

2019年実施「愛川町在住者の買い物実態並びに買い物嗜好調査」報告書

2020年1月7日

愛甲商工会

目次

1. 調査の目的
2. 調査の目標
3. 調査書の決定と調査
 - ・ 調査対象と場所
 - ・ 調査期間
 - ・ 調査風景と調査書
4. 調査結果の報告にあたって
5. 調査結果の報告（購買場所傾向）
 - 1) 愛川町在住回答者全体の購買場所傾向について
 - 2) 愛川町在住男性の購買場所傾向について
 - 3) 愛川町在住女性の購買場所傾向について
 - 4) 愛川町在住 50 歳以上の購買場所傾向について
 - 5) 愛川町在住 50 歳未満の購買場所傾向について
 - 6) 愛川町以外在住者との購買場所傾向の相違について
 - 7) 購買場所傾向等を踏まえた個社の取り組みの方向性
6. 調査結果の報告（購買嗜好）
 - 1) 愛川町居住者のスイーツの好みから俯瞰した購買嗜好
 - 2) 愛川町居住者の鮮魚の好みから俯瞰した購買嗜好
 - 3) 愛川町居住者の野菜の好みから俯瞰した購買嗜好
 - 4) 愛川町居住者の果物の好みから俯瞰した購買嗜好
 - 5) 愛川町居住者の家電の好みから俯瞰した購買嗜好
 - 6) 愛川町居住者の色の好みから俯瞰した購買嗜好
 - 7) 愛川町外に居住している方の購買嗜好
7. 本調査結果の販路開拓取組での活用の仕方
 - 1) 商品やサービス開発での利用法
 - 2) 競合分析や状況確認での利用法
 - 3) 広告宣伝（配布チラシ作成や web 広告）への活用法
 - 4) 専門店化実現への利用法
8. 調査に関するお問合せ先

1. 調査の目的

愛甲商工会管内に居住する方々の主たる移動手段は「車」である。一方、愛川町外や清川村外からの流入者（交流人口）の主たる交通手段は「車」である。このような背景の中、愛甲商工会管内の事業者は、『どのような方向性でアプローチしていけば、効果的で効率的な集客が叶うのか』といった情報の収集が必要になる。

本調査は、これら事業者が「車」利用者等々を、顧客として囲い込むヒントを得るため実施するものである。

1. 調査の目標

調査の目標は主に以下の3点である。

- ・愛川町や清川村の「対消費者向け事業」を行う方々に、愛川町在住の方々の買い物傾向や嗜好を共有することである。
- ・交流人口が愛川町や清川村の「対消費者向け事業」を行う方々に、「お金」を落とすアイデアを提供することである。
- ・新たな事業（新商品開発や、新たな品揃え等）を実施する際の着眼点を、個社に情報提供することである。

