



MS&C

始良市商工会 御中

ネットリサーチ結果報告書

2023年1月

株式会社 MS&Consulting

調査概要

調査目的	始良市内の商工業者の商品開発及び販路開拓に繋げる需要動向調査
調査内容	1) コロナ禍での購買行動の変化 2) 加工済み食品の購入意向に関する魅力度 3) パッケージ成分表示の購入意向に対する影響
調査期間	2022年12月5日～12月26日
調査方法	インターネットによる定量調査 回答数：150サンプル
調査対象	性別：不問 年齢：20歳以上 居住地：鹿児島県 職業：働いている方

調査回答者属性

▼性別

男性	39人
女性	111人

▼年代別

20代	11人
30代	32人
40代	71人
50代	31人
60代	5人

▼職業別

パート・アルバイト・派遣	42人
会社員	66人
会社役員	8人
自営業	16人
公務員	10人
その他のお仕事	8人

▼居住地別

鹿児島市	90人	日置市	5人	南九州市	2人
鹿屋市	9人	曾於市	1人	姶良市	6人
阿久根市	2人	霧島市	7人	薩摩郡	1人
出水市	5人	串木野市	1人	姶良郡	1人
指宿市	2人	さつま市	2人	肝属郡	1人
垂水市	1人	志布志市	1人	熊毛郡	2人
薩摩川市	6人	奄美市	1人	大島郡	4人

調査結果サマリー

1. コロナ禍での購買行動の変化

- ✓ コロナ前と比較した利用頻度は外食（夕食）以外は「変わらない」という回答が最も多かった。
- ✓ 「食品の買い物の仕方」では人手の多い店を避けるという回答が多い結果となった。
- ✓ 支払い方法は現金・クレジットカードが割合として高いが、QRコード決済が増えてきており、特に男性はQRコード決済の割合が最も高い。

2. 加工済み食品の購入意向に関する魅力度

- ✓ 最も購入することが多い加工済み食品は「冷凍食品」という結果だった。
- ✓ 魅力度としては「時短・手軽さ（調理なし/レンジアップ調理）・栄養バランス」が高い結果となっている。

3. パッケージ成分表示の購入意向に対する影響

- ✓ パッケージの成分表示は78%が「意識している」という回答で最も多かった。
- ✓ 「国産」「人工甘味料不使用」「鹿児島産」は必ず確認するケースが多かった。
- ✓ その中でも「国産」「鹿児島産」を魅力的と感じるケースが多い。

調査結果詳細

最近1カ月間での昼食の外出頻度を回答してください

	N	割合	男性	女性	20代	30代	40代	50代	60代
1:ほぼ毎日	4	2.7%	7.7%	0.9%	9.1%	3.1%	1.4%	3.2%	0.0%
2:週に4～5程度	7	4.7%	12.8%	1.8%	9.1%	3.1%	2.8%	9.7%	0.0%
3:週に2～3程度	18	12.0%	2.6%	15.3%	18.2%	15.6%	7.0%	16.1%	20.0%
4:週に1回程度	29	19.3%	28.2%	16.2%	0.0%	18.8%	21.1%	22.6%	20.0%
5:月に2～3回程度	46	30.7%	25.6%	32.4%	27.3%	25.0%	33.8%	25.8%	60.0%
6:月に1回程度	26	17.3%	12.8%	18.9%	18.2%	21.9%	19.7%	9.7%	0.0%
7:それ以下	12	8.0%	5.1%	9.0%	18.2%	9.4%	5.6%	9.7%	0.0%
8:昼食での外出を利用していない	8	5.3%	5.1%	5.4%	0.0%	3.1%	8.5%	3.2%	0.0%

・月2～3回程度という割合が最も高い結果となり、特に40代が昼食での外出頻度が低い傾向になっている。

最近1カ月間での夕食の外出頻度を回答してください

	N	割合	男性	女性	20代	30代	40代	50代	60代
1:ほぼ毎日	3	2.0%	5.1%	0.9%	9.1%	3.1%	0.0%	3.2%	0.0%
2:週に4～5程度	3	2.0%	2.6%	1.8%	0.0%	3.1%	0.0%	6.5%	0.0%
3:週に2～3程度	13	8.7%	15.4%	6.3%	27.3%	12.5%	4.2%	3.2%	40.0%
4:週に1回程度	16	10.7%	17.9%	8.1%	9.1%	12.5%	11.3%	6.5%	20.0%
5:月に2～3回程度	57	38.0%	48.7%	34.2%	27.3%	34.4%	42.3%	38.7%	20.0%
6:月に1回程度	36	24.0%	2.6%	31.5%	9.1%	15.6%	31.0%	25.8%	0.0%
7:それ以下	10	6.7%	7.7%	6.3%	9.1%	12.5%	4.2%	6.5%	0.0%
8:夕食での外出を利用していない	12	8.0%	0.0%	10.8%	9.1%	6.3%	7.0%	9.7%	20.0%

・30代以上では昼食と比べ、夕食での外出頻度は少なくなっているが、20代は週2～3回外出を利用する頻度が昼食より高い結果となっている。

調査結果詳細

最近1カ月間で【スーパー】を利用した頻度を回答してください

	N	割合	男性	女性	20代	30代	40代	50代	60代
1:ほぼ毎日	9	6.0%	7.7%	5.4%	0.0%	9.4%	7.0%	3.2%	0.0%
2:週に4～5程度	25	16.7%	17.9%	16.2%	18.2%	12.5%	18.3%	19.4%	0.0%
3:週に2～3程度	64	42.7%	30.8%	46.8%	54.5%	53.1%	33.8%	45.2%	60.0%
4:週に1回程度	36	24.0%	38.5%	18.9%	18.2%	21.9%	22.5%	29.0%	40.0%
5:月に2～3回程度	11	7.3%	5.1%	8.1%	9.1%	0.0%	14.1%	0.0%	0.0%
6:月に1回程度	5	3.3%	0.0%	4.5%	0.0%	3.1%	4.2%	3.2%	0.0%
7:それ以下	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
8:利用していない	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

