



報道関係者 各位

2014年10月28日

～マルハニチロ、「お歳暮とプチギフトに関する調査」～

＝お歳暮について＝

～お歳暮のイメージと贈答経験～

お歳暮のイメージ「感謝・お礼」「オトナの習慣・風習」
70代の2割が「絆」をイメージ、20代、30代では「仕事・ビジネス」が2割強
お歳暮にネーミング「ありがとうギフト/サンクスギフト」が多数も、「建前ギフト」など皮肉も
お歳暮の贈答経験 6割半、既婚者では7割半

～今年のお歳暮予定～

今年のお歳暮贈答予定「予定あり」4割強、50代以上では半数以上
お歳暮の贈答相手は「親戚」「親」「兄弟姉妹」
若い世代のほうが「仕事関係」に、上の世代のほうが「友人関係」にお歳暮を贈る傾向

～今年のお歳暮商品と予算～

今年のお歳暮で贈る予定の品 1位「ビール」2位「洋菓子」3位「ハム」
お歳暮の購入場所のトップは「デパート」、5人に1人が「インターネットショッピング」
お歳暮1品の予算 平均4,355円
お歳暮で人気の品 1位「ギフト券・商品券」、2位「ビール」、「ビール」は20代でトップ10圏外

～お歳暮のマナー～

お歳暮マナーの認知率「お返しは不要」4割半、「喪中の場合でも贈ってOK」4割

～お歳暮に関する気持ち・考え～

「お歳暮では何を贈るか悩む」7割半 / 「お歳暮は、自分のセンスを活かして選びたい」5割強
「お歳暮商品を見てみると、自分向けも一緒に欲しくなる」約6割

＝プチギフトについて＝

～プチギフト経験～

プチギフトを贈ったことが「ある」4割半、女性では6割と男性の2倍近く
プチギフトを贈る相手「友人・知人」7割強、「会社の同僚」3割半

～プチギフトを贈るシーンと贈ったもの、贈り方～

“感謝の気持ち”や“お祝いの気持ち”を伝えたい場面でプチギフト 9割以上
ビジネスパーソンでは「お疲れさま」でプチギフト 7割 / 「これよくない!?」でプチギフトは20代で4割半
プチギフトで贈ったもの「お菓子」8割半、男性では「缶ビール」や「缶コーヒー」が2割前後
「ソーシャルギフト」でプチギフト 男性の経験率は女性の2倍以上
「手書きのメッセージと一緒に」プチギフト 女性では4人に3人が経験あり

～プチギフトと恋愛～

プチギフトがきっかけで恋愛に発展 20代ではプチギフト経験者の2割が経験

～プチギフトに関する気持ち・考え～

「プチギフトは人間関係の潤滑油」6割強が同意
「プチギフトを贈ってみよう」4割半 / 「ソーシャルギフトを利用してみよう」1割半

～今年、プチギフトを贈りたいスポーツ選手～

“感動をありがとう！”でプチギフトを贈りたいスポーツ選手「錦織圭選手」がダントツ

マルハニチロ株式会社 (<http://www.maruha-nichiro.co.jp/>) (所在地: 東京都江東区豊洲 3-2-20 代表取締役社長 伊藤 滋)は、2014年10月2日～10月4日の3日間で、全国の20歳～79歳の男女(学生は除く)に対し、「お歳暮とプチギフトに関する調査」をインターネットリサーチで実施し、1,000名の有効回答サンプルを集計しました。(調査協力会社: ネットエイジア株式会社)

「お歳暮とプチギフトに関する調査」 調査結果

＝お歳暮について＝

～お歳暮のイメージと贈答経験～

◆お歳暮のイメージ「感謝・お礼」「オトナの習慣・風習」

◆70代の2割が「絆」をイメージ、20代、30代では「仕事・ビジネス」が2割強

◆お歳暮にネーミング「ありがとうギフト/サンクスギフト」が多数も、「建前ギフト」など皮肉も

◆お歳暮の贈答経験 6割半、既婚者では7割半

全国の20～79歳の男女1,000名(全回答者1,000名)に、お歳暮のイメージを聞いたところ、「感謝・お礼」46.2%が最も多く、「オトナの習慣・風習」40.1%が4割台、「お金がかかる」28.6%、「日本らしい」27.3%、「年末」26.7%、「面倒くさい」25.9%、「古い・昔ながらの」24.3%が2割台で続きました。【図1】

世代別にみると、70代では「絆」が20.2%と他の世代層に比べ高く、5人に1人の割合となりました。また、「仕事・ビジネス」とのイメージは若い世代のほうが高くなり、20代では22.3%、30代では20.5%となり、70代6.5%の3倍以上となりました。お歳暮は、家庭での習慣から仕事上の習慣に変わってきているのかもしれませんが。【図2】【図3】

また、お歳暮に別の名前をつけるなら、どのようなネーミングが適していると思うか聞いたところ、「ありがとうギフト」「サンキューギフト/サンクスギフト」や「感謝ギフト」、「お世話になりましたギフト」といった“感謝の気持ち”からきているネーミング、「年の瀬ギフト」や「年末ギフト」、「年忘れギフト」、「締めくりギフト」といった“時期”からきているネーミング、「絆ギフト」や「来年もよろしくギフト」といった“人とのつながり”からきているネーミングが寄せられました。また、「義理プレゼント」や「形式ギフト」、「建前ギフト」、「しがらみギフト」といった皮肉を込めたネーミングも僅かにみられました。【図4】

次に、これまでのお歳暮贈答経験を聞いたところ、「毎年贈っている」41.9%、「毎年ではないが贈っている」8.0%、「以前は贈っていたが、贈ることを止めた」15.3%となり、これまでに贈答経験があるのは65.2%、一方、「これまでに贈ったことはない」は34.8%となりました。

世代別にみると、上の世代ほどお歳暮の贈答経験率は高くなり、最も低い20代では26.5%であるのに対し、60代では91.6%、70代では95.2%と9割を超えました。【図5】

また、婚姻状況別にみると、既婚者のほうが贈答経験率は高くなり、未婚者の33.8%に対し、既婚者では76.8%となりました。この傾向は、どの世代でもみられたことから、婚姻状況もお歳暮の贈答経験には影響するようです。【図6】

～今年のお歳暮予定～

◆今年のお歳暮贈答予定「予定あり」4割強、50代以上では半数以上

◆お歳暮の贈答相手は「親戚」「親」「兄弟姉妹」

◆若い世代のほうが「仕事関係」に、上の世代のほうが「友人関係」にお歳暮を贈る傾向

それでは、今年のお歳暮は、どのように予定されているのでしょうか。

全回答者(1,000名)に、今年のお歳暮贈答予定を聞いたところ、「贈る予定がある」41.5%、「現在、検討している」8.5%、「贈る予定はない」50.0%となりました。

世代別にみると、贈答予定があるのは、上の世代ほど高く、20代 15.7%、30代 25.9%、40代 36.1%と40代以下では半数を下回りましたが、50代 51.2%、60代 56.5%、70代 63.1%と50代以上では半数以上となりました。

また、婚姻状況別にみると、贈答予定があるのは、未婚者では 17.8%でしたが、既婚者では 50.3%でした。
【図7】

次に、今年のお歳暮贈答予定者(415名)に、お歳暮を贈る相手を聞いたところ、「親戚」45.5%が最も多く、「親・義親」38.1%、「兄弟姉妹・義理の兄弟姉妹」29.6%、「友人・知人」27.0%が続きました。親族にお歳暮を贈る人が多いようです。
【図8】

世代別にみると、「仕事の取引先などお世話になった人」(30代 27.9%、40代 20.0%、50代 22.4%、60代 12.6%、70代 10.4%)や「勤め先の上司・先輩」(30代 25.6%、40代 18.3%、50代 5.9%、60代 3.2%、70代 1.9%)は若い世代のほうが高く、それとは逆に、「友人・知人」(30代 11.6%、40代 20.0%、50代 21.2%、60代 34.7%、70代 38.7%)は上の世代のほうが高くなりました。前述したお歳暮に対するイメージの世代差は、世代によるお歳暮贈答相手の違いも影響しているのかもしれませんが。

【図9】【図10】【図11】

～今年のお歳暮商品と予算～

◆今年のお歳暮で贈る予定の品 1位「ビール」 2位「洋菓子」 3位「ハム」

◆お歳暮の購入場所のトップは「デパート」、5人に1人が「インターネットショッピング」

◆お歳暮1品の予算 平均4,355円

◆お歳暮で人気の品 1位「ギフト券・商品券」、2位「ビール」、3位「ビール」は20代でトップ10圏外

今年、お歳暮を贈る予定の人は、どのような品を贈る予定なのでしょう。今年のお歳暮贈答予定者(415名)に、贈る予定の品について聞きました。

まず、どのような品を贈る予定か聞いたところ、最も多かったのは「ビール」27.7%、次いで「洋菓子」20.5%、「ハム」19.5%、「和菓子」13.7%、「コーヒー・インスタントコーヒー」、「調味料・食用油」どちらも 12.0%が続きました。
【図12】

