容は、Z 世代の行動実態として、健康・AI・環境に配慮した消費・推し活等、何を意識して日常を送っているかについての質問や、生鮮食品やそれ以外の商品をどこで買うか等、Z 世代のモノの購入場所や方法等について質問いただきました。また、Z 世代から見た各国イメージや、「ラグジュアリー」という言葉の概念についての変化等についても洞察いただきました。

セミナー後のアンケート調査では、印象に残った点として、「日本の Z 世代の自己肯定感の低さ、及びインドの消費額の大きさ。（東南アジアでは）家族・親戚の同居により生活費がシェアされており、その分を自己消費に回すことが出来ているという説明は気付きであった」、「（20 代と 40 代で）世代間ギャップの有無の検証をしていたのが興味深かった」、「日本の調査結果の数字が東南アジア各国に比べて格段に低いこと」、「数字を見ると日本は沈みかかっているが、周辺国の人々はまだ日本に対する憧れのようなものが残っていることが窺えるデータもあり、データの切り方によってこんなにも様々なことが類推できるのかと驚いた」等、沢山のコメントをいただきました。当日ご視聴をいただきました会員の皆様、誠に有難うございました。

【講師の濱野様】

