



Mashipo購買動向 データ分析資料

益子町ポイントカード協議会
2023年1月19日

1.概要

2.mashipoスタート時からの累計データ分析

3.2021年 購買金額分析

4.データ分析から見える課題

1. 概要

町内のお買い物でポイントが貯まる・使える!

益子町内の益子焼販売店、カフェ、パン屋、その他のmashipo加盟店のお店でお買い物をするとポイントが貯まり、溜まったポイントをお支払いに使うこともできます。



mashipoとは

益子に係わる人たちがみんなが持っていてうれしいカード。

里山のすそ野にゆったりとした時間が流れる暮らし。

日々の暮らしに少しだけたのしさとうれしさを。

益子という土地で人と人が繋がっていく暮らし。

ちょっと益子が気になるみんなが持っていてうれしい。

そんなカードとして

mashipoは生まれました。

mashipo

分析内容

- ✓ mashipo会員が買い物をするたびに、データベースに購買データ（csvデータ）が蓄積されている
- ✓ この購買データを抽出・加工して、町内外会員別・男女別・年代別・地域別等の要素ごとに分析をおこなった
- ✓ 「全体版（本資料）」 「個別加盟店舗版（別冊）」 の二種類の分析を実施
- ✓ 「全体版」はmashipoの狙いである「町内循環型経済づくり」の一層の推進に活用することを目的に、町のHP等において公開を予定
- ✓ 「個別加盟店舗版」は各加盟店舗に配布し、マーケティングデータとして活用していただくことを想定している

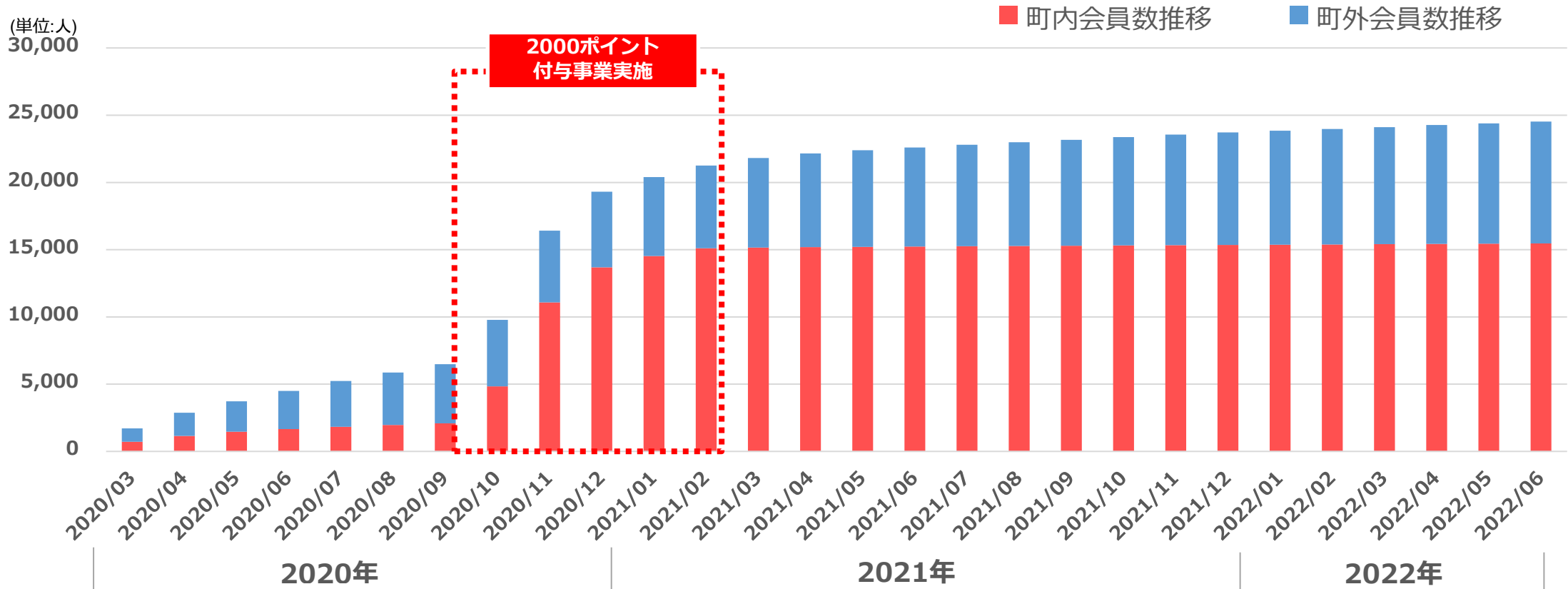


2. mashipoスタート時からの累計データ分析

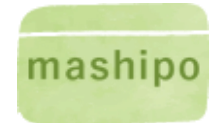
2-1 mashipo会員数推移



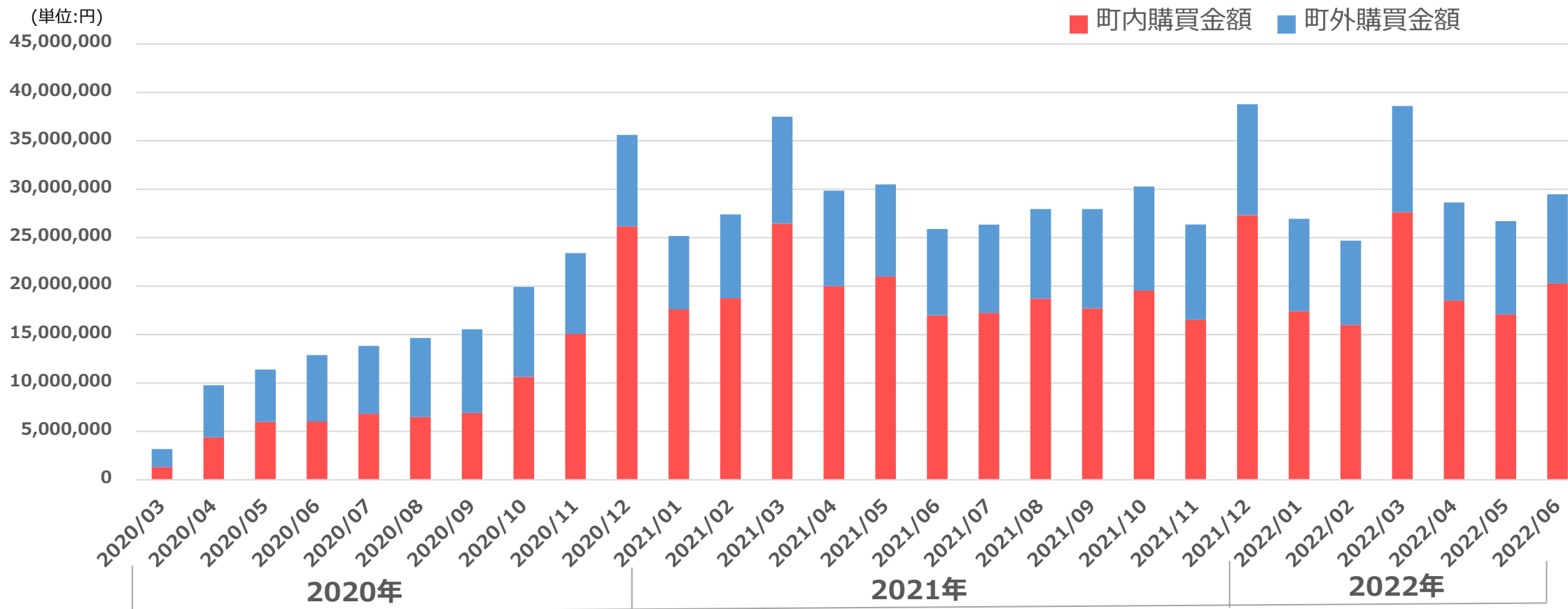
- ・ 2022年6月末時点の**会員数は24,530人**（町内15,468人、町外9,062人）
- ・ 2020年10月～2021年2月にかけて、町民向けに2000ポイント付与事業を実施したため**会員数が急増**
- ・ 2021年3月に**町内会員数は町内人口に対し70%を超える**とともに、**町外会員数は一貫して増加傾向**にある



