

北海道、福岡県、東京都在住の20歳～69歳1500人に聞いた 「北海道・福岡・東京の生活者実態調査」

購買行動や情報収集、顕著だったのはエリア差よりも年代差

生活者起点のリサーチ&マーケティング支援を行なう株式会社ネオマーケティング（所在地：東京都渋谷区）では、世の中の動向をいち早く把握するために、独自で調査を行なっております。今回2022年4月19日～2022年4月21日の3日間、北海道、福岡県、東京都の20歳～69歳の男女1500人を対象にインターネットリサーチを実施いたしました。

<調査背景>

今回は、北海道・福岡・東京の生活者毎の購買行動、購買意識の違いを明らかにする目的で、各エリアの生活者を対象に、SNS、オンラインショッピング、商品購入に関する内容を幅広く調査しました。是非今後のマーケティング活動の一資料としてご活用ください。

【調査概要】

1. 調査の方法：株式会社ネオマーケティングが運営するアンケートサイト「アイリサーチ」のシステムを利用したWEBアンケート方式で実施
2. 調査の対象：アイリサーチ登録モニターのうち、北海道、福岡、東京在住の、20～60代の方
3. 有効回答数：1500名
4. 調査実施日：2022年4月19日～2022年4月21日

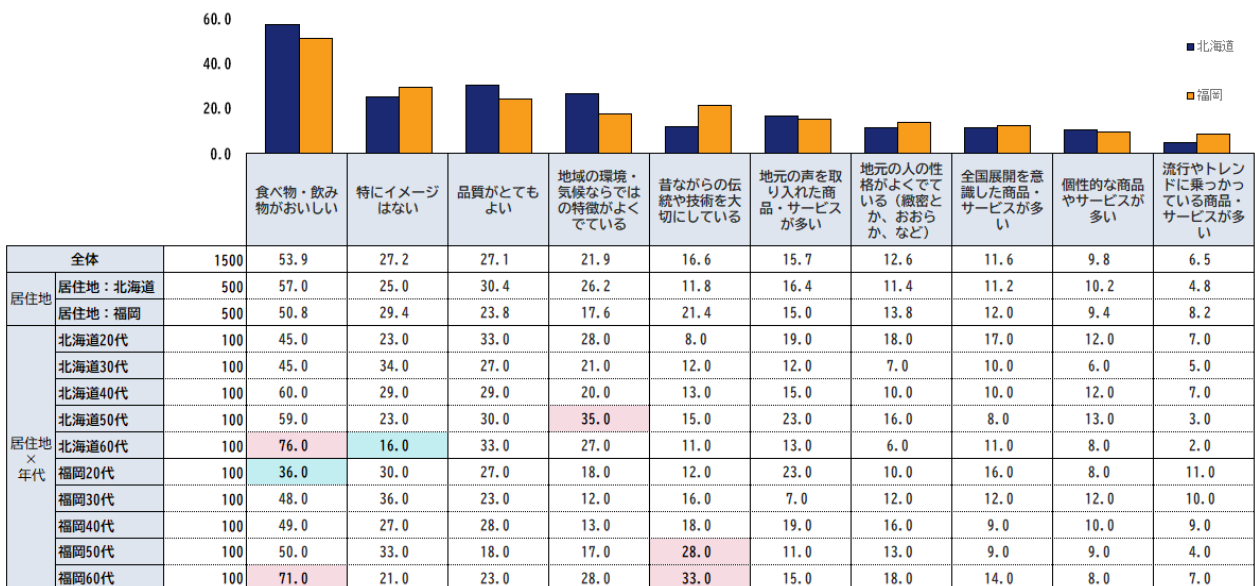
◆「北海道・福岡・東京の生活者意識の実態調査」主な質問と回答

◆新しい商品・サービスを知る情報源

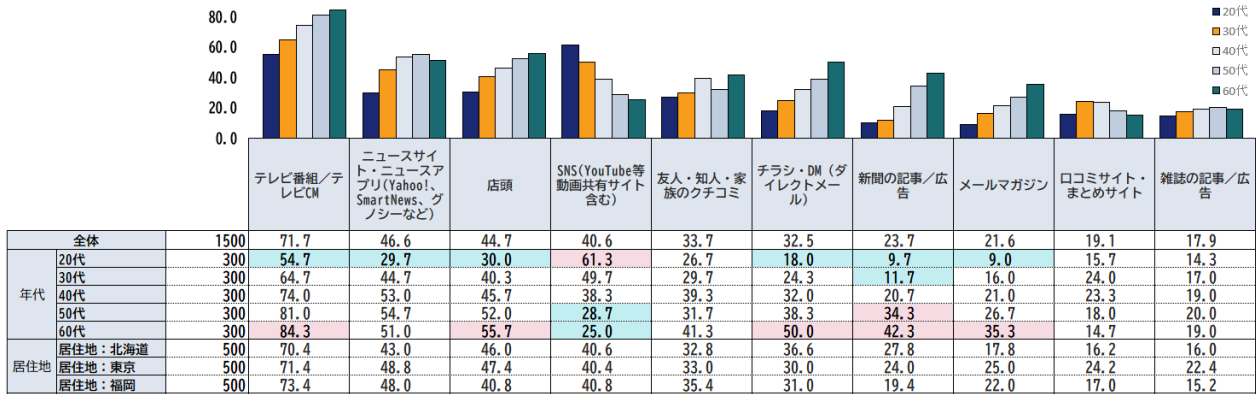
地域による大きな差はなく、年代による差が大きい。

◆地元の商品・サービスへのイメージ

地元の商品・サービスについて、福岡と北海道とではイメージに差があった。更に同じ地域内でも、年代の若い層と年代の高い層のイメージに差があることがわかった。



新しい商品・サービスを知る情報源

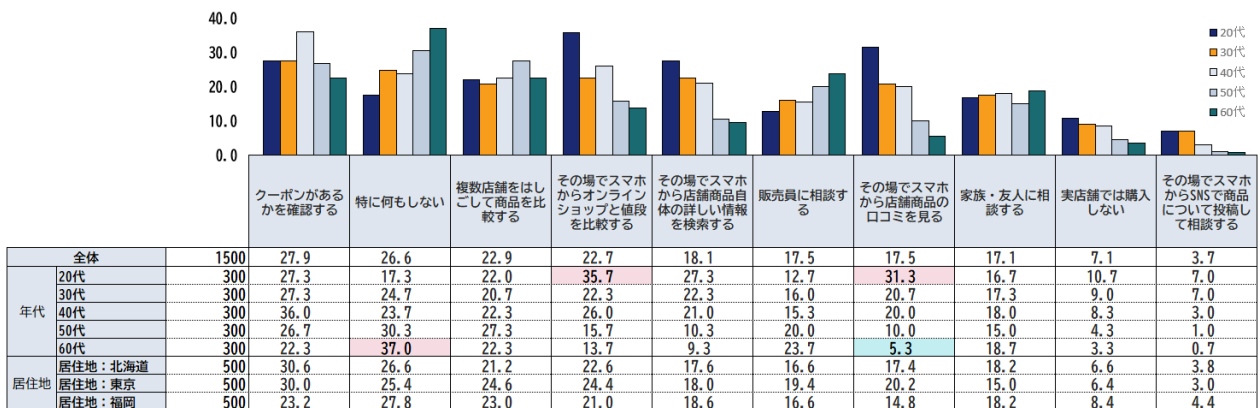


※青色…全体比 10 ポイント以下 赤色…全体比 10 ポイント以上

※単位 (%), 全体の値で降順

新しい商品やサービスを知る情報源について、居住地による大きな差は見られませんでした。一方で、年代による差は顕著です。年代の低い層ほど SNS での情報収集が盛んです。他方、年代の高い層ほど、テレビ、店頭・チラシ・DM、新聞の記事・広告、メールマガジンから情報を得ていることがわかります。

