

農林水産省・鹿児島県庁 御中

令和3年度データを活用した産地と消費者をつなぐ実証プロジェクト (国内マーケット) 委託事業

CCCマーケティング 株式会社

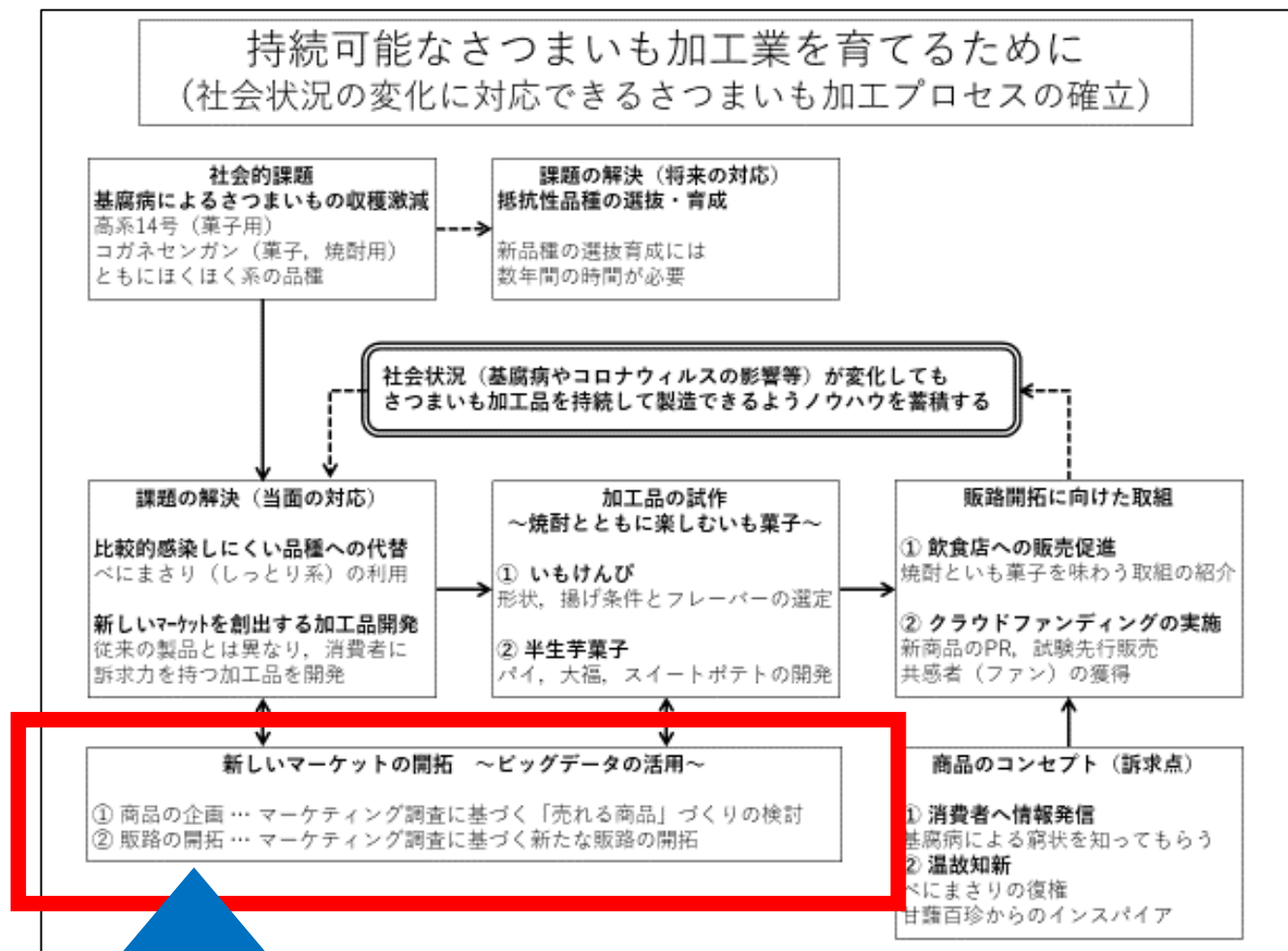


【1】本日のご提案・振り返り

【2】データ調査分析レポート

【3】ディスカッション

22年1月10日鹿児島県庁様作成 LFPサツマイモ利用体系図より



1. 芋焼耐好きってどんな特徴がある? ⇒ **ターゲット設計・コミュニケーション設計**
2. ターゲット層の属性や興味関心ゴトの可視化 ⇒ **今後の商品企画・販路開拓の示唆だし**

分析・調査から

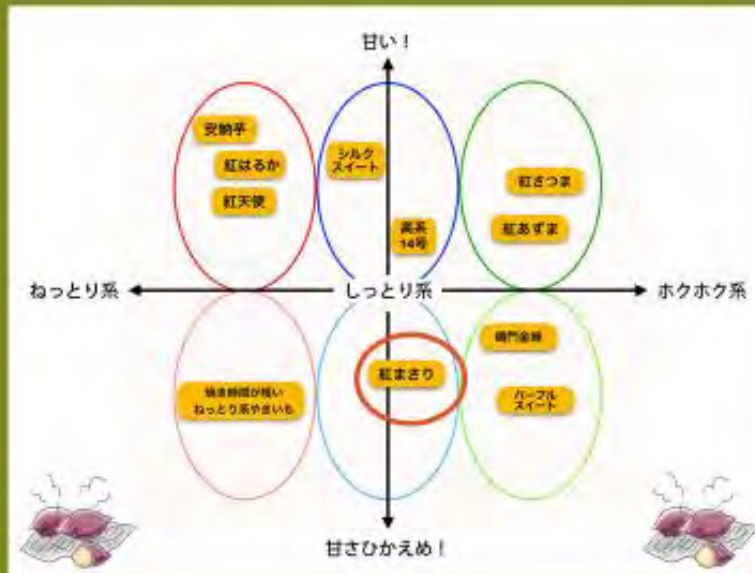
商品選定・ターゲット設計の示唆ご提案



商品企画のプランニング/仮説にご活用



産業調査や生活者への受容性調査などにより
よりニーズの高い商品企画を支援



- ▶強い訴求力のある“芋の甘さ”は劣る。⇒甘くないを強みにするが、より甘さがない芋の良さを考える
⇒⇒ 芋の甘さを感じつつ、他の味（甘み・塩味・苦味）の組み合わせ **けんぴのバリエーション**
- ▶ホクホク系ではなく、しっとり系 ⇒しっとりさ+くどくない甘さを武器にする ⇒ **和菓子路線の武器する**