2-2-1 購買金額推移



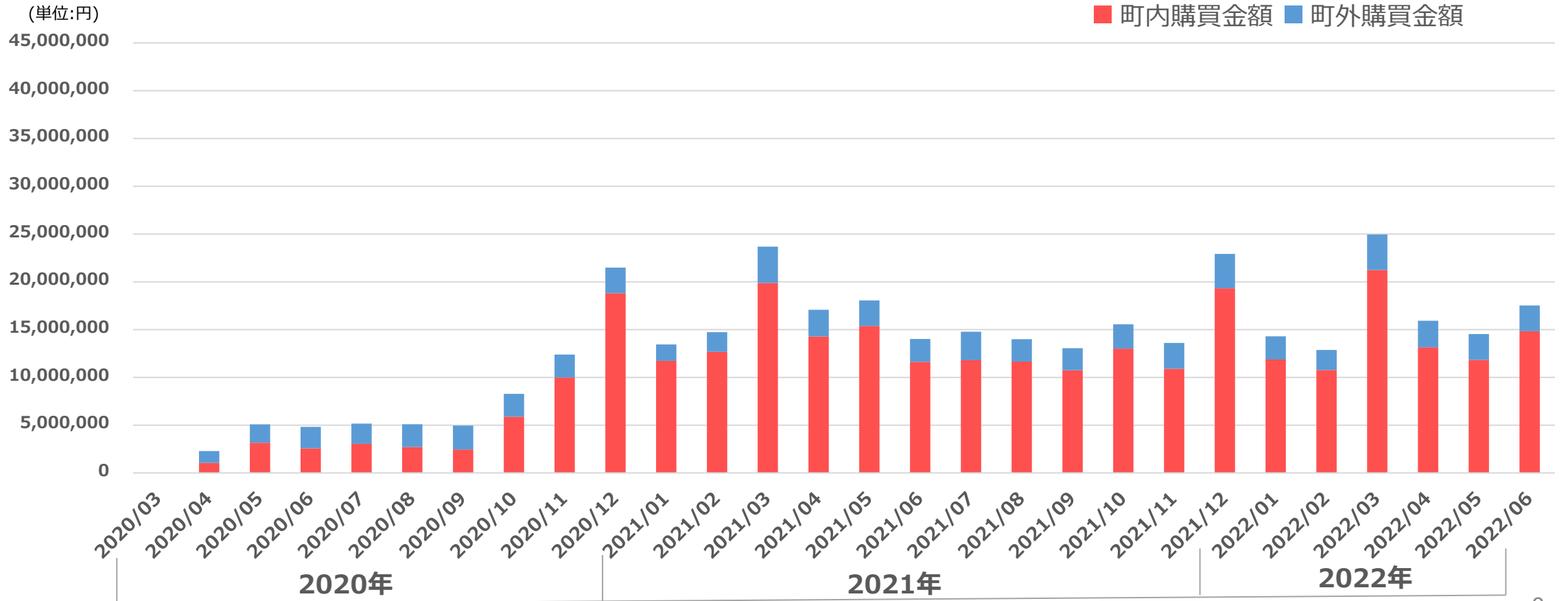
- ・ mashipo利用者の購買金額は、会員数の伸びと連動し2020年10月から急激に増加した後、2021年以降は月あたり約2,500~4,000万円で横ばい推移
- ・ 2-1において示したとおり町外会員数は一貫して増加傾向にあるものの、町外会員購買額は横ばいのまま
- ・ 3月は進学などの年度切り替え、12月は年末需要のため町内会員の購買額が大きい



2-2-2 購買金額推移 ※道の駅除く

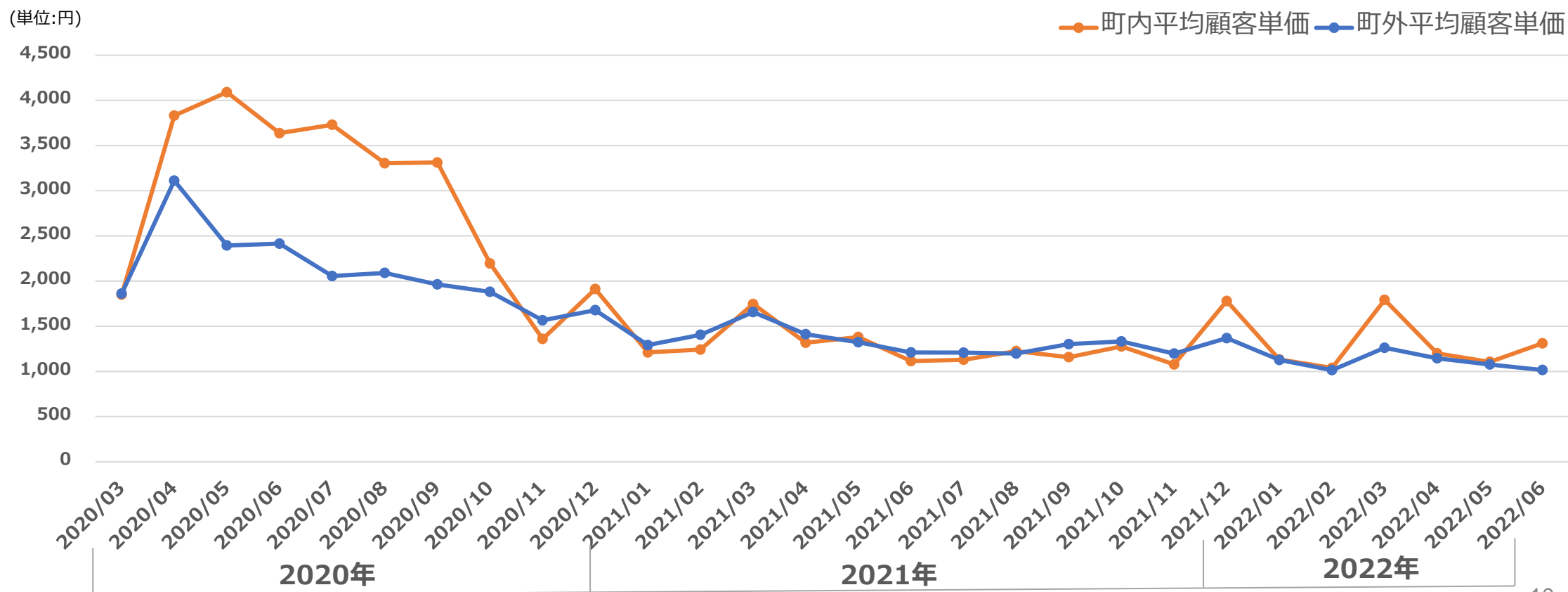


- ・ 道の駅を除く購買金額は、2021年以降月あたり約1,500~2,500万円程度で横ばい推移
- ・ 道の駅を含む2-2-1と比較すると、町外会員の購買金額割合が大幅に少ない