実店舗で商品を購入するまでにしていること

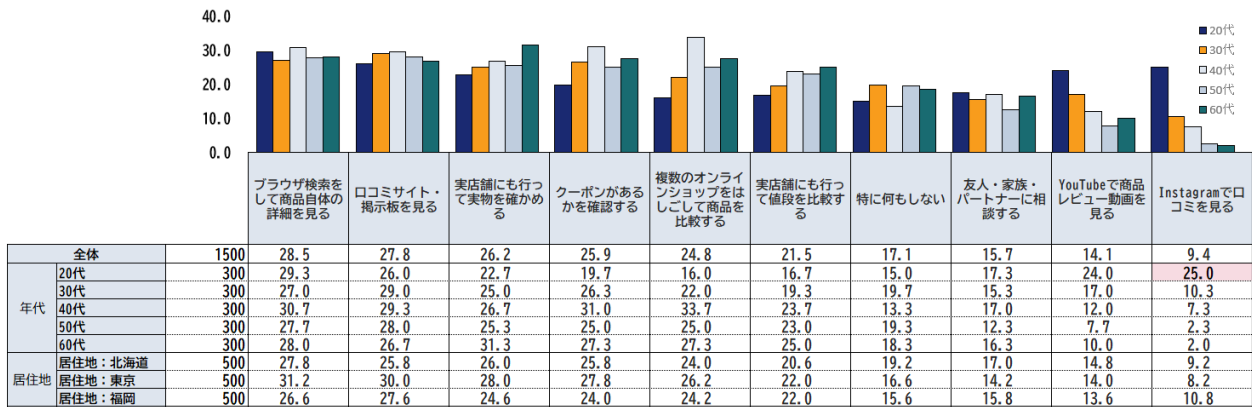


※青色…全体比 10 ポイント以下 赤色…全体比 10 ポイント以上

※単位 (%), 全体の値で降順

居住地毎に大きな差はなく、年代による差が見られました。特に 20 代は、店舗内で購入する商品について情報収集していることがわかります。実店舗内で、商品価格をオンラインショップと比較したり、インターネット上の口コミを確認したりと、オフラインとオンラインを行き来し比較したうえで、実店舗で購入する選択をしている様子が伺えます。

