2025年度事業計画

（１）2025年度事業方針

2025年の日本は、団塊の世代が後期高齢者の仲間入りをし、高齢化が益々加速化する年であります。65歳以上が日本の総人口に占める割合は29.3％（2024年9月時点）となりますが、かつて「新人類」と呼ばれた世代も還暦を超え、高齢者と呼ばれる年代に突入してきました。この年代は幼少期に高度成長期を過ごし、社会人になったばかりの10代後半から20代前半にバブルを経験しており、消費意欲が高く、行動もアクティブなパワフルシニアと呼ばれる人たちも多く存在しています。こうしてみると、一口にシニアと一括りにできない、ある種グラデーション化したマーケットとしてとらえる必要があると考えます。

一方、少子化日本においては塊こそ大きいとはいえないものの、デジタル化が進む中で独自の価値観をもったミレニアル世代、Z世代、そしてα（アルファ）世代も近年の市場に大きな影響力をもってきています。加えてジェンダーレス化などこれまでとは違った価値観を持った人たちも増え、まさに多様性の時代でもあります。

近年「消齢化」（博報堂の提言）という言葉が出てきましたが、多様性と併せて考えると、マーケティングを考える際のターゲットの捉え方は、どうもこれまでの基準での分類では、もはや生活者一人一人に刺さるアプローチは難しいのではないかと考えざるを得ません。よりペルソナ的な一人の「個客」として、そのニーズをとらえ、どのように行動するかが企業戦略にとって重要なキーワードになってくると考えます。

更に、AIの高度化によるマーケティング業務の変革、高まる消費者のサステナビリティへの意識の高まりや、メタバースやVRなどの新たな顧客体験の創出など生活者を取り巻く環境は激変しています。

「VUCA（ブーカ）の時代」と呼ばれる、不確実で先行きが不透明で、将来の予測が困難な状況の真っただ中にある今、2025年の日本をどうとらえ、どのように対応すべきかを皆様と議論してまいりたいと思います。

（２）2025年度事業計画

１．会員事業

① 会員数88社→100社
② 総会　2025年5月27日（火）
③ 機関誌「流通問題」発刊
　61－1号（2025年5月発刊）、61－2号（2025年11月発刊）
④ IDR通信（Vol.175～186）

２．収益事業

＜調査事業＞

① 消費者動向調査
・東南アジアにおける生活者のインサイトと日本製品購買に関する調査
・日本国内における消費動向実態調査

＜ＩＤＲ主催セミナー事業＞

① IDR研究交流会（年間5～6回開催）
② 第43回流通問題アカデミー

＜研究会事業＞

・42期 IDRチャネル戦略研究交流会
テーマ：『予測困難な時代の中でのマーケティング戦略を考える』
～「消齢化」「多様化」するマーケットの中で、
『個客ニーズ』にどう応えるか～

＜受託研修事業＞

・第13期 北海道地域フード塾 絶品コース(7月～2026年1月)

・第 6 期 北海道地域フード塾 事業化コース(7 月～2026 年 1 月)
・第 2 期 北海道地域フード塾 販売戦略コース(7 月～2026 年 1 月)
・北海道ワインアカデミー マーケティングコース (5 月 14 日)
・全米販 創造力・イノベーション開発研修

＜ＨＣＦ事業＞
・「第 18 回ホビークッキングフェア 2025」
(2025 年 4 月 17～19 日)来場者数 100,315 名