

&mogレポート ～2024/06/29～30「未来の食卓体験」イベント@日本橋室町カドチ1編～

2024年6月に日本橋カドチ1にて「食卓体験イベント」を開催いたしました。
2月・3月に引き続き、今回もアンケートによる生活者調査を行ったので調査結果をレポートいたします。



当日の様子



キュキュット「未来にecoペコボトル(つめかえ用 特大サイズ)」(花王株式会社)体験ブース

今回の記事では、来訪者ペルソナの調査とともに、来街者が認識している日本橋の魅力に関して、アンケート調査しました。

記事内容サマリ

- 用意するコンテンツを工夫することで、「イベント集客」「アンケート回収」に加えて「アプリのダウンロード」といったCVも実現可
- 休日の日本橋は「ご家庭内の食・料理を司る主婦/お母さん」との接点
- 来街者の世帯年収が全体として高く、1000万円以上がおよそ半数に及ぶ
- 来街者にとっての日本橋の魅力は「歴史を感じられ、歩きたくなる街並み」(ショッピングの意向が高くなる)

アンケート実施方法について

&mogは、食のブランドやメーカー様が、ご自身の商品を消費者に知ってもらい、尚且つ消費者の生の声を聴ける場をご提供しています。

単にイベントを開けば良いということではなく、人数を集められること、また一定のモチベーションを持って回答してもらえる環境を作ることが大事です。

本イベントでは、アンケートに回答頂いた方に向けた福引きと景品をご用意し、家族連れを中心に、大人から子供まで楽しみながら答えてもらえる仕掛けを設けました。

福引きを回してもらうにあたっては、さらにサッポロホールディングス株式会社様をご提供される「うちれぴ」というレシピアプリもご紹介し、アンケート回答者全員にアプリをダウンロードいただきました。

このように、イベントの企画に工夫が必要であることは勿論ですが、街としての特性も相まって、アンケート回収の機会としてだけでなく、実際に商品やサービスを知ったり、使ってもらったりする機会としても、日本橋の場を活用いただけます。



商品券やスイーツが当たる福引

母親世代の主婦層が多数

ここからは、具体的なアンケート結果をご紹介します。

■アンケート実施概要

実施期間: 2024年6月29日(土)~6月30日(日)