次に、どこで買う予定か聞いたところ、「デパート」40.5%が最も多く、「総合スーパー・ショッピングセンター」25.5%、「インターネットショッピング」20.2%、「専門店」16.4%が続きました。
【図13】

居住エリア別にみると、北海道・東北エリア、東海エリアでは、「デパート」(北海道・東北エリア 23.1%、東海エリア 21.6%)で買う予定の人よりも「総合スーパー・ショッピングセンター」(北海道・東北エリア 33.3%、東海エリア 37.8%)で買う予定の人のほうが高い割合となりました。
【図14】

そして、お歳暮の品 1個あたりの予算を聞いたところ、「2,000円～3,000円未満」16.9%、「3,000円～4,000円未満」30.8%、「4,000円～5,000円未満」26.5%、「5,000円～6,000円未満」15.7%と2,000円～6,000円未満に回答が集まり、平均予算は4,355円と、5,000円を下回る結果となりました。
【図15】

お歳暮を贈る側についてみてきましたが、もらう側になった場合、どのような品をもらうとうれしいのでしょうか。

全回答者(1,000名)に、お歳暮にもらえるなら、どのような品がうれしいか聞いたところ、「ギフト券・商品券」43.9%が最も多く、「ビール」31.2%、「洋菓子」30.1%、「ハム」28.0%、「カタログギフト」22.4%が続きました。「ギフト券・商品券」や「カタログギフト」は、贈る予定の品では1割未満でしたが、もらううれしい品では上位となり、贈る側の意識ともらう側の意識のギャップが垣間みえる結果となりました。
【図16】

世代別にみると、「ギフト券・商品券」は、20代から60代で1位、70代で2位と、どの世代からも人気がある様子が窺えましたが、「ビール」は20代では10位以下(11位)、「洋菓子」は70代では7位と他の世代と比べ順位は低くなりました。全体で上位となった商品でも、世代によって好みが変わるものもあるようです。

また、70代では9位に「漬け魚(粕漬け・西京漬け)」、10位に「かに缶詰」、「数の子」と上位10位以内に海産物が3商品入ったほか、20代・10位「かに(缶詰除く)」、40代・8位「たらこ・明太子」、50代・9位「かに缶詰」、60代・7位「かに缶詰」となり、ほぼ全世代で上位10位以内に海産物が入りました。【図17】

～お歳暮のマナー～

◆お歳暮マナーの認知率 「お返しは不要」4割半、「喪中の場合でも贈ってOK」4割

お歳暮にはいくつかのマナーがありますが、どのくらい知られているのでしょうか。

全回答者(1,000名)に、お歳暮に関するマナーを提示し、知っていたか、知らなかったか聞いたところ、認知率は、【お歳暮を贈る時期を逃して年明けになってしまった場合は、「お年賀」や「寒中見舞い」として贈ること】は62.0%、【ハサミ・刃物類は、贈ってはいけないものになっていること(※1)】は57.0%、【お歳暮は、風呂敷に包んで持参するのが正式なマナーであること(※2)】は54.2%と知っていた人が過半数となりました。

他方、【お歳暮をもらっても、お返しは不要であること(※3)】(認知率45.4%)や【喪中の場合であってもお歳暮を贈り合うことは差し支えないこと(※4)】(同41.7%)、【目上の人に対しては、靴・靴下・スリッパや下着類は、贈ってはいけないものになっていること(※5)】(同31.3%)では、知らない人が過半数となりました。

感謝の気持ちを表すために贈っても、マナー違反によって相手との関係が薄れてしまつては本末転倒です。これらのマナーに注意しながらお歳暮を贈ると、より喜ばれるのではないのでしょうか。【図18】

※1 相手との縁を「切る」ことにつながるという意味で

※2 最近では、デパートなどから直送したり、宅配便で贈ったりすることが一般的になっています

※3 お歳暮はあくまで相手方の感謝の気持ちの表れのため

※4 お歳暮はお祝いではなく、感謝の気持ちを表す意味があるため

※5 「踏みつける」との意味で

～お歳暮に関する気持ち・考え～

◆「お歳暮では何を贈るか悩む」7割半

◆「お歳暮は、自分のセンスを活かして選びたい」5割強

◆「お歳暮商品を見ていると、自分向けも一緒に欲しくなる」約6割

まず、お歳暮贈答経験者(652名)に、お歳暮で何を贈るか、お歳暮を選ぶ際の気持ちや考えについて聞きました。

【お歳暮では、何を贈ると喜ばれるか悩ましい】では同意率が75.2%と4人に3人の割合となりました。何を贈るか悩む人は多いようです。

それでは、“相手の好み”と“自分のセンス”は、それぞれどのくらい意識されているのでしょうか。

【お歳暮は、相手の好み・嗜好を意識して選びたい】では同意率が87.6%、【お歳暮は、自分のセンスを活かして選びたい】では53.3%となりました。相手への感謝を表すために贈るもののため、相手の好みや嗜好を意識する人のほうが多くなりましたが、自分のセンスを活かして相手に喜んで欲しいと考えている人も半数以上いるようです。【図19】

次に、お歳暮商品の自宅用の購入について聞いたところ、同意率は、【お歳暮商品を見ていると、自分向け・家庭用も一緒に欲しくなる】では58.9%と約6割、【お歳暮のギフト解体セールを楽しみにしている】では28.4%と約3割となりました。お歳暮を選んだついでに自宅用も購入し、自分にお歳暮を贈っている人もいるのかもしれませんが。【図20】

＝プチギフトについて＝

～プチギフト経験～

◆プチギフトを贈ったことが「ある」4割半、女性では6割と男性の2倍近く

◆プチギフトを贈る相手 「友人・知人」7割強、「会社の同僚」3割半

お歳暮についてみてきましたが、最近、よく耳にするようになった“プチギフト”についても聞きました。

時期に関係なく、贈りたい相手にちょっとしたものを贈るプチギフトについて、これまでに贈ったことがあるか、ないか聞いたところ、「ある」46.2%、「ない」53.8%となり、プチギフト経験者(プチギフトを贈ったことがある人、以下同様)は4割半となりました。

男女別にみると、プチギフト経験者は、女性に多いようで、男性では32.2%でしたが、女性では60.2%と、プチギフト経験者の割合は男性の2倍近くとなりました。【図21】

次に、プチギフト経験者(462名)に、プチギフトを贈った相手を聞いたところ、最も多かったのは「友人・知人」72.9%で、次いで「会社の同僚」34.4%、「兄弟姉妹・義理の兄弟姉妹」34.2%、「親・義親」26.2%、「親戚」22.1%が続きました。

ビジネスパーソン(170名)に限ってみると、「会社の同僚」は41.8%、「会社の後輩・部下」は27.1%、「会社の先輩・上司」と「仕事の取引先の担当者」は18.8%となりました。ビジネスシーンにおいても、プチギフトは活用されているようです。【図22】

～プチギフトを贈るシーンと贈ったもの、贈り方～

◆“感謝の気持ち”や“お祝いの気持ち”を伝えたい場面でプチギフト 9割以上

◆ビジネスパーソンでは「お疲れさま」でプチギフト 7割

◆「これよくない!？」でプチギフトは20代で4割半

◆プチギフトで贈ったもの「お菓子」8割半、男性では「缶ビール」や「缶コーヒー」が2割前後

◆「ソーシャルギフト」でプチギフト 男性の経験率は女性の2倍以上

◆「手書きのメッセージと一緒に」プチギフト 女性では4人に3人が経験あり

プチギフトは、どのような場面で贈られることが多いのでしょうか。

プチギフト経験者(462名)に、どのような気持ちでプチギフトを贈ったことがあるか聞いたところ、【ありがとう】では95.0%、【おめでとう】では90.3%が「ある」としました。“感謝の気持ち”や“お祝いの気持ち”を伝える場面でプチギフトを贈る人が多いようです。【図23】

また、【頑張ってる】は48.5%、【お疲れさま】は62.1%が「ある」としました。これをビジネスパーソン(170名)に限ってみると、その割合は高くなり、【頑張ってる】では60.6%、【お疲れさま】では70.0%となりました。ビジネスシーンでは、“応援の気持ち”や“ねぎらいの気持ち”を伝える場面でプチギフトを贈る(渡す)人が多い様子が窺えました。【図23】【図24】

さらに、“他人にオススメしたいとき”や“共感を得たいとき”に贈ったことがあるか聞いたところ、「ある」は、【これいいよ】では48.1%、【これよくない!？】では29.7%となり、“他人にオススメしたいとき”や“共感を得たいとき”にもプチギフトを贈っている人が、一定の割合でいることがわかりました。特に、共感を得たいときにプチギフトを贈る人は、若い世代で多いようで、20代では46.9%、30代では38.3%と全体に比べて高い傾向となりました。【図23】【図25】

また、プチギフトではどのようなものを贈っているのでしょうか。

プチギフト経験者(462名)に、プチギフトで贈ったことがあるものを聞いたところ、「お菓子」が最も多く83.3%、次いで「デザート(ゼリーやケーキなど)」43.1%、「小物」33.3%、「インテリア・雑貨」29.2%が続きました。【図26】