3. 調査書の決定と調査

・調査対象と場所

愛甲商工会 管内（事業所フェア）

住所：〒243-0301 神奈川県愛甲郡愛川町角田 104-4

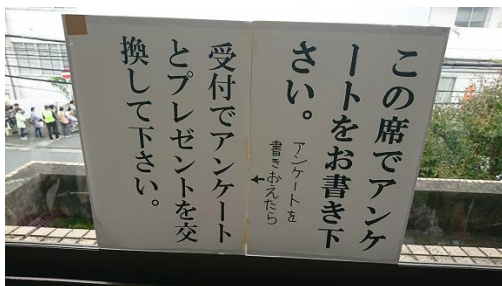
：同施設の2階にて、事業所フェア来場者を対象に調査を実施

・調査期間

2019年10月20日

・調査風景と調査書

《調査風景》



《調査書の内容》

質問①		性別			男性		女性		
質問②		年齢		20歳未満		20歳以上30歳未満		30歳以上40歳未満	
40歳以上50歳未満		50歳以上60歳未満		60歳以上70歳未満		70歳以上		特別項目(小学生未満)	
質問③	居住地	愛川町	清川村	ほか相模原市	町田市	八王子市	厚木市		
伊勢原市	座間市	大和市	海老名市	秦野市	山北町	大和市	その他		
質問④	外食の主なエリア	愛川町	清川村	ほか相模原市	町田市	八王子市			
直近3回の外食を思い出し、外食した地域を全て選んでください。		厚木市	伊勢原市	座間市	大和市	海老名市			
		秦野市	山北町	立川市	日野市	横浜市			
		その他地域 ()							
質問⑤	食料品の買い物場所	生協等宅配(自宅)	愛川町	清川村	ほか相模原市	町田市			
直近3回の食料品の買い物を思い出し、買い物した場所について当てはまるものを全て選んでください。		八王子市	厚木市	伊勢原市	座間市	大和市			
		海老名市	秦野市	山北町	立川市	日野市			
		横浜市	その他地域 ()						
質問⑥	日用品の買い物場所	生協等宅配(自宅)	愛川町	清川村	ほか相模原市	町田市			
直近3回の日用品(*)の買い物を思い出し、買い物した場所について当てはまるものを全て選んでください。		八王子市	厚木市	伊勢原市	座間市	大和市			
		海老名市	秦野市	山北町	立川市	日野市			
		横浜市	その他地域 ()						
(*)日用品:衣類、寝具のぞく食料品以外のもの									
以下の問いについて、好みの順に1位~5位の順位付けをしてください									
質問⑦	スイーツの好み	ショートケーキ	モンブラン	御手洗団子	フルーツゼリー	プリン			
5種のスイーツ									
質問⑧	鮮魚の好み	マグロ	サンマ	ウナギ	アジ	サバ			
5種の鮮魚									
質問⑨	野菜の好み	春菊	玉ねぎ	トウモロコシ	サツマイモ	かぼちゃ			
5種の野菜									
質問⑩	果物の好み	いちご	バナナ	梨	みかん	りんご			
5種の果物									
質問⑪	家電の好み	ホットプレート	コーヒーメーカー	テレビ	冷蔵庫	携帯電話			
5種の家電									
以下の問いについて、好みの順に1位~10位の順位付けをしてください									
質問⑫	色の好み	青色	緑	黄色	赤色	橙色			
10種の色									
		白色	紫色	黒色	灰色	金色			

4. 調査結果の報告にあたって

計 360 名の有効回答を得た。調査書の質問①から③については基本的な属性を確認しており、質問④⑤⑥は、買い物傾向を確認した。また、質問⑦⑧⑨⑩については、主成分分析を前提に、消費者の嗜好を判断するものであった。

ここで表現している「嗜好」とは、例えばデザートの場合、概ね下表の内容に集約される。これは調査設計時に、男女計 40 名（50 歳未満男性、50 歳以上男性、50 歳未満女性、50 歳以上女性、各 10 名ずつ）に、スイーツの特長を「言葉」で、可能な限り、表現してもらったものである。また、楽天等のインターネットショッピングサイトで、売れ筋上位 30 軒のショップを参考に、これらショップが、商品の PR に活用する「表現 ≡ 嗜好」と「相違」が無いかも合わせて確認した。結果、男女計 40 名の嗜好が、web を中心としたマーケットと乖離していないことが前提に出来た。

味覚・食味	臭覚	食感	視覚	情報（知識・経験）
甘い	香ばしい	ひんやり	たっぷり・盛りたくさん	旬・季節限定
酸っぱい	華やか	あつあつ	ワンポイント	地域性・産地
濃厚	爽やか	ふわふわ・ふんわり	彩り・カラフル	新鮮・食べごろ
さっぱり	芳醇な	もちもち	涼やか	健康・ヘルシー
フレッシュ	濃厚な	サクサク・サクッリ	清涼感	低糖質（甘さ控えめ）
クリーミー	ふくよか	ザクザク・ザックリ	こんがり（焼き色・焼き目）	ビタミン
ほのかに甘い	ハーブ	シャリシャリ	つややか	美容
ほろ苦い	ほのか	ふわトロ～	個性的	体に優しい
甘酸っぱい	風味豊か	しっとり	みずみずしい	無添加
あっさり	清涼感	ツルリとした	大きい	プレミアム
まろやか	かんきつ	プルン	小さい	焼きたて
マイルド	甘そう	口溶けの良い	ふっくら	完熟
ミルクィ		とろける	透明感	秘伝
コクがある		みずみずしい	とろ～り	昔ながらの
渋味		きめ細かい	やわらかい	とれたて
上品		軽い	固い	手の込んだ
すっきり		とろ～り	フレッシュ	有名な
野性的		ホロホロ	風流	流行りの
シンプル		ほろっと	ジューシー	国産の
フルーティー		切れのある	季節感	栄養
深みのある		バリバリ	まるい	
リッチ		シャキシャキ	しっとり	
香ばしい		あっさり		
繊細		さっぱり		
素朴		滑らか		
スパイシー		プチプチ		
豊か		ブリッとした		
和の		ホクホク		
甘さ控えめ		やわらかい		
		固い		
		舌触りのよい		
		ふっくら		
		口に広がる		
		サラッとした		
		じゅわっ		
		ジューシー		
		サクふわ		

