

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4回

年齢別・クラスター別分析：
調査対象者の消費行動全般

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4回

数量化3類分析の結果

【本調査の分析内容について】

本調査では、回答者全体及び年齢別に特徴を探るとともに、数量化3類分析を利用した価値観クラスタ別にも分析を行っています。

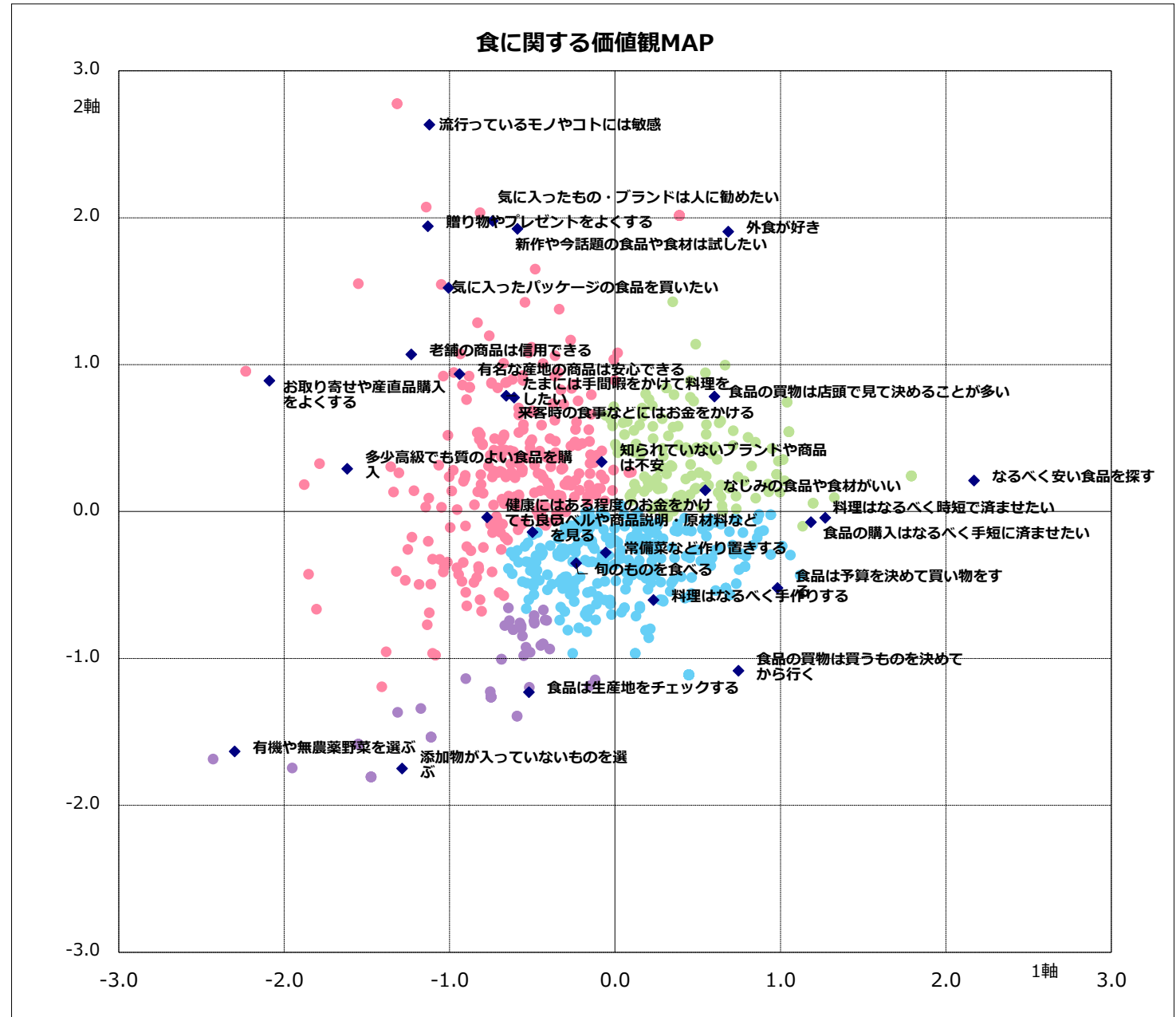
数量化3類分析は多変量解析の1つの手法です。

回答傾向が類似する人(同じような選択肢を選ぶ人)が隣り合うような、回答者と選択肢の順序を統計的な手法から計算し、優位性の高い順に2つの並び順をx軸y軸にして平面にプロットします。

このことにより、選択肢を選択する際の基本的な価値観や意識を読み取ることができるようになり、同時にどのような価値観に根ざした回答者なのかを、分類することができます。

今回の分析では、さらに回答者のクラスタ分析を行い、4つの集団に分類しています。右の図では丸い点が回答者を表しており、それぞれの丸い点の色はクラスタを示しています。

黒い文字は選択肢で、そのエリアにある丸い点(回答者)が選択する傾向の高い選択肢となります。



今回は「食に対する価値観」について28の選択肢を用意し、直観的に当てはまるものを全て選んでいただいた結果を元に数量化3類分析を行いました。

中央（縦軸0.0・横軸0.0）が最も平均的であり、プロットされた選択肢を見て、上下左右の意味合いを読み取ります。

まず、横軸方向を見ます。

右側には以下のような価値観が並びます。

- ・なるべく安い食品を探す
- ・料理はなるべく時短で済ませたい
- ・食品の購入はなるべく手短に済ませたい
- ・食品は予算を決めて買い物をする
- ・食品の買物は買うものを決めてから行く

左側には以下のような価値観が並びます。

- ・有機や無農薬野菜を選ぶ
- ・お取り寄せや産直品購入をよくする
- ・多少高級でも質のよい食品を購入
- ・添加物が入っていないものを選ぶ
- ・老舗の商品は信用できる