・週2～3回利用する割合が最も高く、特に20代・30代が高い結果が出ている。

最近1カ月間で【ドラッグストア】を利用した頻度を回答してください

	N	割合	男性	女性	20代	30代	40代	50代	60代
1:ほぼ毎日	1	0.7%	0.0%	0.9%	0.0%	3.1%	0.0%	0.0%	0.0%
2:週に4～5程度	5	3.3%	0.0%	4.5%	0.0%	3.1%	4.2%	3.2%	0.0%
3:週に2～3程度	31	20.7%	12.8%	23.4%	27.3%	12.5%	19.7%	25.8%	40.0%
4:週に1回程度	42	28.0%	33.3%	26.1%	9.1%	40.6%	28.2%	19.4%	40.0%
5:月に2～3回程度	35	23.3%	25.6%	22.5%	27.3%	28.1%	25.4%	12.9%	20.0%
6:月に1回程度	25	16.7%	23.1%	14.4%	27.3%	9.4%	15.5%	25.8%	0.0%
7:それ以下	7	4.7%	2.6%	5.4%	0.0%	3.1%	4.2%	9.7%	0.0%
8:利用していない	4	2.7%	2.6%	2.7%	9.1%	0.0%	2.8%	3.2%	0.0%

・スーパー、コンビニエンスストアと比べると週1回以上利用する割合は低く、特に20代が他の世代と比べ低い結果となっている。

調査結果詳細

最近1カ月間で【コンビニエンスストア】を利用した頻度を回答してください

	N	割合	男性	女性	20代	30代	40代	50代	60代
1:ほぼ毎日	10	6.7%	7.7%	6.3%	9.1%	15.6%	4.2%	3.2%	0.0%
2:週に4～5程度	15	10.0%	12.8%	9.0%	0.0%	9.4%	7.0%	19.4%	20.0%
3:週に2～3程度	43	28.7%	48.7%	21.6%	18.2%	15.6%	33.8%	38.7%	0.0%
4:週に1回程度	37	24.7%	7.7%	30.6%	18.2%	25.0%	28.2%	19.4%	20.0%
5:月に2～3回程度	21	14.0%	12.8%	14.4%	0.0%	15.6%	16.9%	9.7%	20.0%
6:月に1回程度	18	12.0%	7.7%	13.5%	36.4%	15.6%	8.5%	3.2%	40.0%
7:それ以下	5	3.3%	2.6%	3.6%	18.2%	3.1%	0.0%	6.5%	0.0%
8:利用していない	1	0.7%	0.0%	0.9%	0.0%	0.0%	1.4%	0.0%	0.0%

・週1回以上利用する割合は全体で70%となり、特に40代～50代で週1回以上利用する割合が高くなっている。

調査結果詳細

スーパー・ドラッグストア・コンビニエンスストアの中で食品を買うために一番よくいく場所はどこですか

	N	割合	男性	女性	20代	30代	40代	50代	60代
1:スーパー	113	75.3%	74.4%	75.7%	81.8%	78.1%	73.2%	77.4%	60.0%
2:ドラッグストア	20	13.3%	12.8%	13.5%	9.1%	12.5%	18.3%	0.0%	40.0%
3:コンビニエンスストア	17	11.3%	12.8%	10.8%	9.1%	9.4%	8.5%	22.6%	0.0%

・食品の購入はスーパーが最も高く、特に20代では80%を超える結果となっている。

上記を選んだ理由を回答してください ※複数選択

	N	割合	男性	女性	20代	30代	40代	50代	60代
価格（安さ）	115	76.7%	66.7%	80.2%	90.9%	81.3%	81.7%	51.6%	100.0%
商品の品質	66	44.0%	35.9%	46.8%	36.4%	40.6%	53.5%	35.5%	0.0%
新商品の充実さ	25	16.7%	15.4%	17.1%	0.0%	21.9%	15.5%	19.4%	20.0%
スタッフの接客	5	3.3%	0.0%	4.5%	0.0%	3.1%	5.6%	0.0%	0.0%
店舗の清潔度	10	6.7%	5.1%	7.2%	9.1%	6.3%	8.5%	3.2%	0.0%
家からの距離	77	51.3%	61.5%	47.7%	45.5%	56.3%	50.7%	51.6%	40.0%
職場からの距離	30	20.0%	20.5%	19.8%	18.2%	21.9%	12.7%	38.7%	0.0%
その店舗のポイントをためている	23	15.3%	12.8%	16.2%	9.1%	18.8%	12.7%	22.6%	0.0%
その他	10	6.7%	5.1%	7.2%	0.0%	3.1%	4.2%	12.9%	40.0%