男女別にみると、男性では「缶ビール」が26.7%(女性10.6%)、「缶コーヒー」が19.9%(同9.6%)と女性よりも高くなりました。他方、女性では「小物」41.5%(男性18.0%)、「インテリア・雑貨」37.2%(同14.3%)、「化粧品・化粧雑貨」19.3%(同3.7%)が男性よりも高くなりました。【図27】

さらに、プチギフトの贈り方についても聞いたところ、経験があるのは、【ソーシャルギフトとして贈る(※1)】では 14.7%、【手書きのメッセージと一緒に贈る】では 66.2%となりました。

男女別にみると、【ソーシャルギフトとして贈る】では女性よりも男性のほうが経験率は高く、男性では 23.0%と女性 10.3%の 2 倍以上となりました。他方、【手書きのメッセージと一緒に贈る】の経験率は女性のほうが高く、男性 52.8%に対し、女性では 73.4%となりました。【図 28】【図 29】

※1 店舗で受け取る商品の引換チケットをメールや LINE、Facebook など贈ること

～プチギフトと恋愛～

◆プチギフトがきっかけで恋愛に発展 20 代ではプチギフト経験者の 2 割が経験

プチギフト経験者(462 名)に、プチギフトを贈ったことがきっかけで恋愛に発展したことがあるか聞いたところ、「ある」は 6.9%となり、僅かですが、プチギフトが恋愛につながった人もいます。

世代別にみると、プチギフトがきっかけとなった恋愛を経験しているのは 20 代が他の世代より高く、20.3%が「ある」としました。【図 30】

～プチギフトに関する気持ち・考え～

◆「プチギフトは人間関係の潤滑油」6 割強が同意

◆「プチギフトを贈ってみよう」4 割半

◆「ソーシャルギフトを利用してみよう」1 割半

全回答者(1,000 名)に、プチギフトについての気持ちや考えを聞いたところ、【プチギフトは人間関係の潤滑油になると思う】では同意率は 62.3%となりました。プチギフト経験者の多くが“感謝の気持ち”や“お祝いの気持ち”を伝える場面でプチギフトを贈っていましたが、言葉にプラスして、ちょっとしたものを渡せば、気持ちが、より伝わりやすいのかもしれません。

また、【今後(または今後も)プチギフトを贈ってみようと思う】では 45.9%、【今後(または今後も)ソーシャルギフトを利用してみようと思う】では 13.7%となりました。【図 31】

～今年、プチギフトを贈りたいスポーツ選手～

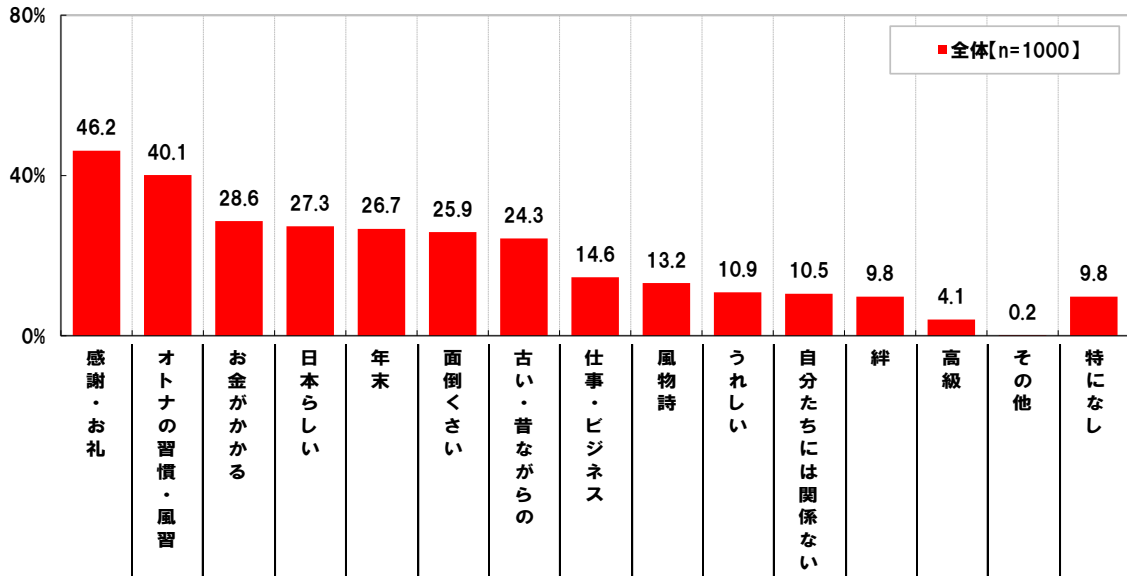
◆“感動をありがとう！”でプチギフトを贈りたいスポーツ選手 「錦織圭選手」がダントツ

全回答者(1,000 名)に、今年の一年の活躍に、“感動をありがとう！”の気持ちをこめて、プチギフトを贈りたいスポーツ選手を聞いたところ、1 位「錦織圭選手(テニス)」(290 件)、2 位「イチロー選手(野球)」(50 件)、3 位「田中将大選手(野球)」(48 件)、4 位「浅田真央選手(フィギュアスケート)」(41 件)、5 位「羽生結弦選手(フィギュアスケート)」(33 件)となりました。【図 32】

男女別にみると、男女とも 1 位は「錦織圭選手(テニス)」ですが、2 位以下で違いがみられ、男性では 2 位「田中将大選手(野球)」(33 件)、3 位「イチロー選手(野球)」(32 件)と野球選手が並び、女性では 2 位タイで「浅田真央選手(フィギュアスケート)」「羽生結弦選手(フィギュアスケート)」(どちらも 29 件)となりフィギュアスケート選手が並びました。【図 33】

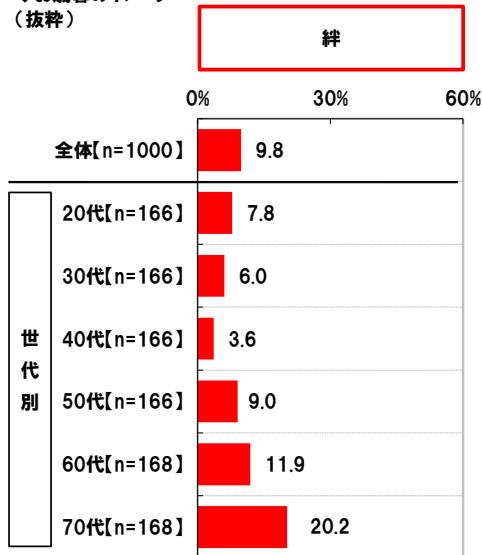
「お歳暮とプチギフトに関する調査」 グラフ集

【図1】 ◆お歳暮のイメージ（複数回答形式）



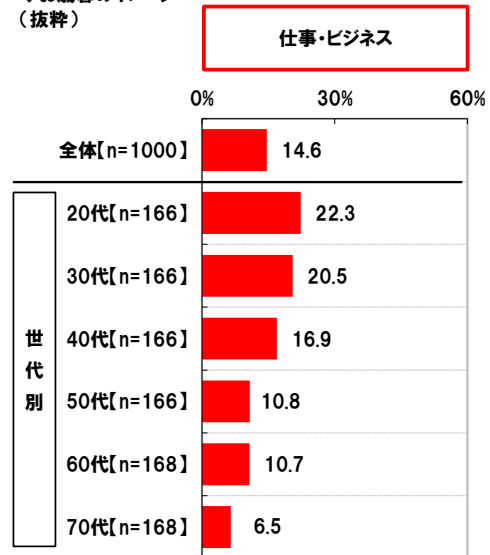
【図2】

◆お歳暮のイメージ
(抜粋)



【図3】

◆お歳暮のイメージ
(抜粋)



