

本県水産物に対する 首都圏消費者の意識調査

水産業は本県の基幹産業の一つである。この水産業の今後の一層の発展を考えると、外貨を稼ぐためには国内の主要マーケットである首都圏の消費者に、長崎の水産物等がどのようにみられているかを知ることが重要である。

そこで当研究所では、首都圏在住者を対象と

して、魚介類の消費スタイルや、本県で獲れた魚介類の認知度、オンラインショップ(以下、EC)で購入したいか、といったニーズを属性ごとに把握することによって、今後の水産業振興の参考に供するためアンケートを実施し、その調査結果を下記のとおり取りまとめた。

【調査要領】

1. 調査対象 首都圏(埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県)の在住者
2. 調査方法 調査会社登録モニターへのネットリサーチ
3. 調査期間 2020年10月
4. 質問事項

(1) 魚介類の消費スタイルについて

- ① 魚介類を食べる頻度
- ② 天然ものと養殖ものへのこだわり
- ③ 冷凍保存期間を気にするか
- ④ 魚介類の好み

(2) 本県の水産物へのニーズについて

- ⑤ 本県の漁獲高等の認知度
- ⑥ ECの利用意向
- ⑦ ECで購入したい本県の水産物
- ⑧ EC利用時に重視すること
- ⑨ EC利用時の利用金額
- ⑩ 東京・銀座で刺身盛り合わせ(1人前)を注文するなら上限は

5. 有効回答 1,000人(埼玉県195人、千葉県158人、東京都391人、神奈川県256人)

回答者属性		
	属性	人数
性別	男性	500
	女性	500
年代	30代	250
	40代	250
	50代	250
	60代以上	250
エリア	埼玉県	195
	千葉県	158
	東京都	391
	神奈川県	256
配偶者	いる	614
	いない	386
子供 (任意回答)	いる	512
	いない	466

【要約】

(1) 魚介類の消費について

- 魚料理を食べる頻度は、「2～3日に1回」が44.2%で最も多く、以下「週に1回」(27.6%)、「月に数回」(13.7%)など。
- 天然ものと養殖ものについて、「こだわりはない」が78.3%に上った。「天然ものがよい」は20.3%、「養殖ものがよい」は1.4%。
- 冷凍保存されていた期間は、「品質に問題ないのであれば気にならない」が52.8%。
- 好みの魚介類(複数回答)は、「白身」83.2%、「エビ・カニ」72.2%、「赤身」69.7%。

(2) 本県の水産物へのニーズについて

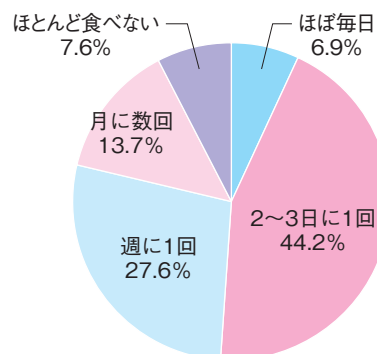
- 本県が北海道に次ぐ漁獲量を誇ることについては「良く知っている」が4.3%、「聞いたことはある」が15.0%に止まった。
- 長崎の魚のECがあれば、『利用したい』との回答が半数超に上った。内訳は、「是非、利用したい」が10.2%、「利用したい」が44.7%。
- ECで利用したいもの(複数回答)は、「切り身」84.2%、「干物」70.1%、「フィレ」51.5%、「加工品」49.2%。
- ECを利用する際に重視すること(複数回答)は、「値段」(87.4%)、「鮮度」(84.3%)が8割超。これに「下処理をしているか」(45.9%)と「旬のものか」(40.8%)が4割台で続く。
- ECを利用する場合、月額利用料金の目安となる金額は、「2,000円～3,000円未満」が36.4%、「3,000円～5,000円未満」が29.1%、「2,000円未満」が27.1%。
- 東京・銀座で、長崎県産の刺身盛り合わせ(1人前)を注文するなら上限は、「2,000円未満」が58.3%、以下、「2,000円～3,000円未満」(27.9%)、「3,000円～5,000円未満」(10.2%)。

1. 魚介類の消費スタイルについて

(1) 魚料理を食べる頻度

はじめに、**魚料理を食べる頻度**について尋ねたところ、「2～3日に1回」が44.2%と最も多く、次いで、「週に1回」が27.6%、「月に数回」が13.7%となり、「ほとんど食べない」は7.6%に止まった。

図表1 魚料理を食べる頻度 (N=1,000)