・よくいく場所の理由としては価格と回答した割合が最も高く、20代では90%を超える結果となった。

その他理由

・品揃えの豊富さ、ドラッグストアやコンビニエンスストアだと取り扱い自体が無い商品があるため

調査結果詳細

食品を買うときによく利用する支払方法を全て回答してください ※複数選択

	N	割合	男性	女性	20代	30代	40代	50代	60代
現金	80	53.3%	61.5%	50.5%	72.7%	50.0%	47.9%	58.1%	80.0%
クレジットカード	81	54.0%	41.0%	58.6%	54.5%	71.9%	52.1%	45.2%	20.0%
電子マネー（交通系ICカード・商業系カード）	51	34.0%	35.9%	33.3%	36.4%	25.0%	32.4%	45.2%	40.0%
QRコード決済	67	44.7%	64.1%	37.8%	54.5%	37.5%	42.3%	51.6%	60.0%

・20代、50代はキャッシュレス決済（電子マネー・QRコード決済）の割合が高く、30代はクレジットカードの比率が高くなっている。

調査結果詳細

新型コロナウイルス流行前と比較して、外食（昼食）の利用頻度は変わりましたか

	N	割合	男性	女性	20代	30代	40代	50代	60代
1:増えた	10	6.7%	12.8%	4.5%	9.1%	9.4%	5.6%	6.5%	0.0%
2:変わらない	71	47.3%	56.4%	44.1%	63.6%	53.1%	43.7%	45.2%	40.0%
3:減った	69	46.0%	30.8%	51.4%	27.3%	37.5%	50.7%	48.4%	60.0%

・「変わらない」と「減った」という割合がほぼ同じとなったが、40代以上では「減った」という割合が20代・30代と比べ高くなっている。

新型コロナウイルス流行前と比較して、外食（夕食）の利用頻度は変わりましたか

	N	割合	男性	女性	20代	30代	40代	50代	60代
1:増えた	6	4.0%	7.7%	2.7%	9.1%	6.3%	2.8%	3.2%	0.0%
2:変わらない	55	36.7%	41.0%	35.1%	63.6%	46.9%	33.8%	25.8%	20.0%
3:減った	89	59.3%	51.3%	62.2%	27.3%	46.9%	63.4%	71.0%	80.0%

・「減った」という割合が最も高く、昼食と同様に40代以上は「減った」という割合が20代・30代と比べ高くなっている。

新型コロナウイルス流行前と比較して、加工済み食品の利用頻度は変わりましたか

	N	割合	男性	女性	20代	30代	40代	50代	60代
1:増えた	38	25.3%	25.6%	25.2%	9.1%	18.8%	26.8%	29.0%	60.0%
2:変わらない	103	68.7%	71.8%	67.6%	90.9%	75.0%	67.6%	64.5%	20.0%
3:減った	9	6.0%	2.6%	7.2%	0.0%	6.3%	5.6%	6.5%	20.0%

・「変わらない」という割合が最も高く、特に20代では90%以上が「変わらない」という結果となっている。

調査結果詳細

新型コロナウイルス流行前と比較して、デリバリー（出前）の利用頻度は変わりましたか

	N	割合	男性	女性	20代	30代	40代	50代	60代
1:増えた	29	19.3%	20.5%	18.9%	54.5%	37.5%	8.5%	16.1%	0.0%
2:変わらない	108	72.0%	71.8%	72.1%	45.5%	43.8%	84.5%	77.4%	100.0%
3:減った	13	8.7%	7.7%	9.0%	0.0%	18.8%	7.0%	6.5%	0.0%

・「変わらない」という回答が最も高いが、20代では「増えた」という回答が「変わらない」を上回っている。30代も「増えた」という回答が40代以降と比べ高くなっている。

新型コロナウイルス流行前と比較して、スーパーの利用頻度は変わりましたか

	N	割合	男性	女性	20代	30代	40代	50代	60代
1:増えた	18	12.0%	12.8%	11.7%	36.4%	3.1%	12.7%	9.7%	20.0%
2:変わらない	110	73.3%	79.5%	71.2%	63.6%	84.4%	71.8%	71.0%	60.0%
3:減った	22	14.7%	7.7%	17.1%	0.0%	12.5%	15.5%	19.4%	20.0%

・「変わらない」という回答が最も高いが、20代が30代以降と比べ「増えた」という回答が高く、20代のみ「減った」という回答が無かった。

新型コロナウイルス流行前と比較して、ドラッグストアの利用頻度は変わりましたか

	N	割合	男性	女性	20代	30代	40代	50代	60代
1:増えた	17	11.3%	17.9%	9.0%	18.2%	9.4%	12.7%	6.5%	20.0%
2:変わらない	113	75.3%	71.8%	76.6%	81.8%	78.1%	73.2%	80.6%	40.0%
3:減った	20	13.3%	10.3%	14.4%	0.0%	12.5%	14.1%	12.9%	40.0%

・「変わらない」という回答が最も高いが、20代の「増えた」という回答が30代以降と比べ高くなっている。

調査結果詳細

新型コロナウイルス流行前と比較して、コンビニエンスストアの利用頻度は変わりましたか

	N	割合	男性	女性	20代	30代	40代	50代	60代
1:増えた	19	12.7%	10.3%	13.5%	9.1%	12.5%	12.7%	16.1%	0.0%
2:変わらない	118	78.7%	74.4%	80.2%	90.9%	81.3%	77.5%	80.6%	40.0%
3:減った	13	8.7%	15.4%	6.3%	0.0%	6.3%	9.9%	3.2%	60.0%

