

新潟マーケティングリサーチ PRESS

けんみんデータバンク

「ケンミンの晩酌」

Q1どのくらいの頻度で晩酌する？



新潟の子育て世帯
(トキっ子くらぶ会員)
に聞きました！

夫の晩酌

夫の半数がほぼ毎日晩酌を楽しんでいるという結果。それに対して毎日晩酌をする妻は15%。女性向けの酒類が流行、続出する中で未だに毎日晩酌を楽しむ女性は少ない。
しかし、夫が毎日飲むビールを購入しているのは妻である女性。安いときに買い溜め(五泉市在住 30代 女性)しているとか、ウイスキーを買って自宅でハイボールをつくる(新潟市東区在住 30代 女性)など、「節約するけど楽しく♪」という女性ならではの工夫があるようだ。
酒類メーカーは女性向けのおまけや特典をつけて、奥様のココロを掴めば売り上げがのびるのではないだろうか。
機会があれば、より深く調査してみたいと思う。 グローバルマーケティング(株) 玉木南

妻の晩酌



Q2晩酌でなに飲む？

1	ビール	30%	4	ワイン・シャンパン	10%
2	カクテル	19%	5	ノンアルコール飲料	11%
3	焼酎	17%	6	日本酒	8%

ま、まさか・・・

日本酒がノンアルに負けた？
これでいいのか新潟県民！

とはいえ、明日を考える新潟県民の誠実さが表れている良い結果と捉えましょう



新潟県のマーケティングリサーチ・市場調査のお問合わせ・ご相談はこちら



新潟マーケティングリサーチ で検索！

お電話

025-378-6812

HOTワード
インタビュー

Q.BRT (次世代バスシステム) をどのように考えますか？

A.ポイントは「環境問題」と「まちづくり」

私は先日、BRTの試乗会に参加してきました。
BRTは新潟市で導入が決まっている次世代バスシステムですが、このBRTの導入について考えるべきポイントは2つあると思います。

ひとつは「環境問題」です。新潟市は「旅客分野における市民一人当たりのCO2排出量」が3番目に多い都市です。通常の2倍の輸送量を誇るBRTを導入することで大幅な削減が期待できます。色々な意見もありますが、この素晴らしい新潟を残すために優先すべきことだと思います。

もうひとつは「まちづくり」です。新潟市は駅から商業地(万代・古町)が離れている極めて珍しい地域であり、学生や高齢者など自動車を利用しない人々にとって、バスは貴重な交通手段です。

私もよくバスを利用しますが、新潟駅～古町は交通量が多くて時間がかります。BRTによりこの区間がスムーズに乗り入れできるようになれば現在よりも多くの集客が期待できます。

BRTを導入することが新潟市の活性化につながるのかは今後の課題でもありますね。



グローバルマーケティング
WEBマーケティングパートナー
松岡正行



調査事例

弊社のリサーチ実績の中から一部をご紹介します。



■調査目的

市外や県外からの観光やレジャーを目的に訪れる人々を、地元の商店街へ誘客するための施策を立案するため、地域に訪れる人々の全体的な傾向を把握する。

■調査手法: 街頭調査(屋外)

■調査実施期間: 2013年7月～8月(平日と休日で各1日ずつ実施)

■聞き取り件数(回収サンプル): 469サンプル(188組)

■調査対象者: 観光施設やレジャー施設利用する顧客

■調査概要

新潟県内のとある地域に存在する観光施設4か所で街頭調査を実施しました。今回調査を実施した地域では、シーズンごとに県外や市外から多くの観光客が訪れます。こうした観光客に地域の商店街に立ち寄ってもらうためにはどのような施策が有効なのか、現状を知るために調査を実施しました。

Q. 帰りにお土産を買いますか？

◆「買う(予定)」・・・23.0%

◆「買わない」・・・77.0%

Q. 帰りにお土産を買いますか？

	平日(8月上旬)		休日(7月下旬)	
	人数	割合	人数	割合
買う(予定)	71	44.4%	37	12.1%
買わない	89	55.6%	268	87.9%

観光やレジャー目的での来訪が多い当該地域ですが、「お土産を買わない」という回答が実に7割を超える結果となりました。しかし、これを平日・休日で分けて考えてみると、意外な結果が現れます。左表でもある通、「お土産を買う」と答えた方が休日よりも平日の方が圧倒的に多く存在しました。なぜでしょうか？

その理由は、調査対象の属性から見えてきます。実は、8月上旬の平日に実施した調査では、回答する方の約半数が県外からの来訪者でした。一方、7月下旬の休日に実施した調査では、県外からの来訪者が全体の2割程度にとどまりました。

県外客の多くが、「お土産を購入する」と回答していたため、平日と休日で大きく開きが出る結果となりました。しかし、そもそもなぜ平日の方が県外からの来訪者数が多かったのでしょうか？

その理由は、おそらく季節的な要因が関係していると推察されます。皆さんもご存じのとおり、今年の梅雨はなかなかしぶとく、7月中旬～後半にかけても雨が降ることが多々ありました。その影響もあってか、平日と休日で県外客の数が平日と休日で逆転してしまう現象が起きたのではないかと考えられます。街頭調査ではこのように屋外で実施することも多いため、純粋に数値だけでなく様々な外的要因も加味しながら分析することが重要になります。

マーケティングリサーチでは、数値結果だけでなく様々な要素を加味しながら分析し、マーケティング施策を考えるかどうかで、後の成果を大きく左右するでしょう。



文責: グローカルマーケティング(株) 野澤 玄也

新潟県のマーケティングリサーチ・市場調査のお問合わせ・ご相談はこちら

新潟に密着した企業だからできる新潟の声をお届けします！

新潟マーケティングリサーチ

検索

お電話

025-378-6812

【受付時間】9:00～18:00(平日)