

報道関係各位

2019年10月31日
株式会社クロス・マーケティング

**秋の味覚は世代・性別を問わず「サンマ」が人気。
秋限定商品は6割が女性が購入。
秋の味覚への意識は男女でやや温度差あり。**

－秋の味覚に関する調査－

株式会社クロス・マーケティング(本社:東京都新宿区、代表取締役社長:五十嵐 幹)は、秋の味覚に対する意識と実態を明らかにすることを目的として、全国47都道府県に在住する20～69歳の男女1000人を対象に「秋の味覚に関する調査」を実施しました。

■調査結果 (一部抜粋)

「食欲の秋」だけに、女性は食から秋を楽しみたいという意識がみえる一方、男性は秋の味覚への想起や秋限定商品への関心がやや低いという、男女における食意識の差が垣間みえる結果となった。

■世代・性別を問わず人気の秋の味覚は、「サンマ」

【秋らしさを感じる食べ物】は、1位「栗」(72%)、2位「さんま」(70%)、3位「柿」(59%)であった。一方、【毎年秋に食べるもの】は、1位「さんま」(52%)、2位「栗」(38%)、3位「梨」(37%)という結果に。<図1> 秋の味覚は「サンマ」が世代・性別を問わず定番となっていることが伺える。なお【食べ物以外で秋らしさを感じるもの】を自由回答で聞いたところ、「紅葉」「朝晩の肌寒さ」「月見」といった回答が多くみられた。

■秋限定商品の購入は、男女間でやや温度差あり

【今シーズンの秋に秋限定商品(食べ物・飲み物)を購入したか】について聞いたところ、全体で4割が「購入・購入予定」と回答。また購入者のうち6割は女性だった。男性の場合は購入・購入予定の割合が少なく、非購入者のうち6割は男性だった。<図2> また、男性は女性と比べて、【秋の味覚への想起】や【喫食シーン】・【秋限定商品への購買意欲】や【購買行動】など、どの聴取項目においても「特にない」という回答が多く、<図3> 秋の味覚や秋限定商品に対して、男女間でやや温度差が伺える結果となった。

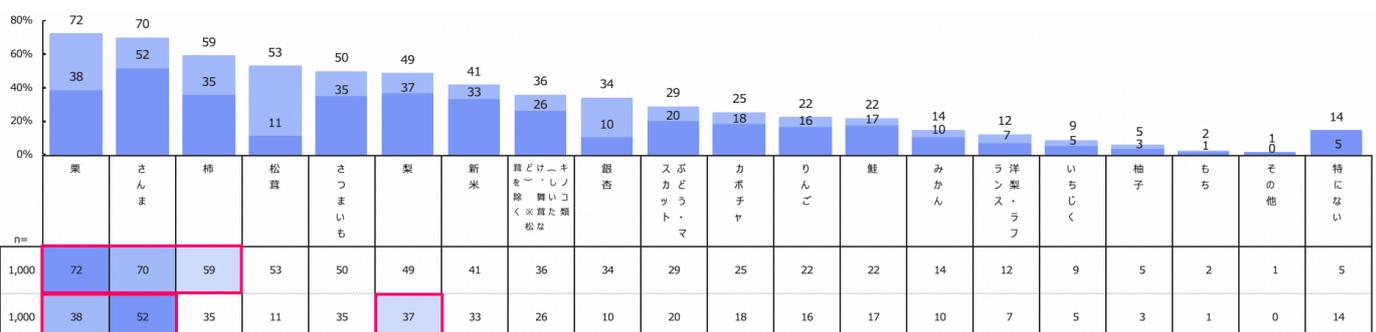
■秋限定商品の人気は「スイーツ・菓子類」が上位を独占。今後はスイーツ以外を求める声も。

【今シーズンの秋に購入した秋限定商品】について購入者に聞いたところ、全体では「スイーツ」「菓子類」が上位を独占した。男女別では、女性は「スイーツ」、購入者全体の割合は少ないものの男性は「刺身・魚料理」「ビール・発泡酒」「炭酸飲料」を購入する傾向。<図4> なお、【今後あったらいいと思う秋限定の食べ物・飲み物】について自由回答で聞いたところ、「秋の果物や芋栗系を使ったスイーツ・お菓子」といった定番のものを求める回答の他、「秋の期間限定のビール・ワイン」などのアルコール類、「新米のおにぎり」「松茸ご飯」などのご飯類、「食欲の秋を満たすようなもの」「糖質制限や食べてもあまり太らないもの」といったコンセプトに関する回答が多数みられた。

