

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

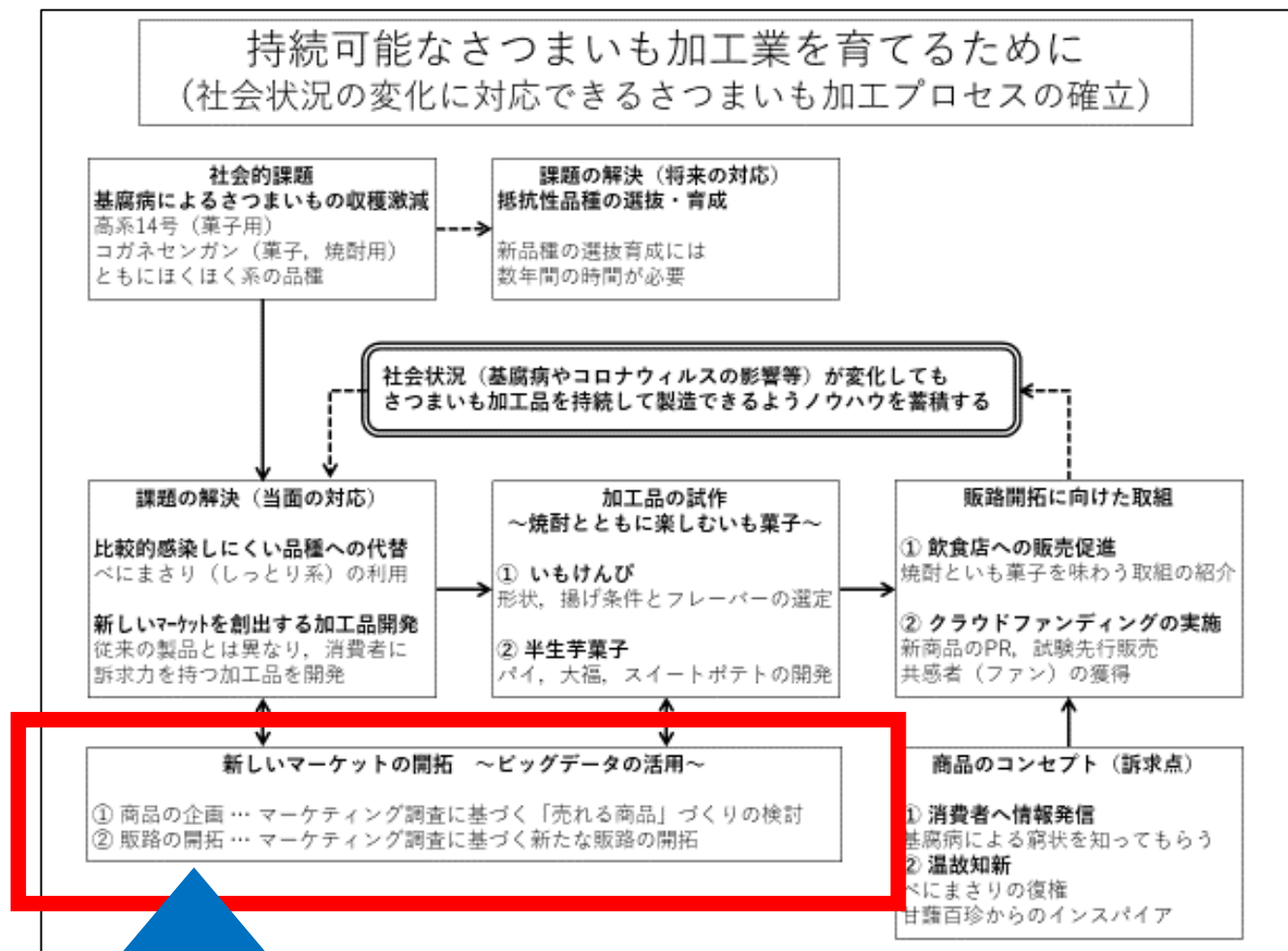


【1】本日のご提案・振り返り

【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

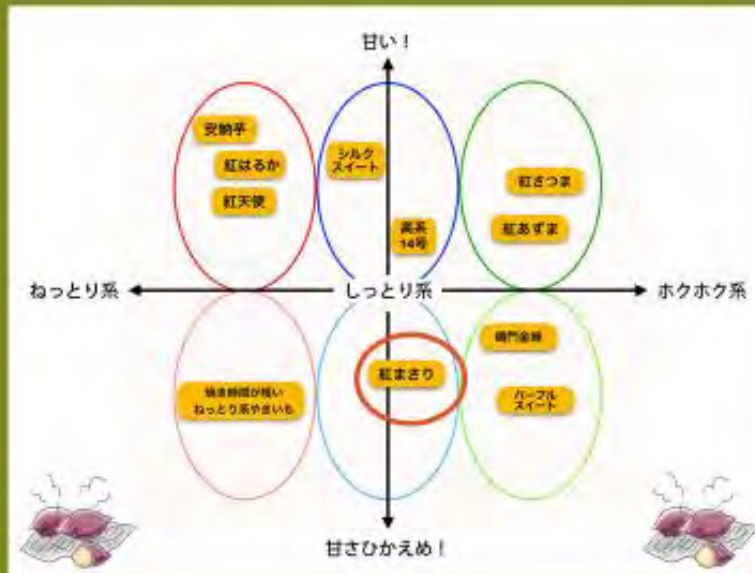
商品選定・ターゲット設計の示唆ご提案



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

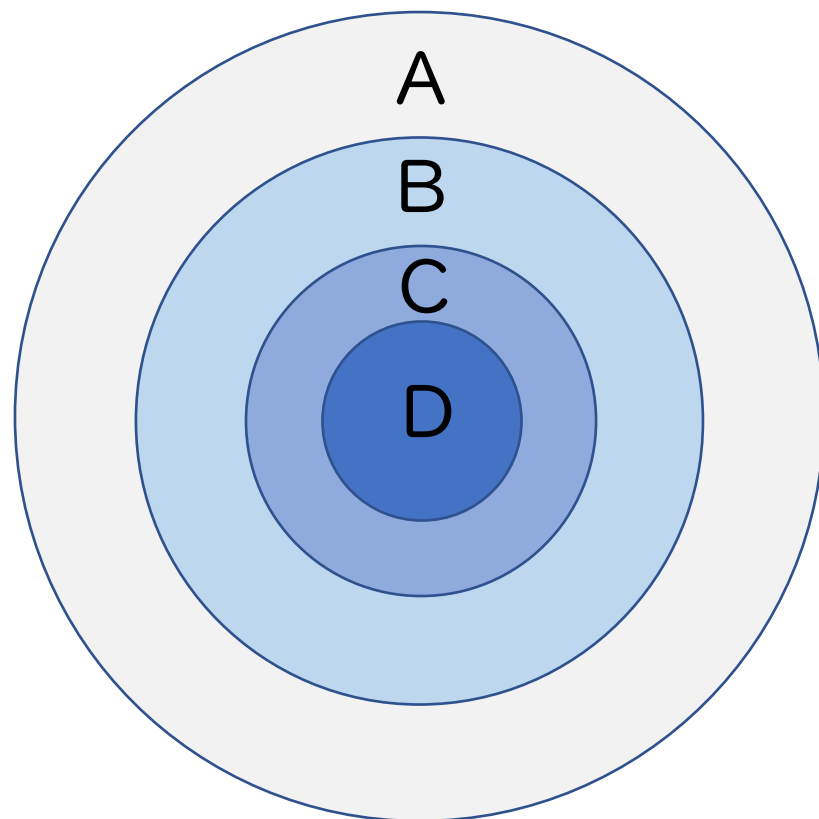


