

2013年10月

富士山への関心度大 世界遺産・富士山について調査！

絶景スポット1位は「河口湖」 絶景スポットを巡った人は21%

富士山の麓で「MOW(モウ)」発売10周年イベント開催

～MOW CLUB 会員限定の「MOW TIME ツアー」を開催しました～

富士山の麓にある富士乳業(静岡県駿東郡)で製造している森永乳業の「MOW(モウ)」は、今年発売10周年を迎えています。この記念の年に、富士山が世界文化遺産に登録され、大きな注目を集めています。

そこで、森永乳業は10月1日(月)に、ファンコミュニティサイト「MOW CLUB」限定のイベント「MOW TIME ツアー」を富士乳業で開催いたしました。また、イベントに先駆けて「世界遺産・富士山に関する意識調査」を実施いたしました。

[調査概要]

調査名 : 「世界遺産・富士山に関する意識・実態調査」

調査対象: 30代～40代の女性 500名 (30～34歳、35～39歳、40～44歳、45～49歳 各125名)

調査期間: 2013年8月15日(木)～19日(月)

調査方法: インターネット調査

話題沸騰の世界遺産・富士山、2ヶ月間で21%が「絶景スポットへ」

はじめに、「富士山の世界文化遺産への登録」に関する、認知率や話題性など、注目度の高さについて調べました。

「今年、富士山が世界文化遺産に登録されたことを知っていますか?」とたずねたところ、**99%とほぼ全員が「知っている」と**回答し、テレビ、新聞、インターネットなど「今年、各メディアで富士山の特集を見た」という人は80%、「友人・知人と富士山の話で話をした」人は61%、と高い割合を示しました。このような状況から、「富士山の世界文化遺産への登録」は“国民的なニュース”であり、多方面に広がりを見せていると考えられます。

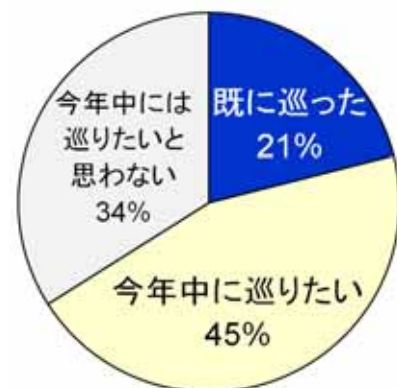
また、本調査で「ソーシャルメディアを日常的に見ている」と答えた35%の人を対象に聞いたところ、「世界遺産への登録後、ソーシャルメディアで富士山に関する投稿を見たことがある」人は54%と過半数を占めました。この人たちの4人に1人が「世界遺産への登録後、富士山についてソーシャルメディアに投稿した(27%)」と回答しました。

こうした富士山への注目度は、実際に富士山を見に行きたいというニーズに変わっているようです。世界文化遺産への登録後、2ヶ月ほどしか経っていませんが、**5人に1人が「富士山の絶景スポットを巡った(21%)」**ということが分かりました。さらに、**半数弱の人が「今年中に、富士山の絶景スポットを巡りたい(45%)」**と回答しています。

[グラフ1]

[グラフ1]

Q. 富士山の絶景スポットを巡りたいと思いますか?



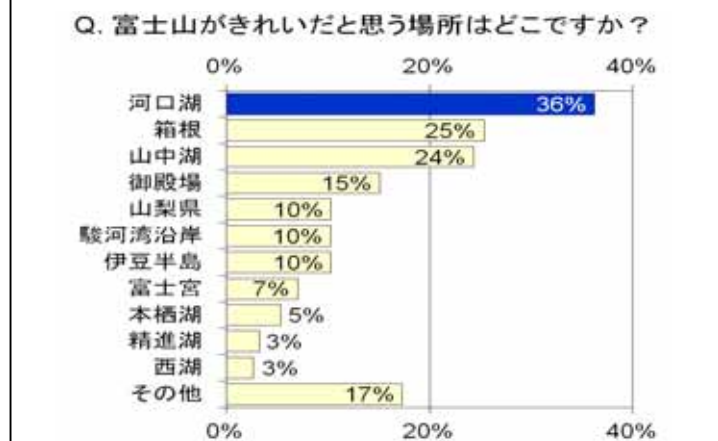
富士山の絶景ポイント、人気 No.1 は「河口湖」

世界文化遺産への登録後、富士山は急速に注目を高めており、その絶景ポイントを巡りたいという人が多いことも分かりました。その絶景ポイント

「富士山がきれいに見えると思う場所はどこだと思いますか？」と聞き、具体的な場所を挙げていただいた方の回答では、トップは「河口湖」(36%)となり、「箱根」(25%)、「山中湖」(24%)と続きました。[グラフ 2]

そこで、1位の「河口湖」について、絶景スポットや富士山がきれいに見えるシーンなどを自由回答で聞いたところ、最も多く挙げられたのは、「湖畔」や「逆さ富士」であり、具体的な絶景スポットとしては、「大石公園」や「河口湖美術館」などが挙げられました。

[グラフ 2]



