

インサイトテック独自の「女性の食クラスタ」の導入

— 女性の食クラスタから見た、7タイプの不満とこだわり —

株式会社 Insight Tech（本社:東京都新宿区、代表取締役社長:伊藤友博、以下、当社）は、当社が運営する不満買取センターを通して独自の「女性の食クラスタ」を導入し、女性の深いインサイトに沿ったサービス提供を開始します。

■ 女性の食クラスタの導入背景

不満買取センターを通じて累計 660 万件を超える不満を収集し、解析する中で、人々のライフスタイルの多様化により、年代や地域等の基本属性だけでは生活者の特徴を理解できなくなっていることが改めて明らかになりました。

特に女性は、結婚・出産・就職・離職等のライフイベントが多く、ライフステージによっても、生活や価値観、嗜好が大きく異なります。結婚や出産をしても仕事を続ける女性が増える一方で、食品や日用品を始め多くの市場では、まだまだ女性の方が購買の意思決定権を持っています。

様々な人生を送っている女性の価値観や嗜好を把握し、それを世の中に還元することで、人々のくらしや企業のビジネスを支援したいという思いから、当社は「Women Insight Project」という女性にフォーカスしたインサイト開発のプロジェクトを立ち上げ、その第一歩として「食」をテーマに意識調査を行いました。

■ 現代女性 食の7クラスタ



■ 7つのクラスタ導入により提供できること

7つのクラスタ導入により、当社では以下3点が実現可能となります。当社の独自データと知見を活かし、女性の深いインサイトに沿った効果的なサービスを提供していきます。

1. 「食」への期待や不満の傾向を分析・評価する際の切り口とすることで、より深い生活者理解が可能。
2. クラスタごとの各社への不満傾向のギャップに基づき、狙うべき重点ターゲットの設定が可能。
3. ターゲットとするクラスタに限定・特定した追加調査が可能。より深い期待や不満を把握し、必要な打ち手を明らかにすることが可能。

以下、7つのクラスタの詳細説明となります。

■ 毎日が精一杯の「ゆとりレス」と「正解さがし」

40～50代のママが多い「ゆとりレスタイプ」と30～40代のママが多い「正解さがしタイプ」の両タイプ。毎日の料理に悩んでおり、「なるべく時間をかけずに調理をしたい」「食事の支度をするのが億劫に感じることもある」といった意識が上位に来ているのが特徴です。

<p>ゆとりレスタイプ</p> 	<p>「ゆとりレスタイプ」は手間もさることながら、節約意識も高く、価格志向。特徴的な不満は「流行の食材や栄養バランスを考えたメニューは食費も手間もかかる！」です。</p>
<p>正解さがしタイプ</p> 	<p>「正解さがしタイプ」は、料理は苦手ではありますが、家族に喜んでもらいたくてがんばりたいというモチベーションは持っています。レシピサイトの検索上位やランキング上位のメニューを作ったり、「テキストのレシピよりも動画レシピの方がわかりやすい」など、わかりやすい「正解」を求めています。特徴的な不満は「献立が決まらない、時間かけて作っても食べるのはあつという間、あつけない…」。</p>

■ 料理にポジティブの新旧2タイプ「正統こだわり」と「トレンド演出」

全体的に日々の料理に悩んでいる傾向があったのに対し、「料理をするのは楽しい」と考える人が多かったのが「正統こだわりタイプ」と「トレンド演出タイプ」です。ともに「家族には手作りの料理を出すようにしている」「栄養バランスを考えて献立を考えている」といった意識が高く、料理に対してポジティブな姿勢が窺えます。

<p>正統こだわりタイプ</p> 	<p>「正統こだわりタイプ」は年代が高めの主婦が多く、だしは自分でとったり、食の安全意識も全般的に高く、高級スーパーの利用も多い等の傾向があります。「産地偽装や異物混入、食の安全が不安…」というのが特徴的な不満になります。</p>
<p>トレンド演出タイプ</p> 	<p>料理にポジティブなことに加え、トレンド情報に敏感で SNS を活用して料理情報やグルメ情報を入手、発信するタイプが「トレンド演出タイプ」です。Instagram で美味しそうなメニューを見たり、作ったものをアップしたりする彼女たちの特徴的な不満は「情報が多すぎて、何を信用したらいいのかわからない！」。</p>

■ 前のめり or 静観の若者 「満腹ハッピー」と「自分ゴト未満」

「満腹ハッピータイプ」と「自分ゴト未満タイプ」は、どちらも 20 代が多めのクラスタになりますが、食への関心やコミュニケーション意識で差が出ています。

<p>満腹ハッピータイプ</p> 	<p>「満腹ハッピータイプ」は「作るよりも食べる方が好きだ」「満腹になるまで食べることが多い」といった意識が高めの、食べるのが好きなタイプです。スマホを使いこなし、SNS でグルメな情報を知ったり、食べ物の写真を SNS 上にアップしたりすることも日常的に行います。特徴的な不満は「つつい食べすぎちゃう、しかも美味しいものは高カロリーw」という幸せな不満です。</p>
<p>自分ゴト未満タイプ</p> 	<p>「自分ゴト未満タイプ」は、若者らしく外に食べに行ったり、飲みに行ったりする機会は多いものの、それほど食に対してのこだわりはありません。「満腹ハッピータイプ」と同様に SNS を通してグルメトレンドなどは知ってはいますが、自分には関係ないものが多いと感じているタイプです。不満としては「栄養バランス、偏っちゃう。カロリーも気になる。」のようなものが挙げられますが、その不満すらもどこか他人ごとのような響きがします。</p>
<p>ローエナジータイプ</p> 	<p>「ローエナジー」タイプは、食全般に対して関心が低いタイプで、どの年代も偏りなく含まれています。どちらかと言うと限られた人との交流を重視し、自分の世界を大事にする傾向があります。特徴的な不満も「料理は苦手だし嫌い、そもそも食べるのが面倒くさい…」と熱量低めな不満になります。</p>

■ 調査概要

調査対象 : 女性 20~50代 各 500ss 計 2,000ss
調査手法 : 不満買取センターによるアンケートと多変量解析によるクラスタ構築
地域 : 全国
調査期間 : 2017年6月

■ 会社概要

商号 : 株式会社 Insight Tech (<http://insight-tech.co.jp>) 設立:2012年6月19日
所在地 : 〒163-1333 東京都新宿区西新宿 6-5-1 新宿アイランドタワー
事業内容 : マーケティング調査やレポート作成
自然言語処理・機械学習などの人工知能を利用したデータ解析受託
企業プロモーションやブランディングサポート
不満買取センターの運営

■ 不満買取センターについて

不満買取センター (<http://fumankaitori.com>) は 2015年3月18日にサービスをローンチしました。
Web 及びスマートフォンアプリを通して生活者からの不満の声を収集しており
現在累計 35万人以上の会員、660万件以上の不満データが集まっています。(2017年9月15日時点)
特定のテーマによる調査依頼、蓄積されたデータ等にご興味のある方は、広報担当までお問い合わせください。

〈本件に関する報道関係の皆様のお問合せ先〉
株式会社 Insight Tech 広報担当:渡部(ワタベ)
TEL: 03-3342-6710 FAX: 03-3342-4944 MAIL: pr@insight-tech.co.jp