【商品開発】

芋けんぴ・スイーツの単独開発だと“わくわく”・プレゼンスが弱い。

イノベーションはなにか?という視点がLFPである以上必須。

⇒「紅まさら」はどういう芋か??(可能性の考察が必要)

⇒顧客の利点はなにか?⇒(美味しさ・知的好奇心・社会貢献)

既存商品の転換 ～ 菓子拡張の基本セオリー ～

オーソドックスな
芋けんぴ

極細
芋けんぴ

フレーバー芋けんぴ
キャラメル味・塩味・シナモン味
など

抹茶チョコ
コーティング
芋けんぴ

スイーツの商品拡張



① 食感

② フレーバー

③ 色

④ ポーション

⑤ パッケージ

価値仮説: 芋焼酎と紅まさりの特徴を活かしたさつまいも菓子のマリアージュ(仮)
⇒ 芋焼酎に合うさつまいも菓子とは?

商品が消費者に提供する顧客価値は何か？

「芋焼酎と紅まさりの特徴を活かしたさつまいも菓子のマリアージュ(仮)」

Who (誰が) 鹿児島県LFPパートナー

What (何を?) 病害に強い抵抗性品種“紅まさり”の特徴を活かした菓子(芋かりんとう/洋菓子)
商品特性から単品ではなく芋焼酎とペアリング

When (いつ?) 2022年3月～

Where (どこで?) クラウドファンディングに賛同した飲食店(仮:東京都市部の焼酎BAR)

Whom (誰に・ターゲット) 焼酎BARで芋焼酎を飲まれる方 ※サブ:SDG s 関心層

Why (なぜ?) さつまいも菓子の原料確保の為に病害にも強い品種を使った商品開発が必要。
ただし生産量は少量の為、小規模で飲食店を通じて提供し受容性を検証する

How (どうやって?) 環境に配慮して飲食店にバルク納品し、芋焼酎とペアリング提供。
POPなどで商品開発コンセプトを伝え、興味関心につなげる

How much (いくらで?) 付き出しとして提供 ※飲食店によって異なる

【1】本日のご提案・振り返り

【2】データ調査分析レポート

【3】ディスカッション

1. 芋焼酎好きってどんな特徴がある？

- ① 芋焼酎飲用者の特徴（他のお酒と比較）
- ② 芋焼酎と相性の良さそうなお菓子とは？

2. ターゲット層の属性や興味関心ゴトの可視化

- ③ お酒以外で”さつまいも菓子”とのペアリングのチャンス領域
- ④ 社会課題解決（SDGsなど）関心層の特徴

①芋焼酎飲用者の特徴（他のお酒と比較）

ID-POSデータから酒類購入者を分析

①-1 芋焼酎を飲む方の 特徴を可視化

飲酒される方の特徴



その内、焼酎を飲まれる方



さらに、芋焼酎を飲む方
(属性・購入するお菓子など)

芋焼酎ユーザーの人物像
エリア・規模など

①-2 酒類商品×飲み方から 特徴を可視化

購入されるお酒の特徴を分類



分類別の特徴

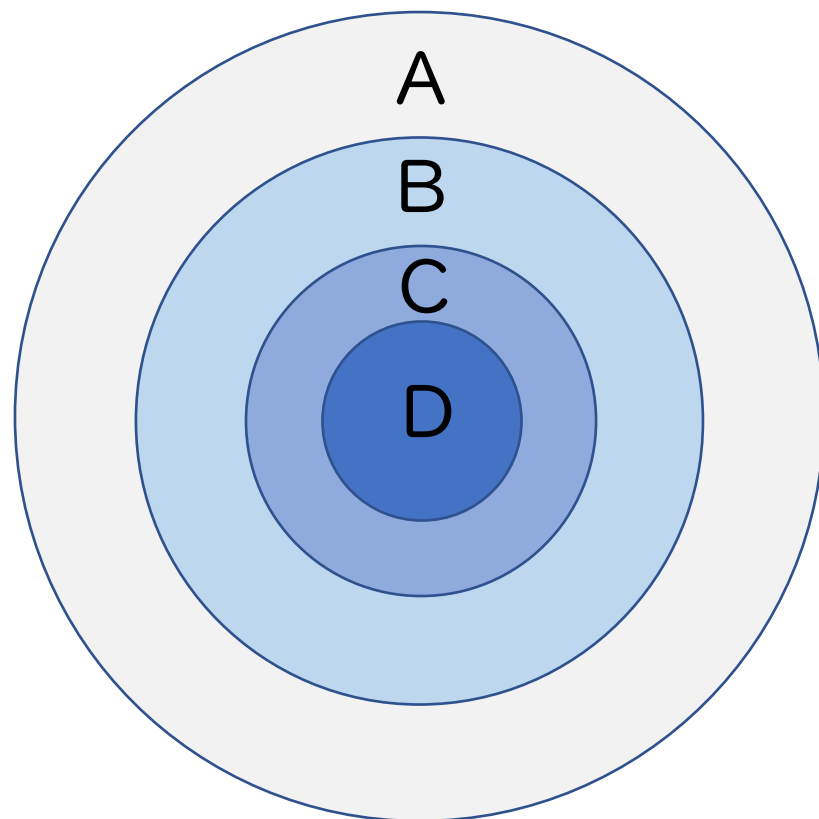


分類別に購入する
芋焼酎の銘柄・ポーションなど

より具体的に
ターゲットイメージを可視化

①-Ⅰ 芋焼酎を飲む方の特徴を可視化

直近1年間のID-POSデータより
UU=ユニークユーザー



A=T会員ALL

1700万UU (ALLから一部抜粋)