・「変わらない」という回答が最も高いが、「増えた」という回答が20代の9.1%と比べ、30代～50代は10%を超える結果となっている。

新型コロナウイルス流行前と比較して、【食品】の買い物の仕方で変わったことはありますか ※複数選択

	N	割合	男性	女性	20代	30代	40代	50代	60代
新商品など初めての商品の購入が減った	9	6.0%	2.6%	7.2%	9.1%	3.1%	7.0%	3.2%	20.0%
お店の滞在時間を短くするようにした	53	35.3%	28.2%	37.8%	18.2%	34.4%	35.2%	38.7%	60.0%
人手の多い店は避けている	66	44.0%	43.6%	44.1%	18.2%	50.0%	47.9%	41.9%	20.0%
近くのお店で済ませるようになった	34	22.7%	25.6%	21.6%	27.3%	21.9%	22.5%	25.8%	0.0%
賞味期限の長い商品を買うようになった	21	14.0%	12.8%	14.4%	18.2%	6.3%	15.5%	9.7%	60.0%
ネット通販を多く利用するようになった	37	24.7%	20.5%	26.1%	27.3%	31.3%	21.1%	22.6%	40.0%
特に変化はない	38	25.3%	28.2%	24.3%	54.5%	15.6%	25.4%	25.8%	20.0%
その他	4	2.7%	0.0%	3.6%	0.0%	3.1%	1.4%	6.5%	0.0%

・20代では「特に変化はない」という回答が最も多く、30代～50代は「人手の多い店は避けている」「滞在時間を短くする」等、コロナ禍に合わせた行動の回答が高い。

その他抜粋

・まとめ買いが増えた、ひとりで買い物に行くようになった、添加物の入った食品を極力買わないようにした

調査結果詳細

最近1カ月間で購入した加工済み食品を全て教えてください ※複数選択

	N	割合	男性	女性	20代	30代	40代	50代	60代
冷凍食品	127	84.7%	79.5%	86.5%	81.8%	75.0%	84.5%	93.5%	100.0%
レトルト食品	87	58.0%	59.0%	57.7%	63.6%	65.6%	52.1%	61.3%	60.0%
水産加工品	50	33.3%	41.0%	30.6%	36.4%	37.5%	31.0%	32.3%	40.0%
食肉加工品	71	47.3%	43.6%	48.6%	72.7%	50.0%	45.1%	41.9%	40.0%
乳加工品	59	39.3%	43.6%	37.8%	45.5%	34.4%	39.4%	35.5%	80.0%
野菜加工品	38	25.3%	43.6%	18.9%	27.3%	18.8%	31.0%	12.9%	60.0%
果実加工品	22	14.7%	17.9%	13.5%	27.3%	15.6%	15.5%	6.5%	20.0%
嗜好食品	58	38.7%	28.2%	42.3%	45.5%	43.8%	35.2%	32.3%	80.0%
菓子類	104	69.3%	61.5%	72.1%	72.7%	62.5%	69.0%	71.0%	100.0%
缶詰食品	59	39.3%	46.2%	36.9%	45.5%	34.4%	39.4%	38.7%	60.0%
びん詰め食品	35	23.3%	15.4%	26.1%	18.2%	25.0%	25.4%	16.1%	40.0%
インスタント食品	88	58.7%	66.7%	55.9%	81.8%	43.8%	56.3%	67.7%	80.0%
その他	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

・冷凍食品がどの世代も高い結果となっている。特に20代は「びん詰め食品」以外の回答が30代以降より高い傾向にある。

調査結果詳細

最も購入することが多いものを教えてください

	N	割合	男性	女性	20代	30代	40代	50代	60代
1:冷凍食品	63	42.0%	35.9%	44.1%	54.5%	46.9%	39.4%	38.7%	40.0%
2:冷蔵食品	51	34.0%	25.6%	36.9%	9.1%	31.3%	38.0%	35.5%	40.0%
3:レトルト食品	10	6.7%	7.7%	6.3%	9.1%	6.3%	5.6%	6.5%	20.0%
4:インスタント食品	26	17.3%	30.8%	12.6%	27.3%	15.6%	16.9%	19.4%	0.0%

・最も購入するものとして「冷凍食品」が高い結果となっているが、40代、50代では「冷蔵食品」との差が少なくなっている。

選んだ理由（コメント抜粋）

共通コメント

- ・保存が効く（賞味期限が長い）
- ・手軽に調理できる（時短調理）

冷凍食品

- ・お弁当のおかず用
- ・味がおいしい
- ・価格が安定している

調査結果詳細

食品を購入するときに魅力的に感じるものを【1位】を教えてください

	N	割合	男性	女性	20代	30代	40代	50代	60代
1:調理なし	23	15.3%	17.9%	14.4%	36.4%	15.6%	12.7%	12.9%	20.0%
2:レンジアップ調理	28	18.7%	30.8%	14.4%	27.3%	9.4%	23.9%	12.9%	20.0%
3:時短	44	29.3%	23.1%	31.5%	18.2%	40.6%	29.6%	25.8%	0.0%
4:冷凍食品	10	6.7%	5.1%	7.2%	0.0%	6.3%	5.6%	9.7%	20.0%
5:片手で食べることができる	1	0.7%	2.6%	0.0%	0.0%	0.0%	1.4%	0.0%	0.0%
6:手が汚れない	1	0.7%	0.0%	0.9%	0.0%	3.1%	0.0%	0.0%	0.0%
7:個包装	6	4.0%	0.0%	5.4%	0.0%	6.3%	2.8%	6.5%	0.0%
8:栄養バランス	29	19.3%	17.9%	19.8%	0.0%	15.6%	19.7%	25.8%	40.0%
9:賞味期限が長い	8	5.3%	2.6%	6.3%	18.2%	3.1%	4.2%	6.5%	0.0%