分類別に購入する
芋焼酎の銘柄・ポーションなど

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

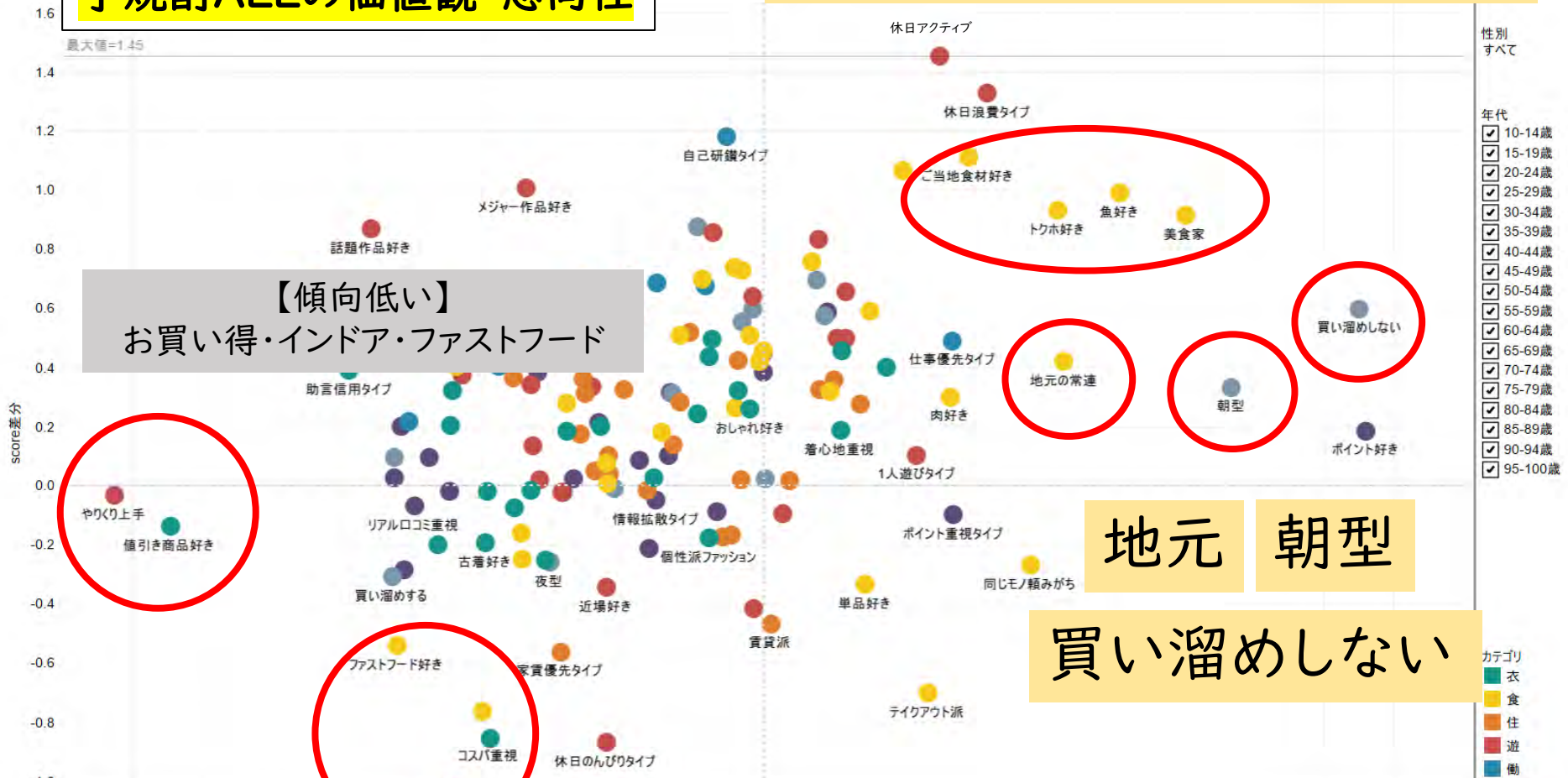
①-Ⅰ 芋焼酎を飲む方の特徴を可視化

						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



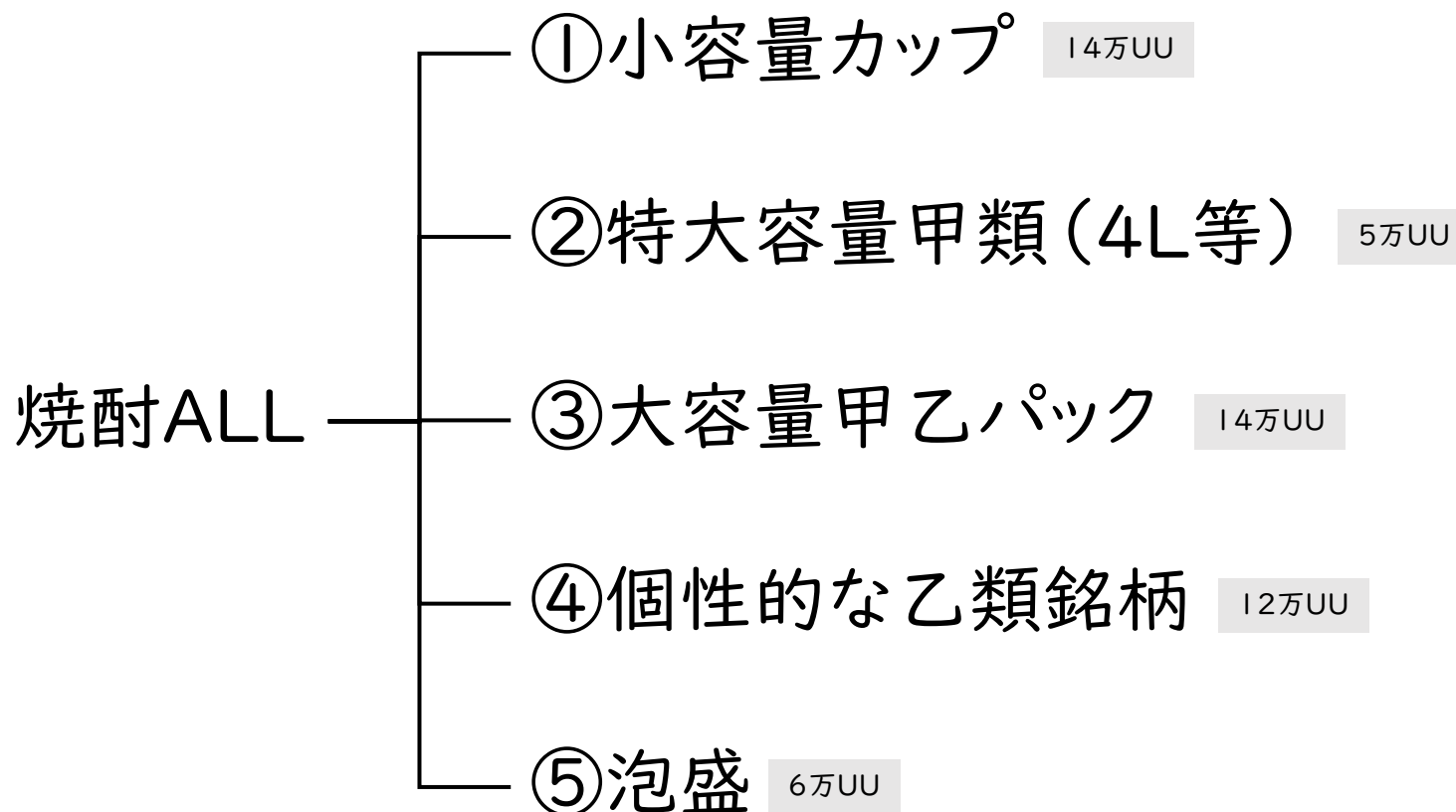
分類別の特徴



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