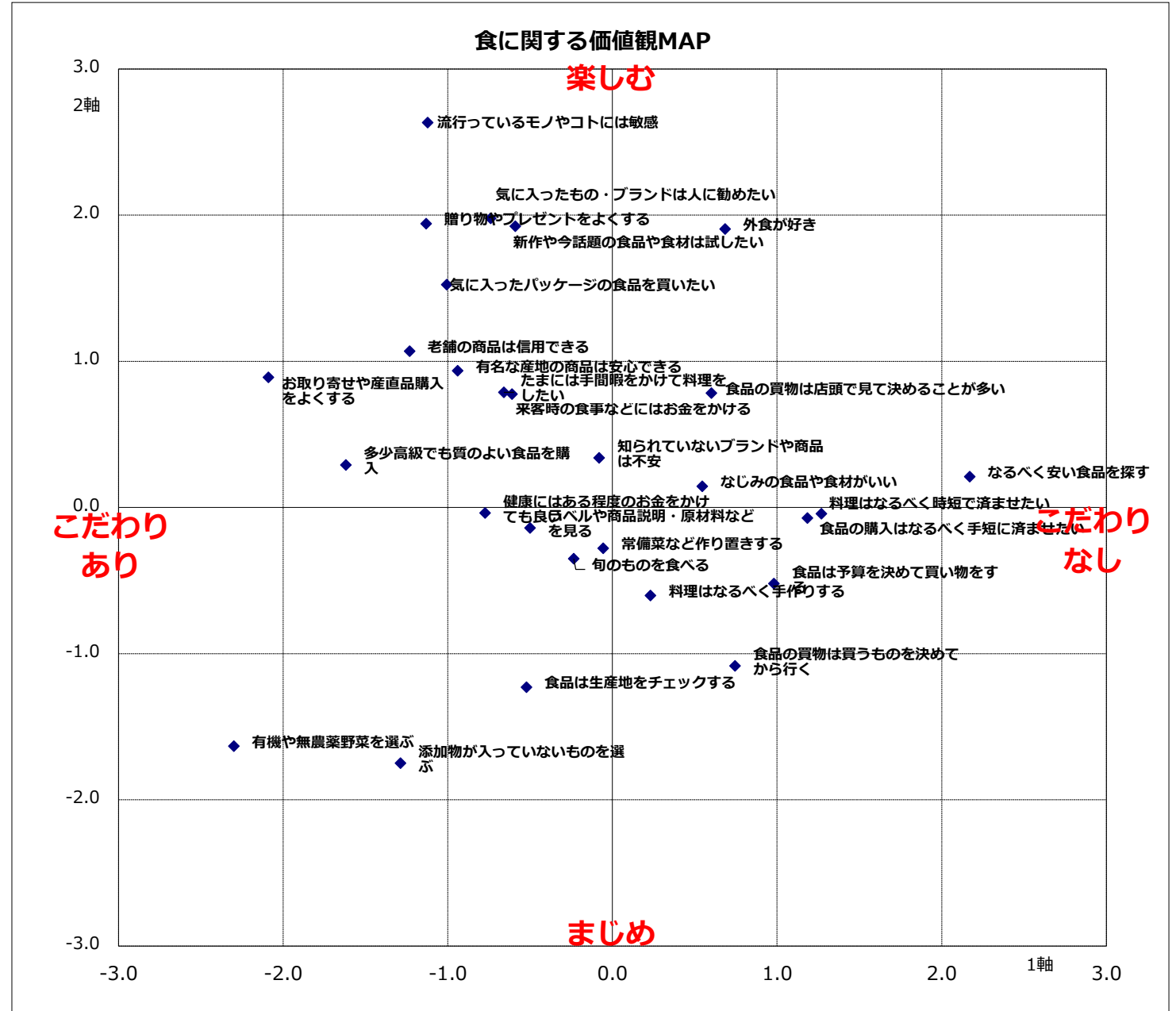
次に、縦軸の方向で見ていきます。

上側には以下のような価値観が並びます。

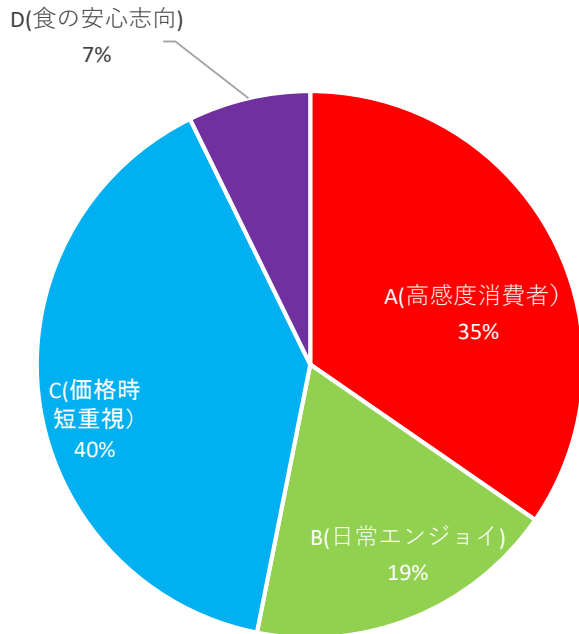
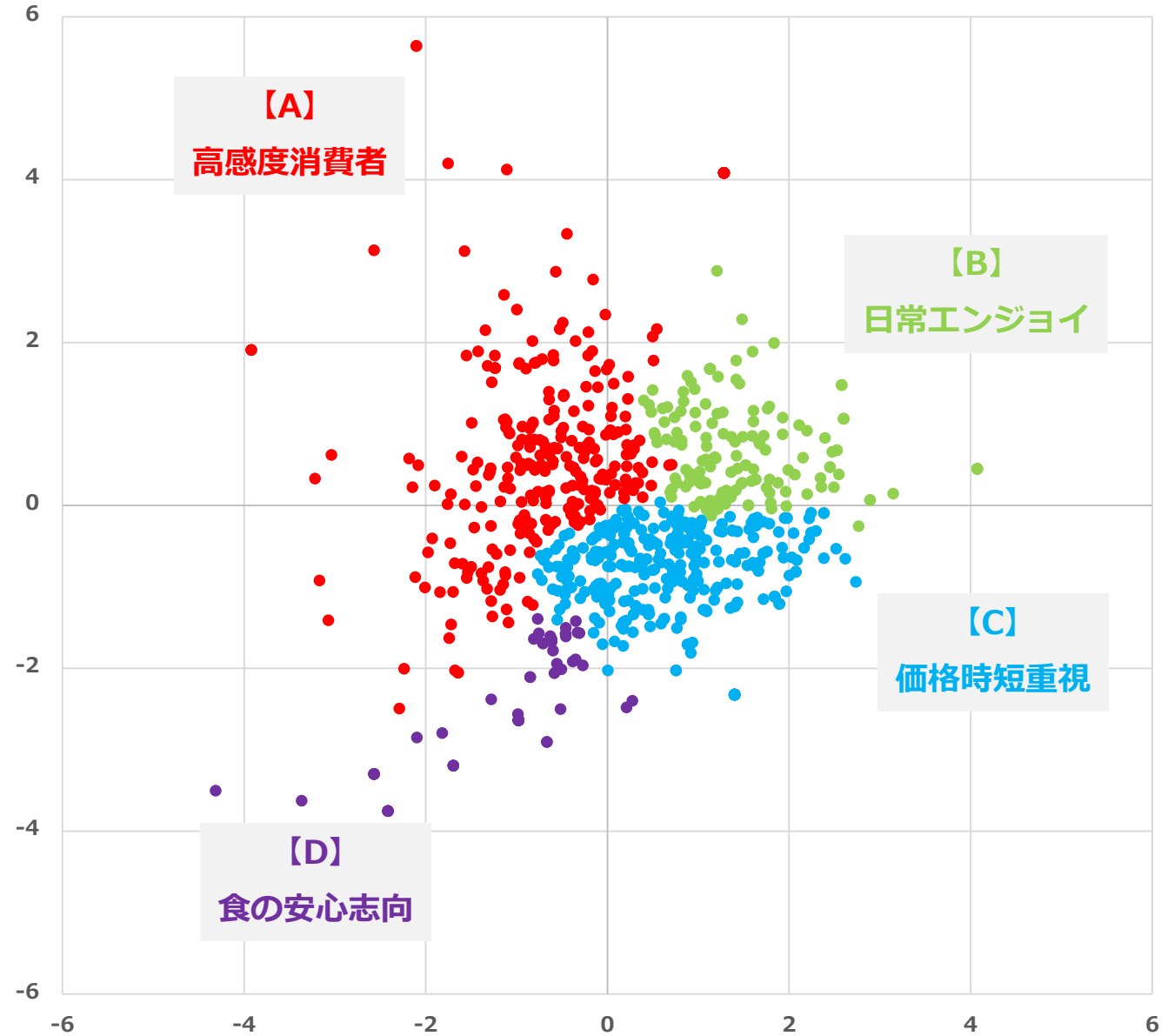
- ・流行っているモノやコトには敏感
- ・気に入ったもの・ブランドは人に勧めたい
- ・贈り物やプレゼントをよくする
- ・新作や今話題の食品や食材は試したい
- ・外食が好き

下側には以下のような価値観が並びます。

- ・添加物が入っていないものを選ぶ
- ・有機や無農薬野菜を選ぶ
- ・食品は生産地をチェックする
- ・食品の買物は買うものを決めてから行く
- ・料理はなるべく手作りする