(デザート嗜好の表現の集計)

上記の表現の中から、今回質問項目に掲げたショートケーキ、モンブラン、御手洗団子、フルーツゼリー、プリンについて、嗜好を種々ピックアップし、先の40名の方の最頻表現を整理したものが下表になる。

	ショートケーキ	モンブラン	御手洗団子	フルーツゼリー	プリン
全体	濃厚	香ばしい	もっちり	ひんやり	濃厚
	ふんわり・ふわふわ	しっとり	香ばしい	みずみずしい	クリーミー
	フレッシュ	クリーミー	素朴な	ぶるんぶるん	とろり
	しっとり	サクサク	焼きたて	のどごし	ふわふわ
50歳以上	甘い	甘い	甘ささっぱり	彩り	甘い
50歳未満	甘さ控えめ	甘さ控えめ	甘さ控えめ	カラフル	甘さ控えめ

(デザートにおける男女計40名の最頻表現)

同様に、鮮魚、野菜、果物、家電、について整理したものが下表である。上記デザートと合わせて、これらの表現は、主成分分析の嗜好の整理として活用していく。

	マグロ	サンマ	ウナギ	アジ	サバ
全体	上品な脂	脂ののった	柔らか	ふっくら	新鮮な
	とろり	程よい苦味	ぶりぶり	歯ごたえ	さっぱりとした
	ふくよかな	香ばしい	ふっくら	香ばしい	ほのかな脂
	ほのかな甘み	旬の	サクッと	脂ののった	あっさりとした
50歳以上	口どけが良い		淡白な	程よい塩つけ	
50歳未満			程よい甘さ		

(鮮魚における男女計40名の最頻表現)

	春菊	玉ねぎ	トウモロコシ	サツマイモ	かぼちゃ
全体	ほろ苦い	独特の香り	シャキシャキ	ホクホク	ホクホク
	爽やか	ほのかな甘み	甘い	ねっとり	上品な甘み
	独特の香り	ほのかな苦味	プチプチ	甘い	コクがある
	程よい雑味	みずみずしい	みずみずしい	あったかい	ねっとり
50歳以上	身体に良さそう	身体に良さそう	つややか		
50歳未満	身体に良さそう	身体に良さそう	香ばしい	上品な甘み	

(野菜における男女計40名の最頻表現)

	いちご	バナナ	梨	みかん	りんご
全体	芳香な	もっちり	みずみずしい	芳香な	シャキシャキ
	ジューシーな	南国の香り	しゃりしゃり	ジューシー	芳香な
	適度の酸味	コクがある	程よい甘さ	みずみずしい	ほのかな甘み
	程よい甘さ	程よい甘さ	優しい酸味	爽やか	ほのかな酸味
50歳以上		口どけが良い	果汁が多い	甘い	
50歳未満		身体に良さそう	ジューシー	さっぱり	身体に良さそう

(果物における男女計40名の最頻表現)

家電については、下表のように男女計40名の「購買時の求める要求」を嗜好として掲げ、この分類で消費者の好みを判断していくこととした。

	ホットプレート	コーヒーメーカー	テレビ	冷蔵庫	携帯電話
全体	効率化要求	専門性要求	娯楽性要求	無駄なく(保存性)要求	コミュニケーション要求
	簡便化要求	くつろぎ・やすらぎ要求	ながら消費要求	多機能要求	ながら消費要求
	コミュニケーション	本格的な要求	情報の正確性要求	専門性要求	娯楽性要求
	多機能要求	質沢要求		収納性要求	情報のオリジナリティ要求
					肌身離さず(携行)要求

(家電における男女計40名の最頻表現)

色については、色彩心理学から引用して、男女計40名の方に「相応しい言葉」を連想して発言いただき、最頻表現を下表のように設定して、分析を試みた。

	青色	緑色	黄色	赤色	橙色
全体	冷淡	穏やか	明るい	情熱	あたたかい
	保守的	安らぎ	楽しい	活動的	明るい
	誠実	健康	目立つ	積極的	楽しい
	知性	落ち着き	躍動	愛情	華やか

