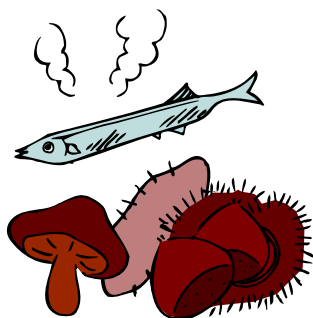


52週の
MD研究

秋の味覚 2011'



日本マーケティング研究所グループ
株式会社マーケティング・コミュニケーションズ
URL: <http://www.mcto.co.jp>
Email: support@mcto.co.jp

「52週のMD研究」では主要なイベントの際に、ショッパー（店頭での購買者）は何をどんな理由で買ったのか、また、店頭ではどんなMDで訴求したのかをまとめています。今回は「秋の味覚」です。皆さんはどんな食べ物に秋を感じるのでしょうか？また店頭ではどのような訴求が見られたのでしょうか？

調査結果のポイント

秋の味覚として
食べたいものは？

おやつ一番人気の「栗」は女性の、
食材一番人気の「秋刀魚」は
男性の支持が高い！

印象に残った
売り方は？

秋を感じさせる売り場作りや
レシピ提案が有効！

新商品は？

スイーツを中心に
季節限定商品が目白押し

調査概要

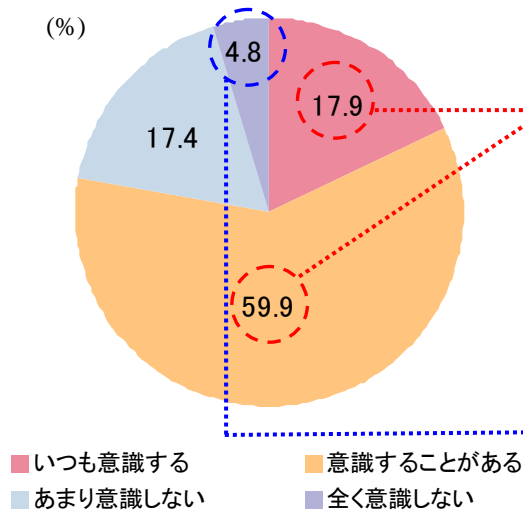
調査対象：
弊社管理オピネット会員
「オピネット URL：<http://www.opi-net.com>」

調査期間：2011年10月27日～11月3日
調査方法：インターネット調査

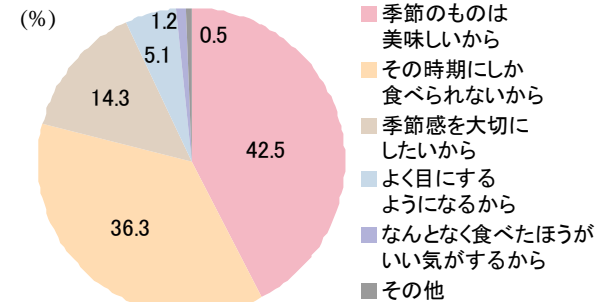
	タイトル
回収数	3,901人
調査内容	①食べ物を選ぶとき旬を意識する？ ②秋の味覚としてイメージするのは？ ③秋の味覚を食べ始める時期はいつ頃？ ④秋の味覚として食べたいものは？ ⑤秋の味覚の売り方で印象に残ったものは？