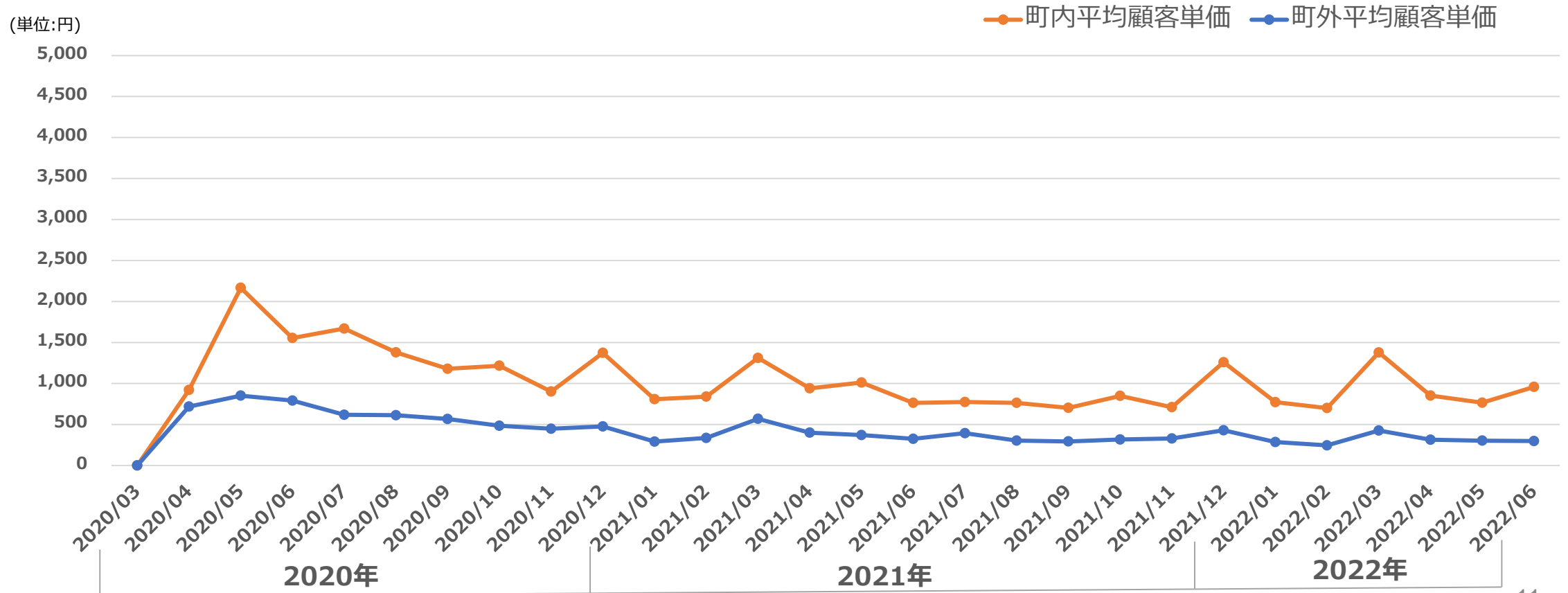
2-3-1 平均顧客単価

- ・ **町内会員の平均顧客単価は、2021年以降月あたり約1,000-1,300円（3月・12月は約1,800円）で横ばい推移**
- ・ **町外会員の平均顧客単価は、2021年は月あたり約1,200-1,300円であったが、2022年以降は月あたり約1,000-1,100円となっており減少傾向**



2-3-2 平均顧客単価 ※道の駅除く

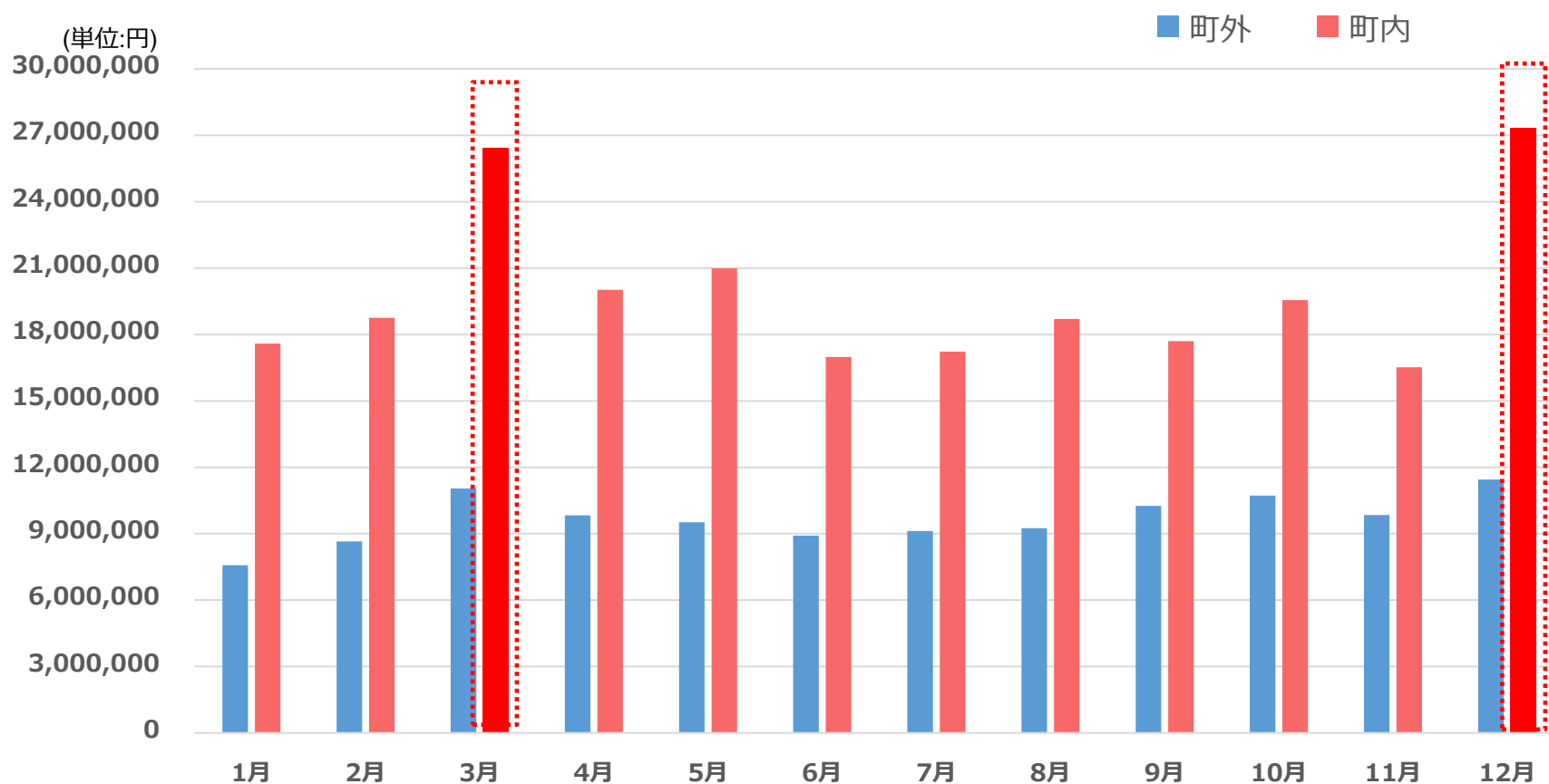
- ・ 道の駅を除く町内会員の平均顧客単価は、2021年以降月あたり約700-900円（3月・12月は約1,300円）で横ばい推移
- ・ 道の駅を除く町外会員の平均顧客単価は、2021年以降月あたり約250-400円（3月・12月は約400円）で横ばい推移



3. 2021年購買金額分析

3-1-1 2021年月次購買金額

- ・ 2021年の**合計購買金額は約3億5,400万円**（町内約2億3,800万円、町外約1億1,600万円）
- ・ **町内会員**の**一か月平均の購買金額は約2,000万円**、**町外会員**は約1,000万円
- ・ 3月と12月は需要の関係で**町内会員**の購買額が大きい