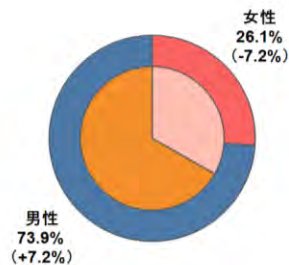
【ターゲット案(仮)】

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

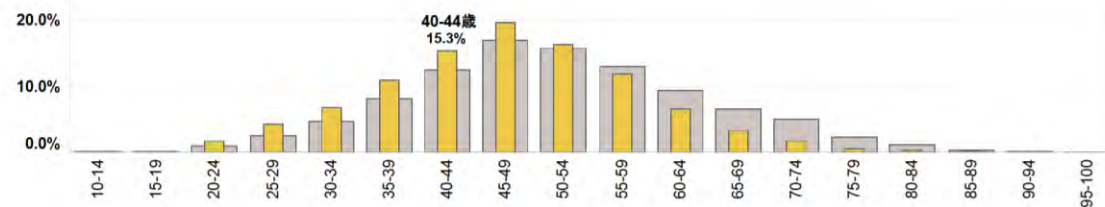
基本属性

性別

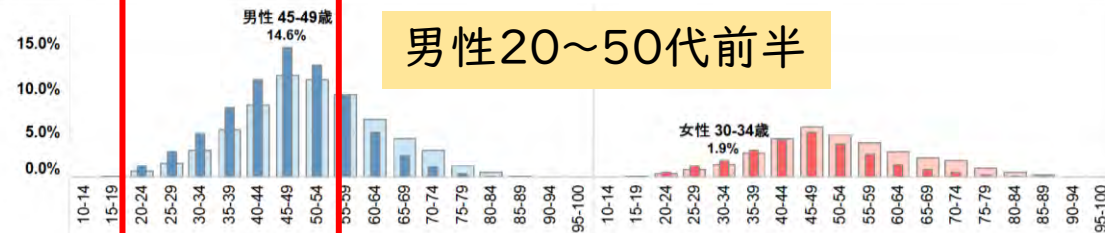


年代別

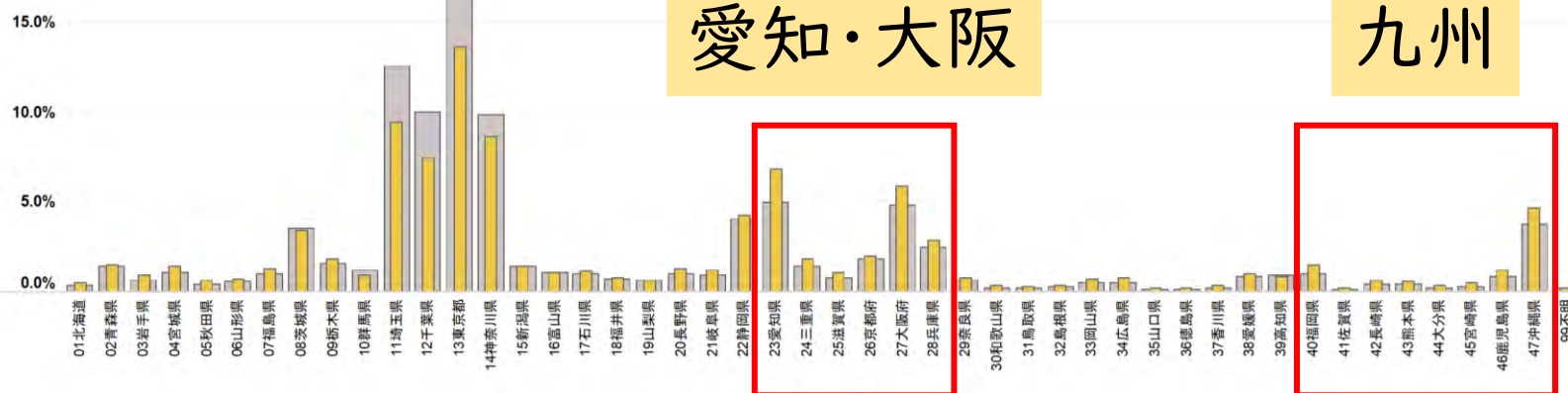
平均年齢 分析対象: 47.2歳 比較対象: 51.4歳



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)

