

報道関係各位

平成22年5月17日
株式会社 クロス・マーケティング
(東証マザーズ3629)

日本人男性の『消費傾向』を知る！実践マーケティングセミナー開催 ～家族社会学・感情社会学の第一人者、山田昌弘氏が語る「男性消費を増やす」カギとは？～

株式会社クロス・マーケティング(本社:東京都中央区 代表取締役社長:五十嵐 幹)は、「パラサイト・シングル」という言葉を世に送り出し、家族社会学や感情社会学の第一人者である中央大学 山田 昌弘教授を講師にお招きし、「男性消費を増やす」カギとは？と題したマーケティングセミナーを2010年6月8日(火)に開催します。

■セミナー概要

- セミナー名 : 「男性消費を増やす」カギとは…?
～日・中・米・英・伊5カ国を一斉調査！海外との比較から日本男性の消費特徴を探る～
- 日時 : 2010年 6月8日(火) 10:00～12:00 (受付開始9:30)
- 会場 : ベルサール八重洲 Room4+5
- 会場所在地 : 東京都中央区八重洲1-3-7 八重洲ファーストフィナンシャルビル3F * [地図はこちら](#)
- 定員 : 120名 (お申込多数の場合は抽選となりますのでご了承ください。)
- 参加費 : 無料
- 主催 : [株式会社 クロス・マーケティング](#)
- メディアスポンサー

 MarkeZine

 japan.internet.com

詳細・申し込みはこちら : <http://www.cross-m.co.jp/seminar/201006/001/index.html>

●本セミナーは、主に企業の以下のご担当者様におすすめです

マーケティング／商品開発／商品企画／販売促進／広告宣伝／調査／経営企画など

■セミナープログラム

- | | | |
|-------------|--|-----------------|
| 10:00～11:30 | 今、男性の消費を増やすカギとは？
～海外との比較から日本男性の消費特徴を探る～ | 中央大学教授 山田 昌弘氏 |
| 11:30～12:00 | 「男性の消費」に関する日・中・米・英・伊 5カ国調査レポート
～本セミナーで活用した海外調査サマリーのご紹介～ | 株式会社クロス・マーケティング |

■開催背景

団塊世代のリタイアメントやシニア人口の増加などの理由により、「伸びる」と言われて久しい『男性の消費』。海外では、男性主役の消費傾向が見られるという報道も聞かれる中、日本国内ではなかなか伸びない実態にあります。

本セミナーでは、日本だけでなく、中国・アメリカ・イギリス・イタリアの5カ国の海外調査の結果もふまえ、日本男性ならではの消費傾向の実態についてさまざまな角度からご紹介します。ご参加いただけることにより、『新しい消費者ターゲット像のヒント』を得ていただけたと考えております。

■ 講師プロフィール

山田 昌弘(やまだまさひろ) 中央大学 文学部 教授

1957年 東京生まれ。
1981年 東京大学文学部卒。
1986年 東京大学大学院社会学研究科博士課程単位取得退学
東京学芸大学助手、講師、助教授、教授を経て、2008年より現職
(1993年 カリフォルニア大学バークレー校社会学部客員研究員)



* 専攻: 家族社会学・感情社会学

愛情やお金を切り口として、親子・夫婦・恋人などの人間関係を社会的に読み解く試みを行っている。「パラサイト・シングル」の生みの親で、精緻な社会調査をもとに「学卒後も親と同居し、基礎的生活条件を親に依存している未婚者＝パラサイト・シングル」の実態や意識について分析した著書「パラサイト・シングルの時代」(ちくま新書、1999年)は話題を呼んだ。政治・経済の領域と同じように、家族においても「今までと同じやり方ではうまくいかない」という現実を見つめ、戦略的思考で家族生活のリスクマネジメントを行うべき時代だと説いている。1990年代後半から日本社会が変質し、若者の多くから希望が失われていく状況を「希望格差社会」と名づけ、格差社会論の先鞭をつけた。2006年のユーキャン新語流行語大賞トップ10に選ばれる。また、「婚活(結婚活動)」の名付け親でもある。

* 代表著書

「近代家族のゆくえ」(新曜社 1994年)、「家族というリスク」(勁草書房 2001年)、「家族ペット」(文春文庫2004年)、「希望格差社会」(ちくま文庫 2004年)、「迷走する家族」(有斐閣 2005年)、「新平等社会」(文藝春秋 2006年 - 日経BP社BizTech図書賞受賞)、「少子社会日本」(岩波新書、2007年)「婚活時代」(共著、ディスカヴァー21 2008年)など多数。

* 近著

「ワーキングブア時代」(文藝春秋 2009年)、「幸福の方程式」(共著、ディスカヴァー21 2009年)、「なぜ若者は保守化するのか」(東洋経済新報社 2009年)。

読売新聞人生案内回答者、週刊東洋経済「コンパス」レギュラー、テレビ朝日「報道ステーション」ゲストコメンテーター、現在、内閣府男女共同参画会議民間議員など、公職を歴任している。

●ご注意

- ✓ プログラムの内容は一部変更となる場合がございます。
- ✓ 複数名様での参加をご希望の場合でも、お手数ですが1名様ごとにお申し込み願います。
- ✓ 定員などの都合により、やむをえず参加をお断りする場合がございます。
- ✓ 参加者多数の際には、1社1名様のご参加とさせていただきます。
- ✓ 同業他社様のお申し込みはご遠慮ください。

※参加確定につきましては、開催日1週間前にご連絡致します。

■会社概要

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <http://www.cross-m.co.jp/>
所在地 : 東京都中央区銀座8-15-2 銀座COMビル6F
設立 : 2003年4月1日
公開市場 : 東証マザーズ(証券コード:3629)
代表者 : 代表取締役社長 五十嵐 幹
事業内容 : マーケティング・リサーチ事業

■本件に関するお問い合わせ先

株式会社クロス・マーケティング セールスマーケティングユニット 担当 来條(らいじょう)
Mail: salesma@cross-m.co.jp Tel: 03-3549-0230

■取材をご希望の報道関係者様は下記にご連絡ください。

株式会社クロス・マーケティング 広報担当 鷲野(わしの)
Mail: pr-cm@cross-m.co.jp Tel: 03-3549-0603