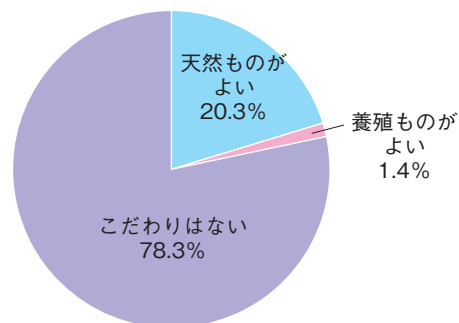


(2) 天然もの、養殖ものへのこだわり

次に、魚を食べる際に、**天然ものか養殖ものにこだわりがあるか**について尋ねたところ、「こだわりはない」が78.3%に上った。一方、「天然ものが良い」は20.3%、「養殖ものが良い」は1.4%であった。

「こだわりはない」との回答が8割近くを占めたものの、積極的に養殖ものを選ぶ消費者は、極一部に止まった。

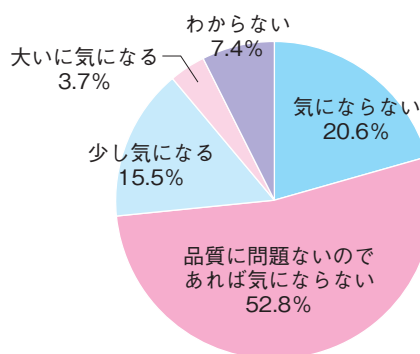
図表2 天然もの・養殖ものへのこだわり (N=1,000)



(3) 冷凍保存期間について

現在では、魚の冷凍技術が向上し高品質で長期保存が可能になっている。こうしたなか魚の冷凍品を食べる際に、**冷凍保存期間が気になるか**尋ねたところ、「品質に問題ないのであれば気にならない」が52.8%と半数を超え、「気にならない」との回答も20.6%であった。これらを合わせると、およそ3/4は冷凍保存期間を気にしていないことがわかる。

図表3 冷凍保存期間について (N=1,000)



(4) 好みの魚介類について

好みの魚介類(複数回答)を尋ねたところ、「白身」が83.2%で最も多く、以下、「エビ・カニ」が72.2%、「赤身」が69.7%、「貝類」が57.0%となった。

これを性別、年齢別にみると、「白身」は、男性より女性に好まれ、年齢が高くなるほどその割合

も高い。

また、「赤身」は女性より男性に好まれる傾向にある。

これに対し「エビ・カニ」は男性では40代が58.4%、60代以上が66.4%にとどまった一方、女性は50代が80.0%、60代以上が80.8%に上る。

図表4 好みの魚介類について

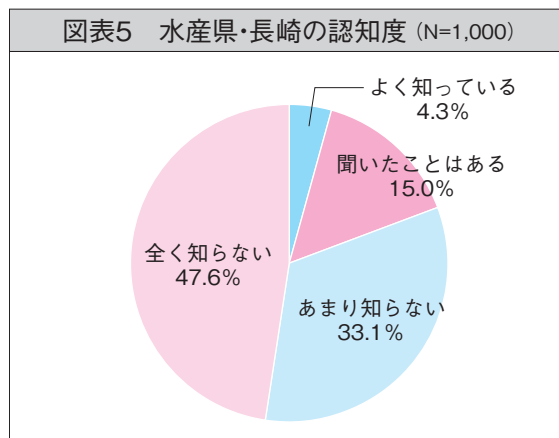
		合計	白身	赤身	エビ・カニ	貝類	魚介類は好きではない	その他	
合計	N	1,000	832	697	722	570	34	2	
	%	100.0	83.2	69.7	72.2	57.0	3.4	0.2	
エリア	埼玉県	N	195	158	136	143	114	10	0
		%	100.0	81.0	69.7	73.3	58.5	5.1	0.0
	千葉県	N	158	129	102	112	84	8	0
		%	100.0	81.6	64.6	70.9	53.2	5.1	0.0
	東京都	N	391	327	276	285	226	9	2
		%	100.0	83.6	70.6	72.9	57.8	2.3	0.5
	神奈川県	N	256	218	183	182	146	7	0
		%	100.0	85.2	71.5	71.1	57.0	2.7	0.0
男性	合計	N	500	404	357	333	289	19	1
		%	100.0	80.8	71.4	66.6	57.8	3.8	0.2
	30代	N	125	100	92	87	70	7	0
		%	100.0	80.0	73.6	69.6	56.0	5.6	0.0
	40代	N	125	99	88	73	65	7	0
		%	100.0	79.2	70.4	58.4	52.0	5.6	0.0
	50代	N	125	103	88	90	80	3	0
		%	100.0	82.4	70.4	72.0	64.0	2.4	0.0
60代以上	N	125	102	89	83	74	2	1	
	%	100.0	81.6	71.2	66.4	59.2	1.6	0.8	
女性	合計	N	500	428	340	389	281	15	1
		%	100.0	85.6	68.0	77.8	56.2	3.0	0.2
	30代	N	125	105	82	92	66	8	1
		%	100.0	84.0	65.6	73.6	52.8	6.4	0.8
	40代	N	125	106	94	96	68	4	0
		%	100.0	84.8	75.2	76.8	54.4	3.2	0.0
	50代	N	125	108	85	100	73	2	0
		%	100.0	86.4	68.0	80.0	58.4	1.6	0.0
60代以上	N	125	109	79	101	74	1	0	
	%	100.0	87.2	63.2	80.8	59.2	0.8	0.0	