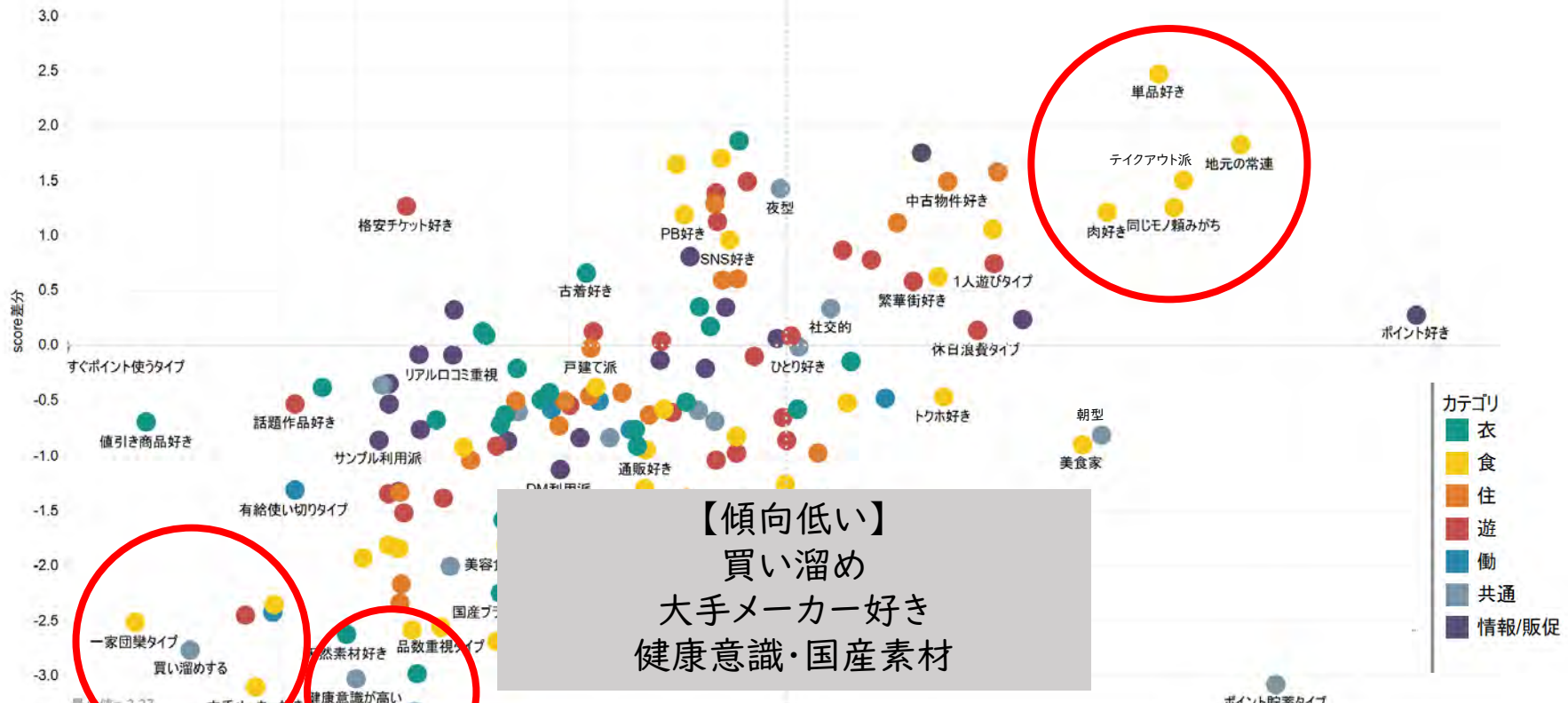
①-2 酒類商品×飲み方から特徴を可視化

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

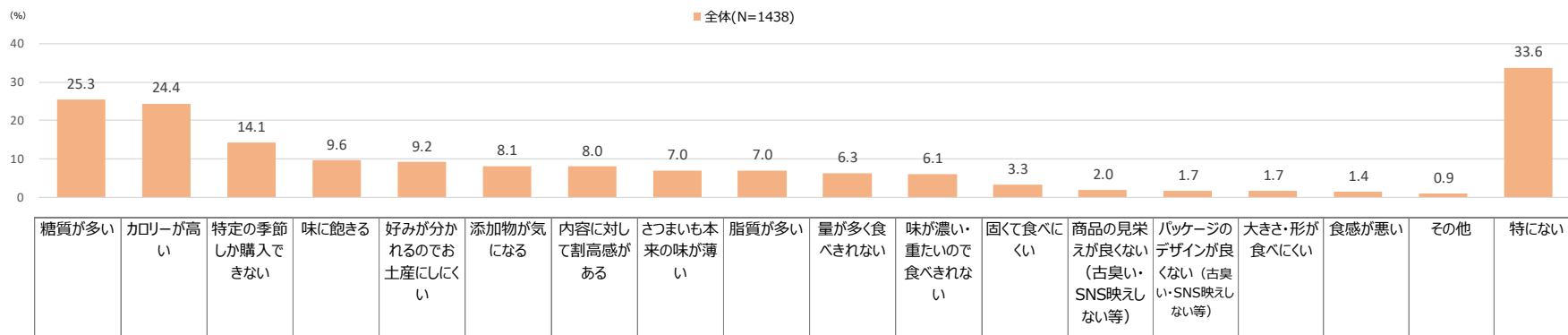
「糖質が多い」「カロリーが高い」を気にしている人がそれぞれ25%前後存在する。

「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」

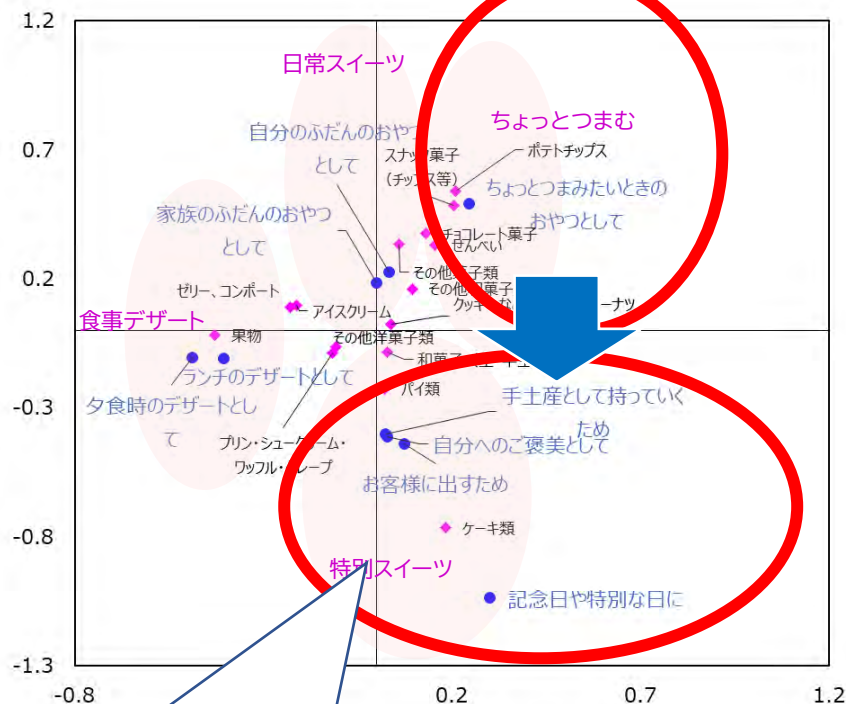
【芋まんじゅう】家族の普段のおやつにも手土産にも⇒「日常スイーツ」にも「特別スイーツ」にもなる

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人が多いですか。（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）

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

【生活者意識調査】SDGs項目の認知と重要だと思うもの

SDGsに関する調査(2021年10月実施)より

SDGsの17項目の認知 (複数回答、N=2222)

持続可能な社会や自然環境を実現する上で重要だと思うSDGsの項目 (3つまで選択可、N=2222)

SDGs17項目	%
1 貧困をなくそう	48.8
2 気候変動に具体的な対策を	46.6
3 ジェンダー平等を実現しよう	46.3
4 エネルギーをみんなにそしてクリーンに	43.6
5 飢餓をゼロに	43.6
6 海の豊かさを守ろう(海洋資源)	43.0
7 人や国の不平等をなくそう	39.2
8 すべての人に健康と福祉を	37.4
9 つくる責任つかう責任(生産・消費)	36.9
10 陸の豊かさを守ろう(陸上資源)	36.4
11 安全な水とトイレを世界中に	35.7
12 住み続けられるまちづくりを	34.3
13 質の高い教育をみんなに	33.6
14 平和と公正をすべての人に	31.9
15 働きがいも経済成長も	24.9
16 パートナリシップで目標を達成しよう	22.8
17 産業と技術革新の基盤をつくろう	21.5
あてはまるものはない	9.6

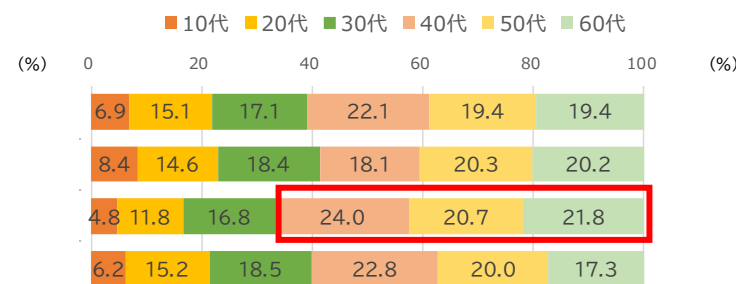
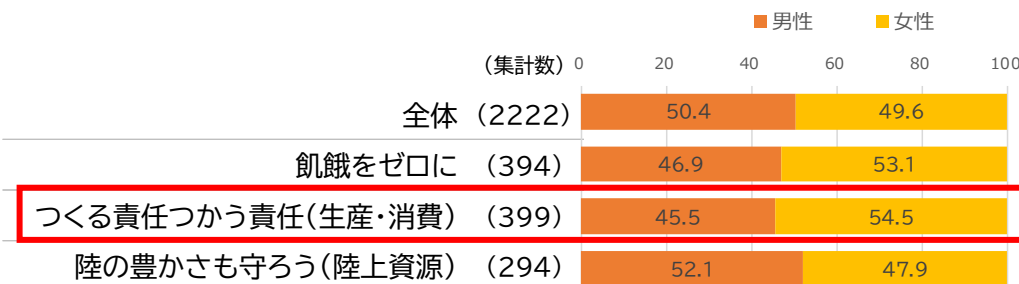
SDGs17項目	%
1 すべての人に健康と福祉を	23.5
2 気候変動に具体的な対策を	22.8
3 貧困をなくそう	21.5
4 平和と公正をすべての人に	20.0
5 つくる責任つかう責任(生産・消費)	17.9
6 飢餓をゼロに	17.7
7 海の豊かさを守ろう(海洋資源)	17.2
8 人や国の不平等をなくそう	16.6
9 安全な水とトイレを世界中に	13.3
10 質の高い教育をみんなに	13.2
11 陸の豊かさを守ろう(陸上資源)	13.2
12 エネルギーをみんなにそしてクリーンに	13.0
13 住み続けられるまちづくりを	12.5
14 働きがいも経済成長も	10.7
15 ジェンダー平等を実現しよう	9.3
16 産業と技術革新の基盤をつくろう	4.5
17 パートナリシップで目標を達成しよう	2.8
あてはまるものはない	6.1