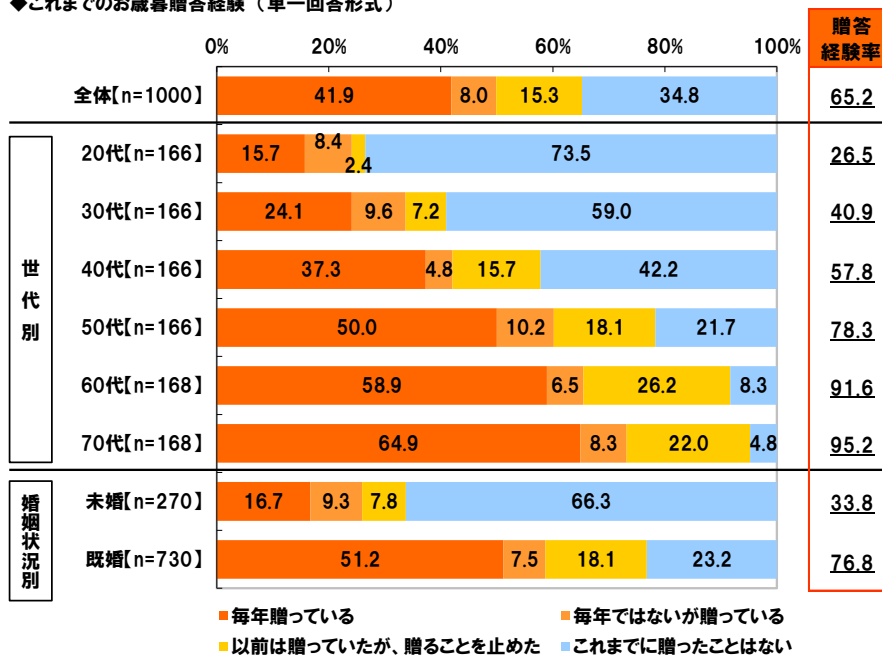
【図4】

◆お歳暮のネーミング（自由回答形式）
※全回答から一部抜粋

感謝の気持ち	時期	人とのつながり
ありがとうギフト（30代女性）	年の瀬ギフト（60代男性）	絆ギフト（30代女性）
サンキューギフト（30代女性）	年越しギフト（50代女性）	おもてなしギフト（20代男性）
サンクスギフト（20代男性）	イヤーズエンドギフト（50代女性）	来年もよろしくギフト（40代女性）
ありがとうのご挨拶（60代女性）	締めくりギフト（20代女性）	一年お疲れさまギフト（50代女性）
ありがとうのしるし（60代女性）	イヤーズギフト（50代男性）	皮肉
お世話になりましたギフト（30代女性）	イヤーズプレゼント（30代女性）	形式ギフト（40代女性）
一年ありがとうギフト（40代女性）	年忘れギフト（30代男性）	達前ギフト（40代男性）
感謝ギフト（40代女性）	年末ギフト（30代女性）	しがらみギフト（30代女性）
今年もありがとうギフト（30代女性）	クロージングギフト（50代女性）	義理プレゼント（40代女性）

【図5】

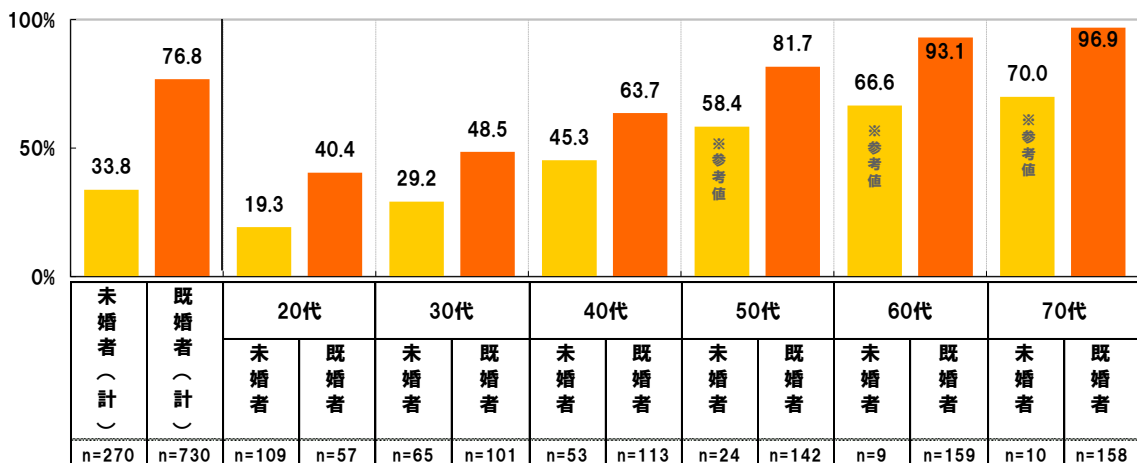
◆これまでのお歳暮贈答経験（単一回答形式）


【図6】

◆お歳暮贈答経験率

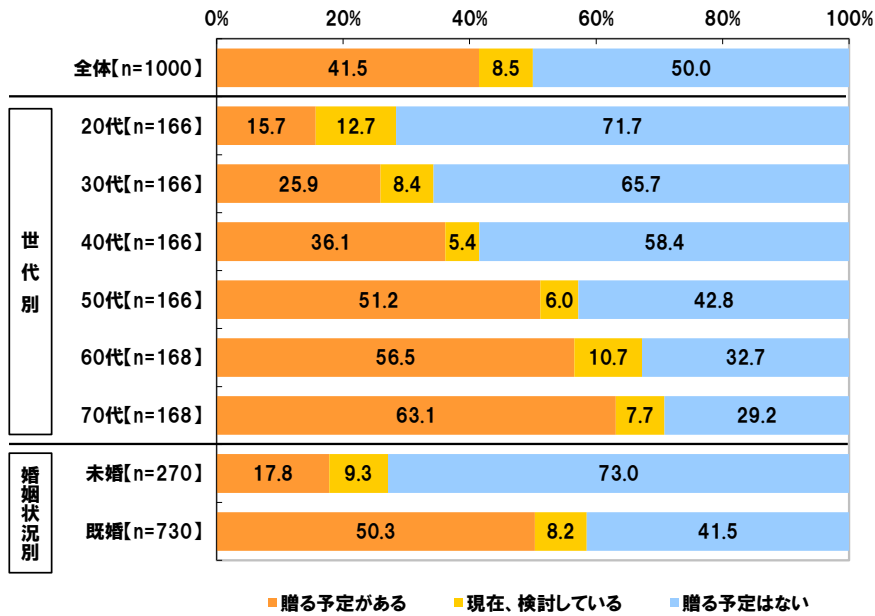
…「毎年贈っている」「毎年ではないが贈っている」「以前は贈っていたが、贈ることを止めた」の合計