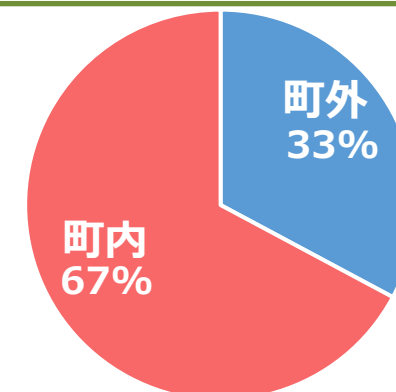


年間合計購買金額

354,010,406円

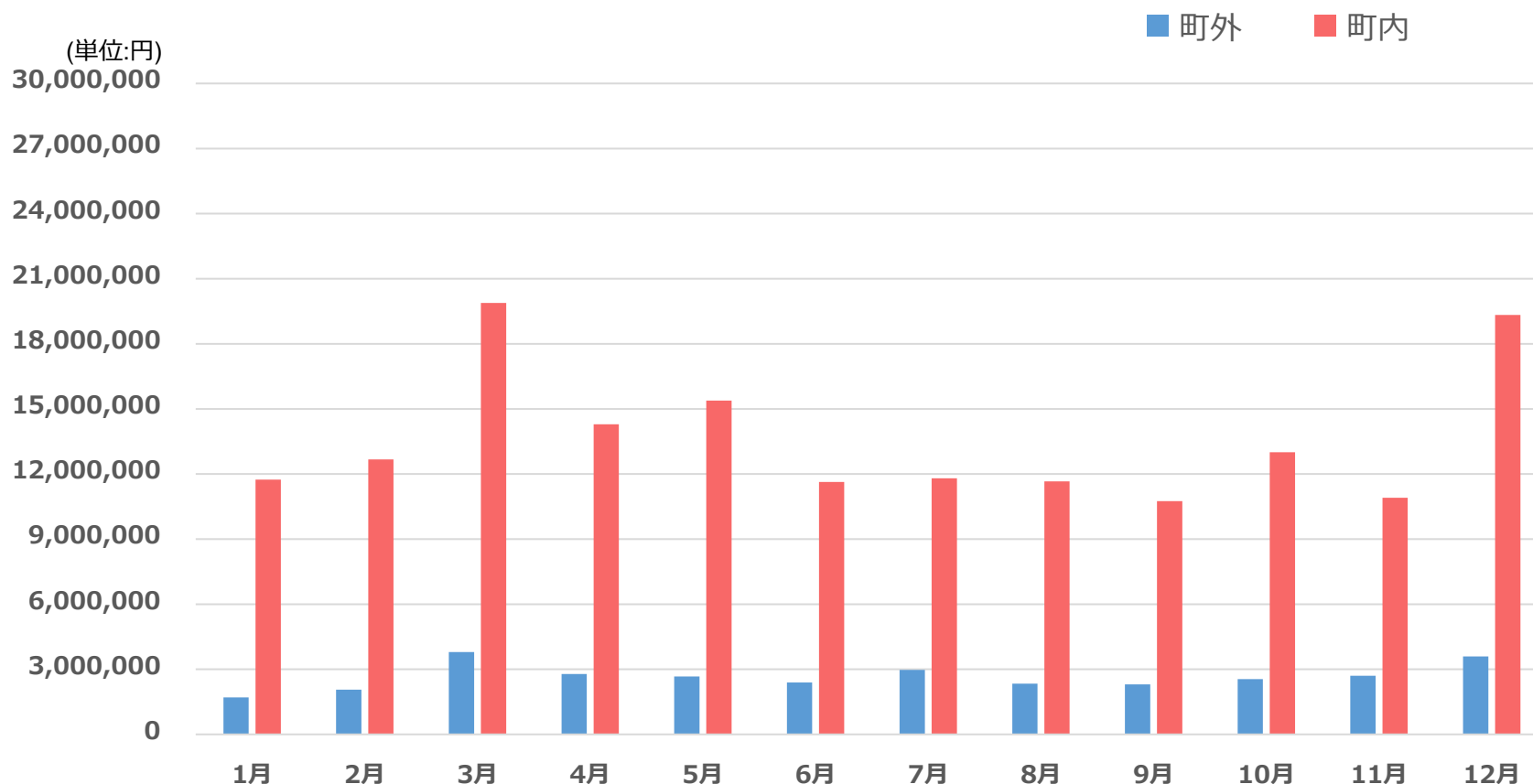
町内 237,838,328円
町外 116,172,078円

年間町内外購買割合



3-1-2 2021年月次購買金額 ※道の駅除く

- ・ 道の駅を除く 2021年の**合計購買金額は約1億9,500万円**（町内約1億6,300万円、町外約3,200万円）
- ・ **町内会員**の**一か月平均の購買金額は約1,360万円**、**町外会員**は約270万円
- ・ 道の駅を含む3-1-1と比較すると、**町外会員の購買金額割合が大幅に少ない**

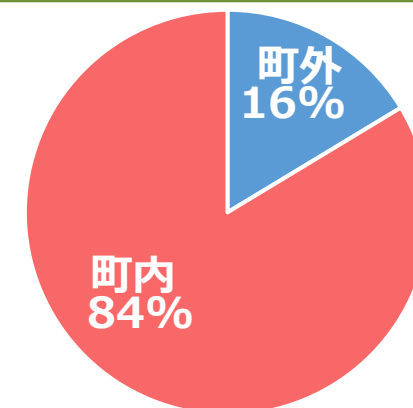


年間合計購買金額

194,932,889円

町内 163,060,849円
町外 31,872,040円

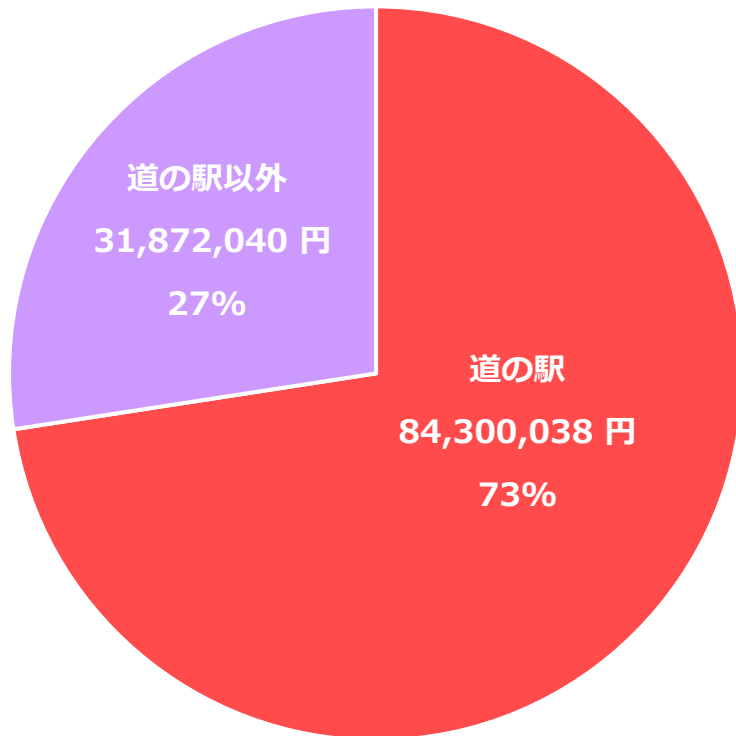
年間町内外購買割合



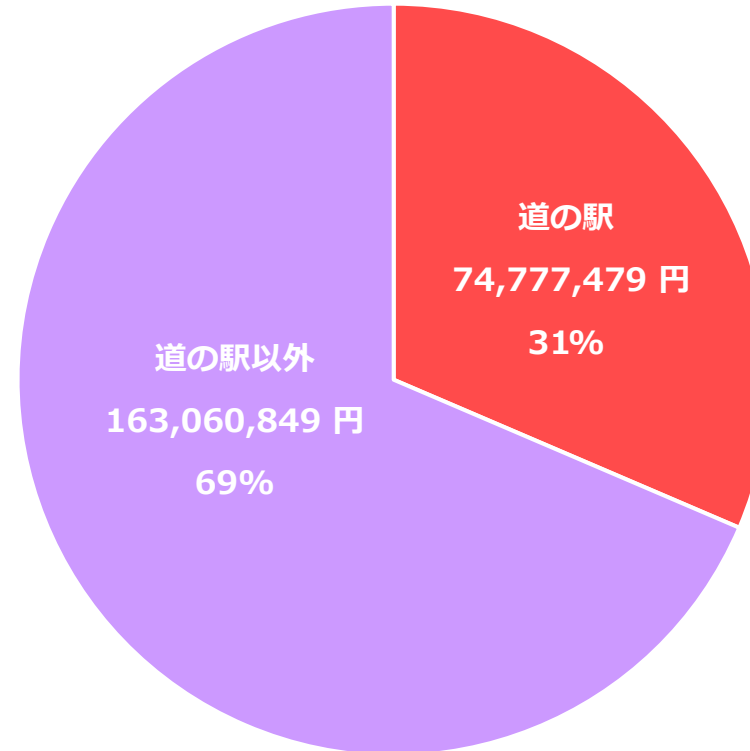
3-1-3 2021年購買金額内訳（道の駅vsそれ以外）

- ・ **町外会員**の購買金額割合は、**約70%が道の駅**、道の駅以外が約30%
- ・ **町内会員**で見ると逆に**約30%が道の駅**、道の駅以外が約70%