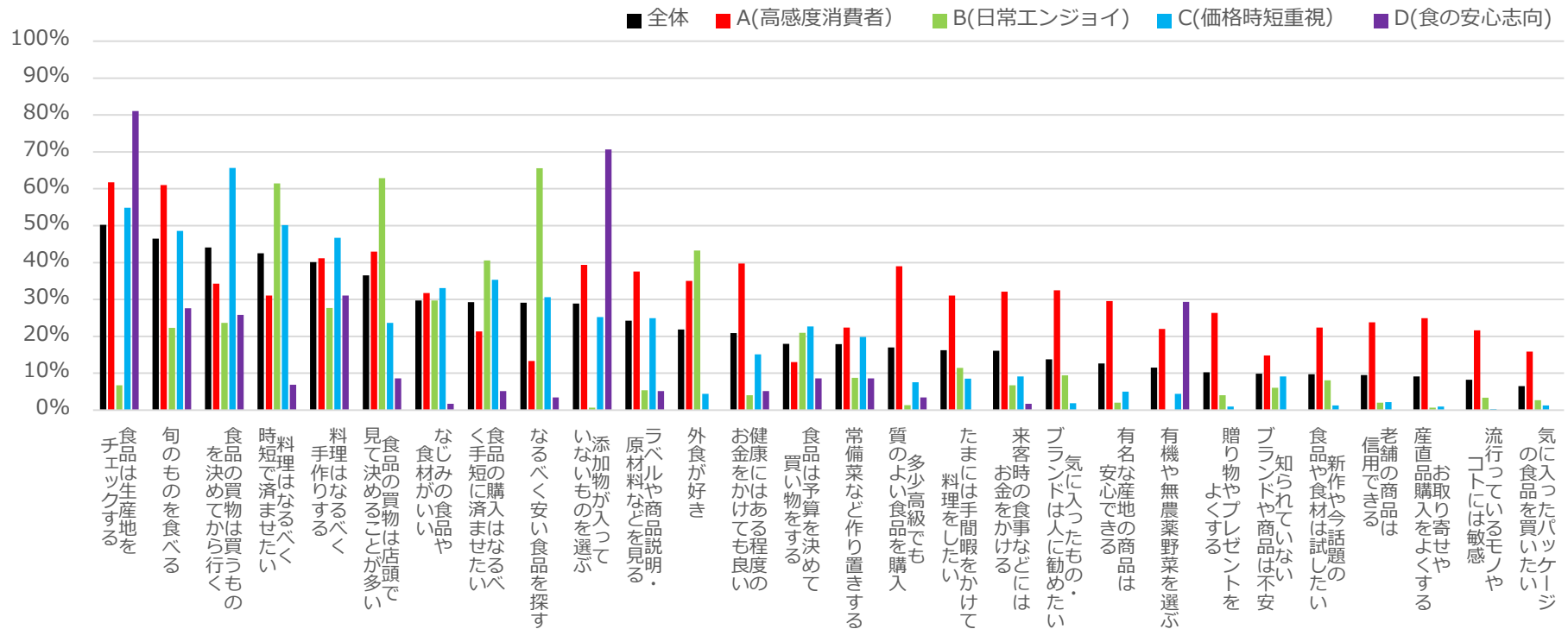


サンプルMAP (4属性)



食の価値観 ※価値観クラス別

Q.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。



全体 : N=800
A:N=277 B:N=148 C:N=317 D:N=58

各クラスの特徴的な価値観と特徴

A(高感度消費者)

感受性が高く、生産地・旬の食品を重視し、ラベル・原材料を確認。外食や新作トレンドに敏感。

- ・多少高級でも質のよい食品を購入
- ・健康にはある程度のお金をかけても良い
- ・旬のものを食べる
- ・気に入ったもの・ブランドは人に勧めたい
- ・来客時の食事などにはお金をかける
- ・ラベルや商品説明・原材料などを見る



B(日常エンジョイ)

手軽さを重視し、時短料理と日常の楽しみを大切に。食品選択はブランドにこだわらず、価格コンシャス。

年齢層はやや低め。

- ・なるべく安い食品を探す
- ・食品の買物は店頭で見て決めることが多い
- ・外食が好き
- ・料理はなるべく時短で済ませたい
- ・食品の購入はなるべく手短に済ませたい



各クラスタの特徴的な価値観と特徴

C(価格時短重視)

食品購入において予算を設定したり、あらかじめ買うものを決めておくなど、予算や時短を重視。

- ・食品の買物は買うものを決めてから行く
- ・料理はなるべく時短で済ませたい
- ・料理はなるべく手作りする
- ・食品の購入はなるべく手短に済ませたい
- ・食品は予算を決めて買い物をする



D(食の安心志向)