[比率の差] 合計 +10ポイント 合計 +5ポイント 合計 -5ポイント 合計 -10ポイント

(5) 水産県・長崎の認知度

長崎県は、漁獲量が北海道に次いで全国第2位、水揚げされる魚の種類(約250種類)は全国1位であるといった、**水産県・長崎の認知度**を尋ねたところ、「良く知っている」は4.3%、「聞いたことはある」も15.0%に止まり、「あまり知らない」33.1%、「全く知らない」が47.6%に上った。

「よく知っている」の割合は性別、年代に関係なく1桁に止まり、認知度は高くない。



(6) 長崎の魚のEC(オンラインショップ)利用について

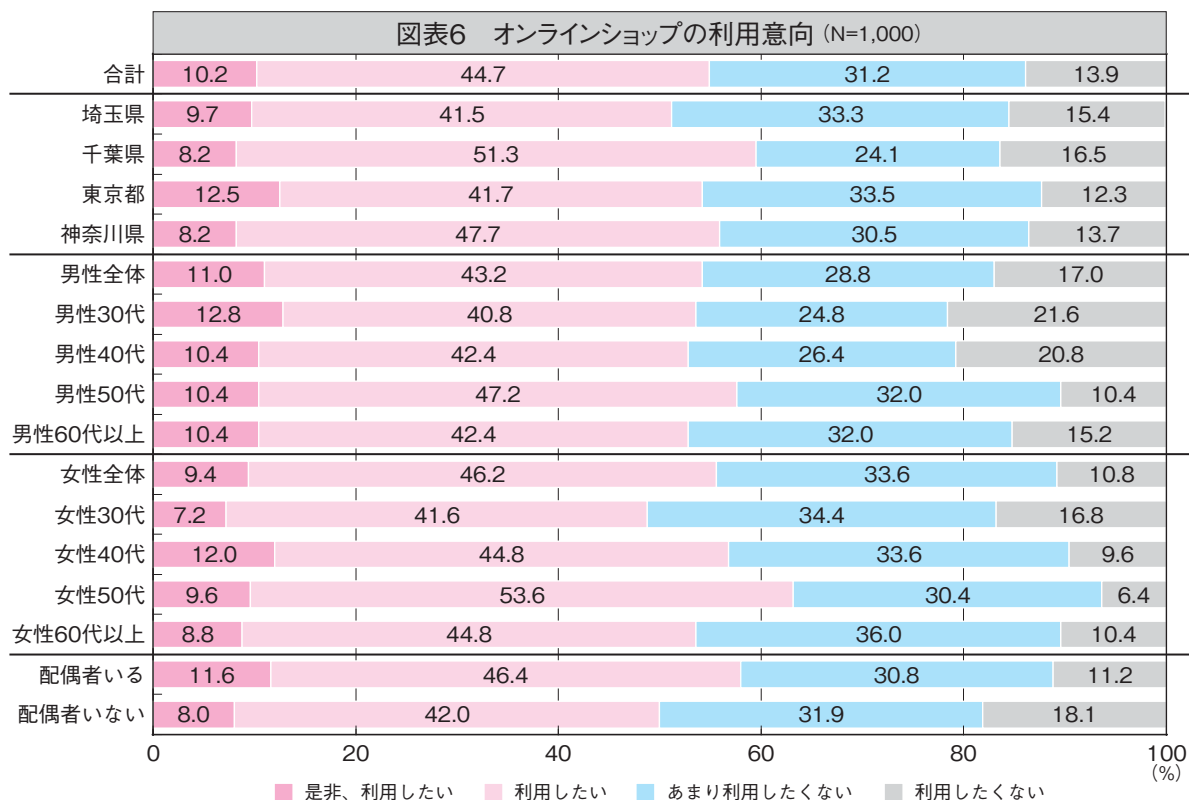
長崎の魚のECがあれば利用したいか尋ねたところ、「是非、利用したい」が10.2%、「利用したい」が44.7%に上り、これらを合わせた『利用したい』との回答は54.9%と半数を超えた。