オンラインで商品を購入するまでにしていること

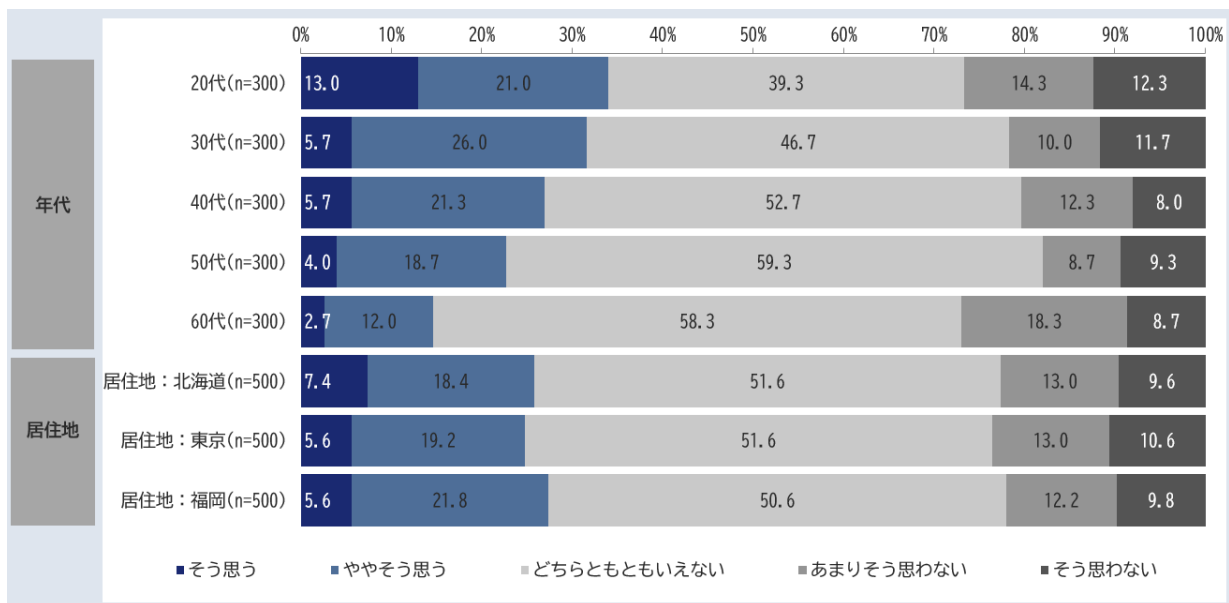


※青色…全体比 10 ポイント以下 赤色…全体比 10 ポイント以上

※単位 (%)、全体の値で降順

オンラインで商品を購入するまでの行動に、居住地毎の差はほとんどありませんでした。年代別で見ると、年代によって SNS の活用に差があります。特に 20 代は、他の年代と比較して YouTube で商品レビュー動画を見る、Instagram で口コミを確認するという行動を多くとっていることがわかります。

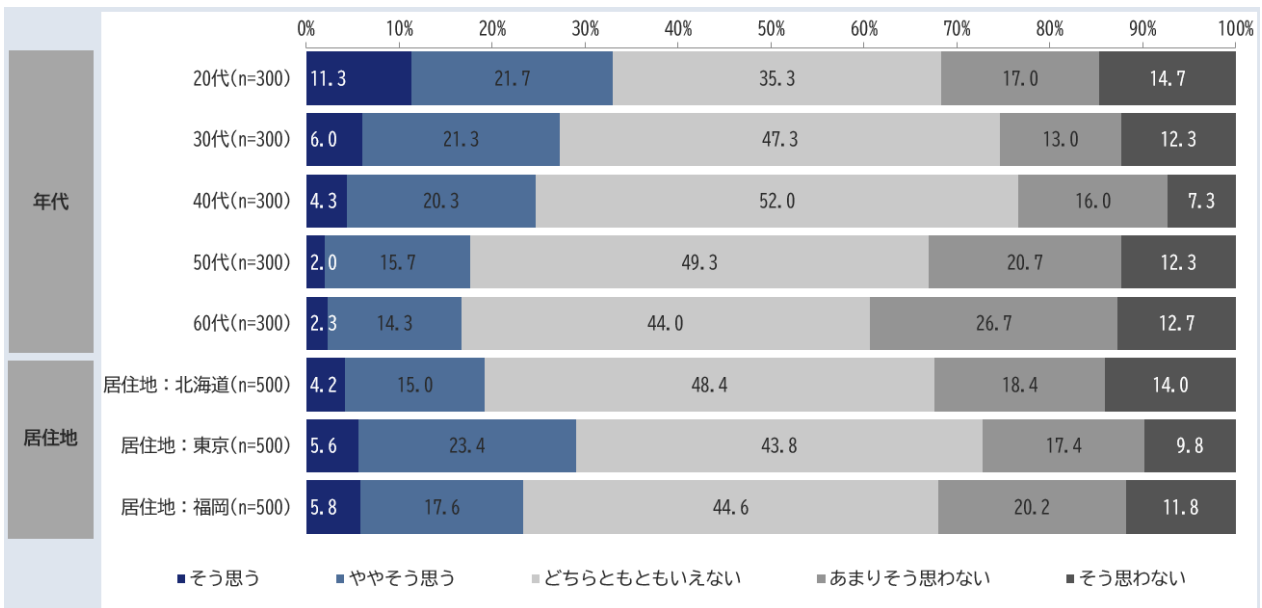
商品やサービスの広告、地元で話題のローカルネタやタレントを好むか



※単位 (%)