生産地・添加物に敏感。健康や品質を重要視。「子供あり」が多め。

- ・添加物が入っていないものを選ぶ
- ・食品は生産地をチェックする
- ・有機や無農薬野菜を選ぶ



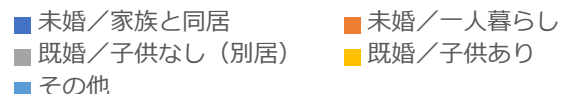
回答者属性 ※年齢別

- ・ 価値観は年齢による差はあまりない。
- ・ 家族構成は年齢が若い方が未婚が高くなってる。
- ・ 年齢が上がるつれて「主婦（専業）」が高くなっている。

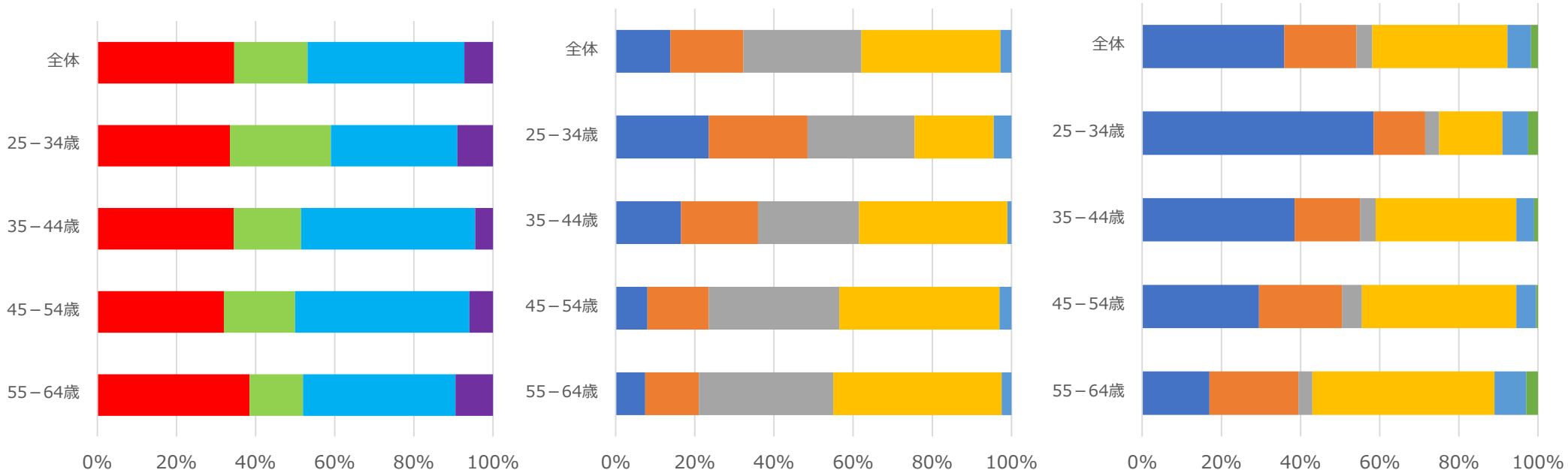
■ 価値観



■ 家族構成



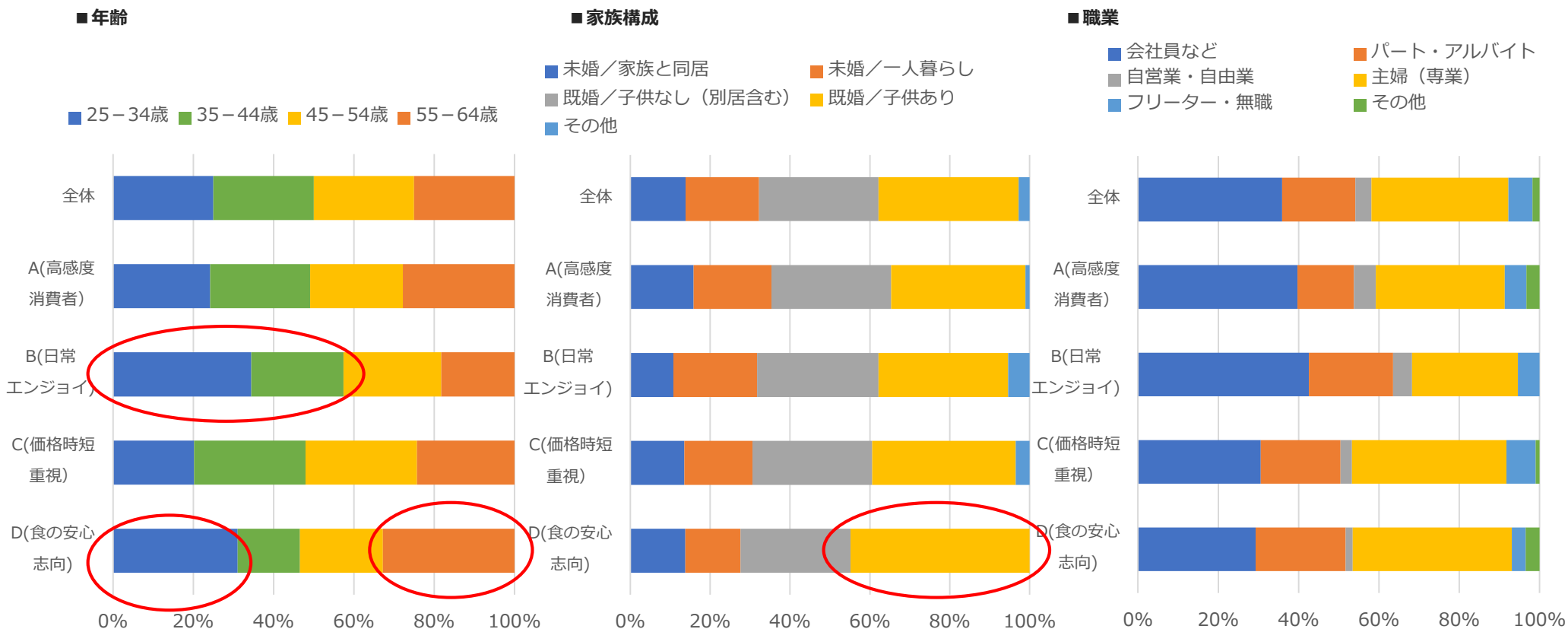
■ 職業



全体 : N=800
 25-34歳: N=200 35-44歳: N=200 45-54歳: N=200 55-64歳: N=200

回答者属性 ※価値観クラス別

- ・ B（日常エンジョイ）は年齢層が低め。D（食の安心志向）は「25-34歳」と「55-64歳」がそれぞれ多めとなった。
- ・ D（食の安心志向）は「既婚/子供あり」が多い。
- ・ 職業にはあまり大きな差はない。