【生活者意識調査】「重要だと思うSDGs項目（抜粋）」回答者構成比

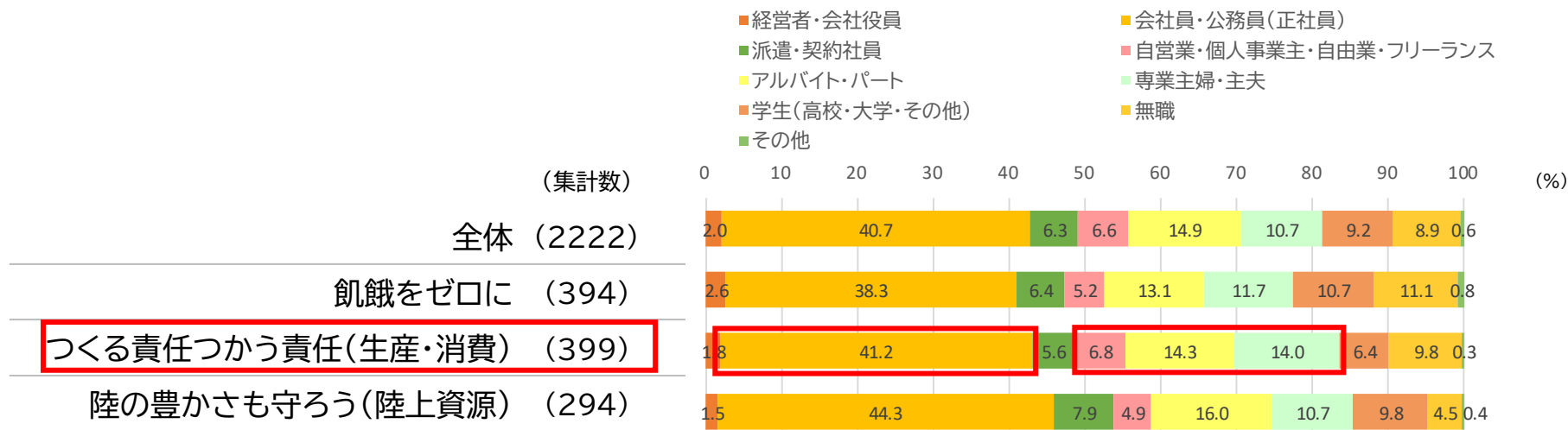
SDGsに関する調査(2021年10月実施)より

女性の方が少し多い

40～60代



「会社員」「アルバイト・パート」「専業主婦・主夫」



トレンド分析

➤ 分析ツールの紹介 “食のトレンドを定量分析”



飲食の最新トレンド、まる分かり！

簡単3STEPで分析完了！

外食グルメサイトの口コミ情報分析BIツール

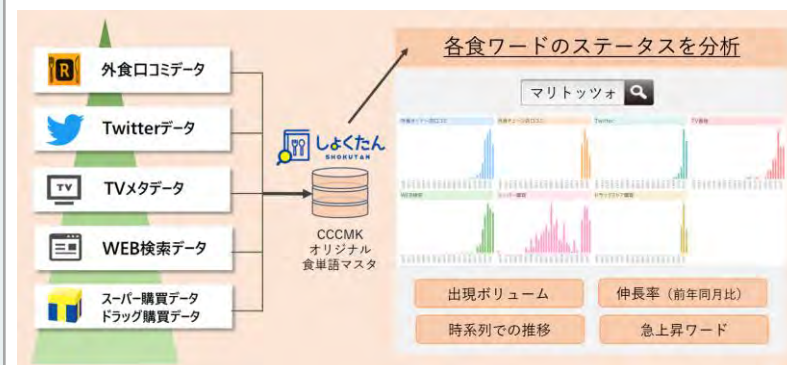
グルメ口コミサイトに掲載されている300万件以上の口コミを収集。投稿内容を単語レベルで分解し、「どんなワードの露出が増えているのか？」を分かりやすく把握することができます。一つの口コミで同時に使われている傾向が強い“共起ワード”分析や、年代別、時系列分析などバリエーションも多彩。外食企業様の新メニュー検討などはもちろん、中食関連のメーカー様、流通企業様にも活用いただけます。



こんな課題解決におすすめ

WEBでワード露出量が増えている
“マーケットの未来の兆し”
を把握し、
新商材開発などの参考にしたい

ご提供できる機能



多様なメディアから食のトレンドを把握し、
導入の可否を検討できます。



外食の口コミから、こだわるべきポイントについて企画化のヒントを得られます

スイーツ全体のメディア総合ランキング+メディア別・業態別ランキング

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

Media Watch

<

伸長ランキング
 出現率比較
 時系列分析
 店舗ランキング
 共起ワードランキング
 共起ワード一覧
 お気に入りワード・店舗管理

共起ワードランキング：対象のワードと一緒にロコミされているワード（共起ワード）を性年代別表示

集計期間 20210101-20211231 データ並び順：リフト値降順

共起元ワードの絞り込み 対象ワード 共起先カテゴリの絞り込み

芋焼酎 共起元と先で互いに含ま.. 大分類 すべて 中分類 すべて 小分類 すべて

全年代	男性20代	男性30代	男性40代	男性50代	男性60代以上
1 焼酎ロック		1 いも	1 焼酎ロック	1 いも	1 いも
2 水割り			2 いも	2 しか	
3 ぼんじり			3 梨	3 焼き鳥	
4 いも			4 つくね	4 日本酒	
5 砂肝			5 生ビール	5 酒	
6 せせり			6 もつ	6 刺身	
7 厚揚げ			7 レバ	7 ビール	
8 つくね			8 つまみ	8 鶏	
9 梨			9 飲み放題	9 海老	
10 ソーダ			10 焼き鳥	1. 塩	
11 ささみ			11 老酒	2 味噌	
12 せり					
13 馬刺					
14 はつ					
15 生ビール					
16 ポン酢					
17 焼き鳥					
18 だし巻					
19 地鶏					
20 もつ					
21 レバ					
22 つまみ					
23 ハイボール					

女性20代

女性30代

女性40代

女性50代

女性60代以上

【飲み方】ロック・水割り・ソーダ

【食べ物】串焼き・居酒屋メニュー

伸長ランキング
 出現率比較
 時系列分析
 店舗ランキング
 共起ワードランキング
 共起ワード一覧
 お気に入りワード・店舗管理

共起ワードランキング：対象のワードと一緒にロコミされているワード（共起ワード）を性年代別表示

集計期間 20210101-20211231 データ並び順：リフト値降順

共起元ワードの絞り込み 対象ワード 共起先カテゴリの絞り込み

焼酎 共起元と先で互いに含ま.. 大分類 すべて 中分類 すべて 小分類 すべて

全年代

- お湯割
- 水割り
- 炭酸割り
- 一升瓶
- バイスサワー
- きびなご
- もも焼
- ホッピー
- 泡盛
- 梅酒
- ウイスキー
- 酎ハイ
- 白子ボン酢
- ぼんじり
- レバ刺
- 鳥刺
- もつ焼
- ソーダ
- さつま揚げ
- レモンハイ
- もずく酢
- 日本酒
- 厚揚げ