町外会員



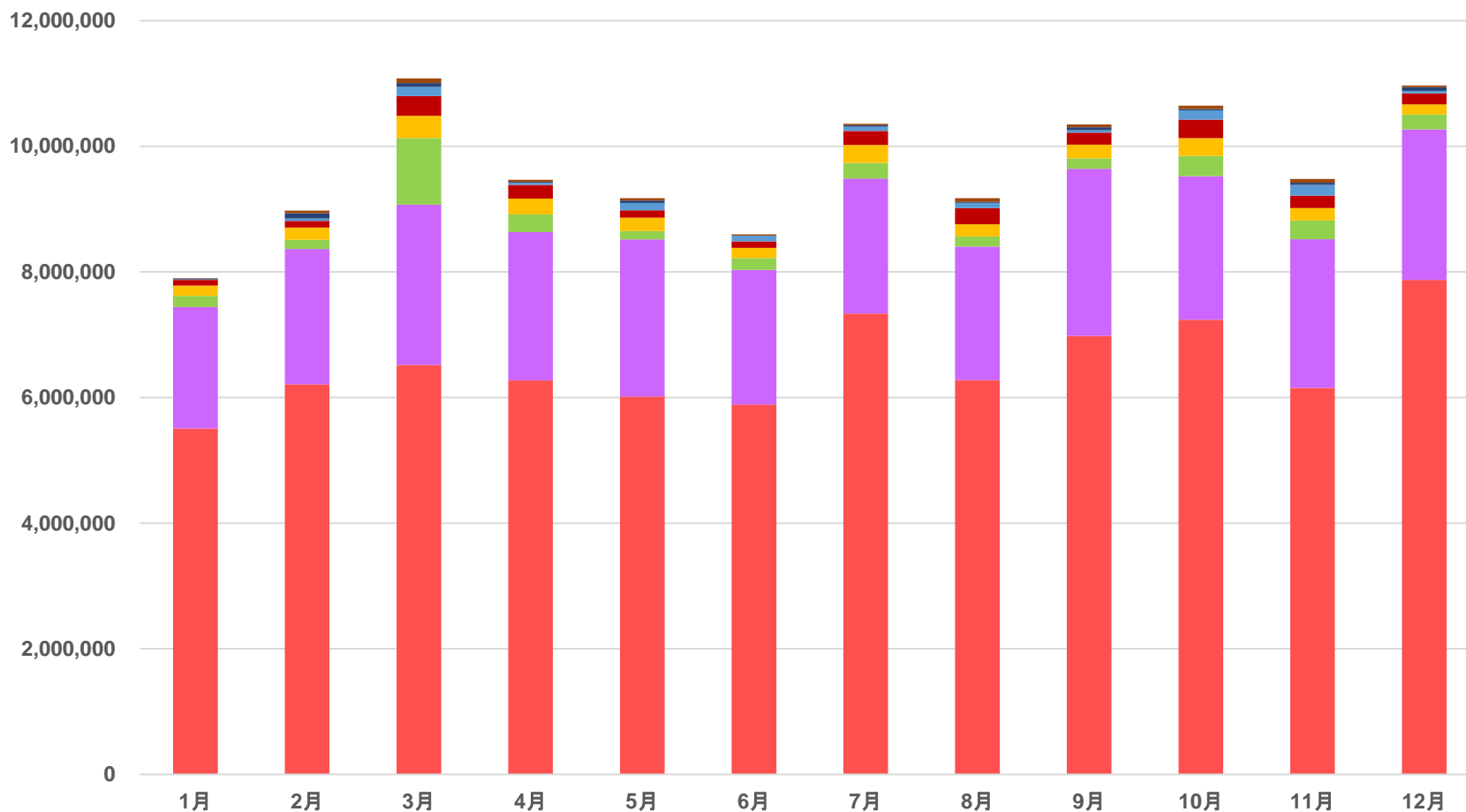
町内会員



3-2-1 2021年町外会員購買金額（地域別分析）

- 町外会員の購買金額を地域別に見ると、**栃木県内の他自治体会員が67%**、次いで**茨城県会員が24%**であり、この二つで9割を占める

(単位:円)

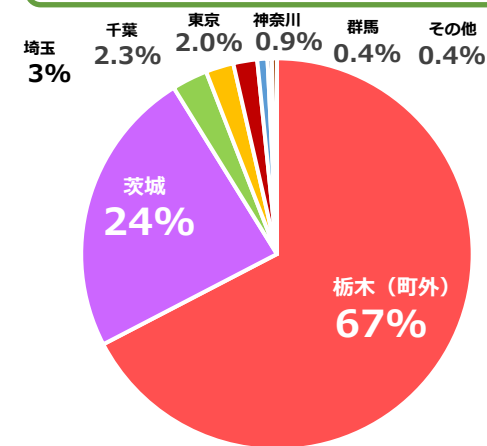


年間合計購買金額

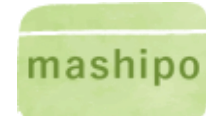
116,172,078円

栃木(町外)	78,269,387円
茨城県	27,633,990円
埼玉県	3,421,547円
千葉県	2,680,063円
東京都	2,290,708円
神奈川県	981,334円
群馬県	407,419円
その他	487,630円

年間購買地域割合

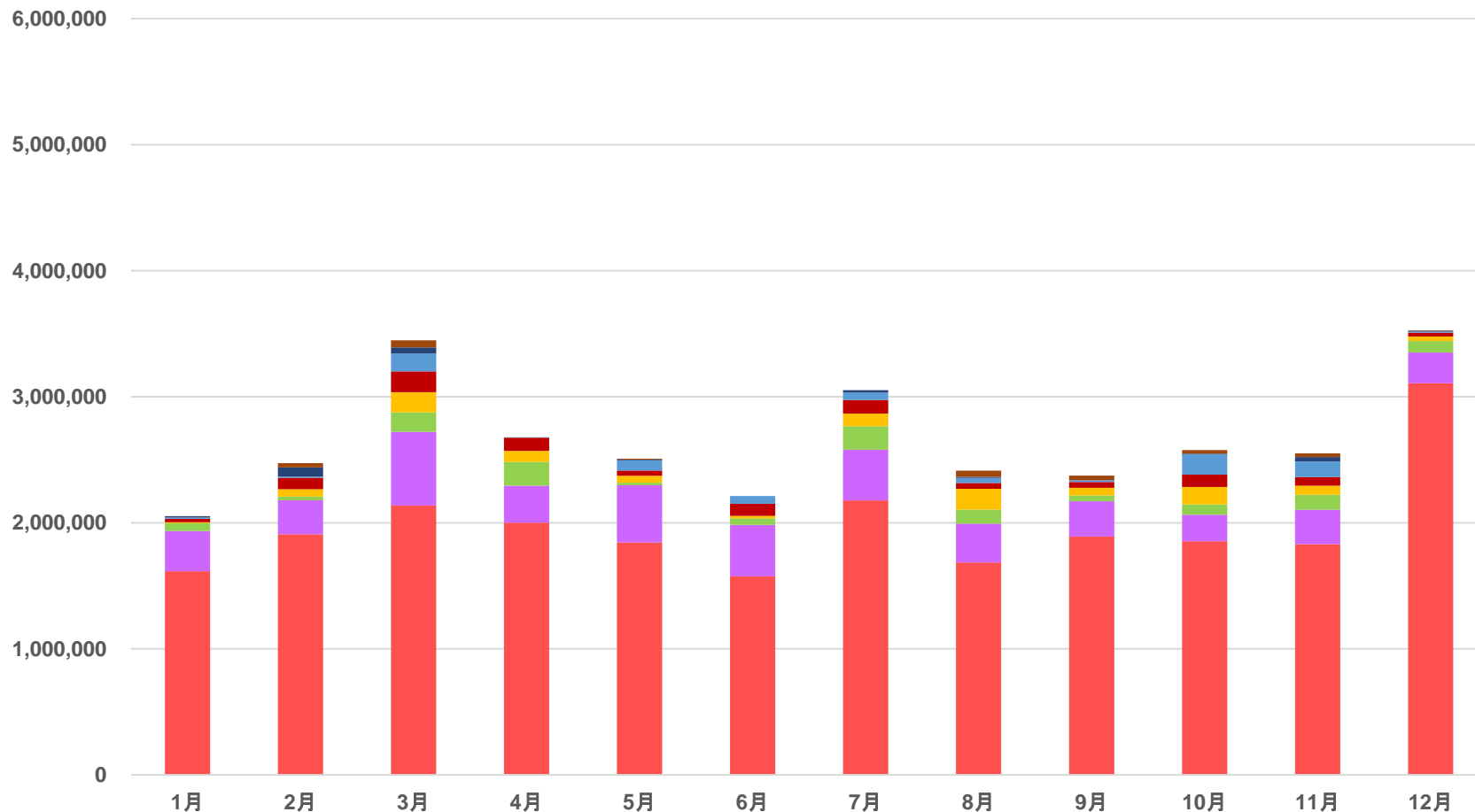


3-2-2 2021年町外会員購買金額（地域別分析） ※道の駅除く



・ 道の駅を除く町外会員の購買金額を地域別に見ると、道の駅を含む3-2-1と比較し、**茨城県会員が24%から13%へと大幅に少なくなるのが特徴**

(単位:円)