ECを『利用したい』とのニーズは、各年代とも

男性より女性が高く、なかでも50代・女性では63.2%に上った。

一方、「あまり利用したくない」、「利用したくない」など利用に消極的なのは30代・40代の男性であった。

また、独身者より既婚者がECを利用したいとの回答が多い。



(7) EC (オンラインショップ)での魚の購入について

前問でECを「是非、利用したい」、「利用したい」と回答した549人に、**ECでの魚の購入意向(複数回答)**について尋ねた。

利用時に購入したいものは、「切り身」が84.2%と最も多く、以下、「干物」(70.1%)、「フィレ」(51.5%)、「加工品(かまぼこ)」(49.2%)、「丸ごと」(33.7%)と続いた。

と」(33.7%)と続いた。

これを性別・年齢別にみると、「切り身」を好む傾向は大差ないものの、それ以外では、男性は年代を問わず「丸ごと」を好んでいるのに対し、女性は、年代を問わず「丸ごと」の割合は男性より低く、30代で「加工品(かまぼこ)」、40代で「フィレ」と「切り身」、50代と60代以上で「干物」を好んでいる。

図表7 ECでの魚の購入について

		合計	フィレ	切り身	丸ごと	干物	加工品 (かまぼこ)	その他	
合計	N	549	283	462	185	385	270	2	
	%	100.0	51.5	84.2	33.7	70.1	49.2	0.4	
エリア	埼玉県	N	100	45	87	35	77	56	0
		%	100.0	45.0	87.0	35.0	77.0	56.0	0.0
	千葉県	N	94	53	79	28	67	42	0
		%	100.0	56.4	84.0	29.8	71.3	44.7	0.0
	東京都	N	212	114	176	83	147	111	1
		%	100.0	53.8	83.0	39.2	69.3	52.4	0.5
	神奈川県	N	143	71	120	39	94	61	1
		%	100.0	49.7	83.9	27.3	65.7	42.7	0.7
男性	合計	N	271	134	226	118	179	131	0
		%	100.0	49.4	83.4	43.5	66.1	48.3	0.0
	30代	N	67	36	60	34	42	36	0
		%	100.0	53.7	89.6	50.7	62.7	53.7	0.0
	40代	N	66	39	52	27	44	30	0
		%	100.0	59.1	78.8	40.9	66.7	45.5	0.0
	50代	N	72	35	58	37	51	37	0
		%	100.0	48.6	80.6	51.4	70.8	51.4	0.0
60代以上	N	66	24	56	20	42	28	0	
	%	100.0	36.4	84.8	30.3	63.6	42.4	0.0	
女性	合計	N	278	149	236	67	206	139	2
		%	100.0	53.6	84.9	24.1	74.1	50.0	0.7
	30代	N	61	34	54	17	38	39	0
		%	100.0	55.7	88.5	27.9	62.3	63.9	0.0
	40代	N	71	45	66	16	52	37	0
		%	100.0	63.4	93.0	22.5	73.2	52.1	0.0
	50代	N	79	41	64	17	65	35	1
		%	100.0	51.9	81.0	21.5	82.3	44.3	1.3
60代以上	N	67	29	52	17	51	28	1	
	%	100.0	43.3	77.6	25.4	76.1	41.8	1.5	

[比率の差] 合計 +10ポイント 合計 +5ポイント 合計 -5ポイント 合計 -10ポイント

(8) ECで魚の購入時に重視すること

同様に、前問でECを利用すると回答した549人に、魚の購入時に重視すること(複数回答)を尋ねたところ、「値段」(87.4%)と「鮮度」(84.3%)が8割超を占めた。また、「下処理をしているか」(45.9%)や「旬のものか」(40.8%)が4割台に上った。