全体 : N=800
 A:N=277 B:N=148 C:N=317 D:N=58

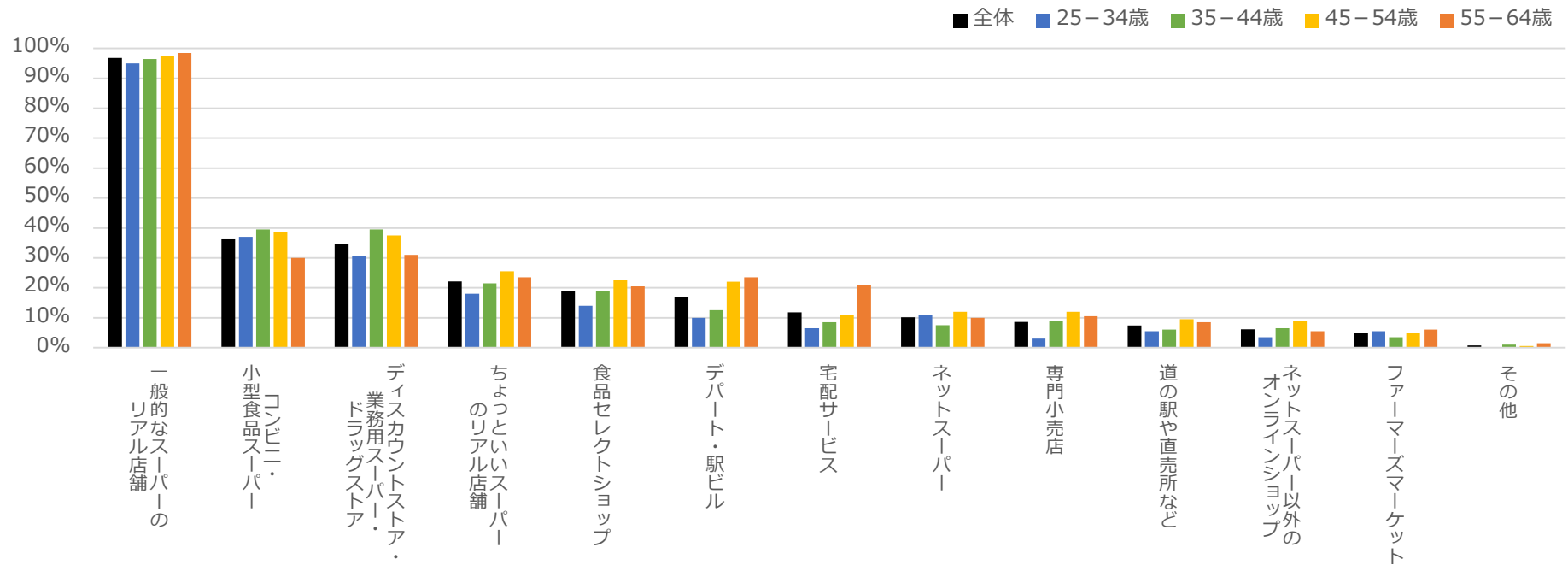
食品購入場所 ※年齢別

※スクリーニング調査での設問

年代による差はあまり大きくはない

45-54歳・55-64歳では「デパート・駅ビル」がやや高め。55-64歳は「宅配サービス」もやや高め。

(スクリーニング調査設問)Q.普段食品はどこで購入していますか？購入している場所を全てお選びください。



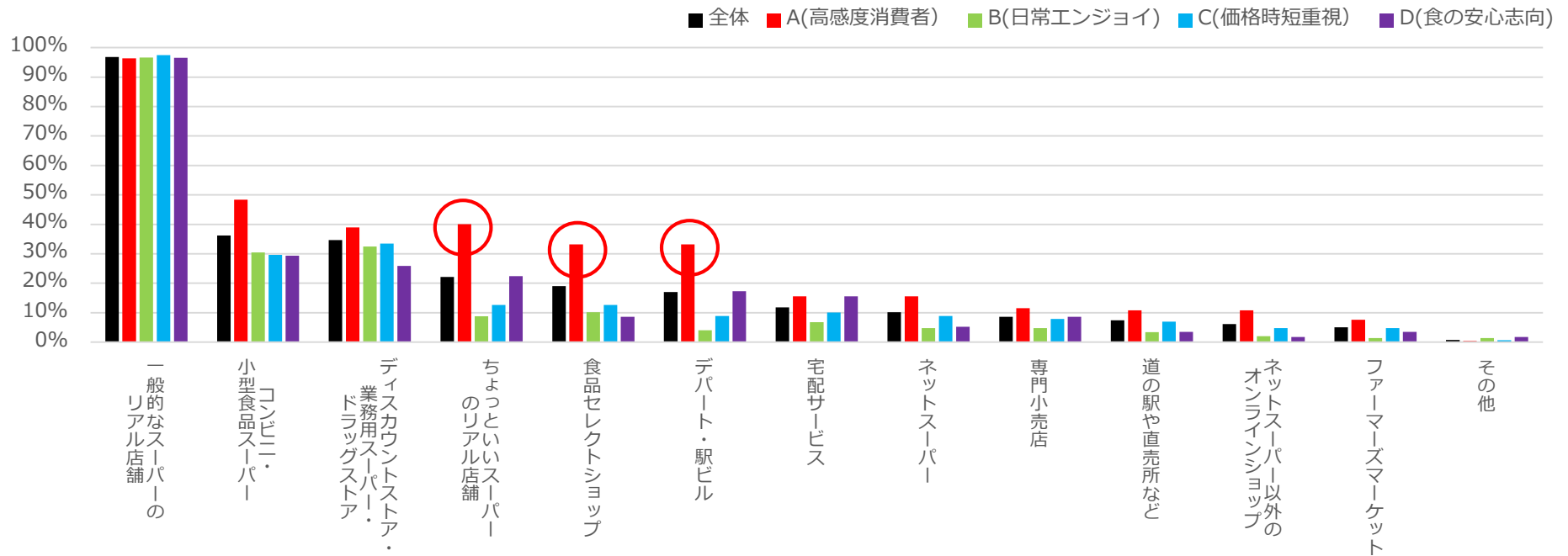
全体：N=800
 25-34歳：N=200 35-44歳：N=200 45-54歳：N=200 55-64歳：N=200

食品購入場所 ※価値観クラス別

※スクリーニング調査での設問

A(高感度消費者) は、全般に高めの傾向で、特に「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」が他のクラスと比べて高い。

(スクリーニング調査設問)Q.普段食品はどこで購入していますか？購入している場所を全てお選びください。



全体 : N=800
A:N=277 B:N=148 C:N=317 D:N=58

食品情報源 ※年齢別

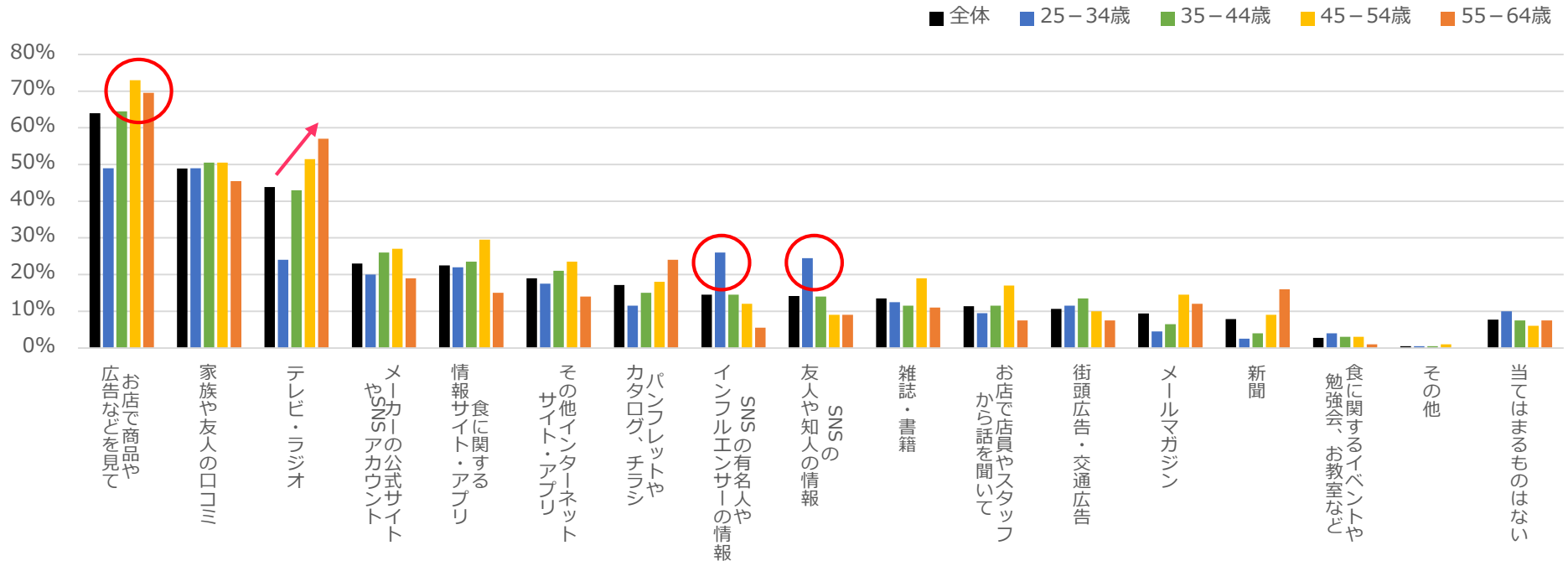
25-34歳は「SNSの有名人やインフルエンサーの情報」「SNSの友人や知人の情報」がほかの年代に比べて高め、一方で「お店で商品や広告を見て」「テレビ・ラジオ」などが低め。

35-44歳は全体とあまり傾向の差はない。

45-54歳は「お店で商品や広告を見て」が高めの他、全般に高めの傾向があり、多様な情報源にアクセスしている様子。

55-64歳：「テレビ・ラジオ」が他の年代に比べて高めで、この項目は年代が上がるにつれて高くなっている。

Q.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？



全体 : N=800
 25-34歳:N=200 35-44歳:N=200 45-54歳:N=200 55-64歳:N=200

食品情報源 ※価値観クラス別

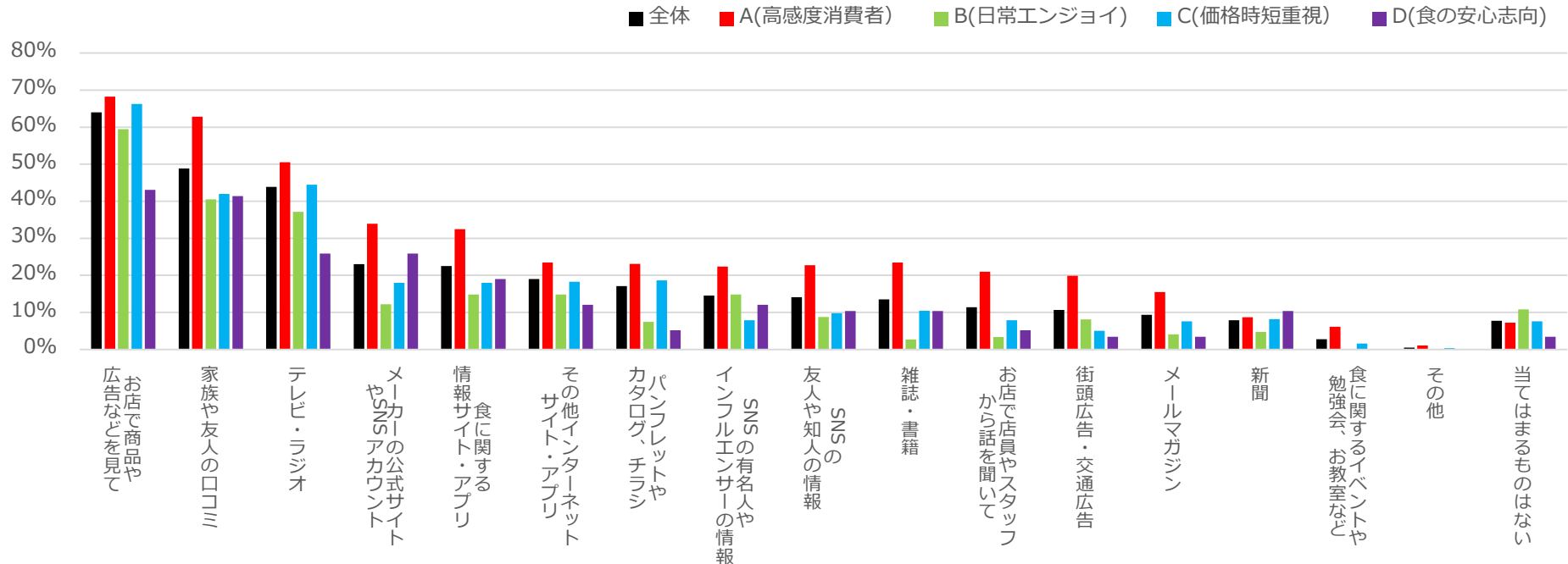
A(高感度消費者)は全般に高めの傾向で、特に「家族や友人の口コミ」「メーカー公式サイトやSNSアカウント」「食に関する情報サイト・アプリ」などが高め。