・20代は「調理なし」という回答が最も高く、30代では「時短」という回答が他の世代と比べ高くなっている。

調査結果詳細

食品を購入するときに魅力的に感じるものを【2位】を教えてください

	N	割合	男性	女性	20代	30代	40代	50代	60代
1:調理なし	26	17.3%	15.4%	18.0%	9.1%	21.9%	18.3%	16.1%	0.0%
2:レンジアップ調理	24	16.0%	25.6%	12.6%	18.2%	12.5%	15.5%	16.1%	40.0%
3:時短	38	25.3%	15.4%	28.8%	27.3%	25.0%	25.4%	29.0%	0.0%
4:冷凍食品	16	10.7%	12.8%	9.9%	27.3%	9.4%	11.3%	6.5%	0.0%
5:片手で食べることができる	1	0.7%	0.0%	0.9%	0.0%	0.0%	0.0%	3.2%	0.0%
6:手が汚れない	3	2.0%	0.0%	2.7%	0.0%	3.1%	1.4%	3.2%	0.0%
7:個包装	9	6.0%	5.1%	6.3%	9.1%	3.1%	7.0%	6.5%	0.0%
8:栄養バランス	21	14.0%	17.9%	12.6%	0.0%	18.8%	15.5%	9.7%	20.0%
9:賞味期限が長い	12	8.0%	7.7%	8.1%	9.1%	6.3%	5.6%	9.7%	40.0%

・魅力を感じるもの2位では20代～50代で「時短」という回答が高くなっている。

調査結果詳細

食品を購入するときに魅力的に感じるものを【3位】を教えてください

	N	割合	男性	女性	20代	30代	40代	50代	60代
1:調理なし	20	13.3%	17.9%	11.7%	0.0%	21.9%	11.3%	16.1%	0.0%
2:レンジアップ調理	18	12.0%	10.3%	12.6%	18.2%	12.5%	9.9%	16.1%	0.0%
3:時短	26	17.3%	20.5%	16.2%	18.2%	15.6%	14.1%	19.4%	60.0%
4:冷凍食品	16	10.7%	10.3%	10.8%	18.2%	0.0%	15.5%	6.5%	20.0%
5:片手で食べることができる	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
6:手が汚れない	10	6.7%	10.3%	5.4%	0.0%	6.3%	9.9%	3.2%	0.0%
7:個包装	12	8.0%	5.1%	9.0%	9.1%	12.5%	7.0%	3.2%	20.0%
8:栄養バランス	21	14.0%	12.8%	14.4%	18.2%	15.6%	11.3%	19.4%	0.0%
9:賞味期限が長い	27	18.0%	12.8%	19.8%	18.2%	15.6%	21.1%	16.1%	0.0%

・魅力を感じるもの3位ではどの世代も回答が分かれてきており、「レンジアップ調理」「栄養バランス」「賞味期限が長い」という回答が比較的高くなっている。

調査結果詳細

最近1カ月間でネット通販を利用しましたか

	N	割合	男性	女性	20代	30代	40代	50代	60代
1:利用した	129	86.0%	84.6%	86.5%	81.8%	81.3%	91.5%	80.6%	80.0%
2:利用していない	21	14.0%	15.4%	13.5%	18.2%	18.8%	8.5%	19.4%	20.0%

・特に40代が「利用した」と回答している割合が最も高くなっている。

調査結果詳細

最近1カ月間のネット通販で購入したものを全て教えてください ※複数選択

	N	割合	男性	女性	20代	30代	40代	50代	60代
生鮮食品（野菜・果物）	6	4.0%	2.6%	4.5%	0.0%	3.1%	2.8%	6.5%	20.0%
生鮮食品（食肉・魚介類）	11	7.3%	0.0%	9.9%	0.0%	9.4%	5.6%	12.9%	0.0%
生鮮食品（米）	19	12.7%	12.8%	12.6%	9.1%	9.4%	11.3%	19.4%	20.0%
生鮮食品（その他）	2	1.3%	0.0%	1.8%	0.0%	3.1%	0.0%	3.2%	0.0%
加工食品	17	11.3%	7.7%	12.6%	9.1%	0.0%	16.9%	12.9%	0.0%
お菓子	24	16.0%	12.8%	17.1%	18.2%	15.6%	18.3%	12.9%	0.0%
その他食品	12	8.0%	7.7%	8.1%	9.1%	3.1%	9.9%	9.7%	0.0%
飲料・酒	13	8.7%	12.8%	7.2%	9.1%	15.6%	2.8%	16.1%	0.0%
飲料・酒（ケース）	24	16.0%	20.5%	14.4%	0.0%	12.5%	18.3%	22.6%	0.0%
美容雑貨	29	19.3%	5.1%	24.3%	9.1%	18.8%	18.3%	22.6%	40.0%
医療衛生用品	16	10.7%	2.6%	13.5%	18.2%	9.4%	9.9%	6.5%	40.0%
日用生活雑貨	58	38.7%	28.2%	42.3%	45.5%	40.6%	40.8%	32.3%	20.0%
家電用品	37	24.7%	35.9%	20.7%	45.5%	12.5%	22.5%	29.0%	60.0%
ペット用品	11	7.3%	7.7%	7.2%	18.2%	0.0%	9.9%	6.5%	0.0%
おもちゃ	14	9.3%	7.7%	9.9%	9.1%	15.6%	11.3%	0.0%	0.0%
衣料品	38	25.3%	10.3%	30.6%	0.0%	12.5%	28.2%	38.7%	40.0%
ベビー用品	8	5.3%	2.6%	6.3%	27.3%	12.5%	1.4%	0.0%	0.0%
ギフト	17	11.3%	7.7%	12.6%	18.2%	21.9%	7.0%	9.7%	0.0%
その他	7	4.7%	7.7%	3.6%	0.0%	3.1%	4.2%	9.7%	0.0%
利用していない	21	14.0%	15.4%	13.5%	18.2%	18.8%	8.5%	19.4%	20.0%