アンケート編

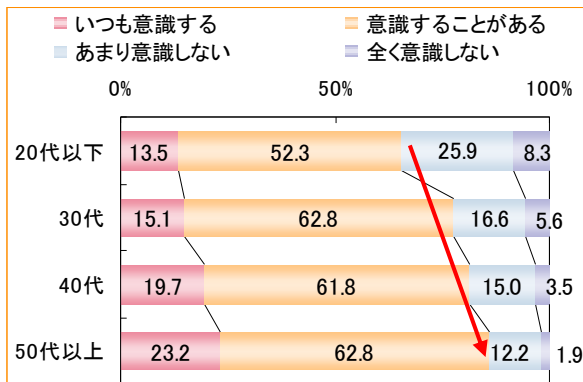
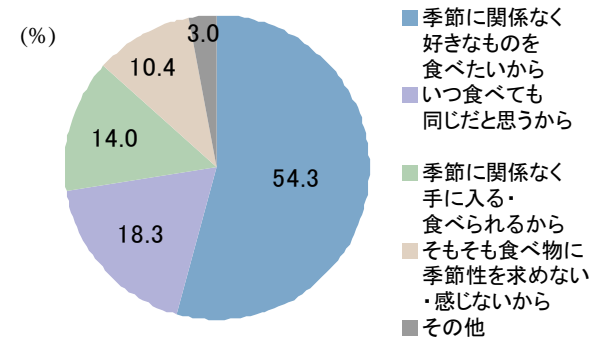
Q1.この時期、食べ物を選ぶとき、季節や旬を意識することはありますか？[単数回答]



Q1-2.意識するのはなぜですか？[単数回答]

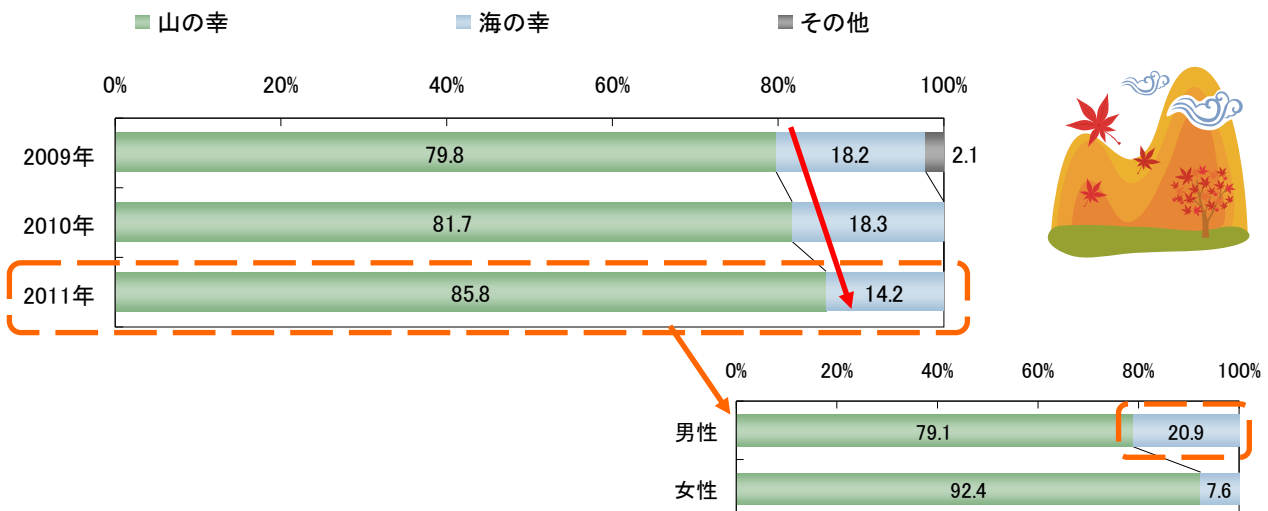


Q1-3.意識しないのはなぜですか？[単数回答]