B=飲酒ALL

(酒類購入) 52万UU

C=焼酎ALL

20万UU

D=芋焼酎ALL

8万UU

比較

比較

比較

飲酒される方の中でも芋焼酎を飲まれる方の特徴を
具体的に可視化する為に分析比較軸を設計し深掘り

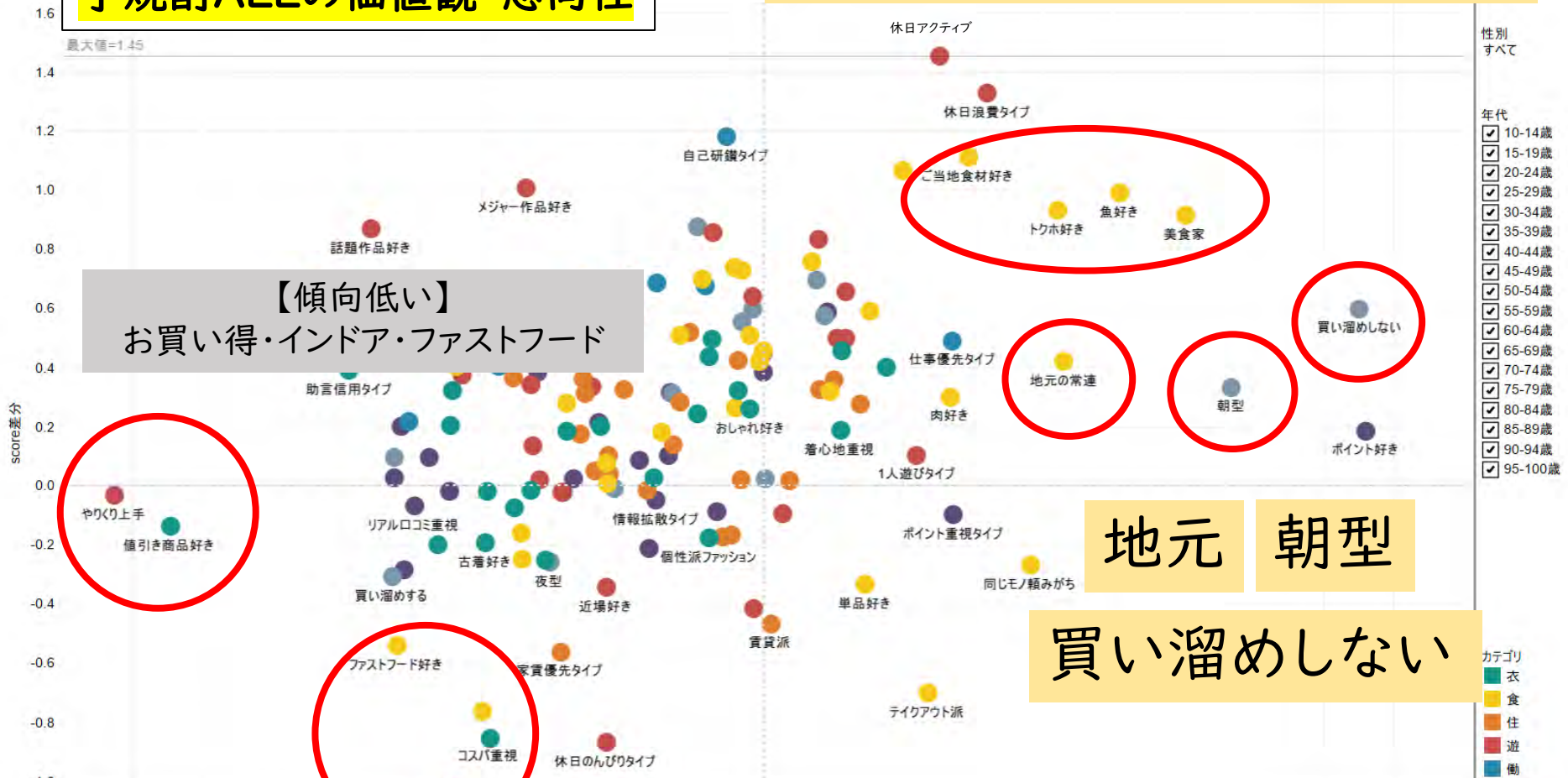
①-Ⅰ 芋焼酎を飲む方の特徴を可視化

						特に購買傾向の高い商品		
区分	セグメント	性年代	エリア	趣味	価値観・志向性	お菓子	飲料	スイーツ
B	飲酒ALL	50～54歳 男性	東京都	飲酒 スポーツ観戦	-	硬いクラッカー 塩バターピー	ノンアルコール飲料	プリン ゼリー
C	焼酎ALL	65～69歳 男性	埼玉県	飲酒 料理	-	硬い煎餅 緑豆	ホッピー 炭酸水	ヨーグルト
D	芋焼酎ALL	40～44歳 男性	鹿児島県	スポーツ ゴルフ	次ページ ご参照	塩麴ポテチ(紙パック) 柿ピー セ味味	牛乳 微アルコール飲料 クラフトビール	ヨーグルト

①-Ⅰ 芋焼酎を飲む方の特徴を可視化

焼酎ALLと比較した
芋焼酎ALLの価値観・志向性

ご当地食材・美食家・魚好き



【仮説】

- ・食にこだわりあり、健康に気をつけている
- ・必要なものを必要な時に購入=LFPのビジョンに共感？

①芋焼酎飲用者の特徴（他のお酒と比較）

ID-POSデータから酒類購入者を分析

①-1 芋焼酎を飲む方の 特徴を可視化

飲酒される方の特徴



その内、焼酎を飲まれる方



さらに、芋焼酎を飲む方
(属性・購入するお菓子など)