これを性別・年代別に全体を通してみると、「鮮度」、「値段」以外では30代・40代の男性は、「産地」や「旬のものかどうか」を重視しているのに対し、30代・50代の女性は「下処理をしているか」、40代の女性は「家族の好み」を重視している。

図表8 ECで魚を購入時に重視すること

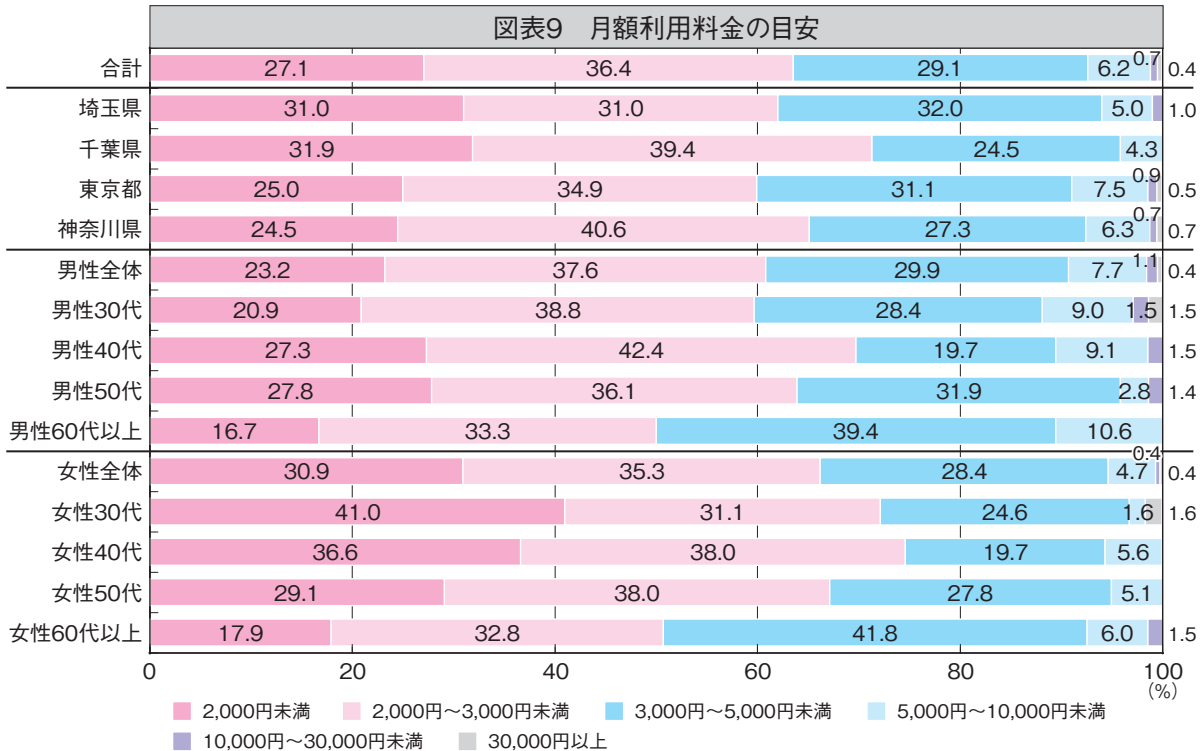
		合計	鮮度	値段	産地	旬のもの かどうか	下処理を しているか	色つや	家族の 好み	売っている お店	健康に 良いか	その他	
合計	N	549	463	480	213	224	252	107	145	41	85	4	
	%	100.0	84.3	87.4	38.8	40.8	45.9	19.5	26.4	7.5	15.5	0.7	
エリア	埼玉県	N	100	81	93	36	37	45	21	28	8	13	0
		%	100.0	81.0	93.0	36.0	37.0	45.0	21.0	28.0	8.0	13.0	0.0
	千葉県	N	94	79	81	32	30	43	14	20	10	15	1
		%	100.0	84.0	86.2	34.0	31.9	45.7	14.9	21.3	10.6	16.0	1.1
	東京都	N	212	191	186	97	100	102	52	51	15	40	1
		%	100.0	90.1	87.7	45.8	47.2	48.1	24.5	24.1	7.1	18.9	0.5
	神奈川県	N	143	112	120	48	57	62	20	46	8	17	2
		%	100.0	78.3	83.9	33.6	39.9	43.4	14.0	32.2	5.6	11.9	1.4
男性	合計	N	271	224	241	97	101	99	43	56	21	34	1
	%	100.0	82.7	88.9	35.8	37.3	36.5	15.9	20.7	7.7	12.5	0.4	
	30代	N	67	52	57	31	27	22	17	14	7	10	0
	%	100.0	77.6	85.1	46.3	40.3	32.8	25.4	20.9	10.4	14.9	0.0	
	40代	N	66	55	57	29	32	30	10	18	5	10	0
	%	100.0	83.3	86.4	43.9	48.5	45.5	15.2	27.3	7.6	15.2	0.0	
	50代	N	72	57	67	19	22	27	8	12	4	5	0
%	100.0	79.2	93.1	26.4	30.6	37.5	11.1	16.7	5.6	6.9	0.0		
60代以上	N	66	60	60	18	20	20	8	12	5	9	1	
%	100.0	90.9	90.9	27.3	30.3	30.3	12.1	18.2	7.6	13.6	1.5		
女性	合計	N	278	239	239	116	123	153	64	89	20	51	3
	%	100.0	86.0	86.0	41.7	44.2	55.0	23.0	32.0	7.2	18.3	1.1	
	30代	N	61	43	50	17	29	35	11	20	3	11	0
	%	100.0	70.5	82.0	27.9	47.5	57.4	18.0	32.8	4.9	18.0	0.0	
	40代	N	71	63	60	31	30	33	20	27	8	17	1
	%	100.0	88.7	84.5	43.7	42.3	46.5	28.2	38.0	11.3	23.9	1.4	
	50代	N	79	73	68	37	34	50	20	23	7	13	1
%	100.0	92.4	86.1	46.8	43.0	63.3	25.3	29.1	8.9	16.5	1.3		
60代以上	N	67	60	61	31	30	35	13	19	2	10	1	
%	100.0	89.6	91.0	46.3	44.8	52.2	19.4	28.4	3.0	14.9	1.5		