ソーシャルメディアも大盛況！富士山に関連している地点TOP3は...山梨、笠間、河口湖

また、富士山の景色に関する意識を知るために、ソーシャルメディア(Twitter)上で、富士山がどのように語られているかを調べました。(2013年7月1日(月)~9月18日(水)までのツイートを対象)

Twitter上で、「富士山」と一緒に語られているワードで、最も多かったのは「世界遺産 / 世界文化遺産」であり、世界文化遺産への登録が非常に大きな出来事だったと考えられます。さらに、どのような場所が富士山と関連付けて語られているのかを調べたところ、多かった順に、「山梨 / 山梨県」、「笠間市」、「河口湖」となり、その他では「山中湖」などが挙がっていました。2位の「笠間市」は、同名の「(笠間)富士山」があることから、ネット上で大きな話題となったようです。

Twitter上で「富士山」、「河口湖」などの地名を検索すると、多数の投稿を見ることができ、絶景ポイントでのきれいな写真を添えたものが多いようです。目を見張るほどの絶景写真も多く、ソーシャルメディア上の投稿を探すことも、富士山の1つの楽しみ方もかもしれません。

料理家青山有紀氏から大好評のMOW、10周年記念イベント「MOW TIME ツアー」開催

10月1日(火)に、富士山の麓にある富士乳業において、10周年記念イベント「MOW TIME ツアー」を実施し、「MOW(モウ)」のファンコミュニティサイト「MOW CLUB」会員様の一部をご招待いたしました。

富士山の絶景を楽しんだり、「MOW」の手作り体験イベントを実施したり、その日にしか味わえないできたての「MOW」を食べていただくなど、「MOW」づくりのイベントを満喫していただきました。また、料理家の青山有紀氏にもご参加いただき、トークショーを始めとして、「MOW CLUB」会員と楽しいひとときを過ごしていただきました。

青山氏の「MOW(モウ)」へのコメント

私が「MOW(モウ)」をオススメする理由は、余計なものを使わずに、素材の味を活かした美味しさがあるからです。10周年記念イベント「MOW TIME ツアー」では、富士山の麓にある富士乳業で、「濃厚ミルクバニラ」をいただいたのですが、この商品の原材料は、乳製品、水あめ、砂糖、卵黄、香料の5点だけで作られています。ミルクの味を活かすために、こだわりの北海道産生乳からつくられた脱脂濃縮乳を中心にした、シンプルな材料。そして、丁寧な製法。その結果、コクのある豊かなミルクの風味がありながら、あとくちがすっきりした、あの食べ飽きない味わいが実現します。

そして、乳化剤や安定剤が不使用で、余計なものが使われていないというのも、消費者として嬉しいポイントですね。

参考資料 森永乳業カップアイスブランド「MOW(モウ)」について

「MOW」は、こだわりの厳選素材を使用し、ミルクの豊かな風味とクリーミーな舌触りが感じられるカップアイスです。通年商材としてカップを4品(濃厚ミルクバニラ、ミルクいちご、ミルクチョコ、クリーミーチーズ)を販売しており、一番の売れ筋である「MOW(モウ) 濃厚ミルクバニラ」は、2013年6月のリニューアル後、前年比約120%と、大変好評をいただいております。(メーカー出荷金額、2013年7-8月累計実績)

8月には、インターネット通販にて、10周年を記念した10,000セット限定の「MOW(モウ) Special Green Tea」や、期間限定品の「MOW(モウ) カaramel&カスタード」を発売しております。これからも、新商品やキャンペーンなど、お客さまにご愛顧いただけるよう、様々な取り組みを行ってまいります。

<MOW(モウ) 商品ラインアップ>



MOW(モウ) 濃厚ミルクバニラ
乳原料は北海道産乳原料のみを使用したミルクバニラアイス。ココのあるやさしいミルクの風味をお楽しみいただけます。*



MOW(モウ) ミルクチョコ
「森永純ココア」を使用したミルクチョコアイス。香り高いカカオの風味が特長です。*



MOW(モウ) ミルクいちご
いちご果汁を14%使用したミルクいちごアイス。さわやかな酸味とまろやかな甘みが特長です。*



MOW(モウ) クリーミーチーズ
北海道産マスカルポーネを使用したクリーミーなチーズアイス。しっかりとしたチーズの風味とさわやかな後味に仕上げております。*



MOW(モウ) カaramel&カスタード
ほろ苦い「カaramelアイス」とブランド卵を使用した「カスタードアイス」の2種類のアイスを混ぜ合わせています。(期間限定) *



「MOW(モウ) Special Green Tea(120ml×6個)」
棚茶園(棚を作って覆いをした茶園)で栽培育成した京都府内産宇治茶100%の石臼挽き高級抹茶品種「サミドリ」の一番茶を配合。希少で高品質な「祇園辻利」の抹茶の味わいと「MOW」の特長である“ミルクの豊かな風味”、“クリーミーな舌触り”に加え、「サミドリ」ならではの“抹茶の旨み、渋み、香り”が感じられる濃厚で深みのある味わいの抹茶アイスクリーム。
インターネット通販 10,000セット限定、5,250円(税込)

*5品共通 内容量:150ml、希望小売価格:120円(税別)