男性20代

- 酒

男性30代

- ウイスキー
- 日本酒
- ハイボール
- たたき
- つくね
- サワー
- 飲み放題
- もつ
- つまみ
- いも

男性40代

- さつま揚げ
- 砂肝
- ソーダ
- 厚揚げ
- ホッピー
- つくね
- いも
- せせり
- やきとん
- 手羽先

男性50代

- お湯割
- 水割り
- ホッピー
- ソーダ
- ウイスキー
- 酎ハイ
- もつ焼
- サワー
- せせり
- 馬刺

男性60代以上

- つまみ
- 日本酒
- 瓶ビール
- 生ビール
- いも
- ビール
- 酒
- 蕎麦湯
- 刺身
- いか

女性20代

- 日本酒
- 酒
- 魚
- 卵
- 塩

女性30代

- 日本酒
- ハイボール
- サワー
- 飲み放題
- レバ
- ビール
- いも
- 酒
- つまみ
- 刺身
- ワイン

女性40代

- 日本酒
- ポテト
- 酒
- ポテ
- ビール
- 刺身
- いも
- 麦
- ワイン
- 鶏
- ネギ

女性50代

- 日本酒
- 酒
- ビール
- ドリンク
- ぶり
- 肉

女性60代以上

お気に入りを開く

CCC MARKETING



伸長ランキング



出現率比較



時系列分析



店舗ランキング

共起ワード
ランキング

共起ワード一覧

お気に入り
ワード・店舗管理

店舗ランキング：指定したワードの 口コミがある店舗を表示

お気に入りを開く

集計期間

20210101-20211231

ワードの絞り込み

店舗の絞り込み

芋焼酎

都道府県
すべて店舗エリア
すべて店舗ジャンル
すべて並び順
ワード出現数

店舗名	都道府県	エリア	ジャンル	店舗_口コミ数	ワードあり_口コミ数
とんかつ美竹	13_東京都	大井町・大森・蒲田	とんかつ	6	3
誠家	34_広島県	呉・東広島・竹原	ラーメン	25	2
酒肴 wasabi ワサビ	13_東京都	大井町・大森・蒲田	居酒屋	8	2
地鶏炭火焼 粹仙	45_宮崎県	宮崎・東諸県郡	居酒屋	7	2
和牛焼肉 龍園	12_千葉県	千葉市	焼肉	5	2
野焼	13_東京都	大井町・大森・蒲田	居酒屋	3	2
ブルーツリー	45_宮崎県	宮崎・東諸県郡	バー	2	2
立ち呑みスタンド ヨッコイショ	27_大阪府	北河内・東大阪	居酒屋	39	1
いわ志	27_大阪府	福島・野田	魚介・海鮮料理	33	1
とんかつ かつ壺	13_東京都	目黒・五反田	とんかつ	27	1
天麩羅処 ひらお 本店	40_福岡県	その他博多区	天ぷら	19	1
ビーフキッチンスタンド 立川店	13_東京都	立川・八王子・青梅	居酒屋	17	1
さっちゃん	34_広島県	広島市	焼肉	17	1
旬菜炭焼 玉河	13_東京都	立川・八王子・青梅	居酒屋	16	1
すえ吉	13_東京都	人形町・門前仲町・葛西	バー	16	1
みんな仲よく アスゲンタイガー	23_愛知県	藤が丘・千種・名東区	居酒屋	15	1
雅夢蘭	28_兵庫県	灘・東灘	居酒屋	13	1
味仙 今池本店	23_愛知県	藤が丘・千種・名東区	台湾料理	13	1
黒豚料理 あぢもり	46_鹿児島県	鹿児島・日置	豚料理	12	1
鳥さわ22	13_東京都	六本木・麻布・広尾	焼き鳥	11	1
ヒヨク之トリ	13_東京都	六本木・麻布・広尾	焼き鳥	11	1
豚捨 丸の内店	13_東京都	東京駅・丸の内・日本橋	すき焼き	10	1
肉割烹 岡田前	13_東京都	六本木・麻布・広尾	割烹・小料理屋	10	1
ドン プラボー	13_東京都	府中・調布	イタリア料理	10	1
ぎたろう軍鶏 炭火焼鳥 たかはし	13_東京都	目黒・五反田	焼き鳥	10	1
Ân Di	13_東京都	原宿・表参道・青山	ベトナム料理	10	1

芋焼酎のトレンド(TV番組情報)

2021年1月~2021年12月

TV番組情報 フリーワード検索

社外案件利用時には、データの利用制限があります。詳しくはデータエナンス担当へお問い合わせ下さい。



検索ワード
芋焼酎

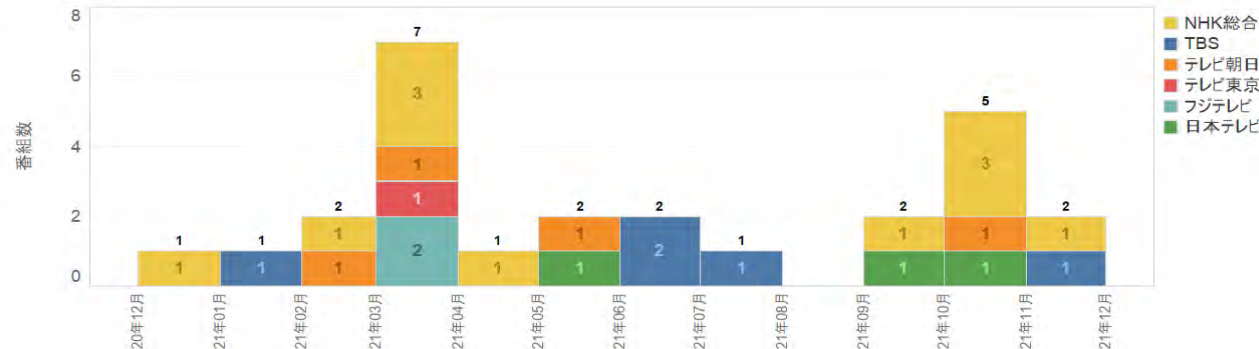
除外ワード (5つまで)

番組表示年月
すべて

グラフ切り替え
放送局

集計指標 (時系列グラフ)
番組数

時系列推移



珍しく個性的な 芋焼酎の使われ方

年月	日時	番組名	凡例	トピックカテゴリ	記事詳細
21年11月	19日 06:30	NHKニュース おはよう日本	NHK総合	報道特集	フランス・パリで行われたシェフやソムリエが日本酒を審査するコンクール。今年初めて設けられた焼酎・泡盛部門で164銘柄から最優秀部門に選ばれたのがお茶の香り芋焼酎。炭酸で割ると絶妙な香りが引き立つことが評価された。お茶処の南九州市の知賀の蔵元で生まれた。地元で一番茶をサツマイモを入れたもろみに投入、1週間ほど発酵させて蒸留、茶の香りの芋焼酎ができる。蔵元では大正8年の創業当時からお茶の栽培を続けてきた。
21年11月	11日 21:00	櫻井・有吉T..	TBS	トーク/MC	こんにゃくパイクのお土産として、極上こんにゃくラーメン こんにゃく芋焼酎 、こんにゃくゼリーを紹介。
21年10月	23日 18:30	ごはんジャパン	テレビ朝日	レビュー/紹介	紅小町を作る斎藤さん夫婦。ツル切りは毎日70カゴ約5000個。30代でサツマイモを作り始めた斎藤さん、当時から紅小町は町を代表する特産品だった。栽培が難しい品種のため生産者も減っている。斎藤さんはお客さんがいる限り紅小町を作り続けるという。 形が悪くて出荷できない紅小町も味は同じで酒蔵に相談すると思いがけないヒット商品が生まれた。フルーティーでスリキリとした味わいで青木も香りが違う旨いと話した。青木シェフが今回は隠し味に芋焼酎を使う。ガレット・デ・フワという普段食べるパンを作ると言う。紅小町の芋焼酎を使い流れるようなデザインも入れオーブンへ。焼いている間にもう...
21年10月	15日 13:05	列島ニュース	NHK総合	ニュース	南九州市にある酒造会社では、特産の知賀茶を使った芋焼酎の仕込み作業がピークを迎えている。県内の酒造会社では、8月中旬ごろから12月にかけて特産の芋焼酎作りが行われる。このうち知賀蔵造では、4年前からお茶の香りがする芋焼酎も生産していて今が仕込み作業のピークを迎えている。新酒の出荷は来月半頃になると見られている。
21年10月	14日 05:50	ZIP!	日本テレビ	レビュー/紹介	「下北沢の住みたい街ランキング(出典:SUUMO)」では順位を下げるなど人気回復が急務とされていた。そこで、秋出しとなる10月10日(金)放送の「下北沢」特集に焼酎蔵元「BONJIE TRASK」が出演。ここではSNSなどで注目されている珍しいスイーツが。米粉を使った焼き菓子を使うお店「胃袋にズキン」はなれ」の人氣が、芋焼酎入りの「はなれ流バスクチーズケーキ(450円)」。いただいた水トアナは「フワって焼酎のいい香りがする」などとコメントした。 世界の珍しい発酵食品を扱う発酵フードメイトの人気スイーツが「ゴキウザク」甘酒と黒糖の「ロロ」カルシウムドリンク(650円)。
	14日 14:05	あてなよる	NHK総合	レビュー/紹介	メの一杯は、カゴビリーニャ。鹿児島産芋焼酎と豆乳のカクテル。大豆オールスターズ雑炊とマリアージュすると、杏仁豆腐のような風味に変わる。豆や芋のまろやかさに、セロリの苦味などが加わると豆乳の甘さがデザートのように感じるという。若さまの宣言その4、クワと豊富な大豆オールスターズを制するは、芋焼酎と豆乳を混ぜ仕上げる「パワー」なり。
21年10月	9日 15:00	ニュース・気..	NHK総合	ニュース	焼酎の輸出拡大につなげようと、中国・上海で鹿児島県産の芋焼酎を使ったカクテルを提供し、魅力をPRする取り組みが行われている。中国の若い人にアプローチするのが狙いだという。