[比率の差] 合計 +10ポイント 合計 +5ポイント 合計 -5ポイント 合計 -10ポイント

(9) 月額利用料金の目安

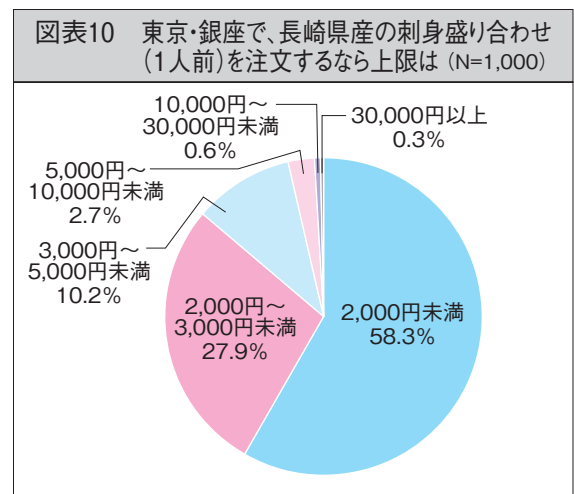
同様に、前問でECを利用すると回答した549人に、**月額利用料金がいくらまでなら利用するか**を尋ねたところ、「2,000円～3,000円未満」が36.4%と最も多く、以下、「3,000円～5,000円未満」(29.1%)、「2,000円未満」(27.1%)と続いた。

全体を通してみると、『5千円未満』が9割超を占め、5千円超は1割弱であった。また、男女・年代別では、男性・女性とも60代以上が「3,000円～5,000円未満」の割合がおよそ4割を占め、他の年代より高額となっている。



(10) 東京・銀座で、長崎産の刺身盛り合わせを注文するなら上限は

最後に、東京・銀座で、**長崎県産の刺身盛り合わせ(1人前)**を注文するとしたら上限はいくらか尋ねたところ、「2,000円未満」が58.3%と最も多く、以下、「2,000円～3,000円未満」(27.9%)、「3,000円～5,000円未満」(10.2%)と続いた。



まとめ

これまでみてきたように、首都圏での水産県・長崎の認知度は高くはないものの、性別や年齢を問わず長崎の魚のオンラインショップがあれば利用してみたいとの回答が過半数に上ることがわかった。

その場合、値段や鮮度のほか、下処理を済ませてあるものや手軽に料理ができるものが女性に好まれることや、5千円未満でのニーズが一定数あることもわかった。

こうしたことから、ターゲットを絞り、ニーズに沿った商品を首都圏在住の消費者に広告・宣伝することによってアプローチすることで潜在的な需要を掘り起こせる可能性がある。

(泉 猛)