※50代以上の未婚者は
n数が少ないため参考値



【図7】

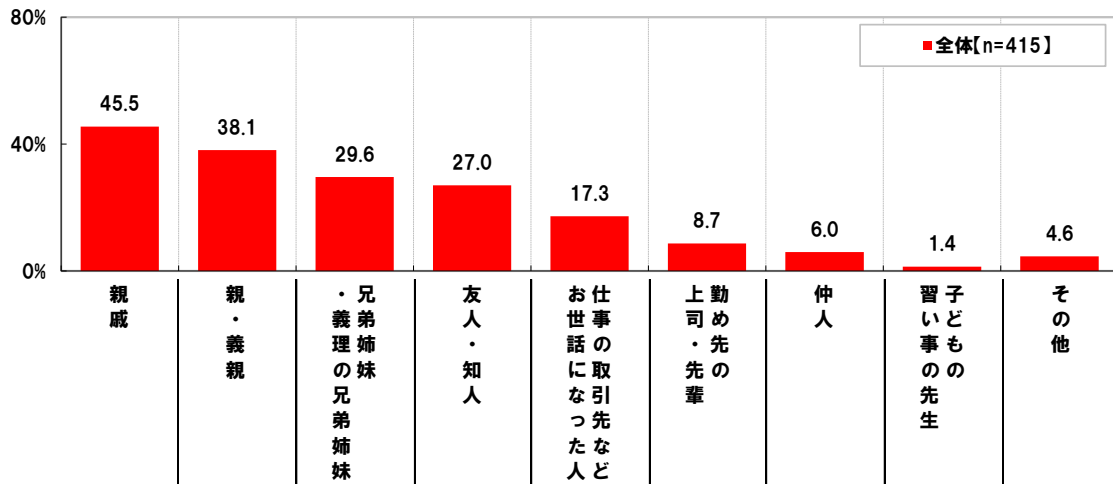
◆今年のお歳暮贈答予定（単一回答形式）



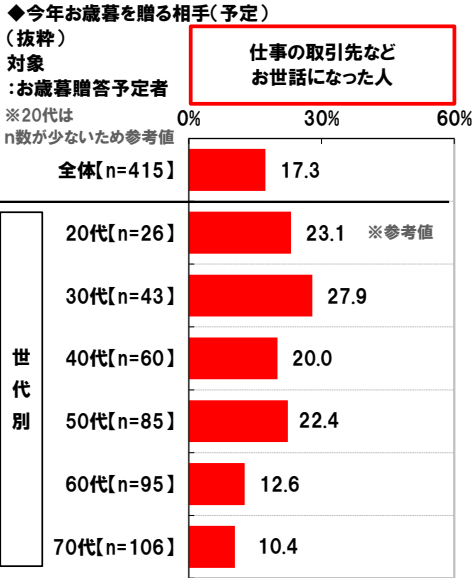
【図8】

◆今年お歳暮を贈る相手（予定）（複数回答形式）

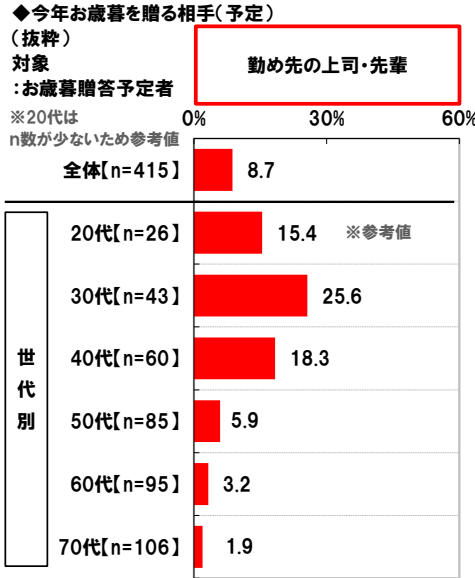
対象：お歳暮贈答予定者



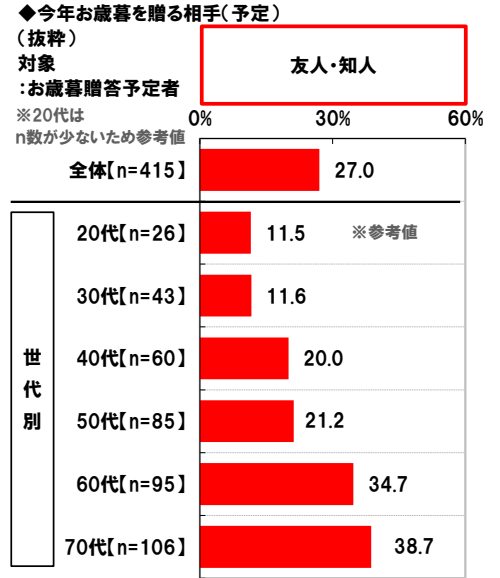
【図9】



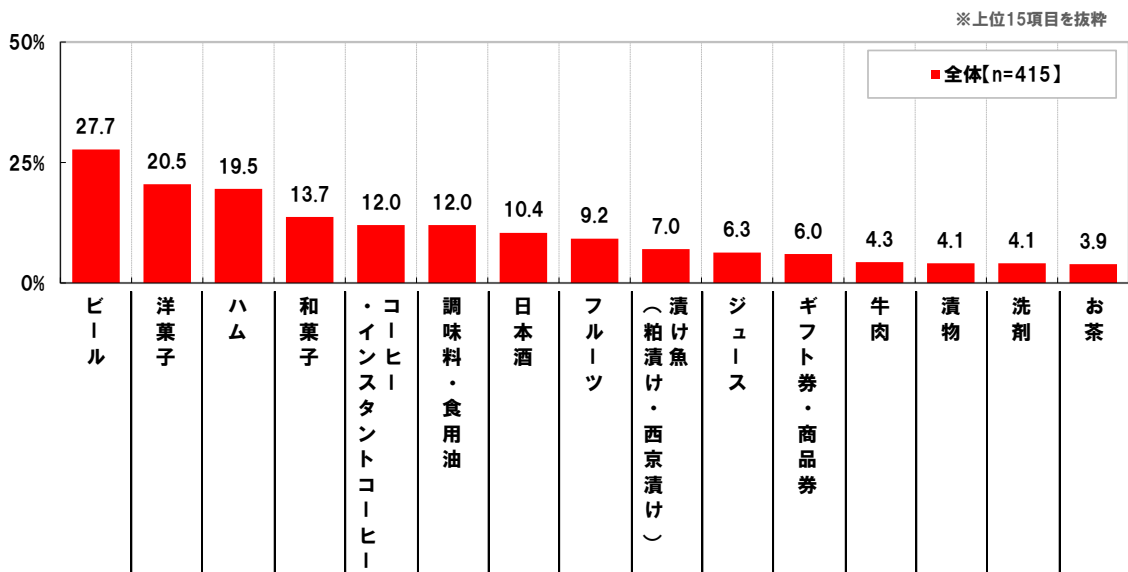
【図10】



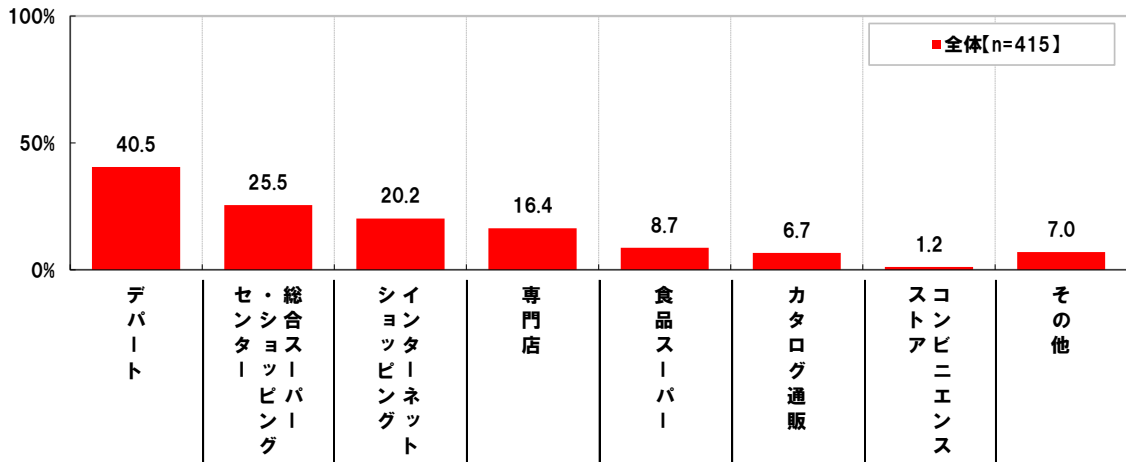
【図11】



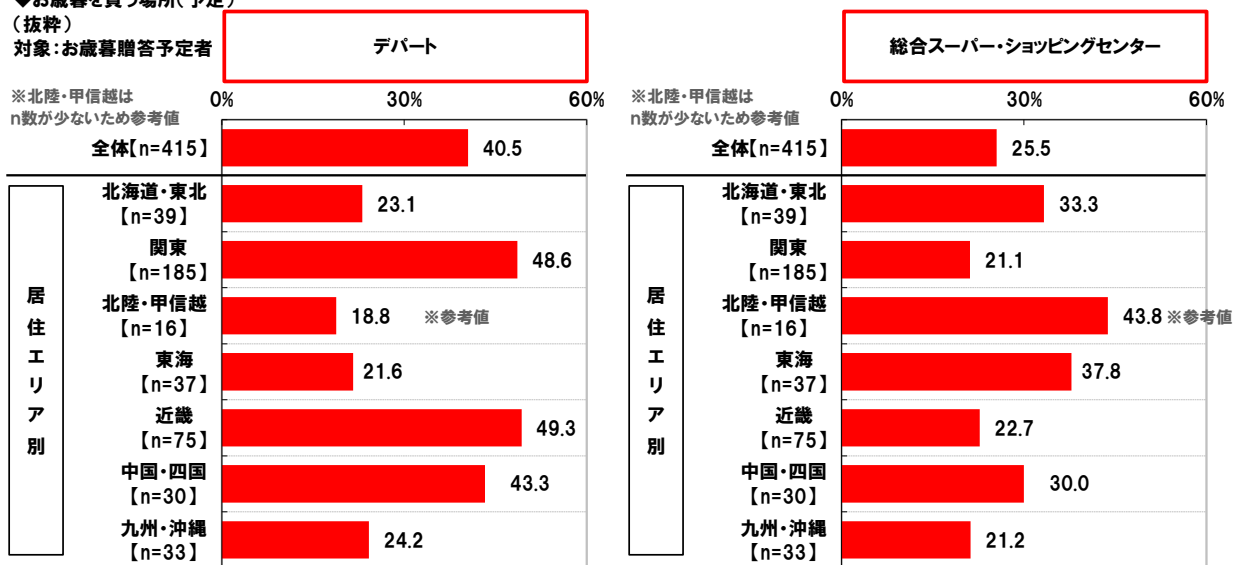
【図12】 ◆お歳暮で贈る予定の品 (複数回答形式)
対象: お歳暮贈答予定者



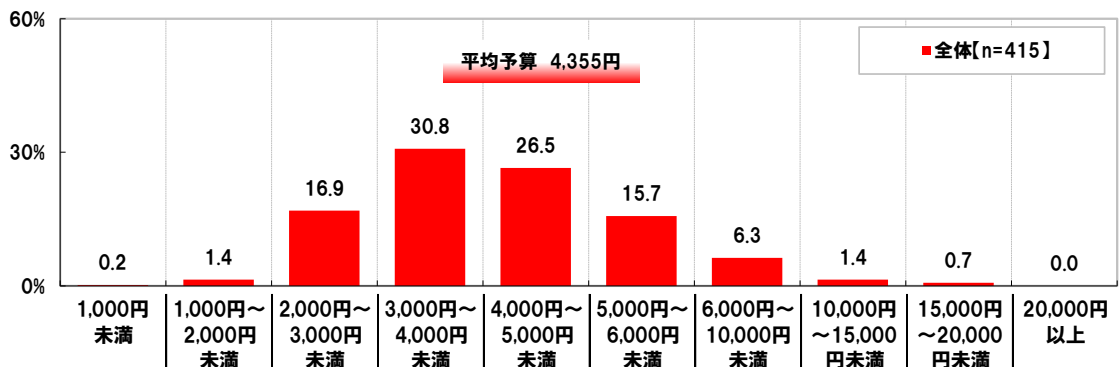
【図 13】 ◆お歳暮を買う場所(予定) (複数回答形式)
対象:お歳暮贈答予定者