芋焼酎ユーザーの人物像
エリア・規模など

①-2 酒類商品×飲み方から 特徴を可視化

購入されるお酒の特徴を分類



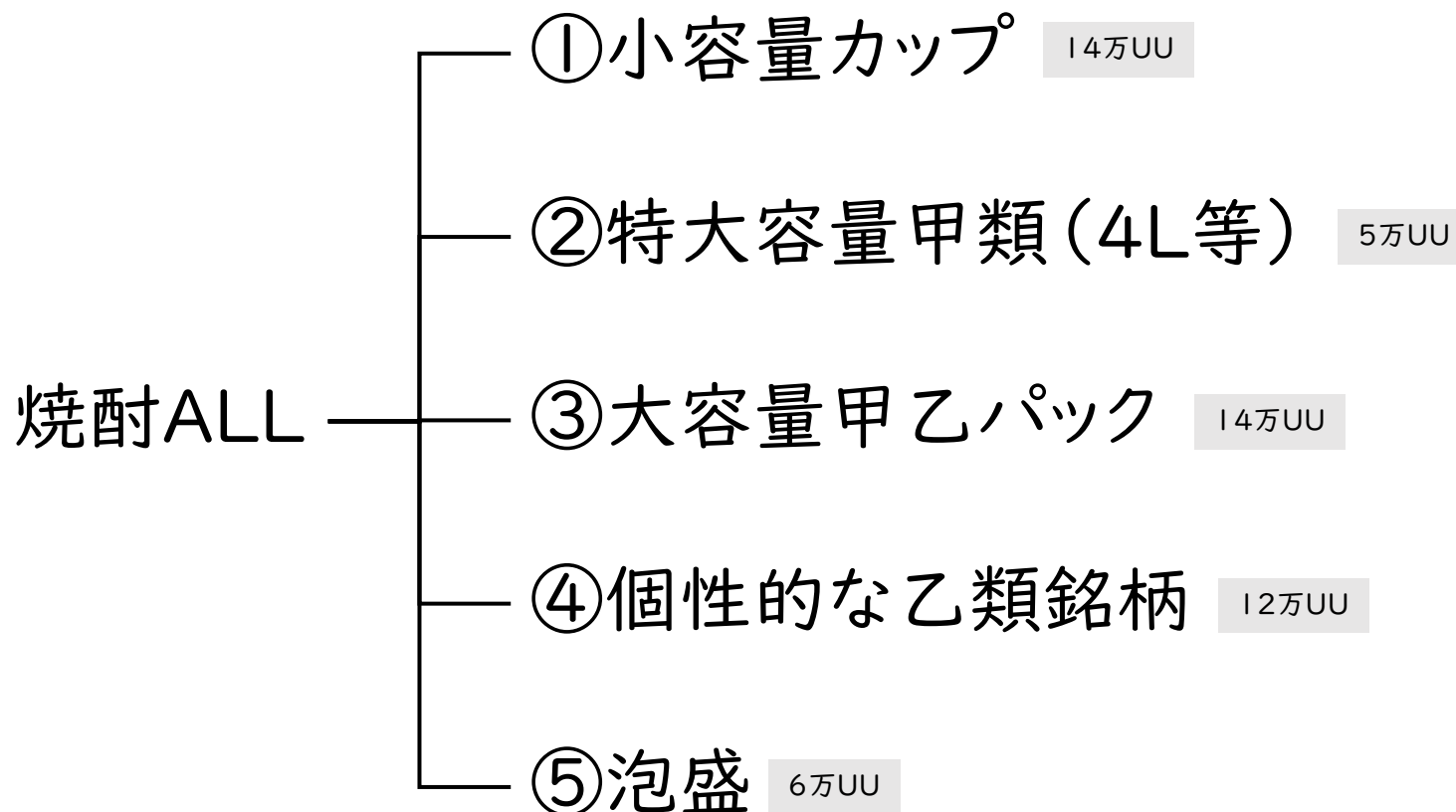
分類別の特徴



分類別に購入する
芋焼酎の銘柄・ポーションなど

より具体的に
ターゲットイメージを可視化

購入されるお酒の特徴（飲み方・銘柄など）をもとに分類
※トピック分析を活用



①-2 酒類商品×飲み方から特徴を可視化

区分	セグメント	購入する 芋焼酎銘柄の上位	セグメント特徴以外に購入するお酒 の特徴	属性	エリア	趣味	食の 価値観・志向性
①	小容量	さくらじま おやっとさあ 小正	小容量ボトル	未婚男性 55-59歳	愛知県 東京都	スポーツ スポーツ観戦	一人ご飯が苦手
②	特大乙類	森伊蔵 京屋 田苑	低アルコール 大容量	既婚女性 45-49歳 子供学生	埼玉県	美容 ファッション	一家団欒タイプ
③	大容量 甲乙	薩摩一 薩摩の彩 博多の舞	●●オフの健康志 向系 ハイボール	既婚男性 70-74歳 子供成人	埼玉県	園芸・ガーデン ニング 料理	大手メーカー好き
④	乙類	問わず語らず名も 無き焼酎 さつま大海 日向木挽BLUE	個性的なクラフト ビールやサワー	未婚男性 45-49歳	愛知県 東京都	ゲーム マンガ	地元の常連
⑤	泡盛	よかいち 一刻者 酒造王手門	沖縄ビール クラフトビール	既婚女性 45-49歳 子供なし	東京都	海外旅行 グルメ食べ歩き	デパ地下好き