<図1> 【秋らしさを感じる食べ物 および 毎年秋に食べるもの】

◆自主調査レポートの続きはこちら

<https://www.cross-m.co.jp/report/gourmet/aki20191031/>



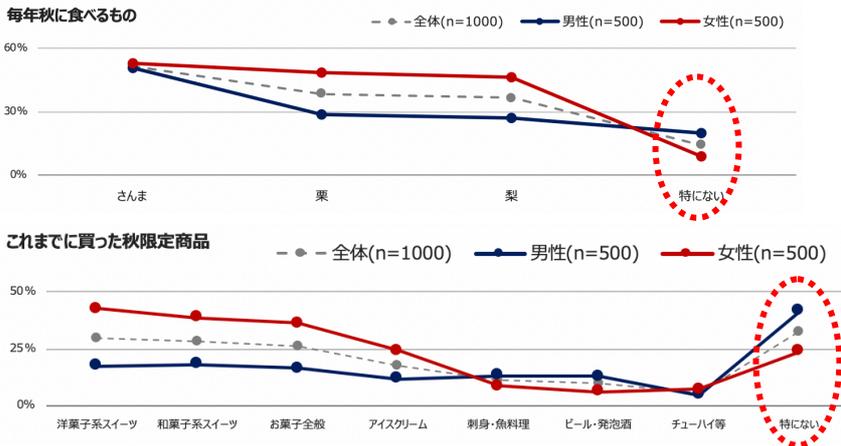
※「秋らしさを感じるもの」の値を基準に降順並び替え

＜図2＞【今シーズンにおける秋限定商品の購入状況 および 男女内訳】

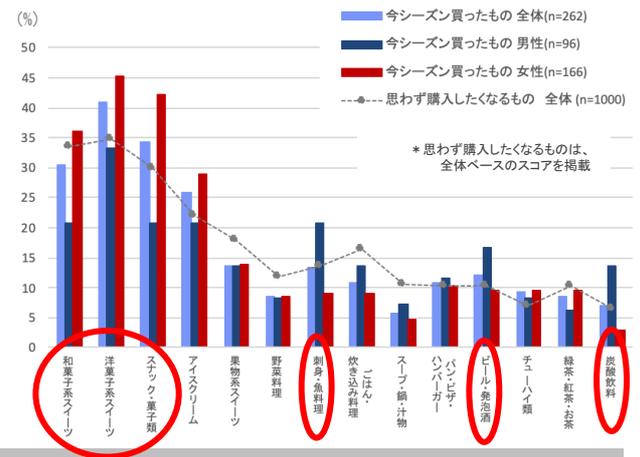
	n=	購入/購入 予定・計 (1-2) (%)			購入/購入 予定・計 (1-2) (%)
		(季節限定商品を)今シーズンすでに買った	今後買う予定の商品がある	買ってない、買う予定はない	
全体	1,000	26	19	55	45

購入状況別	n=	性別 (%)	
		男性	女性
(1-2)購入/購入予定・計	454	41	59
-(1)購入者	262	37	63
-(2)購入予定者	192	47	53
(3)非購入者	546	58	42

＜図3＞【秋の味覚・秋限定商品への意識 男女比較】 * 図3・4は上位項目のみ抜粋



＜図4＞【秋限定商品 今シーズンに買ったもの(購入者ベース)】



■全調査内容

- 属性設問 (性別・年代・居住地・婚姻状況・子どもの有無・同居家族・職業)
- 秋らしさを感じるもの (自由回答)
- 秋らしさを感じる食べ物
- 毎年秋に食べるもの
- 秋の味覚を味わうシーン
- 秋限定と聞いて思わず購入したくなるもの
- 秋限定と聞いてこれまで実際に買ったもの
- 今シーズンの秋に自分で買った秋限定商品の有無
- 秋限定商品を買わない理由
- 今シーズンに買った秋限定商品
- 今シーズンに最も買った秋限定商品
- 今シーズンに買う予定の秋限定商品
- 秋限定商品を知ったきっかけ
- 秋限定商品の購入場所
- 秋限定商品の購入頻度
- 秋限定商品の購入理由
- 今後あったらいいと思う秋限定商品 (自由回答)

◆全調査項目のレポートダウンロードはこちらから <https://www.cross-m.co.jp/report/gourmet/aki20191031/>

■調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ
 調査地域 : 全国47都道府県
 調査対象 : 20～69歳の男女 * 食品・飲料・広告・市場調査関連の従事者を除く
 調査期間 : 2019年10月15日(火)～2019年10月17日(木)
 有効回答数 : 1,000サンプル

※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

【会社概要】

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <http://www.cross-m.co.jp/>
 所在地 : 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F
 設立 : 2003年4月1日
 代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹
 事業内容 : マーケティングリサーチ事業

◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当 : 遠藤(えんどう) TEL : 03-6859-1192 FAX : 03-6859-2275
 E-mail : pr-cm@cross-m.co.jp お問い合わせ : https://www.cross-m.co.jp/cromegane/cromegane_media/

＜引用・転載時のクレジット表記のお願い＞

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。

＜例＞「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」