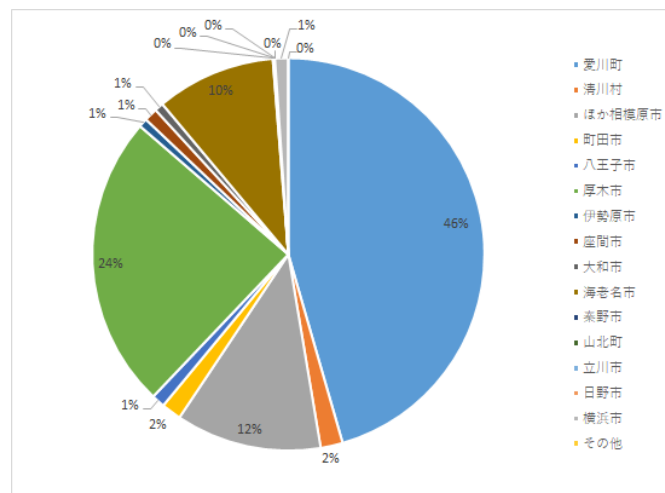
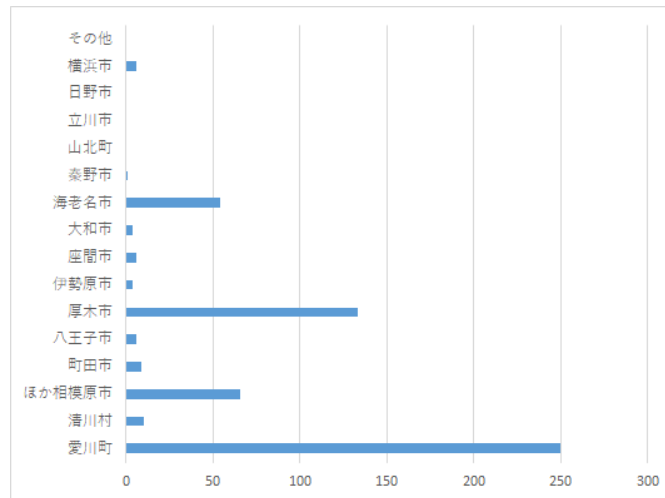
	白色	紫色	黒色	灰色	金色
全体	清潔	芸術的		洗練されている	豊かさ
	純粹	上品・優雅	上品・優雅	目立ちたくない	輝き
	完璧	希少な	希少な	謙虚	豪華
	新しい	個性的	個性的	都会的	名声

(色における男女計40名の最頻表現)