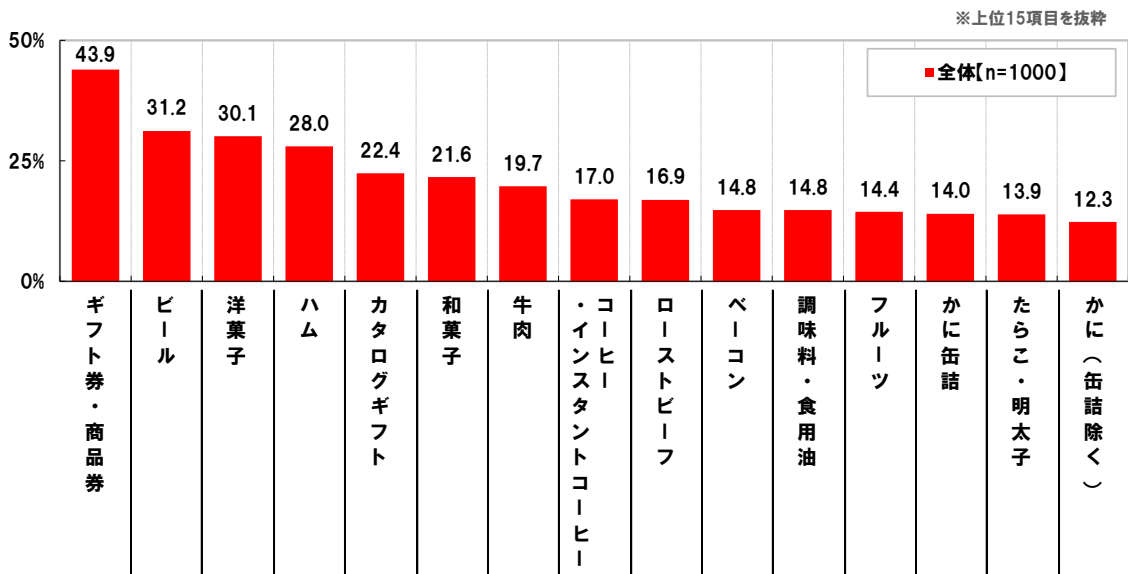
【図 14】 ◆お歳暮を買う場所(予定) (抜粋)
対象:お歳暮贈答予定者



【図 15】 ◆お歳暮の品1個あたりの予算 (単一回答形式)
対象:お歳暮贈答予定者



【図 16】 ◆お歳暮にもらえるとうれしい品（複数回答形式）



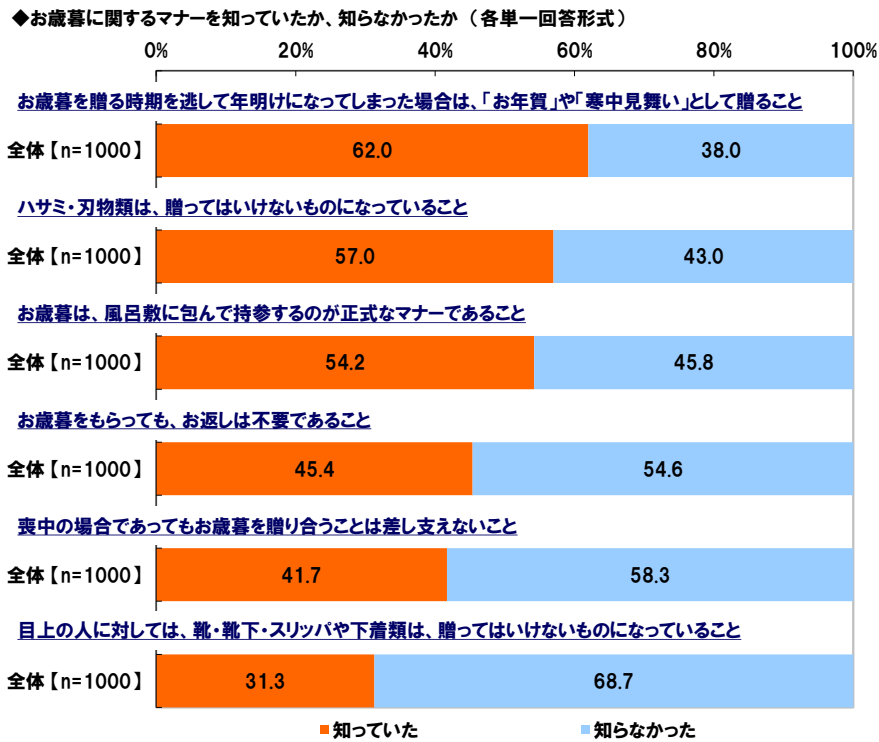
【図 17】

◆お歳暮にもらえるとうれしい品（複数回答形式）
※年代別ランキング

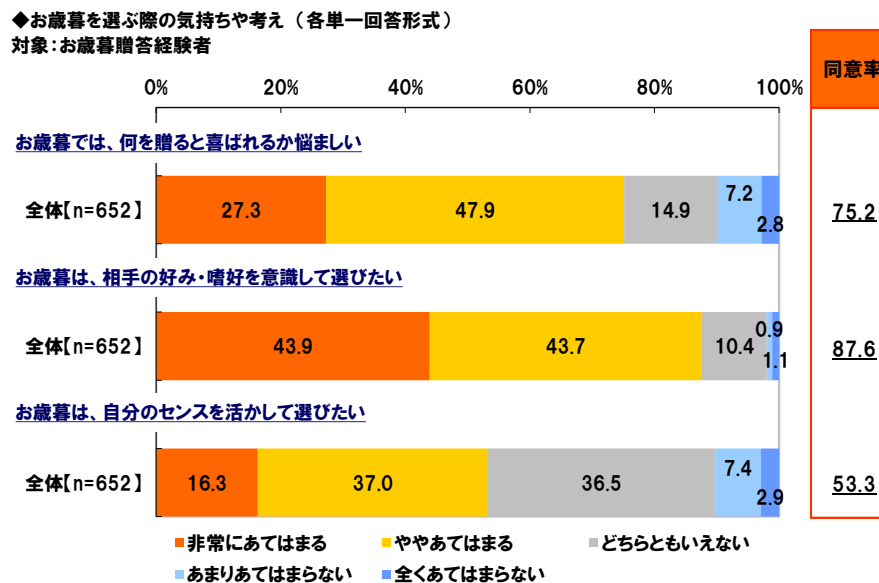
20代(n=166)			30代(n=166)			40代(n=166)		
順位	品名	%	順位	品名	%	順位	品名	%
1位	ギフト券・商品券	50.6	1位	ギフト券・商品券	47.0	1位	ギフト券・商品券	46.4
2位	洋菓子	44.6	2位	洋菓子	40.4	2位	洋菓子	34.3
3位	カタログギフト	33.7	3位	ビール	34.9	3位	ビール	33.7
4位	和菓子	30.7	4位	ハム	30.1	4位	ハム	29.5
5位	ゼリー	27.7	5位	カタログギフト	29.5	5位	カタログギフト	21.7
6位	ハム	26.5	6位	牛肉	26.5	6位	和菓子	21.1
7位	牛肉	25.9	6位	ローストビーフ	26.5	6位	牛肉	21.1
8位	フルーツ	25.3	8位	和菓子	25.9	8位	ベーコン	19.3
9位	ベーコン	24.1	9位	ベーコン	24.7	8位	たらこ・明太子	19.3
10位	かに（缶詰除く）	22.9	10位	コーヒー・インスタントコーヒー	22.9	10位	ローストビーフ	17.5

50代(n=166)			60代(n=168)			70代(n=168)		
順位	品名	%	順位	品名	%	順位	品名	%
1位	ギフト券・商品券	46.4	1位	ギフト券・商品券	48.8	1位	ビール	28.6
2位	ビール	36.1	2位	ビール	31.5	2位	ギフト券・商品券	24.4
3位	ハム	27.7	3位	ハム	30.4	3位	ハム	23.8
4位	洋菓子	22.9	4位	洋菓子	23.2	4位	和菓子	20.2
5位	コーヒー・インスタントコーヒー	18.7	5位	コーヒー・インスタントコーヒー	19.6	5位	カタログギフト	16.7
6位	カタログギフト	16.3	6位	和菓子	17.3	6位	日本酒	16.1
7位	和菓子	14.5	7位	カタログギフト	16.7	7位	洋菓子	15.5
8位	牛肉	14.5	7位	かに缶詰	16.7	7位	牛肉	15.5
9位	かに缶詰	12.7	9位	ローストビーフ	15.5	9位	漬け魚（粕漬け・西京漬け）	14.3
10位	かに（缶詰除く）	11.4	10位	牛肉	14.9	9位	かに缶詰	12.5
				調味料・食用油	14.9	10位	数の子	12.5