B(日常エンジョイ)は特に目立って高いものはない。「メーカー公式サイトやSNSアカウント」「雑誌・書籍」などの低さがやや目立つ。

C(価格時短重視)は特に高いものはないが、全体の傾向とあまり大きな差はない。

D(食の安心志向)や全般に低めの傾向があるが「メーカー公式サイトやSNSアカウント」は全体の値よりも高くなっている。

Q.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？



全体 : N=800
A:N=277 B:N=148 C:N=317 D:N=58

食の価値観 ※年齢別

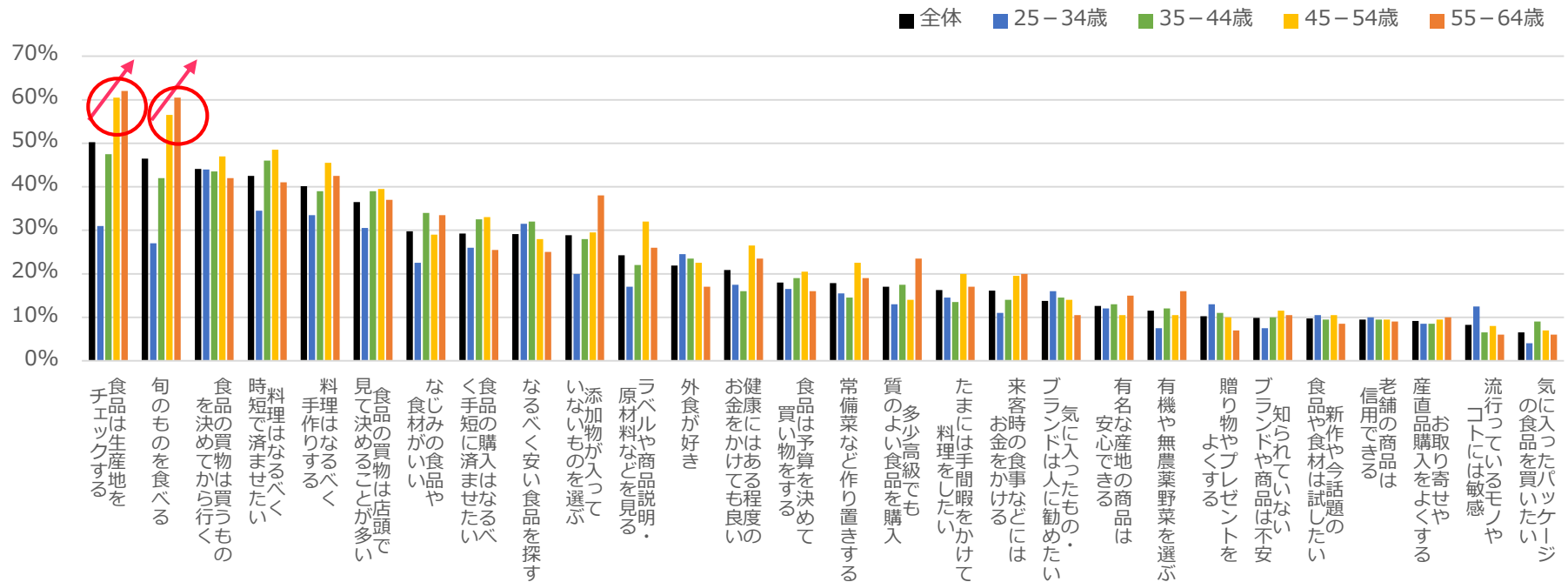
25-34歳は全体に低めのものが多い中、特に「食品は生産地をチェックする」「旬のものを食べる」は目立って低い。