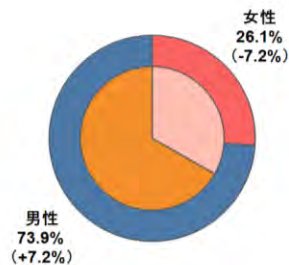
【ターゲット案(仮)】

焼酎BAR利用者＝お酒・食・雰囲気にかかわりがあり、一人でもよく外食しそうな方

①-2 酒類商品×飲み方から特徴を可視化

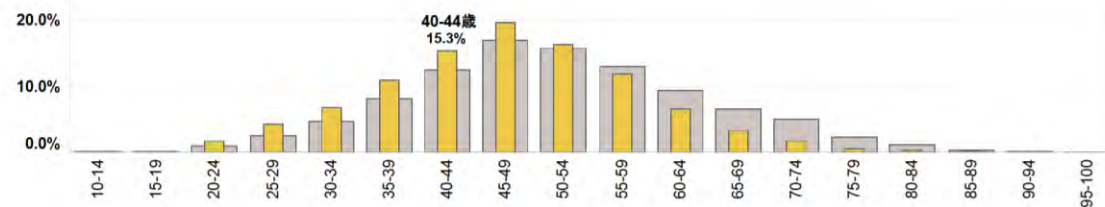
基本属性

性別

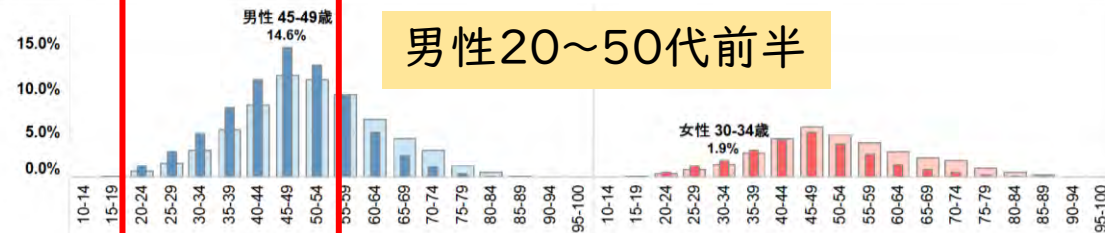


年代別

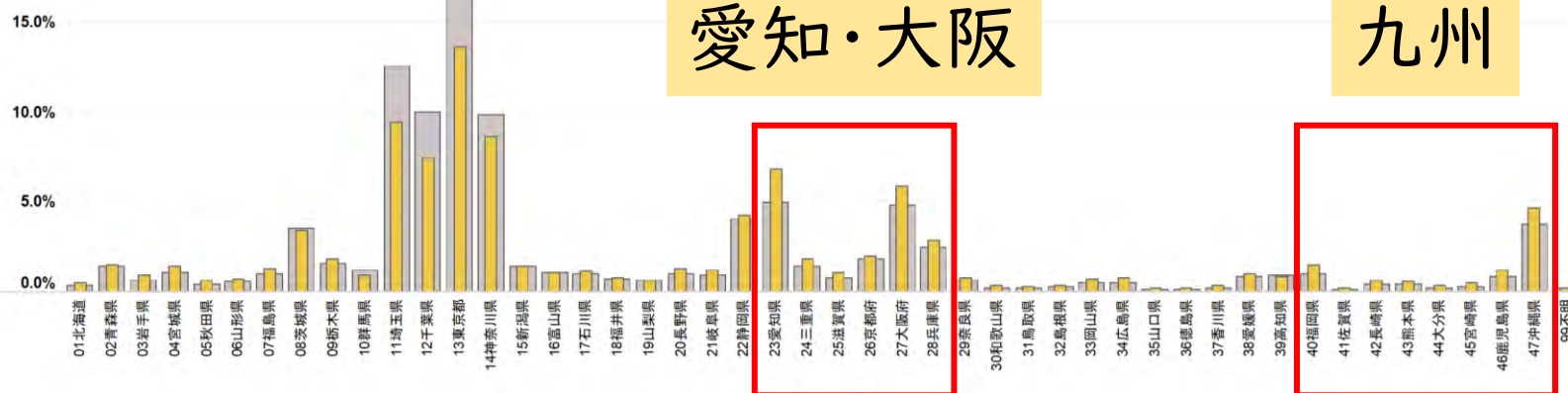
平均年齢 分析対象: 47.2歳 比較対象: 51.4歳



性年代別



居住エリア



①-2 酒類商品×飲み方から特徴を可視化

特徴的なライフスタイル属性(アンケートデータより分析)



婚姻有無は
未婚が多い
(差分: +6.8%)



同居子供の有無は
同居子供なしが多い
(差分: +3.3%)



衣類は
コスパ重視
(差分: +1.9)



食は
単品好き
(差分: +2.5)



平均世帯収入は
分析対象:**618.8**万円
比較対象:**647.4**万円
(差分: -28.5万円)



平均お小遣いは
分析対象:**4.8**万円
比較対象:**4.7**万円
(差分: +0.1万円)



住まいは
賃貸派
(差分: +1.6)



遊びは
ガジェット好き
(差分: +1.5)



平均貯蓄は
分析対象:**227.5**万円
比較対象:**252.1**万円
(差分: -24.6万円)



住居形態は
アパートが多い
(差分: +2.2%)



仕事は
仕事優先タイプ
(差分: -0.5)



共通(生活)は
買い溜めしない
(差分: +3.7)



職業は
会社員・公務員(工)が多い
(差分: +2.2%)



趣味は
ゲームが多い
(差分: +3.0%)



情報/販促は
SNS発信タイプ
(差分: +1.8)