【図 18】

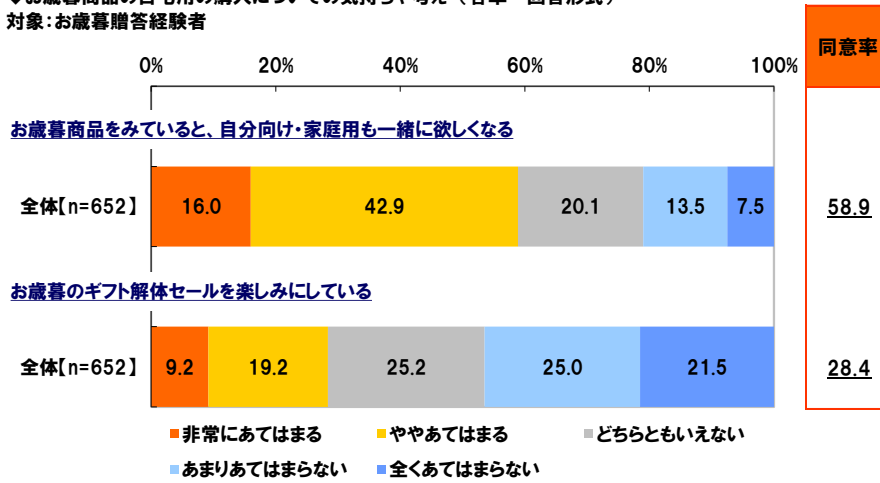


【図 19】



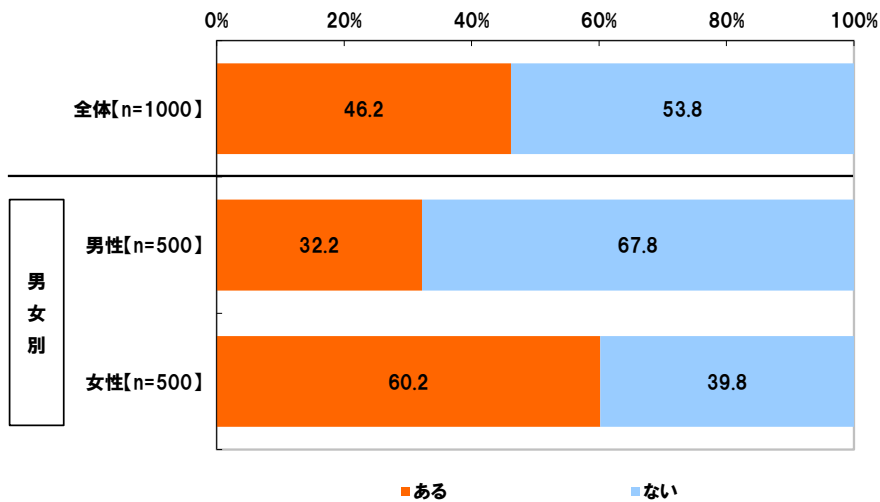
【図 20】

◆お歳暮商品の自宅用の購入についての気持ちや考え（各単一回答形式）
対象：お歳暮贈答経験者



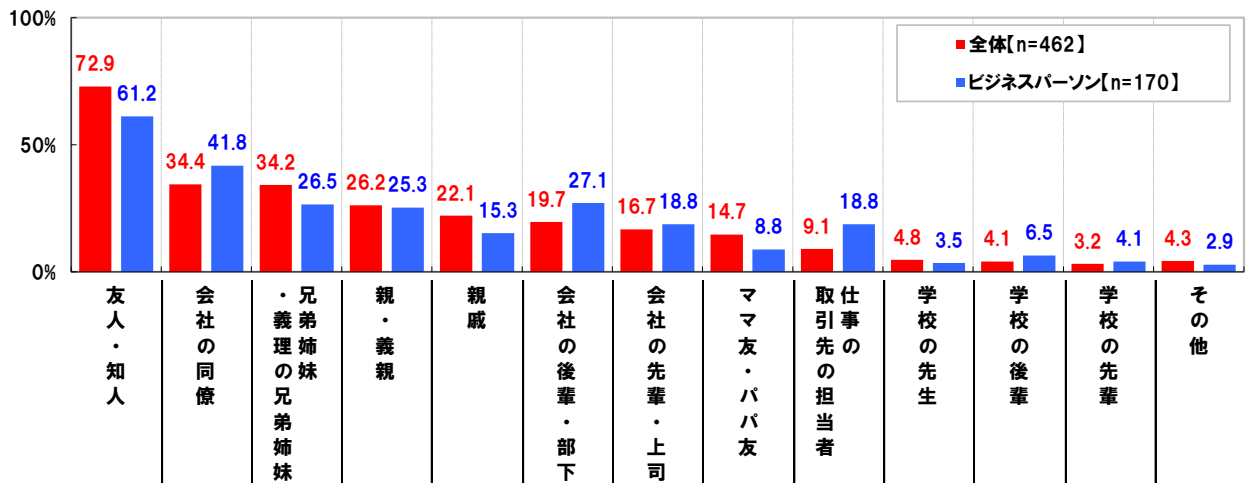
【図 21】

◆プチギフトをこれまでに贈ったことがあるか、ないか（単一回答形式）



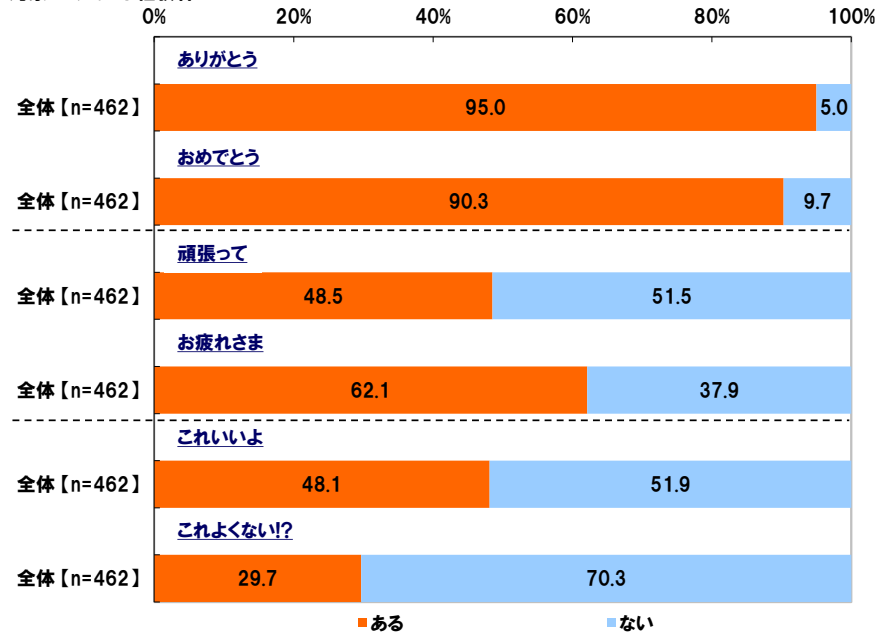
【図 22】

◆プチギフトを贈った相手（複数回答形式）
対象：プチギフト経験者



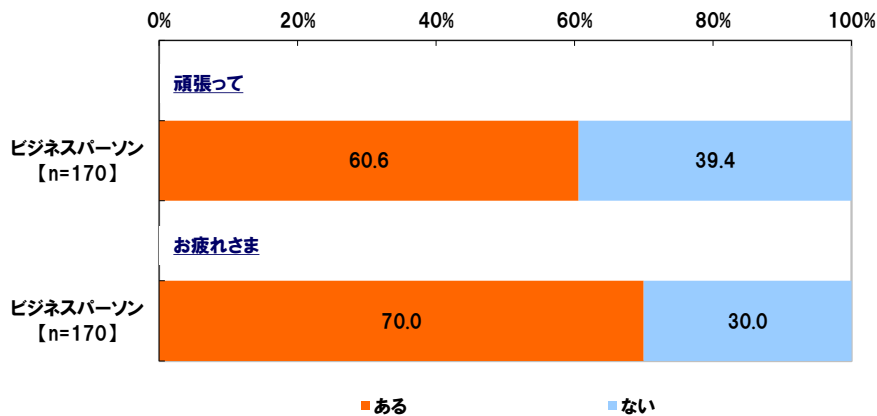
【図 23】

◆どのような気持ちでプチギフトを贈ったことがあるか（各単一回答形式）
対象：プチギフト経験者



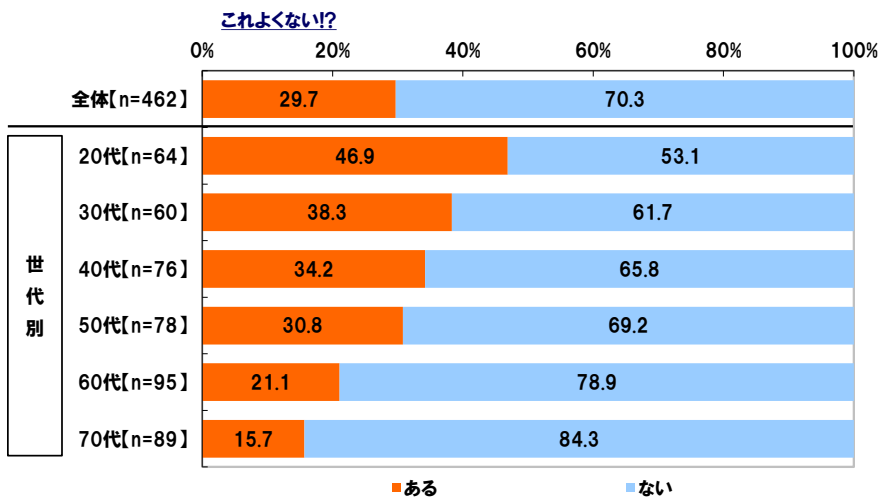
【図 24】

◆どのような気持ちでプチギフトを贈ったことがあるか（各単一回答形式）
対象：プチギフト経験者(ビジネスパーソンの結果を表示)