居住地毎の差はほとんどありませんが、年代別で見ると、年代の低い層ほど地元で話題のローカルネタやタレントを起用した広告を好む傾向があるようです。

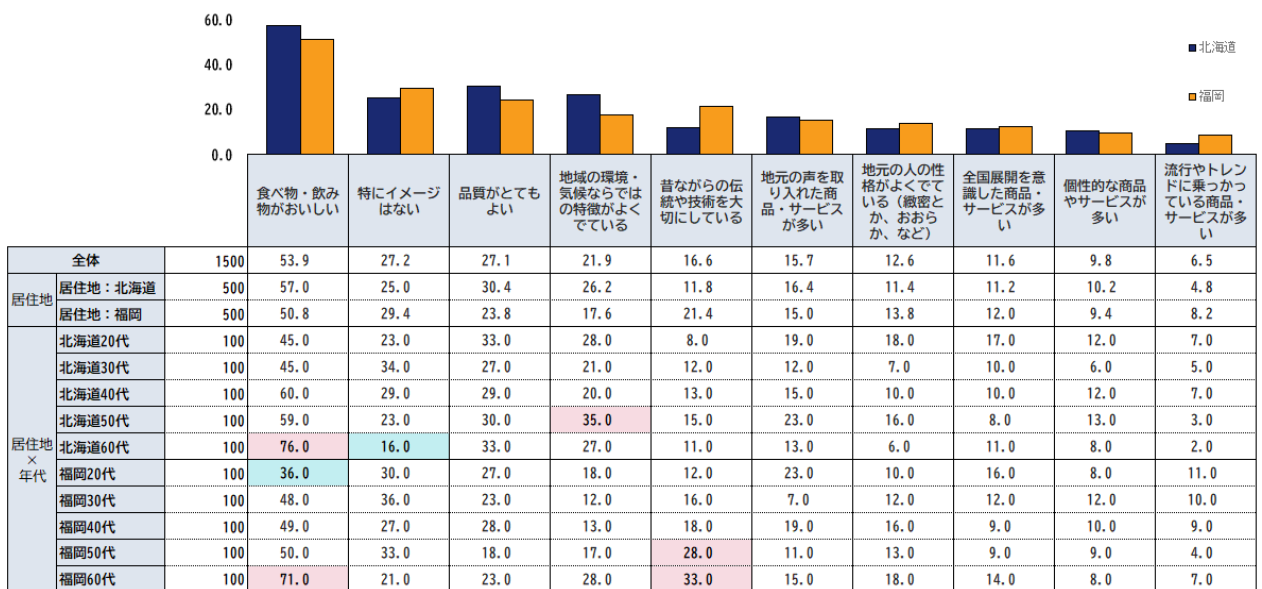
他県の商品やサービス情報が気になるか



※単位 (%)

居住地別でみると、東京の生活者がより他県の商品や情報に関心があることがわかりました。年代別では、年代の低い層ほど、他県の商品やサービスの情報に関心があることがわかりました。

自身が居住している都道府県の地元の商品・サービスのイメージ（福岡・北海道）



※青色…全体比 10 ポイント以下 赤色…全体比 10 ポイント以上

※単位 (%)、全体の値で降順

居住地別でみると、北海道と福岡とで、地元の商品とサービスのイメージに差がありました。さらに、北海道と福岡共に、年代の低い層と年代の高い層において差がありました。20～30 代の若い

方と比較して、多くの60代の方が食べ物・飲み物がおいしいというイメージを持っていることがわかりました。

■この調査のその他の質問

- ・重視している情報源
- ・普段利用しているSNS/Webサービス
- ・SNSでフォローしているトピック（話題）
- ・SNSきっかけで商品を購入した経験の有無
- ・普段の購買傾向
等

■この調査で利用した調査サービスはコチラ

ネットリサーチ：<https://neo-m.jp/research-service/netresearch/>

■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・転載は、必ずクレジットを明記していただきますようお願い申し上げます。

<例>「生活者起点のリサーチ&マーケティング支援を行なうネオマーケティングが実施した調査結果によると……」

■「ネオマーケティング」

URL：<https://neo-m.jp/>