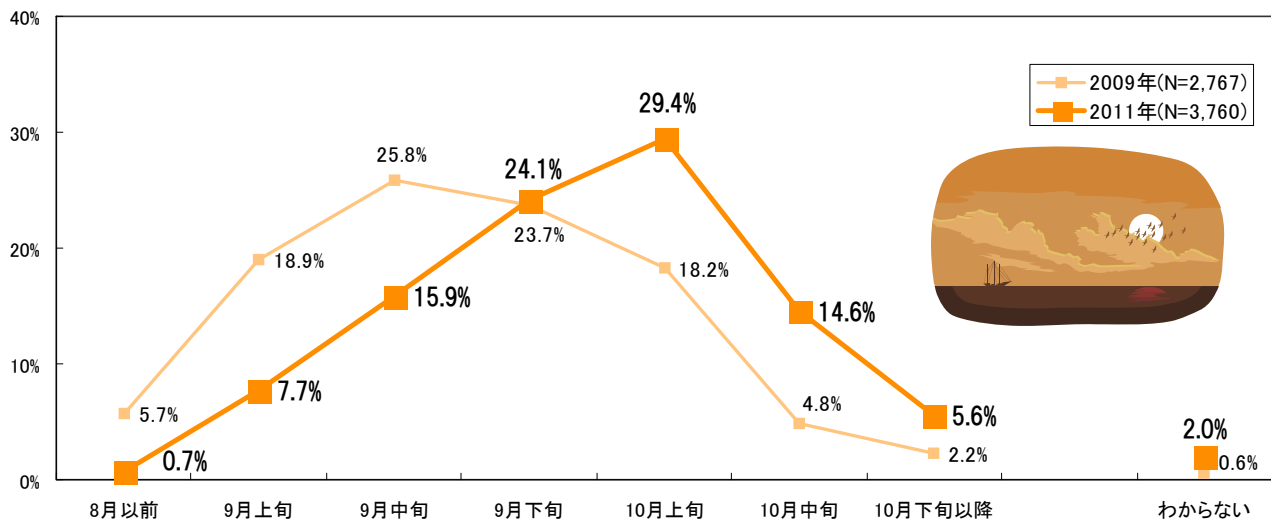
- ・78%の人が「いつも意識する」「意識することがある」と回答。
- ・意識する理由としては「季節のものは美味しいから」が最多で、意識しない理由としては「季節に関係なく好きなものを食べたいから」が最多。
- ・年代が高いほど「意識する」率が高くなっている。

Q2.秋の味覚といえばどちらをイメージしますか？[単数回答]



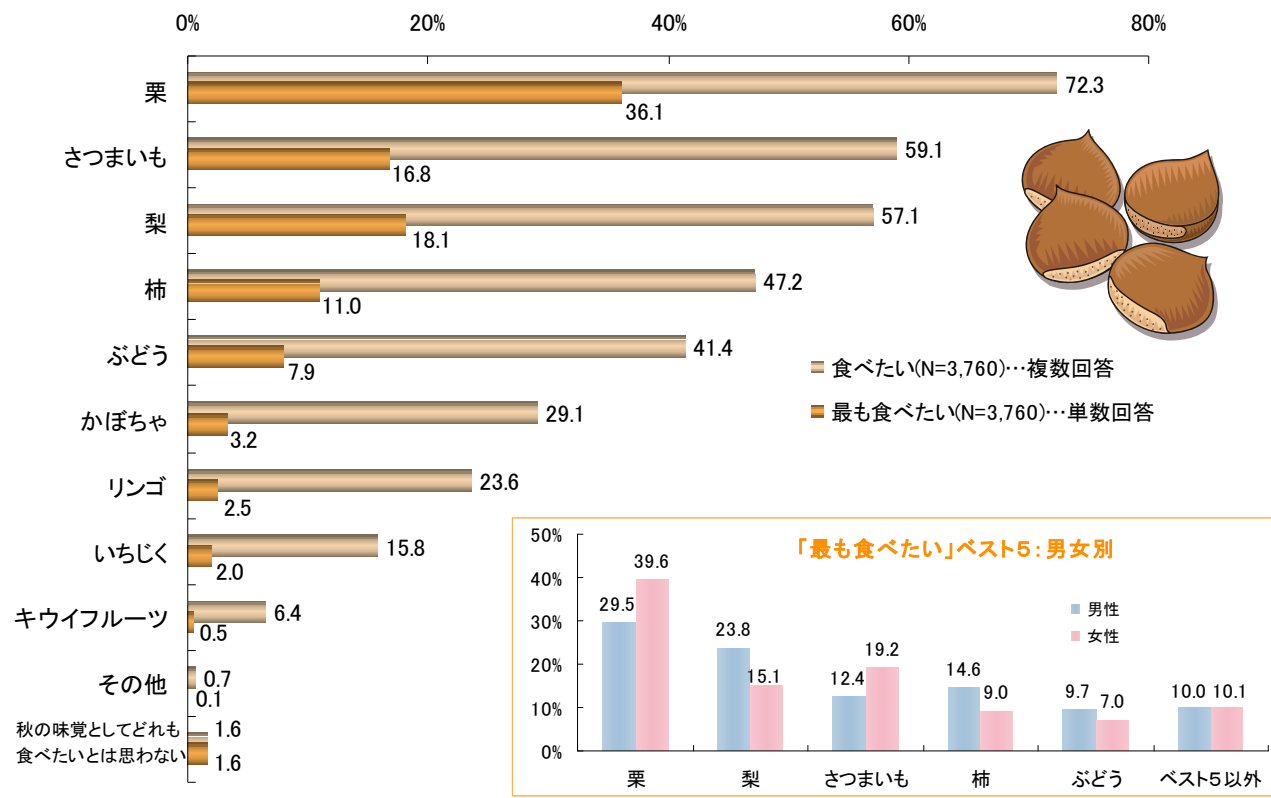
- ・年々「山の幸」の比率が高くなり、2011年には86%に達している。
- ・男女別に見ると、男性は「海の幸」率が21%と、8%の女性に比べると高い比率となっている。