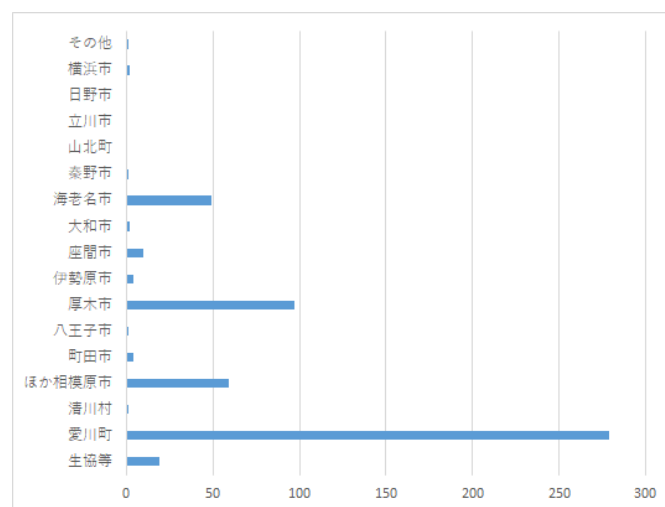
5. 調査結果の報告（購買場所傾向）

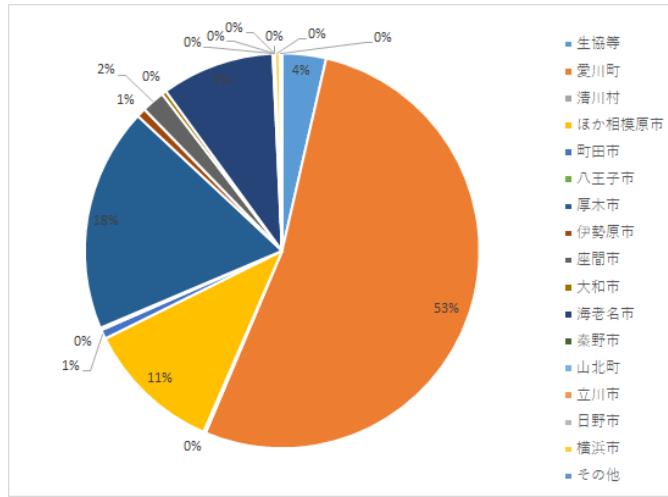
1) 愛川町在住回答者全体の購買場所傾向について

《外食場所》

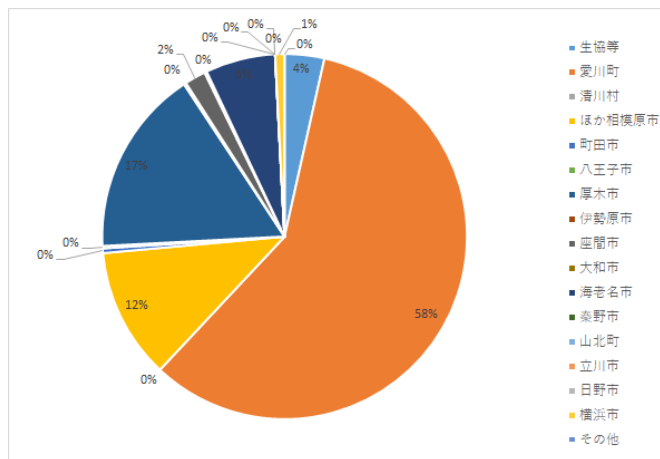
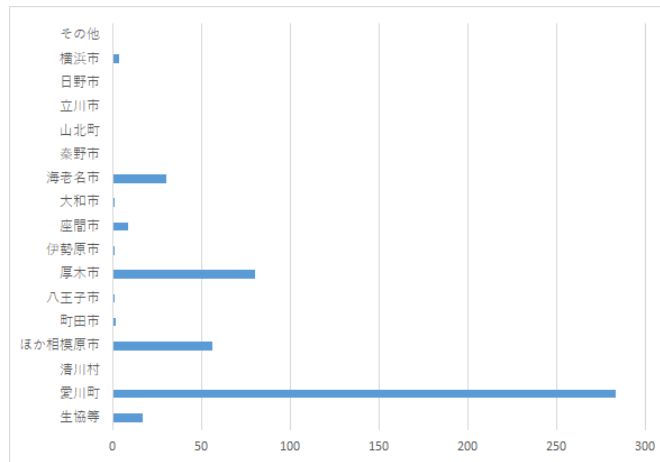


《食料品の買い物場所》





《日用品の買い物場所》

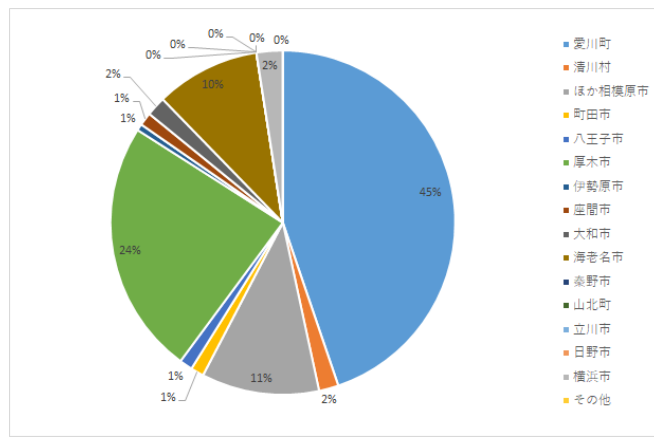
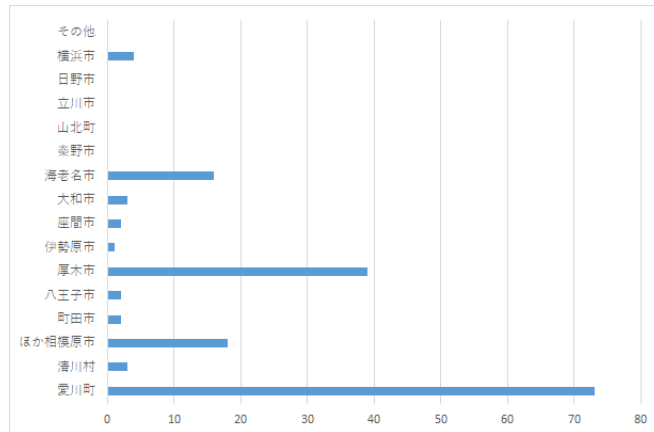