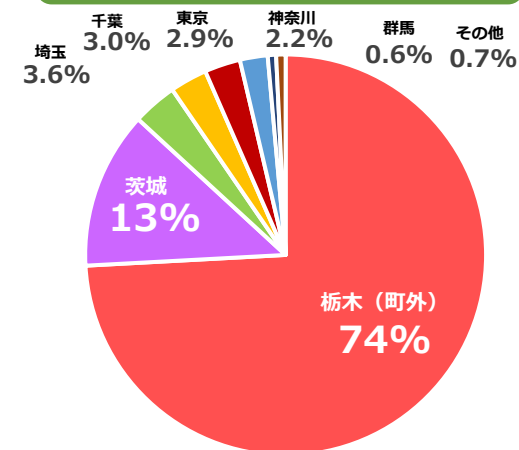


年間合計購買金額

31,872,040円

栃木(町外)	23,631,570円
茨城県	4,046,440円
埼玉県	1,145,001円
千葉県	957,629円
東京都	921,640円
神奈川県	713,406円
群馬県	214,453円
その他	241,901円

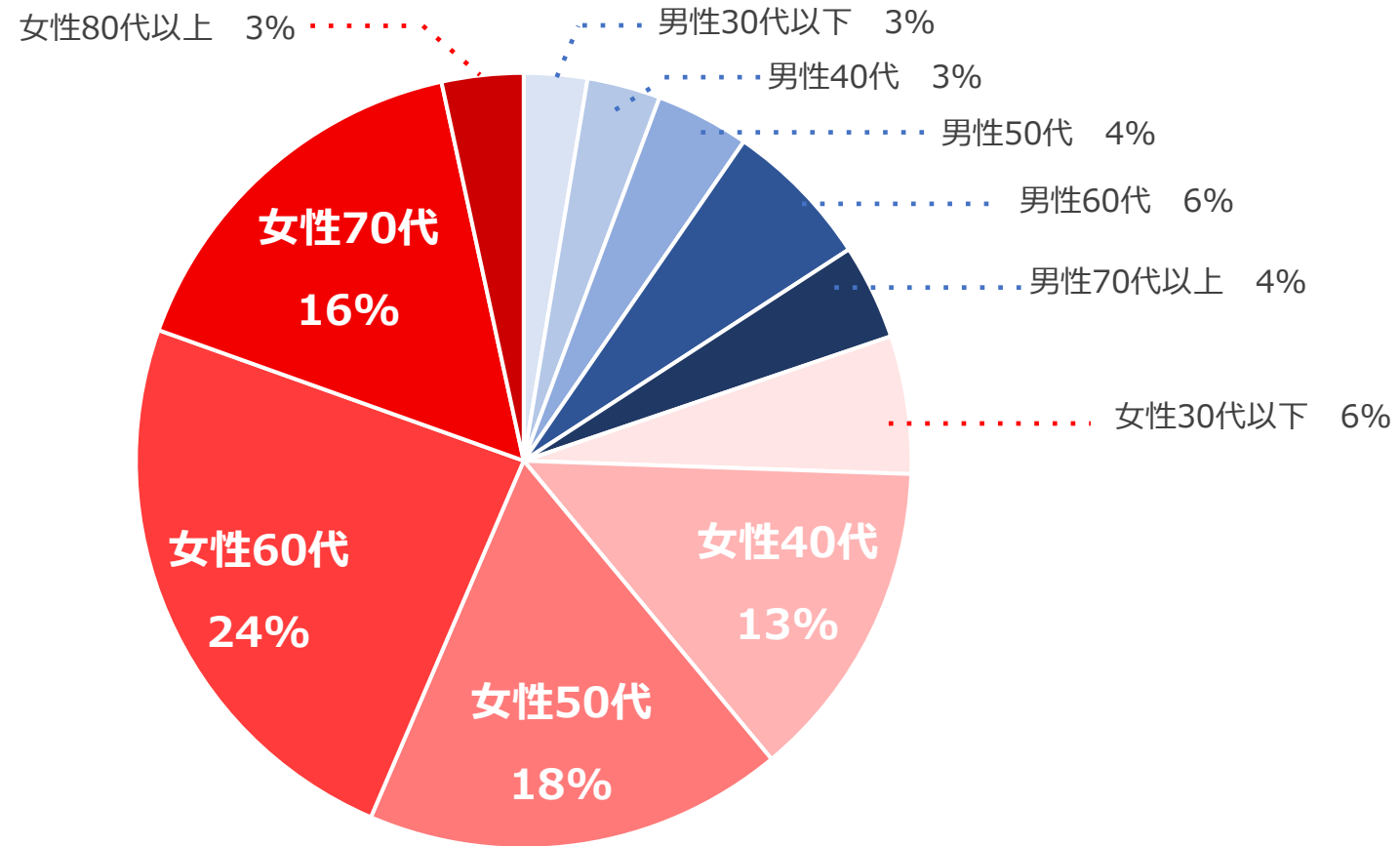
年間購買地域割合



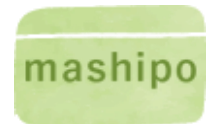
3-3-1 2021年購買金額割合（男女別・年代別）



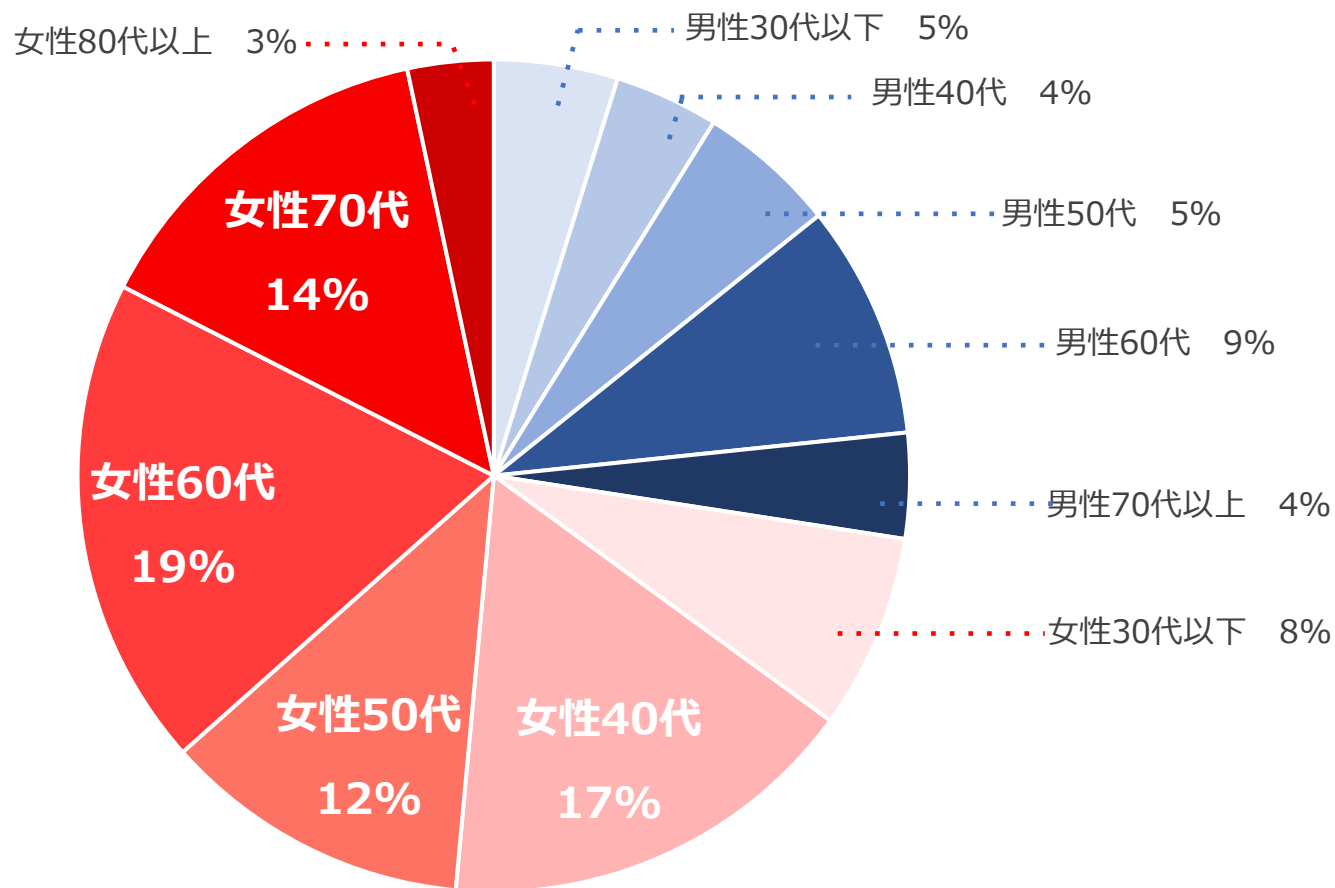
- ・ 購買金額の性別割合は、**女性が80%**、**男性が20%**である
- ・ **女性の50-70代で購買金額全体の58%**を占めている
- ・ 最も購買金額割合が高い年代層は男女ともに60代。一方、30代以下は男女とも購買金額割合が低い