Q3.秋の味覚を食べ始める時期としていつ頃をイメージしますか？[単数回答]



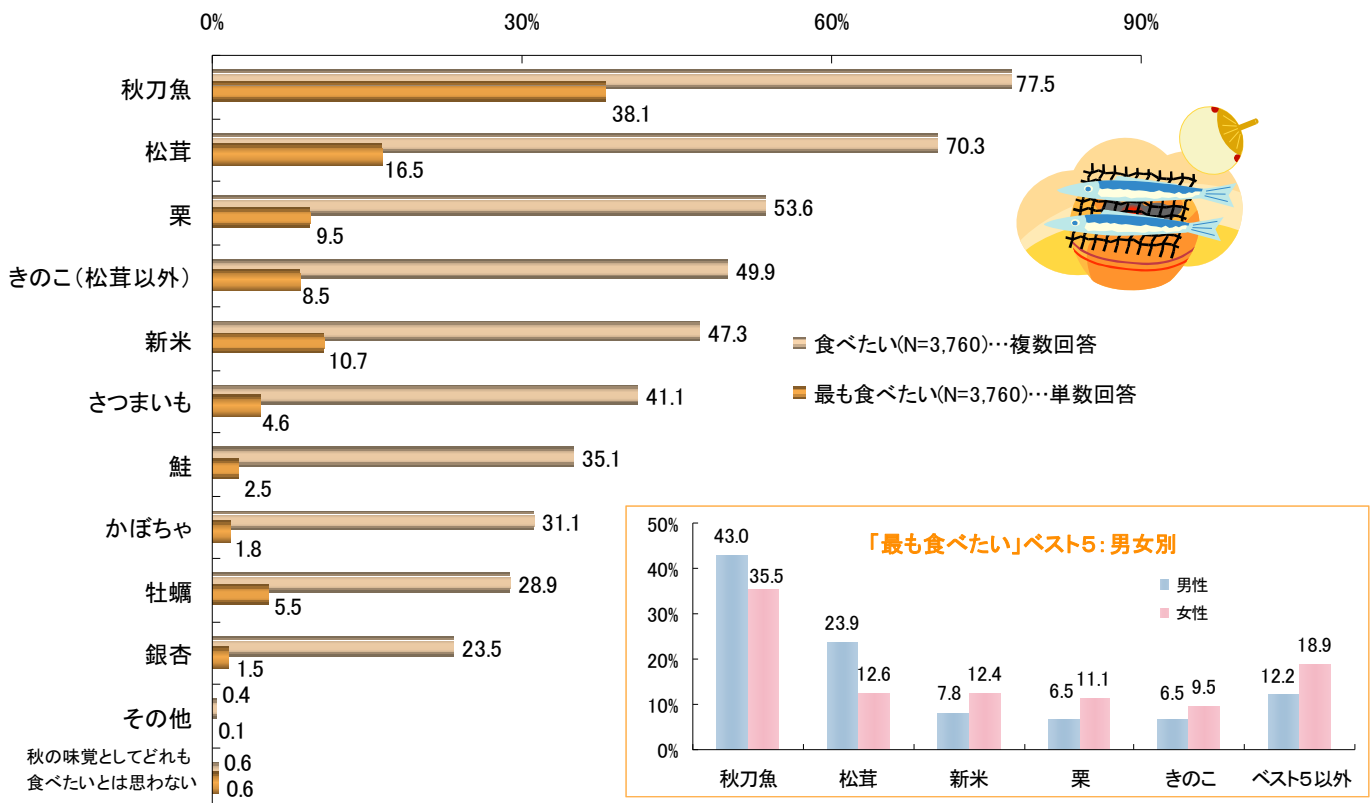
・最多は「10月上旬」で、その時期にかけて率が高くなっており、10月中旬以降では減少している。
 ・2009年のほうが時期が早いのは、9月の平均気温の差(全国平均気温偏差:2009年/-0.42、2011年/+0.95)が影響しているのではないかと考えられる。