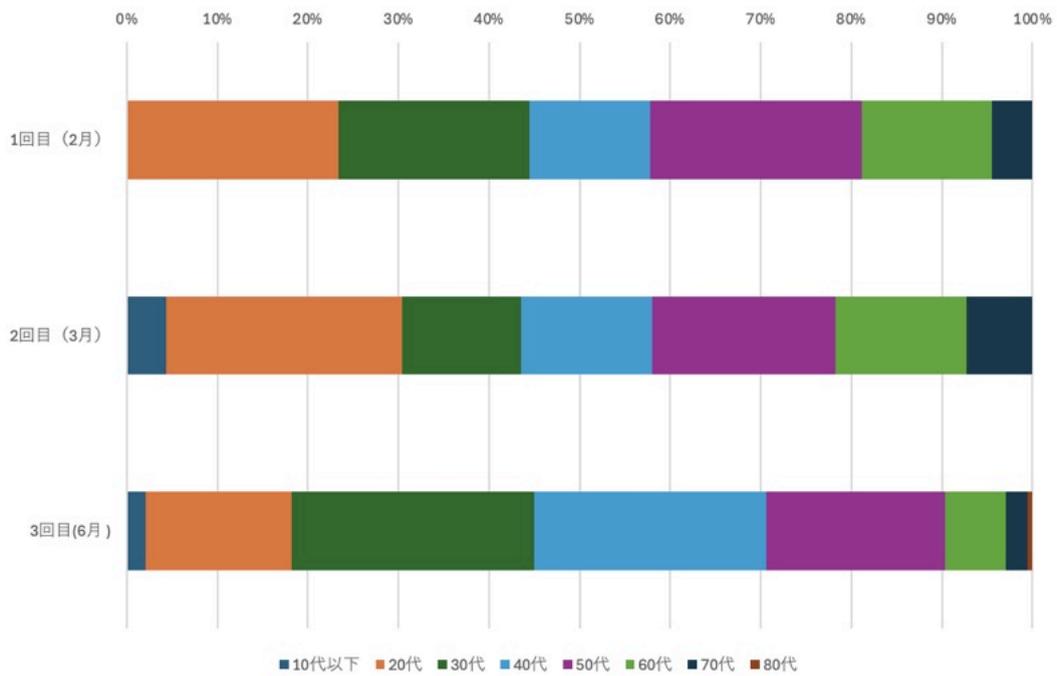
調査方法: アンケート方式

回答者数: 339件

今回は、土曜日/日曜日の両日休日開催。

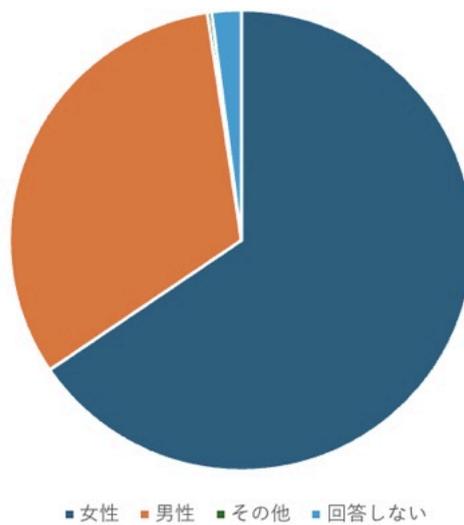
年齢層は、1回目(2月)・2回目(3月)のデカボフードマルシェと同じく、40代以上が半数を占める結果に。福引の影響もあってか男性の割合が増加したものの、約7割が女性という結果になりました。