3-3-2 2021年購買金額割合（男女別・年代別） ※道の駅除く

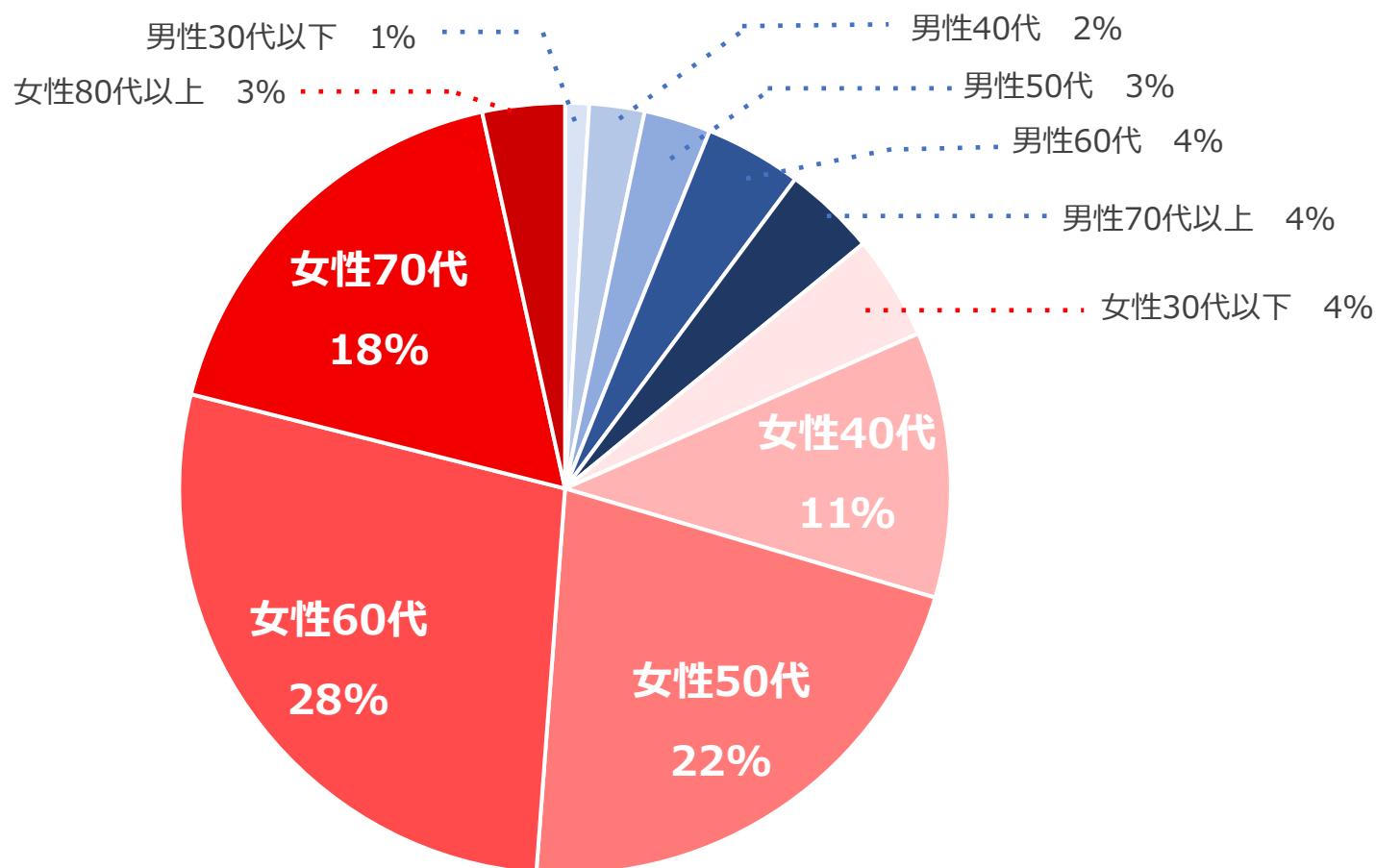


- ・道の駅を除く購買金額の性別割合は、**女性が73%、男性が27%**であり、道の駅を含む3-3-1と比べ女性の割合が低い
- ・特に**50～70代女性の割合が45%**であり、道の駅を含む場合の同割合**58%**と比べ大幅に低い

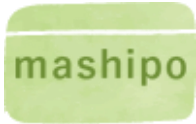


3-3-3 2021年購買金額割合（男女別・年代別） ※道の駅のみ

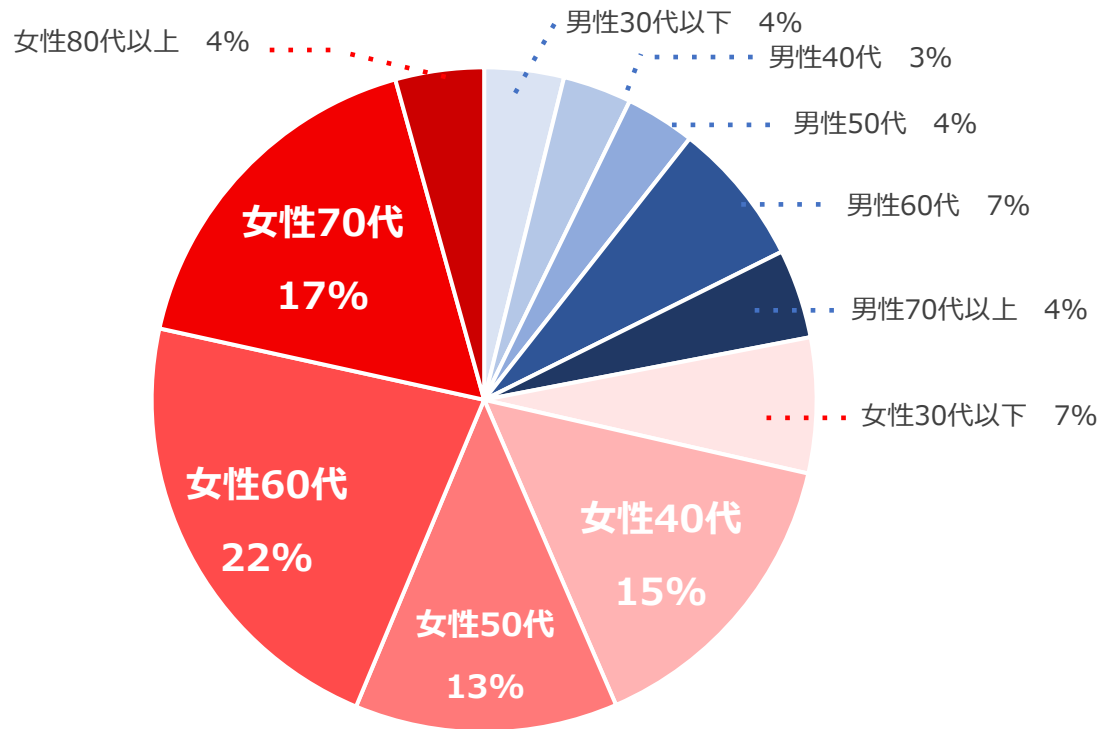
- ・ 道の駅に限定した購買金額の性別割合は、女性が86%、男性が14%であり、女性割合が非常に高い
- ・ 特に50～70代女性の割合が全体の68%を占める