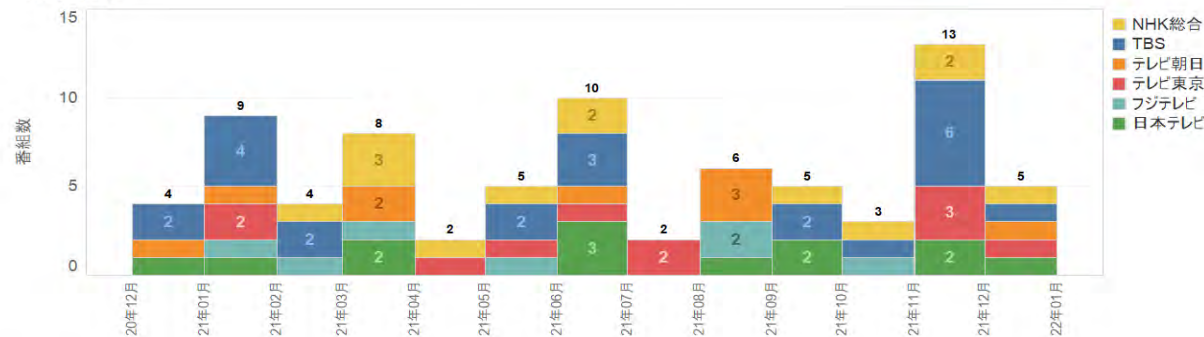
TV番組情報 フリーワード検索

社外案件利用時には、データの利用制限があります。詳しくはデータエンハンス担当へお問い合わせ下さい。



検索ワード 飲み比べ 除外ワード (5つまで) 番組表示年月 すべて グラフ切り替え 放送局 集計指標 (時系列グラフ) 番組数

時系列推移

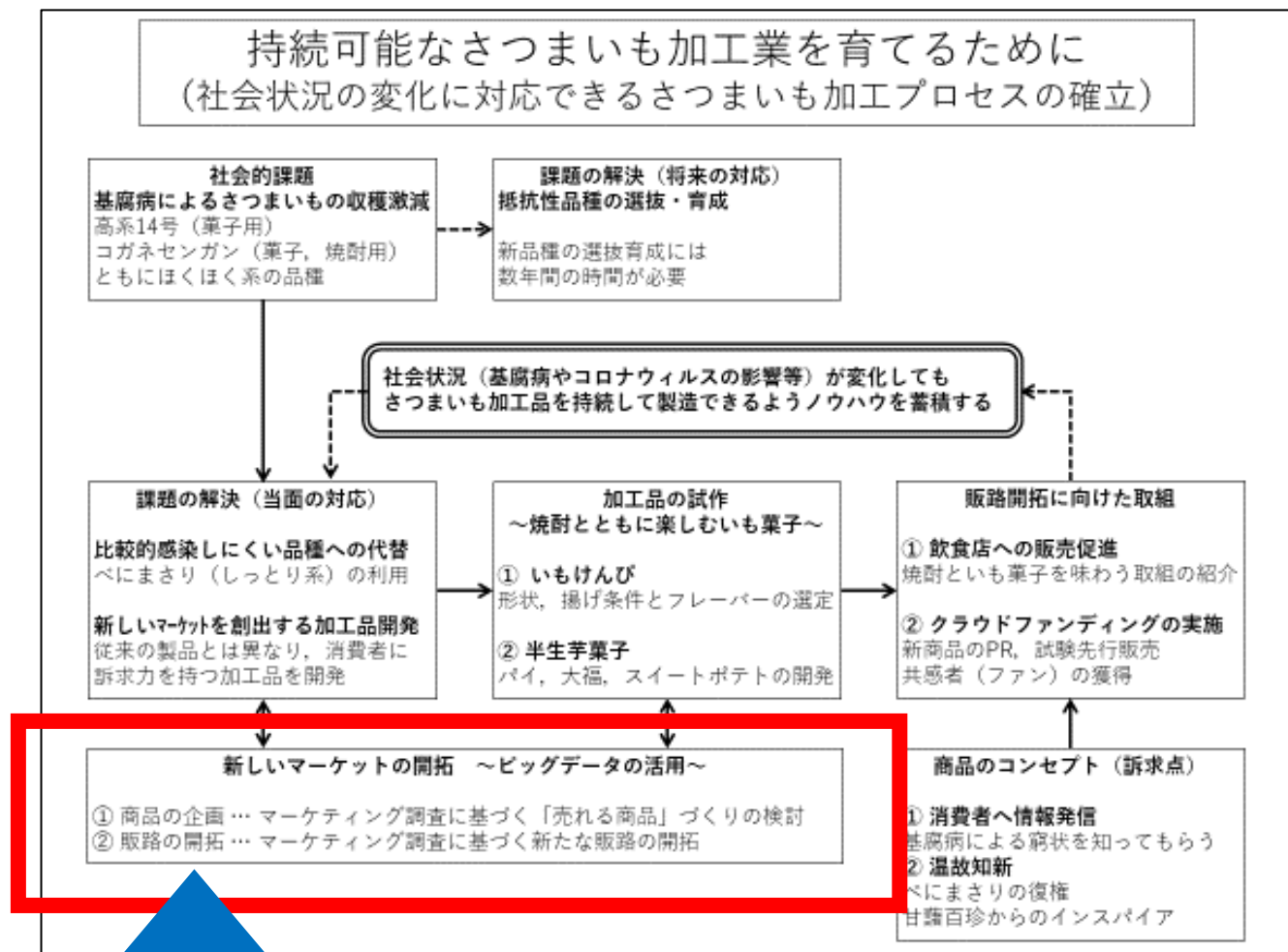


芋焼酎に限らず
「飲み比べ」は
トレンドの一つ

年月	日時	番組名	凡例	トピックカテゴリ	記事詳細
21年12月	31日 14:30	つかえるペア。	テレビ朝日	レビュー/紹介	あ、それは2つか。機関銃で撃たれたことありますよ。当たらなかったんですよ、僕の隣りにいた警官は死にました。僕は逃げたんです。若かったね。」などと話した。コーヒーハンター川島の見る選びのポイントについては「それぞれ特徴があって、見なきゃいけないのは均一性、あらびきでもすごい大きいのかと細。
21年12月	26日 08:00	小さな旅	NHK総合	レビュー/紹介	京都府和東町を紹介。3700人の街に、270件ほどの茶農家がある、京都一の茶処。香り高くほのかに甘い宇治茶の新芽と葉を収穫する新茶の季節がやってきた。茶農家の4代目、細井堅太さんは家族総出で収穫を行った。細井堅太さんは父親から農家を継がず安定した仕事についてほしいと言われたが、大学生の時に後を継ぐことを決めたという。家には茶葉専用の冷蔵庫があり、毎日様々なお茶を飲み比べている。茶農家の細井さんはこの日も収穫が続く。新茶を摘み終えたばかりの畑の刈り込みを行った。
	26日 10:25	二ノさん	日本テレビ	トーク/MC	世界の名水を飲み比べ。VEENを飲んだ松本は「口に入れた時若干重みがある。硬水を口に入れたときの入り方に似てる。後味はすこいスッキリしている」と話した。ヒルドンを飲んだ松本は「重い。このくらいの量になると水を飲んでいる感じがすこいきててあまりがバグバグ飲めない。食事しながら飲むにはこれくらいまで」と話した。蛇六の水を飲んだ松本は「着飾ってる。存在感がハンパじゃない。固形物飲んでいるみたい」と話した。
21年12月	25日 13:28	旅スルおつか。	テレビ東京	旅/紀行/散歩	「山代温泉5つ星の宿に宿泊 加賀の銘酒とブランドご 3日間」のツアーを神保悟志さんが体験した。1日目の宿は山代温泉の「瑞光光」、開湯1300年の歴史ある温泉を露天風呂で楽しめる。2日目は日本酒スペシャリスト・酒匠による食とお酒のツアーとして、「九谷満月」での銘酒と日本酒の飲み比べなどを堪能。ブランドごは2日目昼食に加能がごを1人1杯、さらに「料理旅館 平成」で越前がごを2人で3杯。
21年12月	22日 19:00	世界くらべて。	TBS	レビュー/紹介	今回はキンビールの挑戦。挑むのは究極のバランスで今までにない「スプリングバレー豊潤496」。今回は世界のクラフトビールと飲み比べ対決！世界ビール頂上決戦！ 今回はキンビールの挑戦。挑むのは究極のバランスで今までにない「スプリングバレー豊潤496」。まずはアメリカとの対決。アメリカ代表のビールを選ぶのはビールソムリエのピルさん。シエラネバダの大人気クラフトビール・パールエールを選んだ。続いてはドイツ。選ばれたのはマイゼルが手掛けるホッピーヘル。三つ巴の頂上決戦が始まる。ジャッジを公平にするため飲み比べは別の国で開催。舞台はチェコ。1番美味しいと選ばれるのは？
21年11月	26日 15:40	よじごじDays	テレビ東京	レビュー/紹介	旅のシメとしてやってきたのは「バステルおみぞ商店街」でそこにある「酒饗亭 瀬菊かつ亭」。代表の川石さんは実家の瀬菊造りを継ぎ杜氏を務めていると紹介。西村さん達は「純米 初しぼり 瀬菊」や「純米大吟醸 柔道」、「大醸造生原酒 瀬菊」の3種を飲み比べ出来る「季節の飲み比べ3種」や「大串 黒おでん」などを堪能した。