35-44歳はあまり全体と差がない。

45-54歳は「食品は生産地をチェックする」「旬のものを食べる」「ラベルや商品説明・原材料などを見る」「健康にはある程度のお金をかけても良い」などが高め。

55-64歳は「食品は生産地をチェックする」「旬のものを食べる」「添加物が入っていないものを選ぶ」「多少高級でも質のよい食品を購入」などがやや高め。

Q.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。

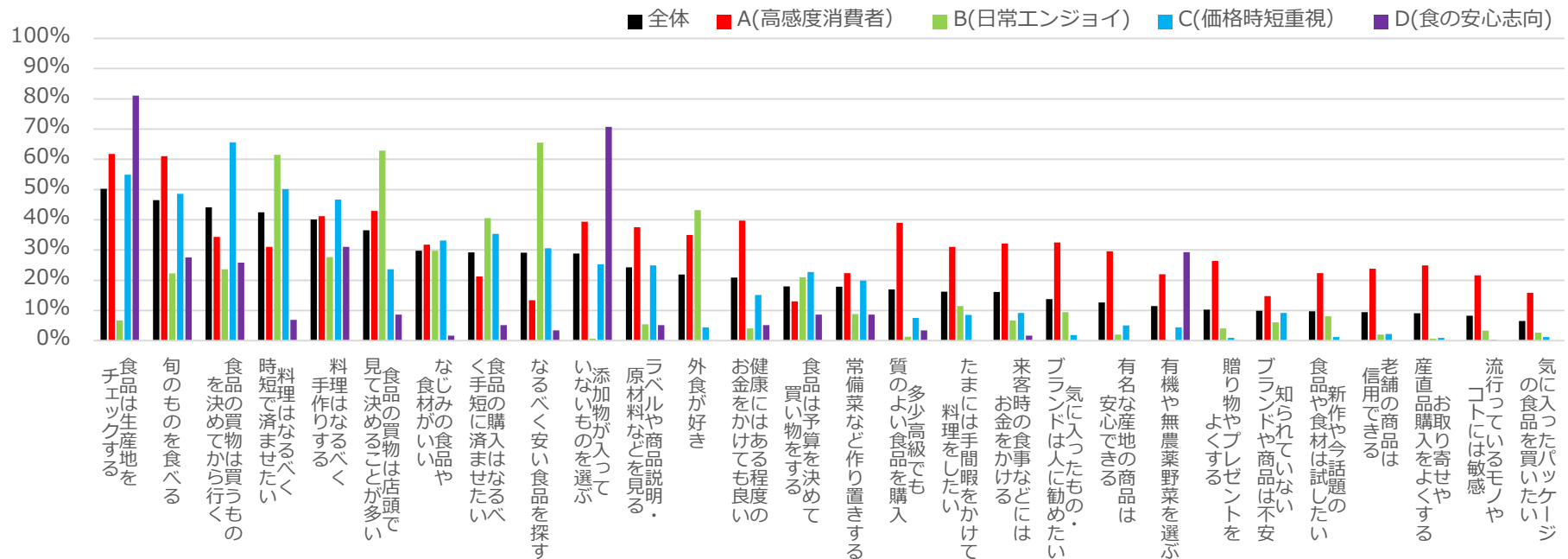


全体 : N=800
 25-34歳 : N=200 35-44歳 : N=200 45-54歳 : N=200 55-64歳 : N=200

食の価値観 ※価値観クラス別

A(高感度消費者)は、「多少高級でも質のよい食品を購入」「健康にはある程度のお金をかけても良い」「旬のものを食べる」「気に入ったもの・ブランドは人に勧めたい」「来客時の食事などにはお金をかける」「ラベルや商品説明・原材料などを見る」などが高い。
 B(日常エンジョイ)は、「なるべく安い食品を探す」「食品の買物は店頭で見て決めることが多い」「外食が好き」「料理はなるべく時短で済ませたい」「食品の購入はなるべく手短に済ませたい」などが高い。
 C(価格時短重視)は、「食品の買物は買うものを決めてから行く」「料理はなるべく時短で済ませたい」「料理はなるべく手作りする」「食品の購入はなるべく手短に済ませたい」「食品は予算を決めて買い物をする」などが高い。
 D(食の安心志向)は、「添加物が入っていないものを選ぶ」「食品は生産地をチェックする」「有機や無農薬野菜を選ぶ」などが高い。

