

# おびしんマーケットレポート

## 首都圏食品購入に関する意識調査\_第6回

### まとめ

# 総合報告

## 1. 食品情報源

- ・情報収集方法は「お店で商品や広告をみて」「家族や友人の口コミ」が上位。
- ・「テレビ・ラジオ」は、年齢層が上がるに従って使用される割合が高くなる。SNSは25-34歳が高め。
- ・【クラスタ特徴】A（高感度な消費者）は、他のクラスタより様々な情報収集方法を利用している傾向。

## 2. 予算/目安価格

### 【日常食品】

・1回あたりの買い物予算は、半数が「～3000円」。

### 【クラスタ特徴】

A(高感度消費者)は他のクラスタより予算が高め。

### 【ちょっといいもの】

・購入限度額は通常価格と比較して「1.5倍」が最も高く、ほとんどが2倍までと回答。

・年齢が上昇するに従い、購入限度額が上昇する傾向。

### 【クラスタ特徴】

A(高感度消費者)は他のクラスタより予算が高め。

### 【とくべつなもの】

・目安価格は、70%以上の人が5000円以下と回答。

### 【クラスタ特徴】

A(高感度消費者)は他のクラスタより予算が高め。

# 総合報告

## 3. 食品購入場所

### 【日常食品】

・ほとんどの消費者が「一般的なスーパーのリアル店舗」を利用。

### 【クラスタ特徴】

A（高感度消費者）は「ちょっといいスーパー」「食品セレクトショップ」「デパート・駅ビル」が他のクラスタと比べて高い。

### 【ちょっといいもの】

・「一般的なスーパーのリアル店舗」が最も高く、それに続いて「デパートや駅ビル」や「ちょっといいスーパーのリアル店舗」も半数近くが利用。

### 【クラスタ特徴】

A（高感度消費者）は、「デパートや駅ビル」「ちょっといいスーパーのリアル店舗」「食品セレクトショップ」が他のクラスタよりも目立って高い。

Aの上位：「デパートや駅ビル」「ちょっといいスーパー～」「一般のスーパー～」

### 【とくべつなもの】

・「デパートや駅ビル」が最も高く、「一般的なスーパーのリアル店舗」「食品セレクトショップ」「ちょっといいスーパーのリアル店舗」も4割程度が利用。

### 【クラスタ特徴】

A（高感度消費者）は、全体的に高い傾向で、特に「高級スーパー」は、他のクラスタと比べて高い。

Aの上位：「デパートや駅ビル」「食品セレクトショップ」「ちょっといいスーパー～」

【ちょっといいもの】 【とくべつなもの】 はワンランク上のスーパーやデパートなど、購入場所を変えての購入がある傾向。

# 総合報告

## 4. チェック項目/選ぶポイント

### 【日常食品】

・「価格」が最も高く、次いで「消費期限・賞味期限」「内容量」「国産かどうか」「商品名」なども約半数がチェック。

・年齢が上昇するに従って、「消費期限・賞味期限」「国産かどうか」などはより重要視される傾向。

### 【クラスタ特徴】

B（日常エンジョイ志向）は「国産かどうか」「添加物」「都道府県などの産地」に対する関心が低い。

D（食の安心志向）は他のクラスタより「添加物」に高い関心を持っている。

### 【ちょっといいもの】

・「旬のもの」が最も高く、次いで「高級感がある」や「産直品・特産品」「新鮮・とれたて」。

・「旬のもの」「産直品」「新鮮・とれたて」などは年齢が上昇するに従って重要性が増す。25-34歳では「高級感がある」がトップ。

### 【クラスタ特徴】

A（高感度消費者）は全体的に高め。

B（日常エンジョイ志向）は「高級感がある」などが目立つ一方で、「産直品・特産品」「添加物が少ない・不使用」が目立って低い。

### 【とくべつなもの】

・「高級感がある」「旬のもの」が上位。

・「旬のもの」「産直品・特産品」「新鮮・とれたて」などは年代とともに上がっている。

### 【クラスタ特徴】

A（高感度消費者）は「産直品・特産品」「高級食材」「老舗や信頼できるブランド」「新鮮・とれたて」などが他のクラスタよりも目立って高い。

B（日常エンジョイ志向）は「産直品・特産品」「添加物が少ない・不使用」が低くなっている。

【ちょっといいもの】 【とくべつなもの】では「旬なもの」を選ぶ人が多い結果。高年齢層は「旬のもの」「産直品」「新鮮・とれたて」を選びがちな一方、低年齢層はそれよりも「高級」といった点を気にしている。