Q4.秋の味覚として食べたいおやつは何ですか？[複数/単数回答]



・「食べたい」「最も食べたい」いずれも一番人気は「栗」で、「最も食べたい」では1/3が回答している。
 ・次いで「さつまいも」や「梨」が人気で、「柿」「ぶどう」がそれに続く。
 ・男女別で見ると、「栗」「さつまいも」は女性人気が高いが、「梨」「柿」「ぶどう」といった果物は男性人気が高い。

Q5.秋の味覚として食べたい、料理の食材はなんですか？[複数/単数回答]

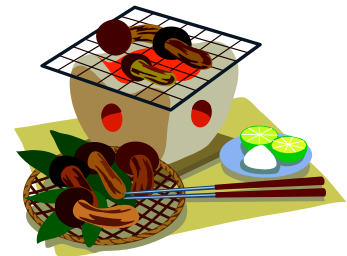


- ・「食べたい」「最も食べたい」いずれも一番人気は「秋刀魚」で、「最も食べたい」では4割近くが回答している。
- ・次いで「松茸」や「きのこ」が人気だが、「最も食べたい」では「新米」が松茸に次いで3番人気となっている。
- ・男女別では「秋刀魚」はいずれにも人気だが、「松茸」は男性、「新米」は女性の人気が高い。

Q6.「秋の味覚」の売り方で印象に残ったものはなんですか？[自由回答]

秋刀魚

- ・レシピを一緒に配っていたので、塩焼きばかりではなく料理の食材として使ってみようと思った。(40代女性)
- ・北海道から今日到着した秋刀魚であると店頭で連呼されているのを聞いて、新鮮そうだと感じた。(30代男性)
- ・横に大根おろしとすだちがディスプレイしてあると秋を感じ、美味しそうでつい買ってしまふ。(40代女性)
- ・ぬか漬けが売っていてうまそうだった。(40代男性)
- ・氷付けでレモンが浮かんでいたのにおいしそうに見えた。(30代女性)
- ・味噌が塗られ売られていておいしそうな香りがした。(20代男性)



松茸

- ・ただのパックではなく、松やヒノキの葉っぱが入っていて、緑色が足されてきれいだった。(40代女性)
- ・松の葉を敷いて売られているのが新鮮で美味しそうだった。(60代男性)
- ・隣に土瓶が売られていて、土瓶蒸しにして食べたいと思いました。(30代女性)
- ・シダの葉の上に乗せて置いてあった松茸がみずみずしそうで、遠くまで香りがしてきそうだった。(50代女性)

栗

- ・作られた栗ごはんの横に、いがの中から顔を出している茶色の外皮がついたままの栗が、緑の葉っぱと一緒においしそうに飾られていたので、つい買ってしまった。(50代女性)
- ・炊飯器で栗ご飯を炊いて、おにぎりにして試食をしていたのを見て美味しそうと思った。(30代女性)
- ・栗を使った多くの種類のケーキが売られているとき、選ぶ楽しさがあり印象に残っている。(30代男性)

店頭編

秋の味覚を使ったスイーツ



栗を使ったパニラケーキ(霧笛楼)

さつまいもなどの秋の味覚を楽しめるお菓子のコーナーがあり、季節感があると思った。(30代女性)