Q.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。

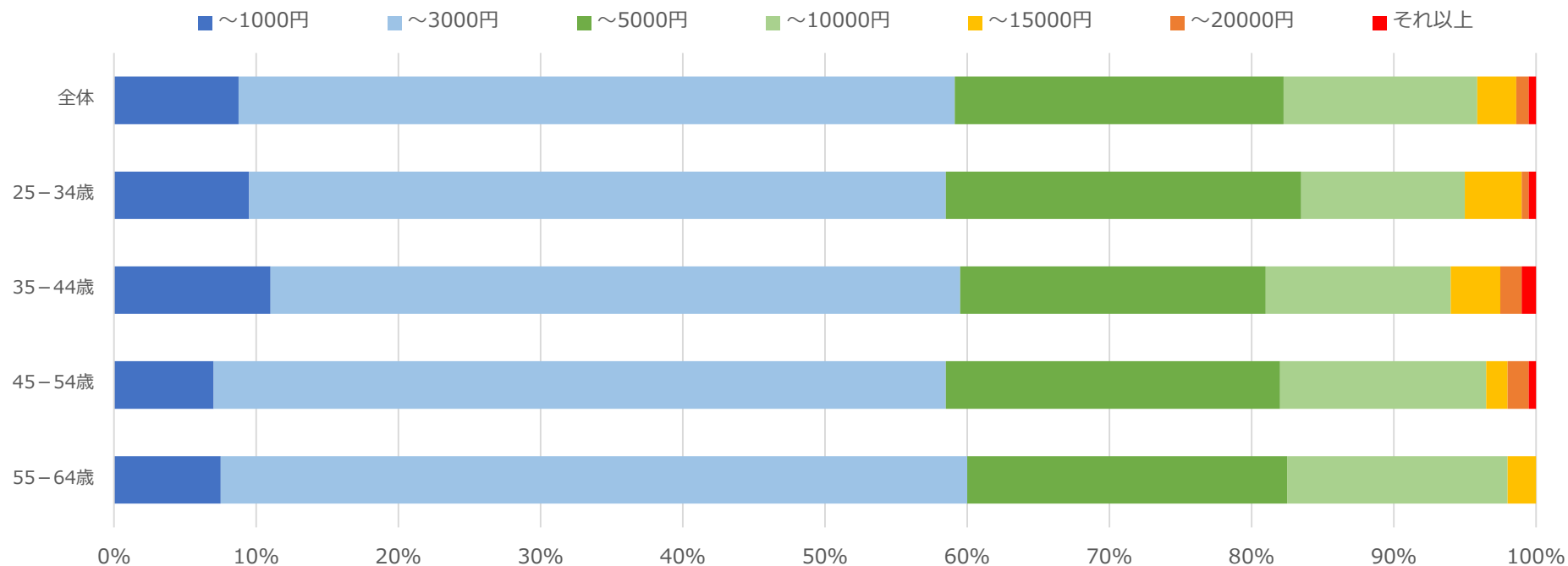


全体 : N=800
 A:N=277 B:N=148 C:N=317 D:N=58

日常食品の1回あたりの買い物予算 ※年齢別

年代ではあまり大きな差はない。

Q.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？



全体：N=800
25-34歳：N=200 35-44歳：N=200 45-54歳：N=200 55-64歳：N=200

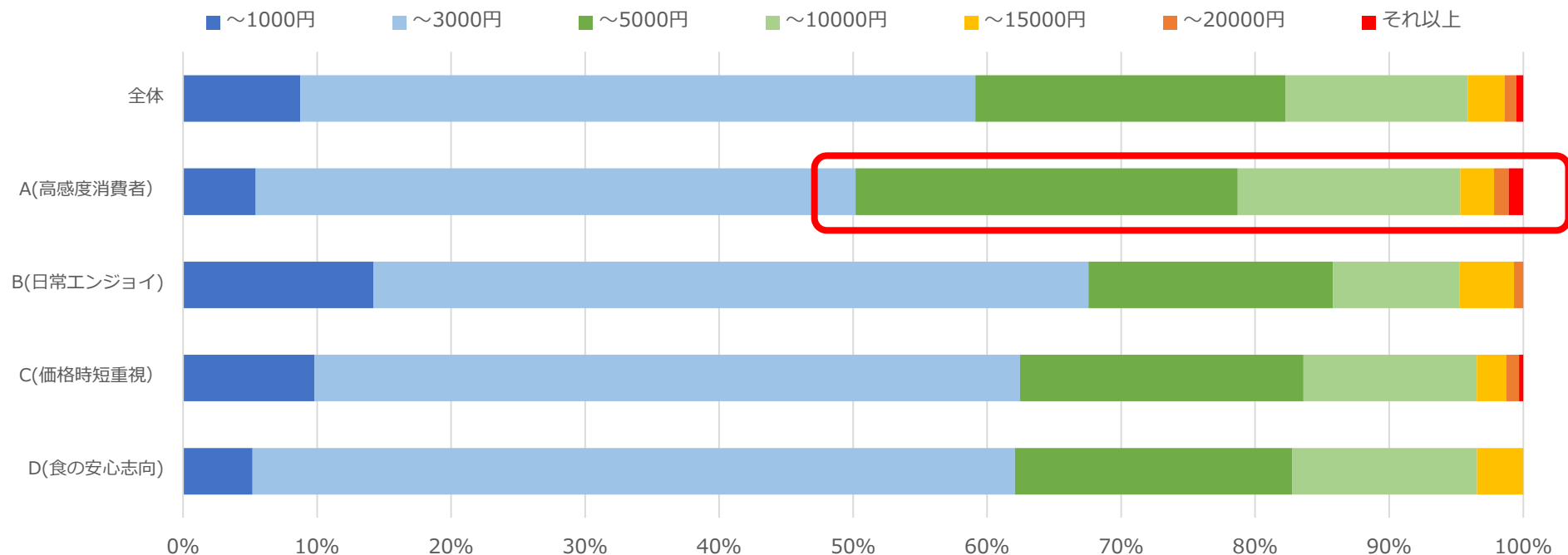
日常食品の1回あたりの買い物予算 ※価値観クラス別

A(高感度消費者)は、「～5000円」以上と回答した人が半数程度いて、他のクラスに比べて予算が高めの傾向。

B(日常エンジョイ)は、「～1000円」が1割以上、「～3000円」以下と回答した人が7割近くとやや予算が低めの傾向。

C(価格時短重視)、D(食の安心志向)は全体とあまり大きな差はない。

Q.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？



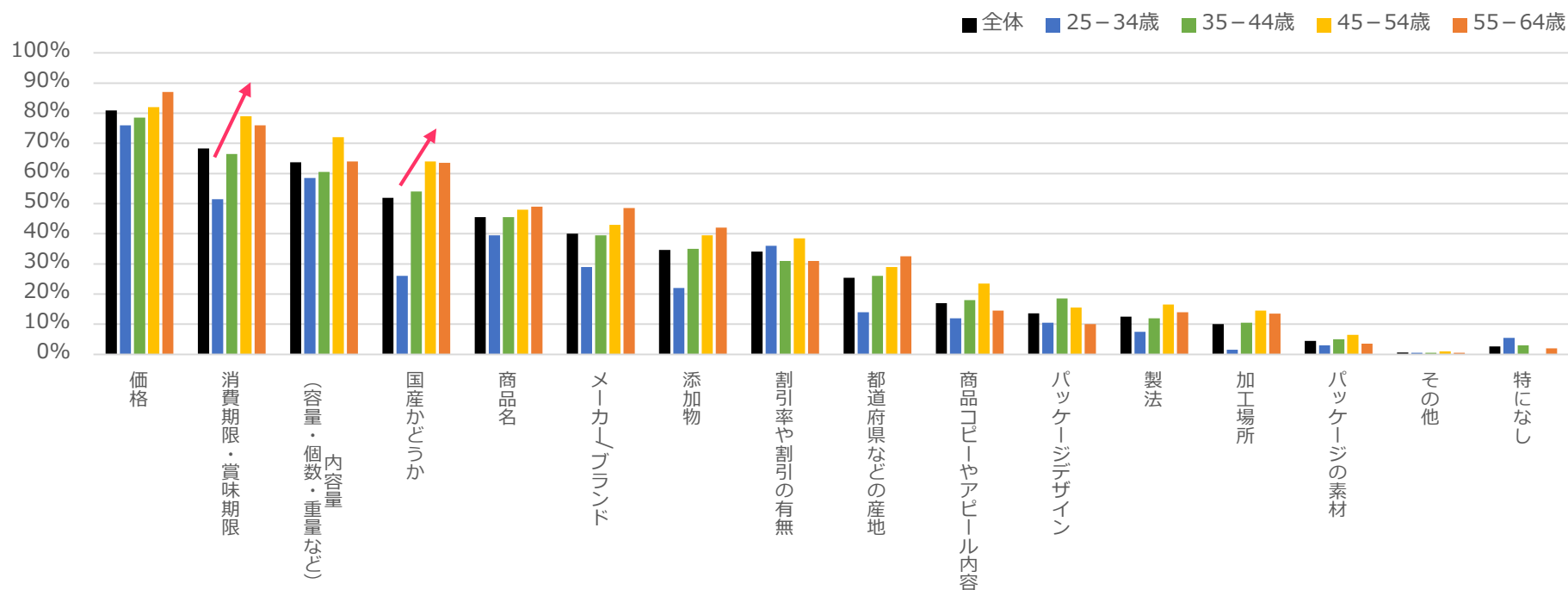
全体 : N=800
A:N=277 B:N=148 C:N=317 D:N=58

日常食品の購入の際のチェック項目 ※年齢別

全体に年代が上がるにつれて、高くなる傾向があり、特に「消費期限・賞味期限」「国産かどうか」などはその傾向が顕著。25-34歳は目立って低い。特に「国産かどうか」。

「ただし、「割引率や割り引きの有無」などは年代であまり大きな差はない。

Q.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？



全体：N=800
25-34歳：N=200 35-44歳：N=200 45-54歳：N=200 55-64歳：N=200

日常食品の購入の際のチェック項目 ※価値観クラス別

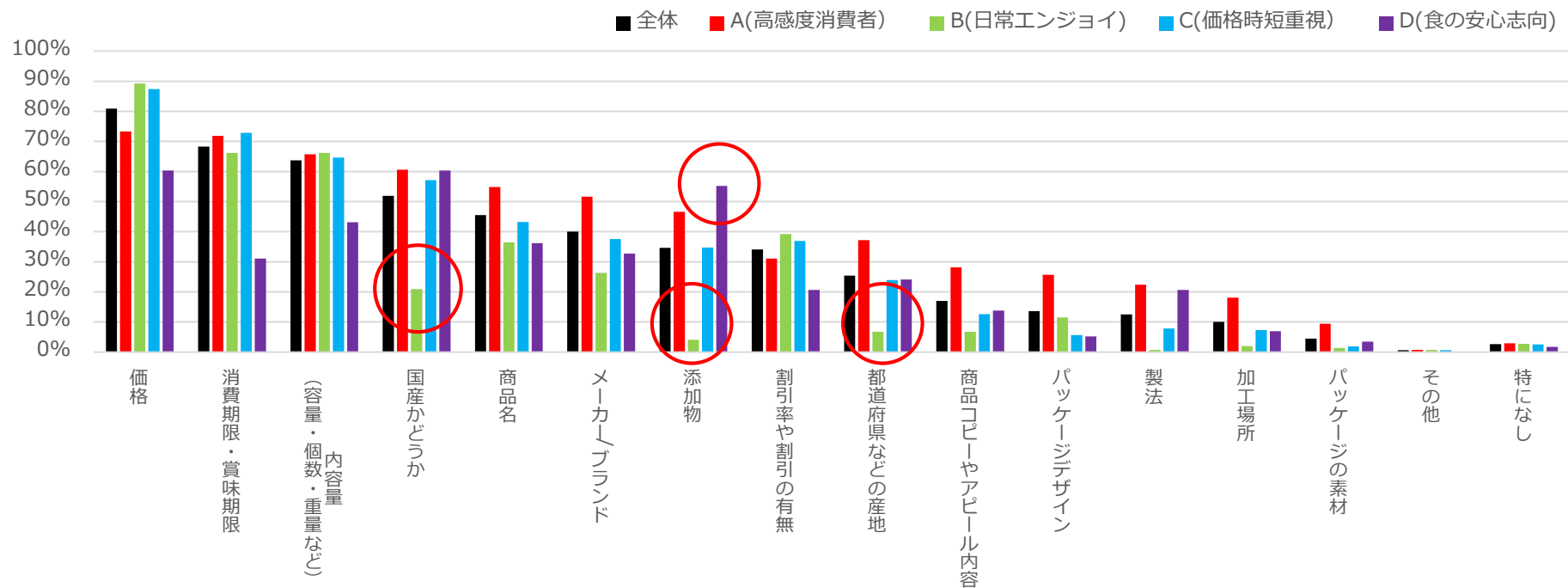
A(高感度消費者) は全体に高めのものが多い。ただし「価格」「消費期限・賞味期限」「内容量」などは全体とあまり差はない。

B(日常エンジョイ)は「価格」が高めで、「国産かどうか」「添加物」「都道府県などの産地」などは低い。

C(価格時短重視)は「価格」がやや高めの他は全体とあまり大きな差はない。

D(食の安心志向)は「添加物」をはじめ「国産かどうか」「製法」などは高めだが、他の項目は低めの傾向。

Q.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？



全体 : N=800
A:N=277 B:N=148 C:N=317 D:N=58