総括

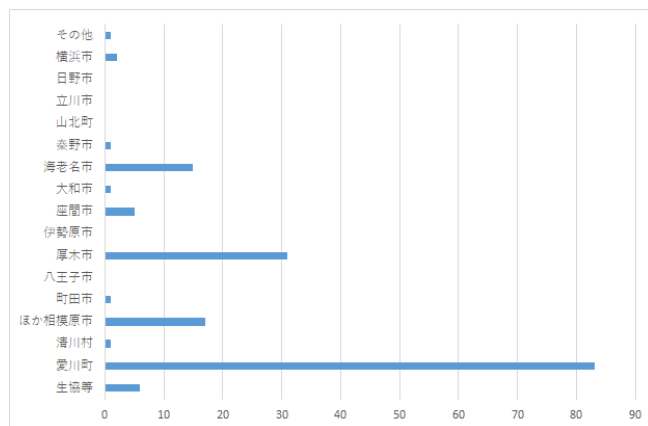
外食場所、食料品の買い物場所、日用品の買い物場所に「際立つ差」は見当たらなかった。意外にも愛川町内を主に選択する消費者が多く、次いで厚木市、ほか相模原市、海老名市で充足している傾向である。調査当日に数人との会話を試みたが、概ね外食の際に、ついでに食料品や日用品の「1週間程度の必要量」の買い物を済ませることが多いようで、外食を町内に食い止めることが、購買流出のカギになりそうである。なお、これらの町外流出の買い物先は、量販店、カテゴリーキラーがほとんどのようである。

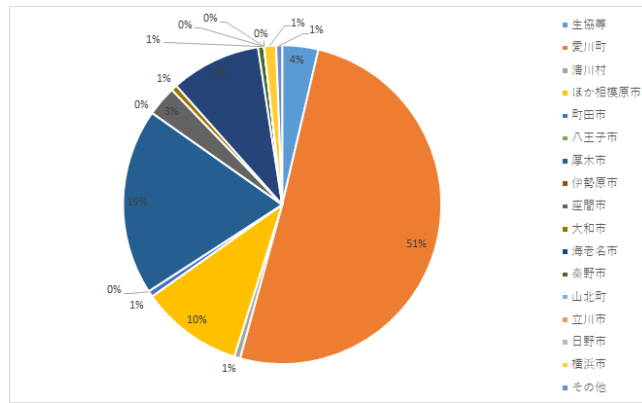
2) 愛川町在住男性の購買場所傾向について

《 外食場所 》

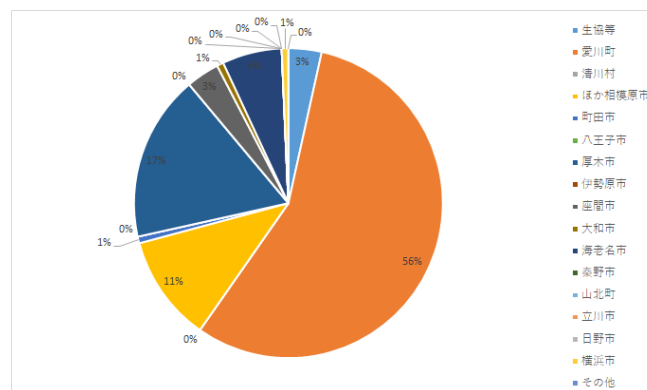
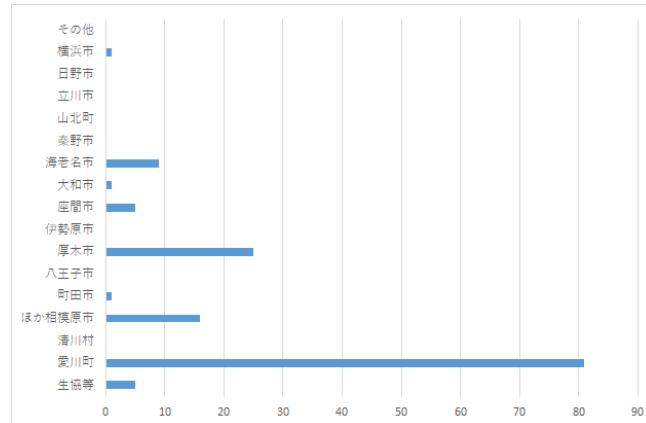


《 食料品の買い物場所 》





《日用品の買い物場所》



総括

一般的な2次データでは、男性は女性に比べ、外出頻度が高い(仕事の出先等)ため、居住地以外での消費が際立つ。しかしながら、愛川町在住の男性は、女性と大差ない消費地等であった。当日回答者の複数人に、立ち話でヒアリングを行った結果、外出は「可能な限り、家族全員で出掛ける」ことが多い傾向のため、女性と大差ない消費地傾向になっていると予想できる。