・ネット通販では「日用生活雑貨」を購入する割合がほとんどの世代で高く、50代のみ「日用生活雑貨」より「衣料品」が高い結果となっている。

調査結果詳細

実店舗ではなく、ネット通販を利用したいと思うのはどんなときですか。最も当てはまるものを選択

	N	割合	男性	女性	20代	30代	40代	50代	60代
1:価格が安いから	45	30.0%	35.9%	27.9%	54.5%	25.0%	25.4%	32.3%	60.0%
2:品揃えが豊富だから	20	13.3%	20.5%	10.8%	18.2%	15.6%	14.1%	9.7%	0.0%
3:24時間いつでも購入できるから	31	20.7%	7.7%	25.2%	9.1%	15.6%	26.8%	19.4%	0.0%
4:持ち帰るのが大変なものだから	27	18.0%	20.5%	17.1%	9.1%	21.9%	18.3%	19.4%	0.0%
5:実店舗に行く時間を節約できるから	14	9.3%	5.1%	10.8%	0.0%	12.5%	11.3%	6.5%	0.0%
6:対面での接客を省略できる	1	0.7%	2.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	3.2%	0.0%
7:レビューを参照して購入できる	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
8:購入履歴から欲しいものを指示してくれる	1	0.7%	0.0%	0.9%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	20.0%
9:ポイントを貯めてるから	8	5.3%	5.1%	5.4%	0.0%	9.4%	4.2%	6.5%	0.0%
10:その他	3	2.0%	2.6%	1.8%	9.1%	0.0%	0.0%	3.2%	20.0%

・20代では「価格が安い」という回答が30代～50代と比べ高く、30代～50代では「24時間」「持ち帰りが大変」が利用意向としてあがっている。

調査結果詳細

普段、食品を購入するとき、パッケージ裏面の成分表示を意識していますか

	N	割合	男性	女性	20代	30代	40代	50代	60代
1:意識している	117	78.0%	71.8%	80.2%	54.5%	75.0%	83.1%	77.4%	80.0%
2:意識していない	33	22.0%	28.2%	19.8%	45.5%	25.0%	16.9%	22.6%	20.0%

・20代では「意識している」という回答が30代以降より低くなっている。

食品を購入するとき、表記されているか必ず確認するものを全て教えてください ※複数選択

	N	割合	男性	女性	20代	30代	40代	50代	60代
国産	107	71.3%	66.7%	73.0%	36.4%	71.9%	77.5%	64.5%	100.0%
鹿児島県産	33	22.0%	25.6%	20.7%	0.0%	25.0%	23.9%	19.4%	40.0%
非遺伝子組み換え	26	17.3%	17.9%	17.1%	9.1%	12.5%	16.9%	22.6%	40.0%
着色料不使用	21	14.0%	7.7%	16.2%	0.0%	15.6%	14.1%	16.1%	20.0%
カロリーオフ	24	16.0%	20.5%	14.4%	0.0%	15.6%	18.3%	12.9%	40.0%
減塩	21	14.0%	12.8%	14.4%	9.1%	15.6%	14.1%	12.9%	20.0%
保存料不使用	30	20.0%	17.9%	20.7%	45.5%	21.9%	14.1%	19.4%	40.0%
人工甘味料不使用	35	23.3%	12.8%	27.0%	27.3%	21.9%	22.5%	29.0%	0.0%
化学調味料無添加	26	17.3%	12.8%	18.9%	18.2%	21.9%	14.1%	19.4%	20.0%
無農薬	21	14.0%	7.7%	16.2%	9.1%	12.5%	14.1%	19.4%	0.0%
砂糖不使用	9	6.0%	12.8%	3.6%	0.0%	6.3%	4.2%	9.7%	20.0%
アレルギー特定原材料7品目のいずれか不使用	7	4.7%	7.7%	3.6%	0.0%	12.5%	2.8%	3.2%	0.0%
有機	14	9.3%	7.7%	9.9%	9.1%	12.5%	5.6%	12.9%	20.0%
特に確認していない	19	12.7%	17.9%	10.8%	45.5%	12.5%	7.0%	16.1%	0.0%
その他	4	2.7%	2.6%	2.7%	0.0%	0.0%	1.4%	6.5%	20.0%