【クラスタ特徴】 B（日常エンジョイ志向）は普段も含め、産地や添加物にこだわりがない様子が見て取れた。

# 総合報告

## 5. 購入タイミング

### 【ちょっといいもの】

- ・「プチ贅沢をしたいとき」が最も高い。
- ・「プチ贅沢をしたいとき」は、年齢が低いほど高い傾向。

### 【クラスタ特徴】

A(高感度消費者)は、全体的に高く、特に「旬のものを楽しみたいとき」が他のクラスタよりも目立って高い。

### 【とくべつなもの】

- ・「贅沢したいとき」が最も多い。

【ちょっといいもの】 【とくべつなもの】 とも、**行事やお祝いなどではなく『贅沢したい』**という気分での消費の方が高い結果となっている。

## 6. 購入するもの

### 【ちょっといいもの】

- ・「和菓子や洋菓子などのスイーツ」が最も多く、「牛肉などの肉類」「野菜・果物」「魚介類」が続く。
- ・55-64歳は、「魚介類」が他の年代よりも高い。

【クラスタ特徴】 A(高感度消費者)は、全般的に他のクラスタよりも高めの傾向で、特に「魚介類」の高さが目立つ。

### 【とくべつなもの】

- ・「和菓子や洋菓子などのスイーツ」が最も多く、次いで「牛肉などの肉類」「野菜・果物」「魚介類」が続く。
- ・45歳以上で「野菜・果物」「魚介類」が高い

### 【クラスタ特徴】

A(高感度消費者)は、特に「野菜・果物」「魚介類」においてその高さが顕著に見られる。

【ちょっといいもの】 【とくべつなもの】 の購入品の傾向は似通っている。

# 総合報告

## 7. 十勝について

### 【魅力のある食品】

- ・北海道では、「チーズ、ヨーグルトなどの乳製品」と「魚介類」が特に高く、「和菓子や洋菓子などのスイーツ」や「野菜・果物」なども上位となった。
- ・十勝に関しては、「チーズ、ヨーグルトなどの乳製品」が非常に高く、2位以下の「和菓子や洋菓子などのスイーツ」や「牛肉などの肉類」とは差が大きい。また、北海道で上位に上がった「魚介類」も十勝では低い。

### 【「十勝の食品」の購入経験】

- ・十勝で魅力として高かった「チーズ、ヨーグルトなどの乳製品」がやはり高い結果となっており、『十勝の食品は乳製品』という印象を強く持たれている様子。

### 【「十勝の食品」の購入きっかけ】

- ・「店頭で見かけてなんとなく食べたいと思った」「食べてみて美味しかった」が3~4割で上位。「ちょっといいもの・美味しいものを食べたいと思った」は約2割にとどまった。

### 【クラスタ特徴】

A(高感度消費者)とD(食の安心志向)は「食べてみて～」が他のクラスタより目立って高い。また、Dは「店頭で見て～」が低い。

### 【十勝地方に対するイメージ】

- ・「乳製品が美味しい」や「自然環境が豊か、景観が良い」「スケールが大きい」などが高い。
- ・25-34歳は、「自然環境が豊か、景観が良い」といったイメージが低い。

### 【十勝の食品の紹介フレーズ】

- ・「大自然の中で育てられた濃い味の野菜」や「新鮮で濃厚な生乳を使用した」「自然の恵みに育まれた甘みの強い野菜」などが高い評価。
- ・十勝については、乳製品や豊かな自然とその自然の恵みなどが魅力として印象づいている。
- ・魚介類など「海」のイメージは低め。

# 総合報告・提言

食品の商品企画、マーケティング計画にあたっては、購入対象がどんな人たちであるかを、関係者で共有することが欠かせません。本調査では、食に対する価値観について28項目の質問を行い、首都圏エリアの女性消費者を次の4つのクラスタに分類しました。ここでは、このクラスタを軸に、本資料を役立てるポイントについてご紹介し、総括とさせていただきます。

## クラスタから市場を読む

- A) 食を生活の中のメリハリとして大いに楽しむ「高感度消費者」。  
彼女たちが一流と認めれば、**ハイクラス商品のポジション**を得られる可能性が高まります。



- B) 情報指向で動くのが早い「日常エンジョイ」。面白い店頭情報がシェアされやすい、若年層の多いクラスタ。  
**トレンドの導火線**としても注目したい。



- C) 効率的に計画的に買い物をする「価格時短重視」。  
価格帯・品質共に安定的に受け入れられれば、**定番として長く購入**してもらえる可能性があります。



- D) ボリュームは少ないが**価値軸が明確**な「食の安心志向」。  
安全性についての実績と評判が取れば、長いおつきあいが可能。特に、若年層にも多いキャラクターなので、長い関係を意識することは重要です。



# 総合報告・提言

## 【情報源】

- 「D食の安心志向」では、特に公式サイトやSNSでのオフィシャルな情報提供が重要です。
- 「A高感度消費者」から関心を得るには、口コミになるような情報をどう作っていくかがポイントです。

## 【購入場所】

- 「A高感度消費者」だけが「ちょっといいスーパー」などハイクラスゾーンのチャンネル利用者が多く、この市場に参入していくためには重要なターゲットとチャンネルの組み合わせです。
- 他のクラスターについては、一般的なスーパーマーケットのウエイトが高く、スーパー内のどこにポジションするかが重要になります。