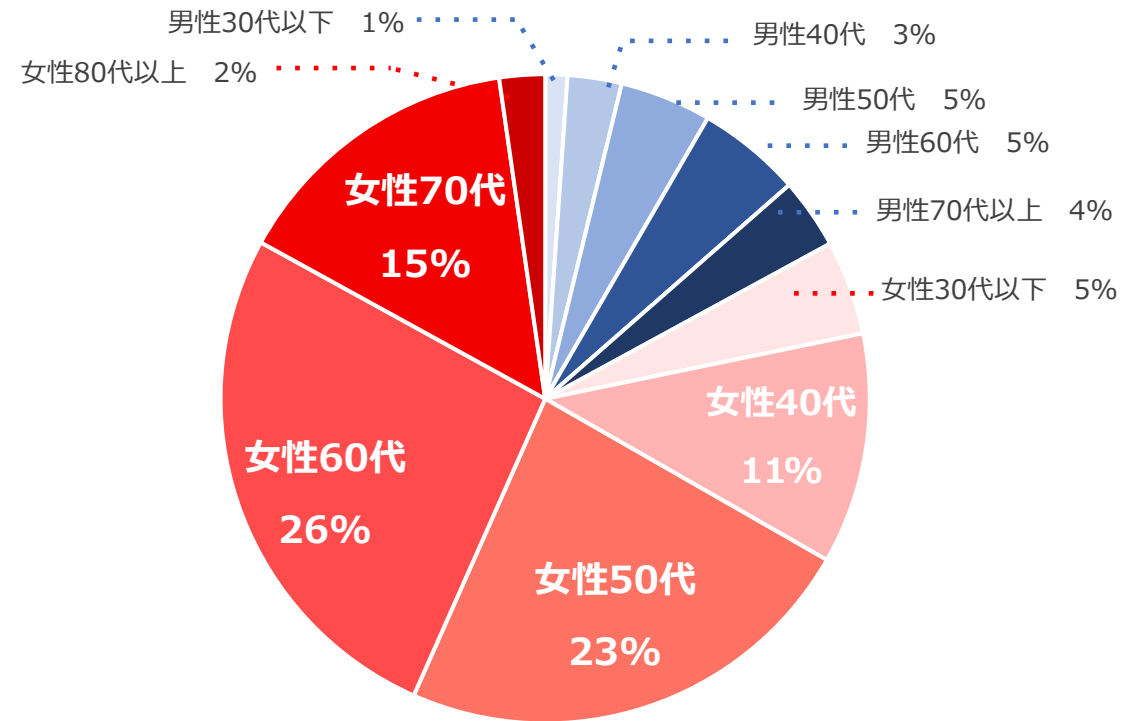
3-4-1 2021年購買金額割合町内・町外対比（男女別・年代別）



- ・町内及び町外会員の男女別・年代別購買金額割合を比較すると、特に町内は50代女性割合が低いが、町外は逆に50代女性割合が高い
- ・その他の年代層において顕著な差は見られない

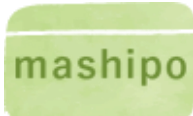


町内会員購買金額(男女別,年代別)

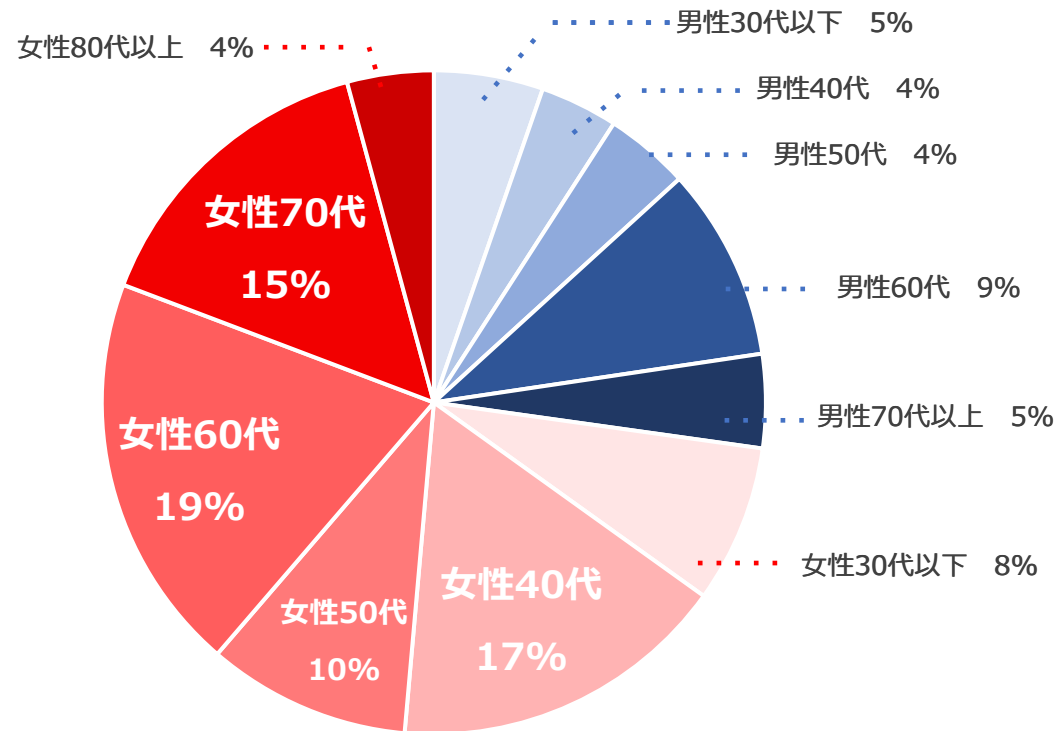


町外会員購買金額(男女別,年代別)

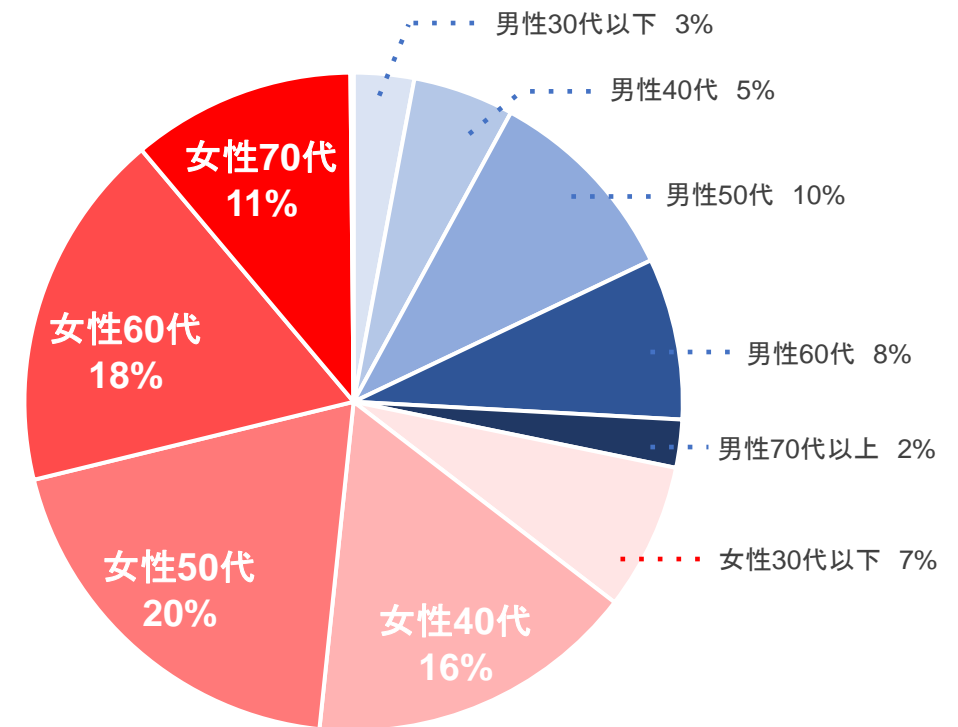
3-4-2 2021年購買金額割合町内・町外対比（男女別・年代別） ※道の駅除く



- ・ **道の駅を除く町内・町外**会員の男女別購買金額割合を、道の駅を含む3-4-1と比較すると、**町内町外ともに女性の割合が低くなる**
- ・ **特に町外の50-70代女性の購買割合が49%であり、道の駅を含む場合の同割合64%と比べ大きく減少**



町内会員購買金額(男女別,年代別)
※道の駅除外



町外会員購買金額(男女別,年代別)
※道の駅除外

4. データ分析から見える課題

課題

- ✓ 町外会員数が伸び続ける一方、町外会員の購買額は横ばい。町外会員に**継続的に使用してもらおうための仕組みづくり**が課題
- ✓ 町外会員の購買額の70%を**道の駅が占めている**。特に**50~70代の女性が多く**、これらの層が道の駅から**町内に回遊するような仕組みづくり**が課題
- ✓ 町外会員のうち、特に**茨城県会員**が道の駅で購買している割合が大きいため、これらの層を道の駅から**町内に回遊するような仕組みづくり**が課題
- ✓ 町内会員・町外会員とも40-70代の利用が多くを占めており、10-30代の**若年層が mashipo を活用したくなるような仕組みづくり**が課題