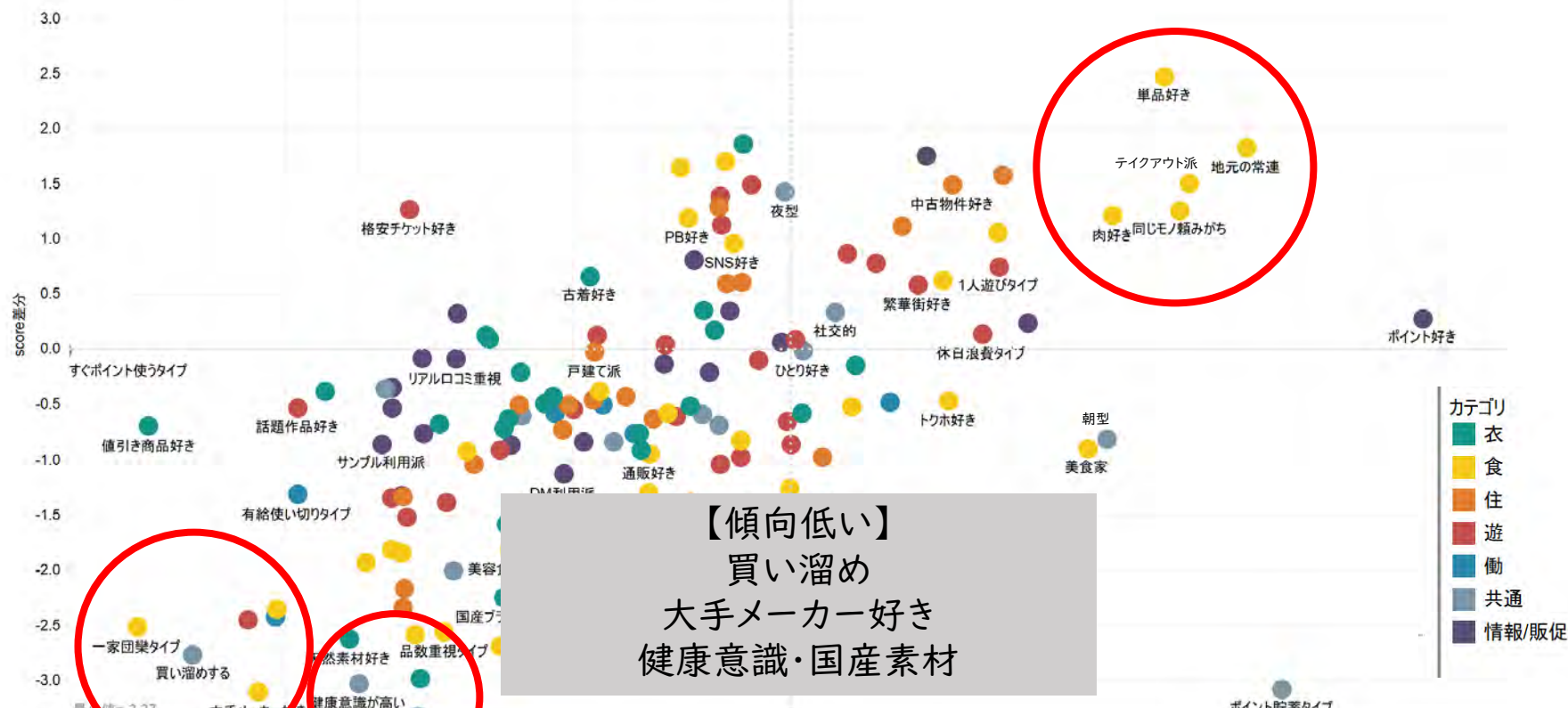
①-2 酒類商品×飲み方から特徴を可視化

焼酎ALLと比較した

④乙類セグメントの価値観・志向性

地元の常連
テイクアウト派

単品・肉好き
同じものの頼みがち



【仮説】

- ・地元の常連×テイクアウト志向・①-1同様に買い溜めしない傾向あり
⇒コロナ架における芋焼酎×芋菓子のテイクアウトにチャンス？
- ・健康志向や国産食材好きではない＝芋菓子の機能性よりお酒との相性を重視？

①芋焼酎飲用者の特徴（他のお酒と比較）

ターゲット像のイメージ

①-1 芋焼酎を飲む方の特徴を可視化

						特に購買傾向の高い商品		
区分	セグメント	性年代	エリア	趣味	価値観・志向性	お菓子	飲料	スイーツ
D	芋焼酎ALL	40~44歳 男性	鹿児島県	スポーツ ゴルフ	前ページ ご参照	塩麴ポテチ（紙パック） 柿ピー セ味味	牛乳 微アルコール飲料 クラフトビール	ヨーグルト

×

①-2 酒類商品×飲み方から特徴を可視化＝焼酎BARに行きそうな方

区分	セグメント	購入する 芋焼酎銘柄の上位	セグメント特徴以外に購入するお酒 の特徴	属性	エリア	趣味	食の 価値観・志向性
④	乙類	問わず語らず名も 無き焼酎 さつま大海 日向木挽BLUE	個性的なクラフト ビールやサワー	未婚男性 45-49歳	愛知県 東京都	ゲーム マンガ	地元の常連

1. 芋焼酎好きってどんな特徴がある？⇒ターゲット設計・コミュニケーション設計
2. ターゲット層の属性や興味関心ゴトの可視化⇒今後の商品企画・販路開拓の示唆だし

1. 芋焼酎好きってどんな特徴がある？

- ① 芋焼酎飲用者の特徴（他のお酒と比較）
- ② 芋焼酎と相性の良さそうなお菓子とは？

2. ターゲット層の属性や興味関心ゴトの可視化

- ③ お酒以外で”さつまいも菓子”とのペアリングのチャンス領域
- ④ 社会課題解決（SDGsなど）関心層の特徴

調査設計

調査手法	： インターネット調査
調査地域	： 全国
調査対象者	： 男女・16～79歳
サンプル数	： 1438サンプル ※クリーニング後のサンプル数
調査期間	： 2021年10月20日(水)～10月26日(火)
実査機関	： CCCマーケティング株式会社（Tアンケートによる実施）

◆ウェイトバックについて

本アンケートの集計においては、性別・年齢別人口構成比を基準にウェイトバックを行っている。

さつまいも菓子を食べる時間帯

21年12月21日資料再掲

- ・さつまいも菓子・スイーツを食べる時間帯はいずれも昼の「**おやつの時間**」が最も多い。
- ・「パン」は朝食、昼食で2割を超える。
- ・「夕食（前後含む）」のタイミングでは「**大学いも**」「**プリン・シュークリーム・ワッフル・クレープ**」「**アイスクリーム**」が比較的高い。夕食の献立やデザートになっていると考えられる。
- ・「**晩酌**」では「**芋けんぴ**」「**干しいも**」「**スナック菓子**」が4%台。