## 【チェックポイント】

- 「D食の安心志向」では、半数以上が添加物のチェックを行います。

## 【いいもの・特別なもの】

- 「A高感度消費者」では、全体として見ても「気分」や「季節」などをきっかけに購入されることが多く、積極的に気づいてもらうことが重要です。

## 【十勝の魅力的に感じる食品】

- 全般的に「乳製品」については、北海道全体に比べて高く、野菜は比較的低め、魚介類は著しく低い状態です。まだまだ、十勝の新しい顔を作っていく余白は多くあると考えてはいかがでしょうか？

上記は、この報告書の一つの読み方の例です。購入者の顔や行動、気持ちを想像しながら商品開発を進めたり、販売戦略を立てていくことは、売上の向上につながっていきます。本資料をぜひご活用ください。

## 設問項目・設問文

調査票は別添資料を参照してください。

# 本調査・調査項目 1

---

## 食品の買い物についてお伺いします。

### ▶食品の情報源

- あなたは食品（食材、調味料、総菜、スイーツなど）について、どのようなところから情報を得ていますか？（MA）

### ▶食品や買い物に関する価値観

- あなたの食品の選び方や買い方について、直観的に当てはまると思うものを全てお選びください。（MA）

## 日常の食品についてお伺いします。

### ▶予算

- 日常の食品購入についてお伺いします。1回あたりの買い物の予算はどのくらいのことが多いですか？最も多い場合を一つお選びください。（SA）

### ▶チェックする項目

- 日常の食品購入についてお伺いします。食品を購入する際にチェックする項目は何ですか？（MA）

## 「ちょっといいもの（食品）」についてお伺いします。

※「ちょっといいもの」とは、多少価格が高くて美味しいものや、産地・メーカーなどにこだわった食品、とお考えください。

### ▶「ちょっといいもの」購入のタイミング

- あなたが「ちょっといいもの」を購入するのはどんな時ですか？（MA）

### ▶「ちょっといいもの」購入場所

- あなたが「ちょっといいもの」を購入するのはどちらですか？当てはまるものを全てお選びください。（MA）

### ▶「ちょっといいもの」購入内容

- あなたが購入する「ちょっといいもの」はどんなものですか？当てはまるものを全てお選びください。（MA）

### ▶「ちょっといいもの」購入ポイント

- あなたが「ちょっといいもの」を購入する際に、選ぶポイントは何ですか？当てはまるものを全てお選びください。（MA）

### ▶「ちょっといいもの」の価格感

- あなたが「ちょっといいもの」を購入する際のおおよその購入限度額は、通常価格と比較してどの程度でしょうか？（SA）

# 本調査・調査項目2

---

## 「とくべつなもの（食品）」についてお伺いします。

※「とくべつなもの」とは、いつもより奮発して購入するものなど「自分が高級と感じる」食品、とお考えください。

- ▶ 「とくべつなもの」購入のタイミング
  - あなたが「とくべつなもの」を購入するのはどんな時ですか？（MA）
- ▶ 「とくべつなもの」の購入場所
  - あなたが「とくべつなもの」を購入する場所はどこですか？当てはまるものを全てお選びください。（MA）
- ▶ 「とくべつなもの」の購入内容
  - あなたが購入する「とくべつなもの」はどんなものですか？当てはまるものを全てお選びください。（MA）
- ▶ 「とくべつなもの」の目安価格
  - あなたが「とくべつなもの」を購入する際の目安価格はどのくらいですか？（SA）
- ▶ 「とくべつなもの」の購入ポイント
  - あなたが「とくべつなもの」を購入する際に、選ぶポイントは何ですか？当てはまるものを全てお選びください。（MA）

## 北海道や十勝の食品についてお伺いします。

- ▶ 「北海道の食品」「十勝の食品」の種類
  - 「北海道の食品」と言われて魅力を感じるものはどれですか？以下の中から当てはまるものを全てお選びください。（MA）
- ▶ 十勝に持っているイメージ
  - 【十勝地方】について、どのようなイメージがありますか？当てはまるものを全てお選びください。（MA）
- ▶ 「十勝の食品」の種類
  - 「十勝の食品」と言われて魅力を感じるものはどれですか？以下の中から当てはまるものを全てお選びください。（MA）
- ▶ 「十勝の食品」の魅力を感じる訴求▶アピールポイント
  - 「十勝の食品」について、どのように紹介されたら、魅力的に感じて「食べてみたい」「買ってみたい」と思いますか？当てはまるものを全てお選びください。（MA）

# 本調査・調査項目3

---

十勝の食品についてお伺いします。

- ▶ 「十勝の食品」で購入経験があるもの
  - 「十勝の食品」で購入した経験があるものを全てお選びください (MA)
- ▶ 「十勝の食品」の購入きっかけ (購入者のみ)
  - 「十勝の食品」を、購入したきっかけについて当てはまるものを全てお選びください。 (MA)