・20代は「保存料不使用」を必ず確認するという割合が最も高く、30代以降では「国産」「鹿児島県産」を必ず確認するという割合が高くなっている。

調査結果詳細

表記されているものでもっとも魅力的に感じるものはどれですか

	N	割合	男性	女性	20代	30代	40代	50代	60代
1:国産	79	52.7%	46.2%	55.0%	36.4%	62.5%	56.3%	41.9%	40.0%
2:鹿児島県産	21	14.0%	20.5%	11.7%	0.0%	9.4%	19.7%	12.9%	0.0%
3:非遺伝子組み換え	1	0.7%	0.0%	0.9%	0.0%	0.0%	1.4%	0.0%	0.0%
4:着色料不使用	1	0.7%	0.0%	0.9%	0.0%	0.0%	0.0%	3.2%	0.0%
5:カロリーオフ	16	10.7%	12.8%	9.9%	18.2%	9.4%	8.5%	9.7%	40.0%
6:減塩	3	2.0%	0.0%	2.7%	0.0%	3.1%	1.4%	3.2%	0.0%
7:保存料不使用	2	1.3%	2.6%	0.9%	0.0%	3.1%	0.0%	3.2%	0.0%
8:人工甘味料不使用	4	2.7%	0.0%	3.6%	9.1%	0.0%	2.8%	3.2%	0.0%
9:化学調味料無添加	7	4.7%	5.1%	4.5%	18.2%	6.3%	2.8%	3.2%	0.0%
10:無農薬	3	2.0%	0.0%	2.7%	0.0%	0.0%	4.2%	0.0%	0.0%
11:砂糖不使用	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
12:アレルギー特定原材料7品目のいずれか不使用	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
13:有機	6	4.0%	2.6%	4.5%	9.1%	0.0%	1.4%	9.7%	20.0%
14:特に確認していない	6	4.0%	7.7%	2.7%	0.0%	6.3%	1.4%	9.7%	0.0%
15:その他	1	0.7%	2.6%	0.0%	9.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

・「国産」表記が最も高い割合となったが、20代が30代以降より割合が低くなっている。

調査結果詳細

表記されているものでもっとも魅力的に感じる理由（コメント抜粋）

【国産】

- ・安心安全

【鹿児島県産】

- ・食の豊かさが圧倒的に素晴らしいから
- ・安心
- ・身近なものなので馴染みがある
- ・地産地消
- ・地元を活性化させたい

【カロリーオフ】

- ・食事制限ではなく、カロリーオフで調整をしたい
- ・カロリーを気にしている
- ・体に良い
- ・ダイエットをしているため

まとめ

1. コロナ禍での購買行動の変化

- ✓ 外食（夕食）の頻度は新型コロナ流行前と比べ「減った」という回答が最も高い。
- ✓ それ以外は7～8割が「変わらない」という回答で最も多く、新型コロナ流行前の行動に戻ってきている。
- ✓ 加工済み食品利用頻度は40代以上、デリバリーの利用頻度は20～30代で増加傾向にあり、世代による差が出ている。
- ✓ キャッシュレス決済の普及に伴い、QRコード決済の利用が増えてきており、男性では最も利用する割合が高くなっている。

2. 加工済み食品の購入意向に関する魅力度

- ✓ 冷凍食品を購入する頻度は全世代で高く、特に20代は冷凍食品の購入頻度が高い。
- ✓ 冷凍食品のメリットである「時短・手軽さ（調理なし/レンジアップ調理）」に加え、栄養バランスや味、価格といった面でも魅力度が高い。

3. パッケージ成分表示の購入意向に対する影響

- ✓ パッケージの成分表示は「国産」「人工甘味料不使用」「鹿児島県産」を確認するケースが多かった。
- ✓ 「安心安全」「地産地消」というワードが多く、国産・鹿児島県産表記の安心感・地元活性の意識が高いことがわかる。

Q1.	現在の職業について回答してください	SA	パート・アルバイト・派遣					
			会社員					
			会社役員					
			自営業					
			公務員					
			その他					
			無職・定年					
Q2.	現在の居住地について回答してください	SA	鹿児島市	西之表市	いちき串木野市	姶良市	肝属郡	
			鹿屋市	垂水市	南さつま市	鹿児島郡	熊毛郡	
			枕崎市	薩摩川市	志布志市	薩摩郡	大島郡	
			阿久根市	日置市	奄美市	出水郡		
			出水市	曾於市	南九州市	姶良郡		
			指宿市	霧島市	伊佐市	曾於郡		
Q3.	最近1カ月間での昼食での外食頻度を回答してください	SA	ほぼ毎日					
			週に4～5程度					
			週に2～3程度					
			週に1回程度					
			月に2～3回程度					
			月に1回程度					
			それ以下					
			昼食での外食を利用していない					

調査票

Q3.	最近1カ月間での昼食での外食頻度を回答してください	SA	ほぼ毎日 週に4～5程度 週に2～3程度 週に1回程度 月に2～3回程度 月に1回程度 それ以下 昼食での外食を利用していない
Q4.	最近1カ月間での夕食での外食頻度を回答してください	SA	ほぼ毎日 週に4～5程度 週に2～3程度 週に1回程度 月に2～3回程度 月に1回程度 それ以下 夕食での外食を利用していない

調査票

Q5.	最近1カ月間で【スーパー】を利用した頻度を回答してください	SA	ほぼ毎日 週に4～5程度 週に2～3程度 週に1回程度 月に2～3回程度 月に1回程度 それ以下 利用していない
Q6.	最近1カ月間で【ドラッグストア】を利用した頻度を回答してください	SA	ほぼ毎日 週に4～5程度 週に2～3程度 週に1回程度 月に2～3回程度 月に1回程度 それ以下 利用していない
Q7.	最近1カ月間で【コンビニエンスストア】を利用した頻度を回答してください	SA	ほぼ毎日 週に4～5程度 週に2～3程度 週に1回程度 月に2～3回程度 月に1回程度 それ以下 利用していない

調査票

Q8.	スーパー・ドラッグストア・コンビニエンスストアの中で食品を買うために一番よくいく場所はどこですか	SA	スーパー
			ドラッグストア
			コンビニエンスストア
Q9.	上記を選んだ理由を回答してください	MA	価格（安さ）
			商品の品質
			新商品の充実さ
			スタッフの接客
			店舗の清潔度
			家からの距離
			職場からの距離
			その店舗のポイントをためている
			その他
Q10.	その他を選んだ際、その内容を記入してください	FA	
Q11.	食品を買うときによく利用する支払方法を全て回答してください	MA	現金
			クレジットカード
			電子マネー（交通系ICカード・商業系カード）
			QRコード決済