あなたの年齢を教えてください



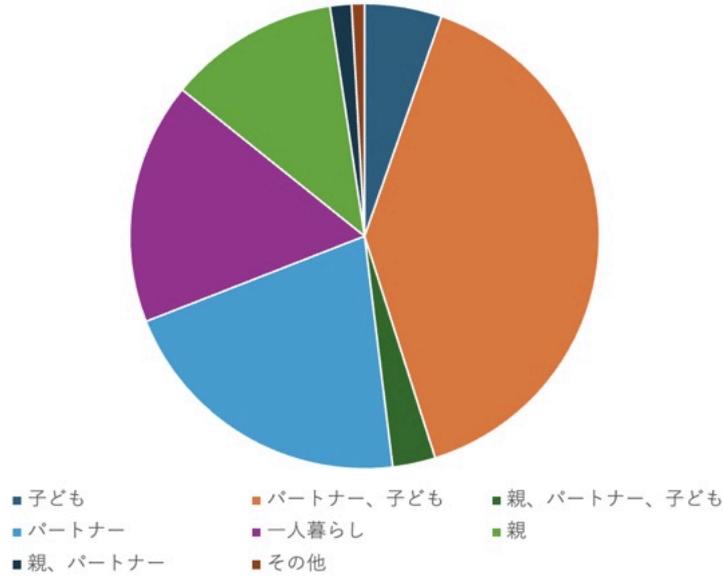
※3回目のアンケートでは、西暦での回答から年齢を算出しています

ご自身の性別を教えてください



さらに、今回の調査では世帯形態についての質問を追加いたしました。回答は「パートナー、子ども」と同居しているという方が約4割を占める結果となりました。

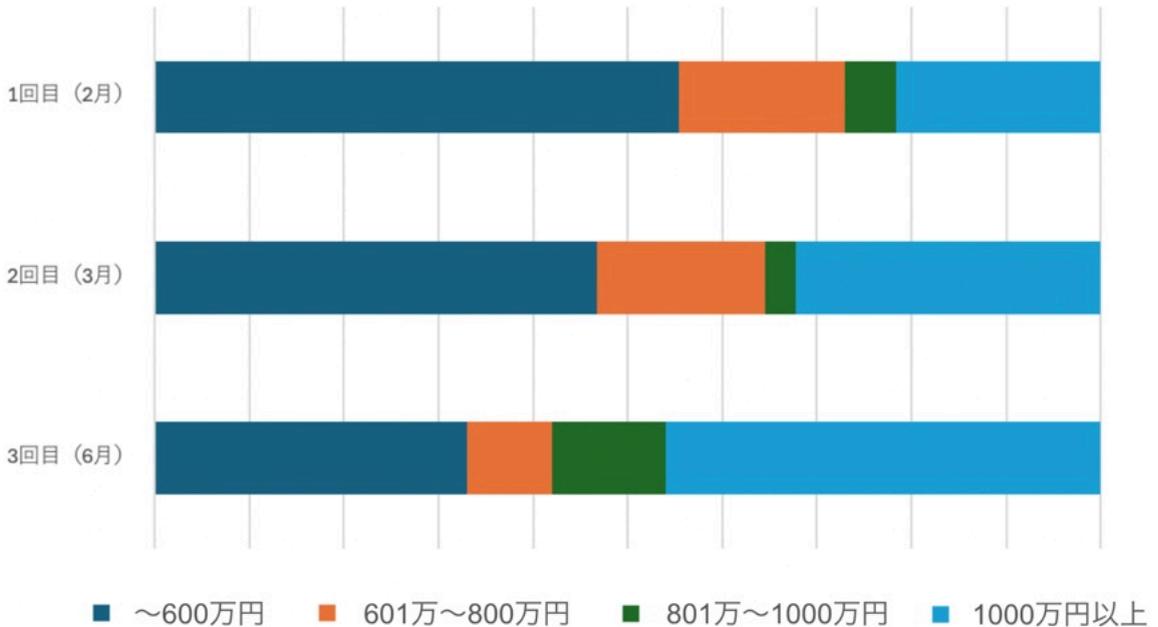
現在、同居されているご家族を教えてください



以上から、お母さんとしてご家庭を支える方が多くいらっしゃったことがわかります。前回までの調査に引き続き、日本橋が「ご家庭内の食・料理を司る主婦の方々」との接点になっていることがより強く裏付けられる結果となりました。

また、世帯年収についても、1000万円以上と回答される方は比較的多く、全体のおよそ半数近くを占めるという結果が得られました。

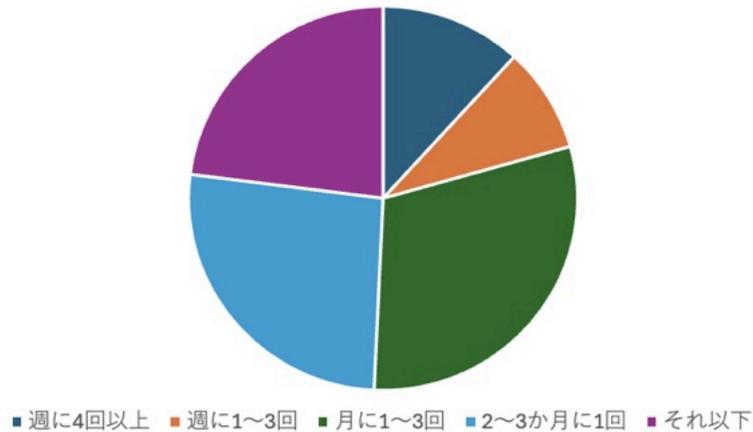
あなたの世帯年収はどのくらいですか？



日本橋ならではの魅力は「歴史 × ショッピング」

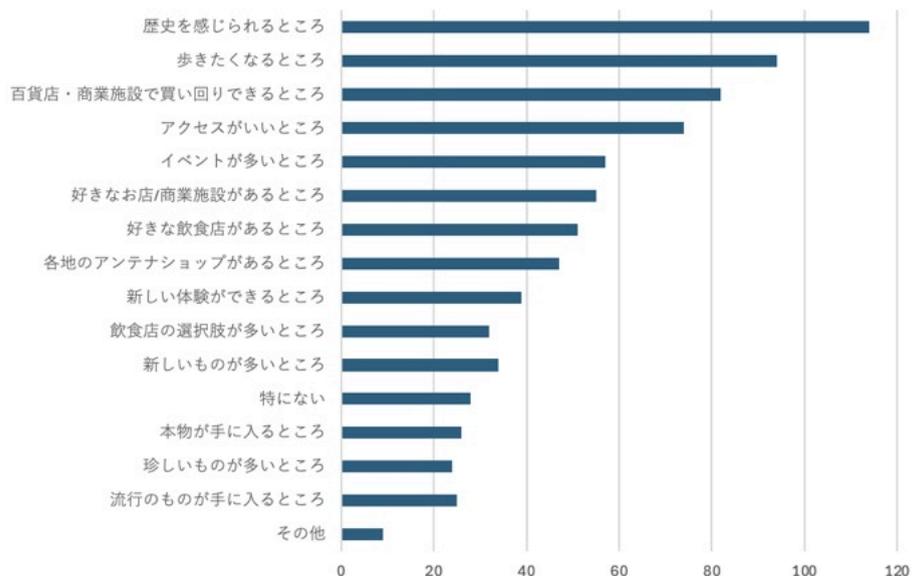
日本橋への来訪頻度について聴取したところ、月に1回以上訪れる方が約半数を占めていることがわかりました。

