

# 企業が期待するほど若者が関心を寄せない サービスについての研究

## 目 次

まえがき	……………	吉田 優治	1
第1章 「消費される音楽エンタテインメントを超えて：音楽無関心圏外でのサービス創造へ」	……………	吉田 優治	5
1. 問題提起			
2. 学生アンケート調査：音楽エンタメへの関心大			
3. 各種調査資料から：拡大する音楽エンタメ市場			
4. 消費される音楽：音楽の受容説と無関心圏			
5. 結に代えて：「消費される音楽」から「無関心圏外で評価される音楽」へ			
第2章 「未婚者が結婚式・披露宴を「行いたい」と考える意識について～多くの未婚者が「行いたくない」と否定する時代にあって～」	……………	今井 重男	32
1. 緒言			
2. 仮説の考え方			
3. 未婚者意識調査			
4. 仮説の検証			
5. 結言			
第3章 「消費インサイトの把握に基づく関係性構築－「今どきの20代女性」に向けた資生堂インテグレートブランド戦略－」	……………	宮澤 薫 松本 大吾	51
1. はじめに			
2. 資生堂におけるインテグレートの位置づけと市場導入			

3. ブランド・コンセプトの再規定
4. ターゲットの再分析とインテグレートの新戦略
5. コミュニケーションのトラブルと軌道修正
6. 考察
7. 終わりに

第4章 「同伴他者が若者の消費行動に及ぼす影響－学生とその親世代に注目した探索的研究－」 ..... 松本大吾 宮澤 薫 73

1. はじめに
2. 若者の消費意識と行動
3. 自己呈示に影響を受ける消費者の意識や行動
4. リサーチクエスション
5. 分析の手順
6. 調査結果
7. 考察
8. 本研究の限界と今後の課題

第5章 「ヘルスケア×IoT」サービスの開発に向けた要件定義

..... 西根 英一 94

1. あらゆるモノがインターネットにつながる
2. あらゆるコトがインターネットにつながる
3. あらゆるモノとコトがインターネットにつながる
4. 「ヘルスケア×IoT」のKGIはオプティマルヘルス