さつまいもキャラメル(森永製菓)

栗を使ったケーキなど、スイーツに目がいく。(50代女性)



イタリア栗のモンブランデザート(ハーゲンダッツ)

栗を使ったスイーツが並びだすと、「食べておかなきゃ!」と思う。(40代女性)



和梨ゼリー(ドンレミー)

梨のタルトの試食をして美味しかったのが印象に残った。(40代女性)



柿のパルフェ(ファミリーマート)

柿がいっぱい乗ったケーキを見て、絶対食べたいと思った。(20代女性)

その他 秋の味覚を使った商品



松茸 釜めしの素(丸美屋)

松茸が苦手だったが、ご飯と一緒に炊き込むだけでできる松茸ご飯の具材のセットに何となく魅かれて買って見たらとてもおいしかった。(30代女性)

ハロウィンが近く、かぼちゃ製品がたくさん出ていて印象に残った。(30代女性)



秋りんご/秋梨 チューハイ(サントリー)



まるごと野菜 冷製北海道かぼちゃのスープ(明治)

紅葉など秋をイメージさせるもので飾り付けられると印象に残る。(30代男性)

- ・栗や梨、柿などの果物はスイーツとして加工されたものも多数新商品が出ている。
- ・高級品である松茸も、お手頃な加工品として手を伸ばす、という声がある。
- ・飲料やスープなどは、スイーツや他の加工食品と比べ種類が少ないため、目立つ可能性がある。

マーケティング・コミュニケーションズのショッパー・リサーチサービス



適切なモニターをご用意いたします

- お客様の立場に立ち率直な意見を言えるモニター
鋭い視点を持ったモニターをご用意いたします。

トータルでのサポートをいたします

- お店の強みと課題がわかりやすい、報告書をご提案いたします。
- 店舗クリニックと合わせた、総合的なご提案を致します。

ミステリーショッパー

- 徹底的にサポート致します
- ショッパーの視点、専門家の視点からの改善案を提案いたします
- ショッパー・リサーチを基に、プランニングのご提案、実施のサポートを致します
- 改善点が一目瞭然な報告書をご用意いたします
- 課題解決に向けた実践的な店舗改善の店頭強化メニューを提案いたします



店舗クリニック

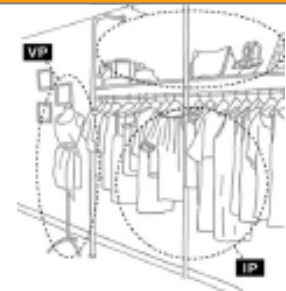
- ショッパーの視点、専門家の視点からの改善案を提案いたします

【お客様モニター】

- 覆面で来店。模擬購買など接客を受けて、診断項目に従って評価。
その評価に至った具体的な理由や印象など「生の声」も記入。

【専門家】

- お客様では評価の難しい、店舗環境やVMDなどの診断を項目に従い実施。



リサーチ&コンサルティング・サービス(RCS) 企画立案、調査から戦略提案、実施展開まで

Relationship

生活者、市場、クライアントとの“対話”と“絆”

Customize

“個別課題”に合わせた“最適解”をご提案

Satisfaction

企画から展開まで“一貫した”サービスにより“満足価値”を実現

Information

【会社概要】

- 商号 株式会社マーケティング・コミュニケーションズ
- 創業 1958年(日本マーケティング研究所グループ 略称JMR)
- 設立 1973年
- ホームページ 会社案内 <http://www.mcto.co.jp>
生活者サイト <http://www.opi-net.com>

- 個人情報の取り扱いについて
株式会社マーケティング・コミュニケーションズは
プライバシーマークを取得しています。



【レポートのお問い合わせ】

- 発行年月日: 2012年9月29日
- 編集・発行: 株式会社マーケティング・コミュニケーションズ
〒102-0094
東京都千代田区紀尾井町3-23
文藝春秋新館
TEL: 03-3222-4250 FAX: 03-3222-4258
URL: <http://www.mcto.co.jp>
<http://www.opi-net.com>
Email: support@mcto.co.jp
- 編集担当: 52週のMDチーム (担当: 前波)