日本橋にはどのくらいの頻度でいらっしゃいますか

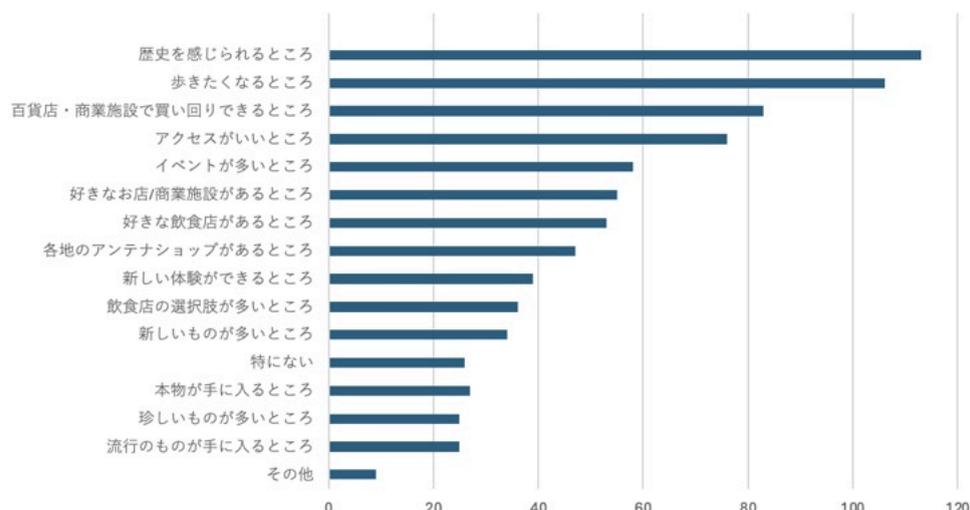


定期的に訪れる理由には、どのようなものがあるのでしょうか。
その疑問を探るべく、日本橋の好きなところ・他の街よりも日本橋を訪れる理由についてアンケート調査してみました。

日本橋の好きなところを教えてください（複数回答可）



他の街よりも日本橋によく訪れる理由になっていることがあれば
教えて下さい（複数回答可）



結果、アンケートの結果は概ね同じものとなりました。

両者ともに回答数の多い順に、

- ・歴史を感じられるところ
- ・歩きたくるところ
- ・百貨店・商業施設で買い回りできるところ
- ・アクセスがいいところ

という結果に。

昔から日本経済の中心地としての役割を果たしてきた日本橋には、様々な歴史的建築が存在し、その景観を楽しむことが可能。徒歩圏内に観光スポットも多いことから、観光地として多くの魅力があります。

また、COREDO室町テラスをはじめとする様々な商業施設が揃っており、ショッピングもできることが多くの人々の心を掴んでいます。

定期的に訪れている方が多いように、そのアクセスの良さも魅力の1つ。

週末に気軽に行ける観光スポットでありながら、「文化と商業の融合」を体験できるのが日本橋ならではの魅力であると多くの来訪者が感じているようです。

&mogからのメッセージ <日本橋から皆様のブランド・商品を届ける機会を>

これまで、日本橋でマルシェを開催し、食系メーカーの方々とお話する中で、「生活者との接点を持てる機会」というものがいかに少ないのかというお話を何度も耳にしました。我々Earth hacksも、脱炭素をテーマにした「デカボマルシェ」を北海道・関東・関西・四国といったエリアで主

催してきましたが、日本橋というエリアは特に、近隣住民の方々に愛されている街であることを実感しています。また、ハイソな街のイメージが先行しますが、近隣の方々にとっては、日常のちょっとした時間にふらっと立ち寄れる場でもあるのです。

三井不動産がこれまでに築かれてきた、上記のような不動産アセットを、「食」という身近な領域のイノベーションに生かしていこうという発想から始まったのが、&mogです。

日本橋では夏祭りなど、年間を通じて行事も多く、街の賑わいも活発です。このような生活者接点は、ラボにも負けず劣らず、イノベーションのタネを作る場として非常にたくさんの可能性を秘めています。

我々Earth hacksは、総勢400名規模のZ世代コミュニティ「デカボアンバサダー」を抱えておりますので、彼らも巻き込みながら、魅力的な生活者接点としての日本橋の活用方法を&mogと一緒に開発し、食領域のプレイヤーの皆様のイノベーションに寄与できるソリューションを提供して参ります。



&mog マルシェマネージャー 増岡勝太 (Earth hacks社)