調査票

Q12.	新型コロナウイルス流行前と比較して、外食（昼食）の利用頻度は変わりましたか	SA	☐ 増えた ☐ 変わらない ☐ 減った
Q13.	新型コロナウイルス流行前と比較して、外食（夕食）の利用頻度は変わりましたか	SA	☐ 増えた ☐ 変わらない ☐ 減った
Q14.	新型コロナウイルス流行前と比較して、加工済み食品の利用頻度は変わりましたか	SA	☐ 増えた ☐ 変わらない ☐ 減った
Q15.	新型コロナウイルス流行前と比較して、デリバリー（出前）の利用頻度は変わりましたか	SA	☐ 増えた ☐ 変わらない ☐ 減った
Q16.	新型コロナウイルス流行前と比較して、スーパーの利用頻度は変わりましたか	SA	☐ 増えた ☐ 変わらない ☐ 減った
Q17.	新型コロナウイルス流行前と比較して、ドラッグストアの利用頻度は変わりましたか	SA	☐ 増えた ☐ 変わらない ☐ 減った
Q18.	新型コロナウイルス流行前と比較して、コンビニエンスストアの利用頻度は変わりましたか	SA	☐ 増えた ☐ 変わらない ☐ 減った

調査票

Q19.	新型コロナウイルス流行前と比較して、【食品】の買い物の仕方 で変わったことはありますか	MA	新商品など初めての商品の購入が減った
			お見せの滞在時間を短くするようにした
			人手の多い店は避けている
			近くのお店で済ませるようになった
			賞味期限の長い商品を買うようになった
			ネット通販を多く利用するようになった
			特に変化はない
			その他
Q20.	その他を選んだ際、その内容を記入してください	FA	

調査票

Q21.	最近1カ月間で購入した加工済み食品を全て教えてください	MA	冷凍食品
			レトルト食品
			水産加工品
			食肉加工品
			乳加工品
			野菜加工品
			果実加工品
			嗜好食品
			菓子類
			缶詰食品
			びん詰め食品
			インスタント食品
			その他
Q22.	その他を選んだ際、その内容を記入してください	FA	
Q23.	購入することが多いものを教えてください	SA	冷凍食品
			冷蔵食品
			レトルト食品食品
			インスタント食品
Q24.	上記を購入する理由を教えてください	FA	

調査票

Q25.	食品を購入するときに魅力的に感じるものを【1位】を教えてください	SA	調理なし レンジアップ調理 時短 冷凍食品 片手で食べることができる 手が汚れない 個包装 栄養バランス 賞味期限が長い
Q26.	食品を購入するときに魅力的に感じるものを【2位】を教えてください	SA	調理なし レンジアップ調理 時短 冷凍食品 片手で食べることができる 手が汚れない 個包装 栄養バランス 賞味期限が長い
Q27.	食品を購入するときに魅力的に感じるものを【3位】を教えてください	SA	調理なし レンジアップ調理 時短 冷凍食品 片手で食べることができる 手が汚れない 個包装 栄養バランス 賞味期限が長い

調査票

Q28.	最近1カ月間でネット通販を利用しましたか	SA	利用した 利用していない
Q29.	最近1カ月間のネット通販で購入したものを全て教えてください	MA	生鮮食品（野菜・果物） 生鮮食品（食肉・魚介類） 生鮮食品（米） 生鮮食品（その他） 加工食品 お菓子 その他食品 飲料・酒 飲料・酒（ケース） 美容雑貨 医療衛生用品 日用生活雑貨 家電用品 ペット用品 おもちゃ 衣料品 ベビー用品 ギフト その他 利用していない
Q30.	その他を選んだ際、その内容を記入してください	FA	

Q31.	実店舗ではなく、ネット通販を利用したいと思うのはどんなときですか。最も当てはまるものを選択してください	SA	価格が安いから
			品揃えが豊富だから
			24時間いつでも購入できるから
			持ち帰るのが大変なものだから
			実店舗に行く時間を節約できるから
			対面での接客を省略できる
			レビューを参照して購入できる
			購入履歴から欲しいものを指示してくれる（レコメンド機能）
			ポイントを貯めてるから
			その他
Q32	その他を選んだ際、その内容を記入してください	FA	

Q33	普段、食品を購入するとき、パッケージ裏面の成分表示を意識していますか	SA	意識している 意識していない
Q34	食品を購入するとき、表記されているか必ず確認するものを全て教えてください	MA	国産 鹿児島県産 非遺伝子組み換え 着色料不使用 カロリーオフ 減塩 保存料不使用 人工甘味料不使用 化学調味料無添加 無農薬 砂糖不使用 アレルギー特定原材料7品目のいずれか不使用 有機 特に確認していない その他
Q35	その他を選んだ際、その内容を記入してください	FA	

Q36	表記されているものでもっとも魅力的に感じるものはどれですか	SA	国産
			鹿児島県産
			非遺伝子組み換え
			着色料不使用
			カロリーオフ
			減塩
			保存料不使用
			人工甘味料不使用
			化学調味料無添加
			無農薬
			砂糖不使用
			アレルギー特定原材料7品目のいずれか不使用
			有機
			特に確認していない
その他			
Q37	その他を選んだ際、その内容を記入してください	FA	
Q38	上記の理由を教えてください	FA	

ネットリサーチをご検討の方は、
以下QRコード、もしくはURL・メールより、お気軽にご相談ください。



株式会社MS&Consulting

URL <https://req.msandc.co.jp/form/contactnrP>

mail msc-info@msandc.co.jp