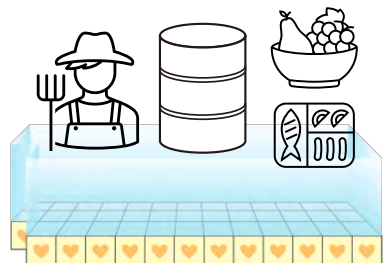
22年1月10日鹿児島県庁様作成 LFPサツマイモ利用体系図より



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**



T会員DB分析&調査を中心に
消費者ニーズ=価値を可視化することで
需要拡大のヒントを探る



対象テーマを設定し
生産者向けソリューションモデルを検討



様々な自治体/生産者がデータを活用し
消費者ニーズに合った商品提供ができる

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

22年3月11日追加資料 産業調査結果・総括



鹿児島県LFP

3種のおつまみ芋けんぴと芋焼酎で”よか晩”を
～さつま芋産業を百年先まで守りたい～

[ヒアリング対象]

- ① 百貨店 D社
- ② 外食チェーン D社
- ③ 外食チェーン W社
- ④ 酒販卸 N社

[ヒアリング内容]

- ・ビジネスポテンシャル
- ・コンセプトのポジ/ネガ
- ・改良希望点等

産業調査 ①

百貨店D社

- ・催事展開多数（九州展等も実施）
- ・地方酒・焼酎については専門フロア展開も

[ポジ]

- ・地域支援
- ・地域を代表する商品での商品化
- ・広く愛される「さつまいも」
- ・味の外れなさそう
- ・焼酎と甘味というレアな組み合わせ
- ・郷土愛のある方には受け入れられる

[ネガ]

- ・見た目が悪い（病害？ 試作品？）
- ・三味が組み合わせでしかない
- ・味が想像の範囲内（マリアージュという感じは薄い）
- ・特別感・高級感がない
- ・送る人を選びそう

[ビジネスポテンシャル]

- ・地域支援の文脈で購入するケースは増加傾向（被災地支援等は積極購入層が存在）
- ・鹿児島県は郷土愛が強く、催事の中でも安定した消費傾向
- ・焼酎愛飲者も多く、郷土愛×焼酎愛飲家で売れないということはなさそう
- ・焼酎のブランド次第で売れ方が異なる（おそらく芋けんぴを起点で買う層は限定的）
- ・焼酎・芋けんぴともに量目が重要

[改良点・懸念点・その他]

- ・見た目は改良しないと百貨店では扱いにくい（色合いが悪い）
→黒糖のせいであるなら、もっと濃い色にするなど改良必要
- ・ユニークではあるが、個別に買えるものなので必然性が薄い
→同じ原料を使うなど、ストーリー性が欲しい
- ・焼酎の“おまけ”のような位置づけになって、芋けんぴの価値を訴求しにくいのでは
→芋けんぴの価値を伝えたいのであれば、ユニークな味だけでは難しそう（揚げ方が違う、食感が違う、見た目が違うといった工夫が不可欠）

産業調査 ②

外食チェーンD社

- ・九州をテーマにした業態も展開
- ・多様な飲食業態を展開

[ポジ]

- ・鹿児島産品の組み合わせでわかりやすい
- ・味に外れはなさそう
- ・「お通し」として特徴は出せる

[ネガ]

- ・味に個性を出しすぎ？
(当たりさわりのない味が一番)
- ・黒糖はくどくなるのでは？
- ・高級感はあまり感じられない

[ビジネスポテンシャル]

- ・鹿児島県は郷土愛の強い方が多く、出身者には受け入れられそう
- ・焼酎は根強い人気があり「お通し」として出せば話題になる可能性も
- ・焼酎の扱いの多い店であれば、店でお土産用として販売も可能

[改良点・懸念点・その他]

- ・組み合わせて出すことは面白いが「お通し」以外で、「芋けんぴ」をメニューとすることは難しそう(フライドポテトのように揚げたてを出せば可能性もなくはないが・・・)
- ・食感含めた賞味期限がどの程度かで扱い方が変わる
- ・料理に活用できるようなものであれば面白い
(甘さを抑えて、サラダの具材として食感を活かすなど)

産業調査 ③

外食チェーンW社

- ・居酒屋・和食店など、多様な業態を展開
- ・テイクアウト店なども開発

[ポジ]

- ・芋けんぴを嫌う人は少なそう
- ・お通しとしては重すぎず、よさそう
- ・生産地支援として話題化できそう

[ネガ]

- ・味がお通しには不向き？
(個性がありすぎる)
- ・湿気てもわかりにくそう
- ・高級感がない

[ビジネスポテンシャル]

- ・焼酎好きな方の新たな楽しみ方として話題化はできそう
- ・立ち飲みなどのカジュアルな業態でおつまみとして使える可能性も

[改良点・懸念点・その他]

- ・味はおやつ向きな感じ(お通しなら、普通の芋けんぴでいい)
- ・長くするなど、特徴があれば面白い
(長さがあるとグラスにさして出すなど、演出もできる)
- ・鹿児島県以外の産地でも同様の被害が出ているのであれば、あえて鹿児島県に限定すると企業イメージは偏ったものになってしまう

産業調査 ④

酒販卸N社

- ・日本酒・焼酎を中心に扱う
- ・一般飲食店向けの取り扱いが中心

[ポジ]

- ・手間をかけずにそのまま出せる
- ・日持ちしそう
- ・好き嫌いがなさそう

[ネガ]

- ・味が焼酎・アルコールと合わなそう
- ・有料メニューには難しそう
- ・どこでも真似できる

[ビジネスポテンシャル]

- ・焼酎取扱店に「お通し」として提供すれば喜ばれそう
- ・コロナで「お通し」は簡略化・安定価格が望まれているので、個人店であれば取り扱われる可能性あり

[改良点・懸念点・その他]

- ・有料メニュー化するには、もう一工夫必要になりそう
- ・この芋けんぴとほかの芋けんぴの違いはあまりないのでは？
→市販品の芋けんぴと違いがないのであれば、あえてこの商品を使う意味が飲食店には理解されない
- ・病害対策であることは理解できるが、その材料を使うことが商品としてもプラスであることが明確でないと使う意義を感じる一般飲食店はなさそう（無料で配布であれば別だが）

データ調査分析結果を踏まえたマーケティング支援により 商品開発およびデータ活用の方針確定

データ活用の要件定義 ⇒レポート・データ活用へ

【1】本日のご提案

CCC
MARKETING

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・販路開拓の示唆を

商品開発要素の整理

鹿児島県さつまいも菓子の商品開発における6W2H整理

CCC
MARKETING

商品が消費者に提供する顧客価値は何か?	
「芋焼酎と紅まじりの特徴を活かしたさつまいも菓子のマリージュ(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「紅まじり」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:SDGs 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

【2】データ活用テーマ

CCC
MARKETING

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

振り返り) データ活用のステップ

CCC
MARKETING

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

産業調査では、鹿児島県内でのポテンシャルはあるが
飲食店需要や百貨店での販売クオリティには課題あり

今後の本格的な商品開発、ターゲット設計などの
プランニング/仮説にレポートの有効活用へ