Q10 あなたは「さつまいもスイーツ・菓子」をいつ食べることが多いですか。（複数回答可）

	集計数	朝					昼						夜									
		朝食（前後含む）	通勤・通学・移動中	勤務・家事・勉強等しながら	勤務・家事・勉強の休憩時間	その他、朝～午前中の時間帯	昼食（前後含む）	通勤・通学・移動中	勤務・家事・勉強等しながら	勤務・家事・勉強の休憩時間	おやつの時間	その他、昼～夕方時間帯	夕食（前後含む）	晩酌	通勤・通学・移動中	勤務・家事・勉強等しながら	勤務・家事・勉強の休憩時間	入浴の前・中・後	就寝前	その他、夜の時間帯		
洋系	スイートポテト	1034	3.2	0.6	1.5	5.3	2.3	6.5	0.5	3.0	7.4	64.8	6.6	12.5	2.2	0.5	1.7	5.9	3.0	2.9	4.7	(%)
	スイートポテトパイ	631	3.9	1.1	1.8	6.6	2.2	7.6	0.6	3.0	8.3	62.7	5.6	13.0	2.5	0.5	1.9	6.7	4.1	3.0	5.2	
	タルト・ケーキ類	668	3.6	0.7	1.9	7.1	2.8	5.3	1.1	3.3	8.3	59.6	7.2	14.3	2.5	0.8	2.8	7.3	3.9	3.7	5.8	
	プリン・シュークリーム・ワッフル・クレープ	454	6.0	0.9	2.3	7.4	2.9	8.1	0.7	2.5	8.8	57.1	6.4	18.7	2.0	1.2	2.0	8.9	6.4	3.7	4.1	
	ドーナツ・クッキー	421	7.2	0.1	2.9	8.7	2.6	6.8	0.2	3.3	9.7	60.7	6.3	12.3	2.9	1.3	2.5	6.9	3.7	4.3	4.8	
	パン	635	26.3	0.5	2.0	4.9	2.2	21.8	0.8	2.5	6.7	41.0	5.6	10.1	2.2	1.2	1.5	5.0	2.9	1.8	4.6	
和系	アイスクリーム	474	2.1	0.8	2.4	6.4	2.9	7.0	1.1	3.4	7.9	56.0	6.9	18.6	2.2	1.0	1.9	6.6	7.8	3.8	3.8	
	大学いも	1129	2.6	0.4	1.2	4.3	2.5	7.3	0.6	2.2	6.3	55.8	7.1	21.5	2.7	0.7	1.6	4.9	3.2	2.1	4.1	
	芋けんぴ	1049	1.2	0.5	1.8	5.5	2.3	4.6	0.3	4.1	8.2	63.5	6.8	10.1	4.5	0.7	2.1	6.1	2.7	2.5	4.6	
	干しいも	962	2.8	0.6	2.7	5.6	2.6	5.4	0.7	3.7	8.6	63.9	7.2	10.9	4.2	0.5	1.7	5.9	2.9	2.3	4.8	
	芋ようかん	869	2.0	0.5	1.3	5.0	2.5	5.8	0.2	2.9	8.1	66.2	6.0	11.9	1.6	0.5	1.2	5.2	2.4	1.7	4.1	
	芋まんじゅう	492	3.4	0.8	1.7	6.2	2.3	6.7	0.7	4.2	8.9	64.1	5.0	11.2	1.4	1.0	0.7	5.8	2.4	1.5	4.5	
菓子類	スナック菓子（チップス等）	815	1.4	0.6	2.6	6.8	2.1	3.9	0.6	3.9	7.7	62.9	5.8	9.7	4.9	1.1	2.6	7.2	3.8	2.8	5.2	
	チョコレート・チョコレート菓子	315	4.3	1.2	3.3	9.8	3.7	6.5	1.3	5.7	10.2	55.5	5.7	16.1	3.5	3.0	3.5	8.9	3.6	2.4	4.3	

さつまいも菓子について気になること

21年12月21日資料再掲

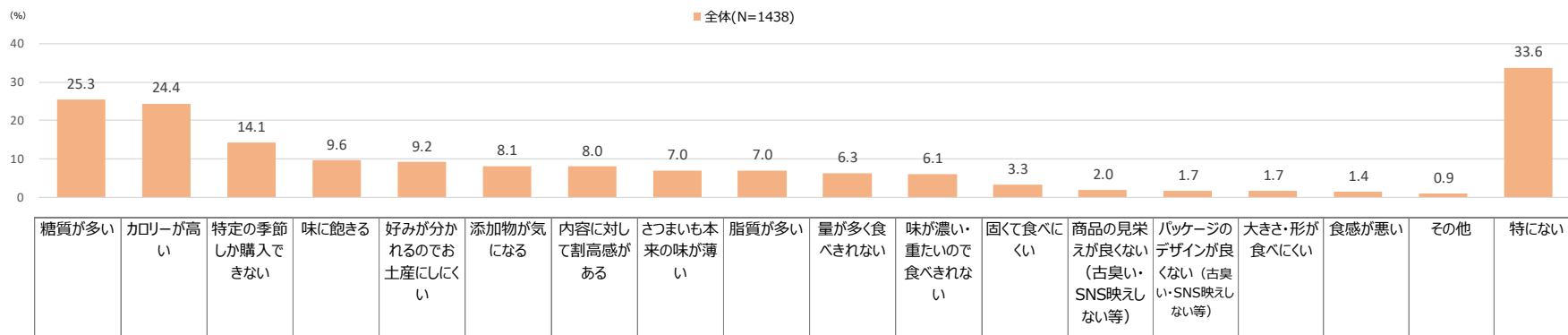
「糖質が多い」「カロリーが高い」を気にしている人がそれぞれ25%前後存在する。

「特定の季節しか購入できない」(14.1%)

「味に飽きる」(9.6%)

「好みが分かれるのでお土産にしにくい」(9.2%)といった意見が挙げられている。

Q15 あなたが「さつまいもスイーツ・菓子」について気になっていることを全てお知らせください。（複数回答可）



【スイートポテト】自分へのご褒美や手土産⇒「特別スイーツ」としての意味を持つ

【芋けんぴ】自分の普段のおやつやちょっとつまみたいときに食べる⇒「ちょっとつまむお菓子」

【芋ようかん】お客様用⇒「特別スイーツ」

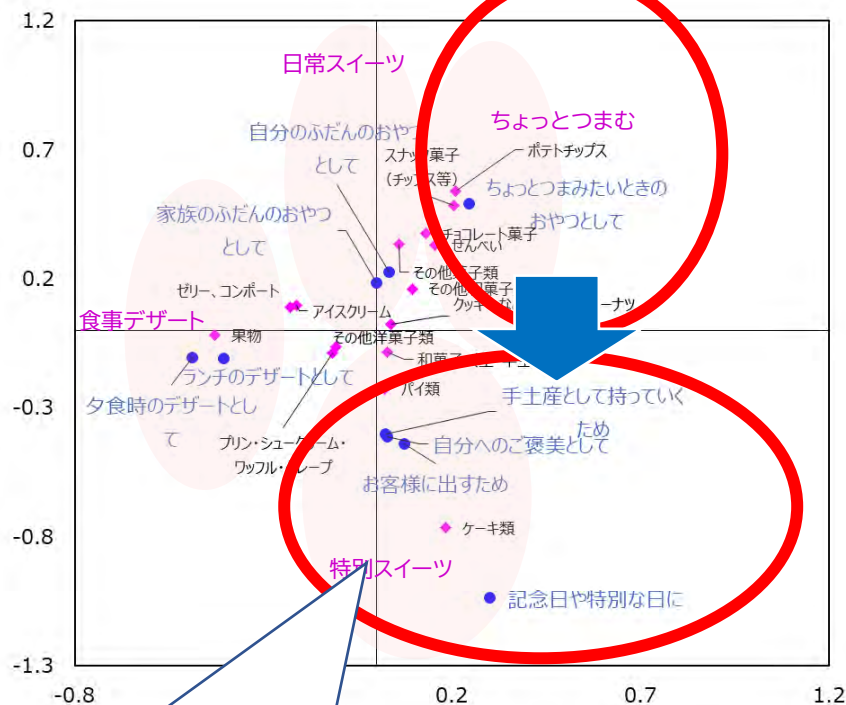
【芋まんじゅう】家族の普段のおやつにも手土産にも⇒「日常スイーツ」にも「特別スイーツ」にもなる

Q11 あなたは「さつまいもスイーツ・菓子」をどのようなときに用意したり食べることが多いですか。（複数回答可）

	集計数	自分のふだんのおやつとして	家族のふだんのおやつとして	ランチのデザートとして	夕食時のデザートとして	朝食として	昼食として	夕食として	夜食として	記念日や特別な日に	自分へのご褒美として	お客様に出すため	手土産として持っていくため	小腹を満たすため	ちょっとつまみたいときのおやつとして	その他（具体的に）	(%)
洋系																	
スイートポテト	1034	57.1	36.9	7.7	9.7	1.5	1.1	0.9	1.9	3.1	7.4	4.6	7.5	11.7	12.4	0.5	
スイートポテトパイ	631	58.0	39.7	7.6	11.6	1.8	1.6	0.3	2.7	2.8	7.4	3.5	5.7	10.4	13.1	0.1	
タルト・ケーキ類	668	56.2	36.6	9.6	14.1	1.6	1.4	0.2	2.6	5.8	11.0	5.6	9.4	10.9	12.6	0.5	
プリン・シュークリーム・ワッフル・クレープ	454	62.7	40.0	11.1	15.5	1.8	1.2	1.0	2.9	1.9	9.0	3.3	5.8	10.4	11.5	0.0	
ドーナツ・クッキー	421	62.6	41.7	5.7	8.9	2.4	2.0	0.9	2.4	2.0	6.0	2.5	4.1	14.6	13.1	0.0	
パン	635	46.2	26.4	3.4	5.4	24.1	19.5	2.0	2.1	0.9	3.5	1.0	1.5	13.2	10.0	0.0	
アイスクリーム	474	61.3	33.5	7.6	16.7	1.0	0.3	1.3	2.1	3.0	9.0	1.5	2.8	11.0	11.4	0.3	
和系																	
大学いも	1129	52.4	33.3	5.5	7.7	1.9	3.7	10.4	2.7	0.2	2.9	0.8	1.6	14.0	12.4	0.7	
芋けんぴ	1049	61.7	38.7	2.8	5.3	0.6	0.8	0.6	2.1	0.5	3.1	1.6	2.2	15.4	18.1	0.4	
干しいも	962	59.3	38.1	3.2	6.6	1.8	1.5	0.8	1.9	0.5	3.2	1.2	2.3	16.9	17.8	0.7	
芋ようかん	869	56.4	37.8	4.2	7.4	1.0	0.8	0.4	1.5	1.7	4.1	5.0	9.6	12.9	13.3	0.9	
芋まんじゅう	492	58.2	41.9	4.3	6.5	2.1	1.6	0.7	1.7	1.9	5.0	3.4	6.1	12.0	11.6	1.4	
菓子類																	
スナック菓子（チップス等）	815	63.1	36.5	3.0	5.3	0.3	1.0	0.8	3.3	0.5	3.6	1.2	1.3	12.1	17.8	0.5	
チョコレート・チョコレート菓子	315	64.1	36.8	5.8	9.3	2.7	1.7	2.2	2.5	1.8	7.0	3.1	4.6	11.8	16.5	0.1	

(商品開発活用イメージ)

1軸



2軸

【テーマ・コンセプト参考切り口】

- ①手土産としてもっていく
- ②自分へのご褒美
- ③お客様に出す
- ④記念日や特別な日に

【ちょっとつまむお菓子】

芋けんぴ・芋チップス

【日常スイーツ】～自分・家族が普段食べる

チョコレート菓子、せんべい

クッキー・ドーナツ、和菓子、プリン等

【特別スイーツ】～記念日、お客様用

さつまいも練り菓子かつ洋菓子

【食事デザート】

果物、ゼリー、アイスクリーム

・分析方法：コレスポンデンス分析

・使用質問：Q16 あなたが次の目的で食べたり購入するスイーツ・菓子を全てお知らせください。（複数回答可）