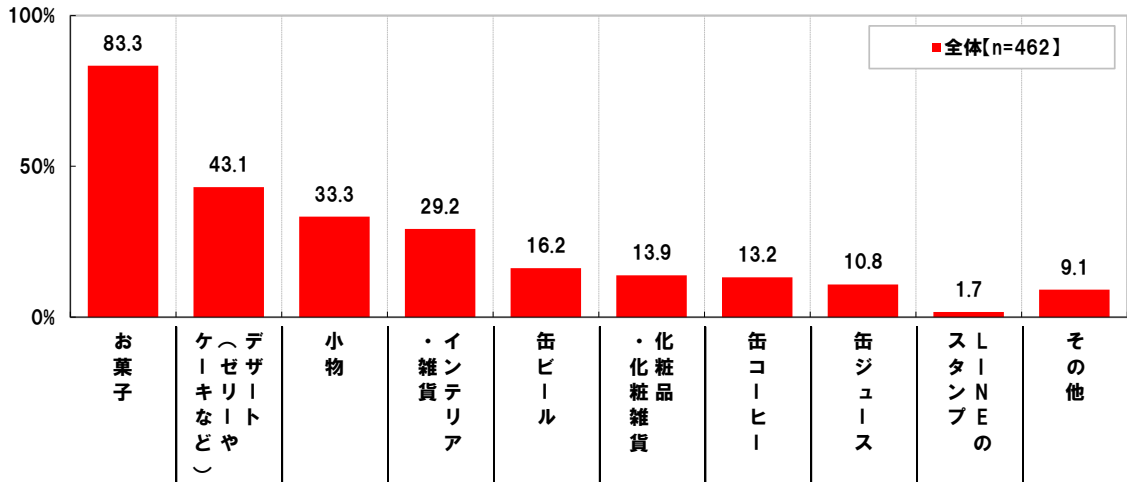


【図 25】

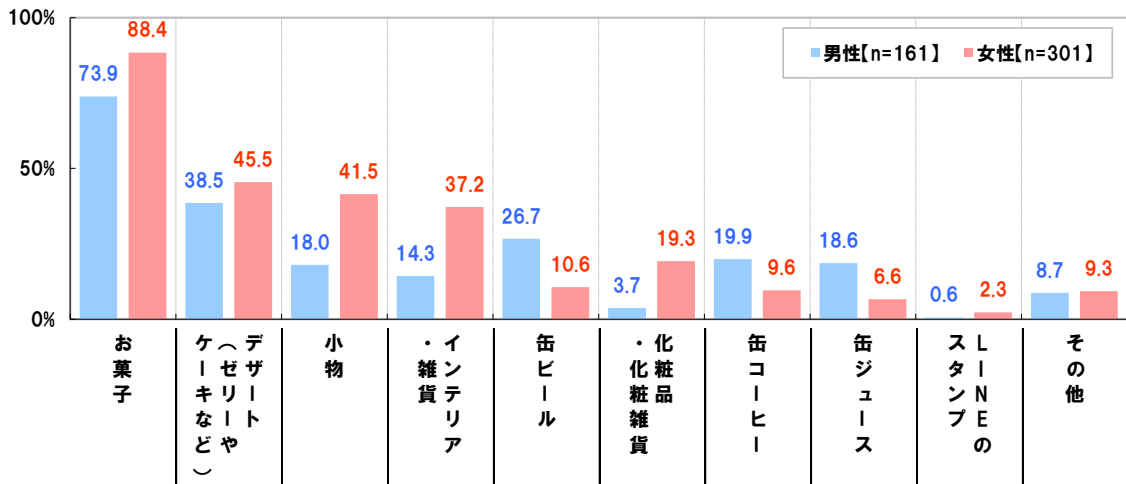
◆どのような気持ちでプチギフトを贈ったことがあるか（単一回答形式）
対象：プチギフト経験者



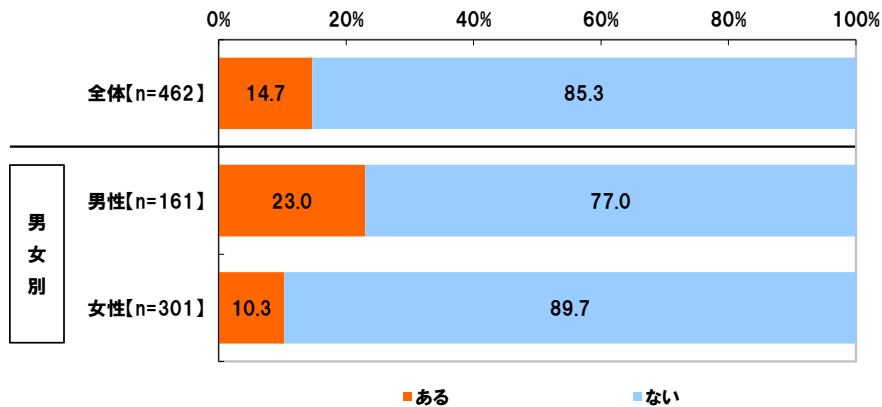
【図 26】 ◆フチギフトで贈ったことがあるもの（複数回答形式）
対象：フチギフト経験者



【図 27】 ◆フチギフトで贈ったことがあるもの（複数回答形式）
対象：フチギフト経験者

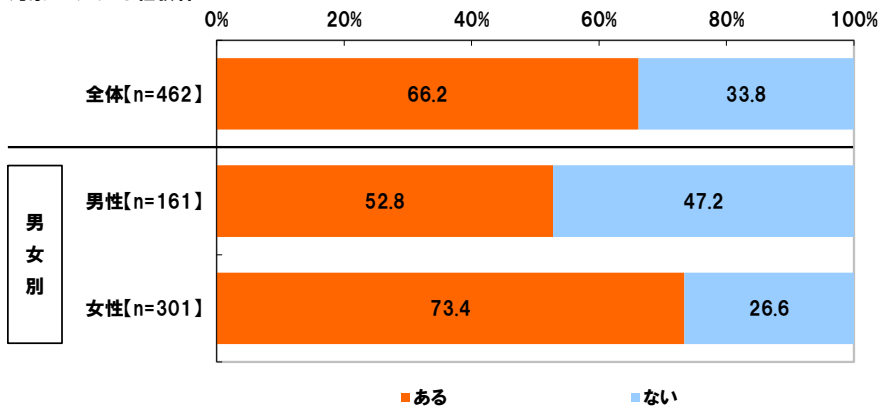


【図 28】 ◆これまでどのような贈り方でフチギフトを贈ったことがあるか（単一回答形式）
【ソーシャルギフトとして贈る】
対象：フチギフト経験者



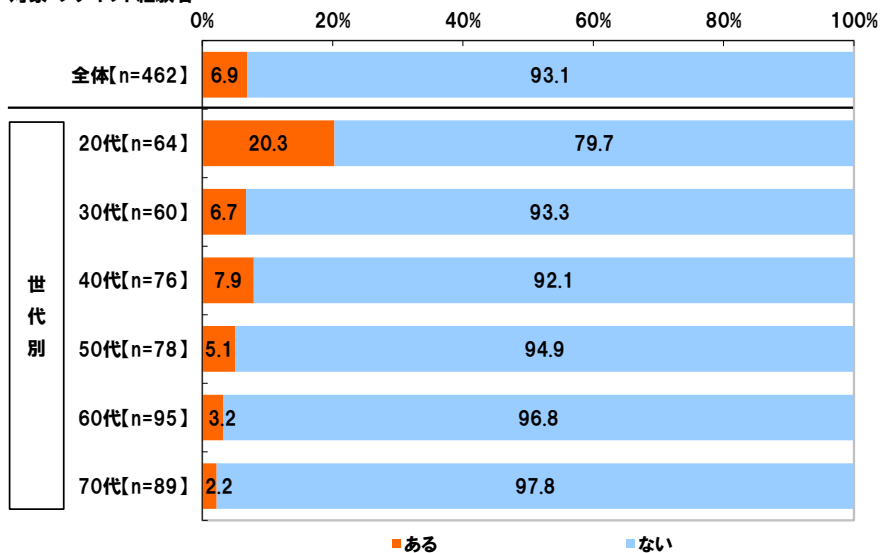
【図 29】

◆これまでどのような贈り方でプチギフトを贈ったことがあるか（単一回答形式）
【手書きのメッセージと一緒に贈る】
対象：プチギフト経験者



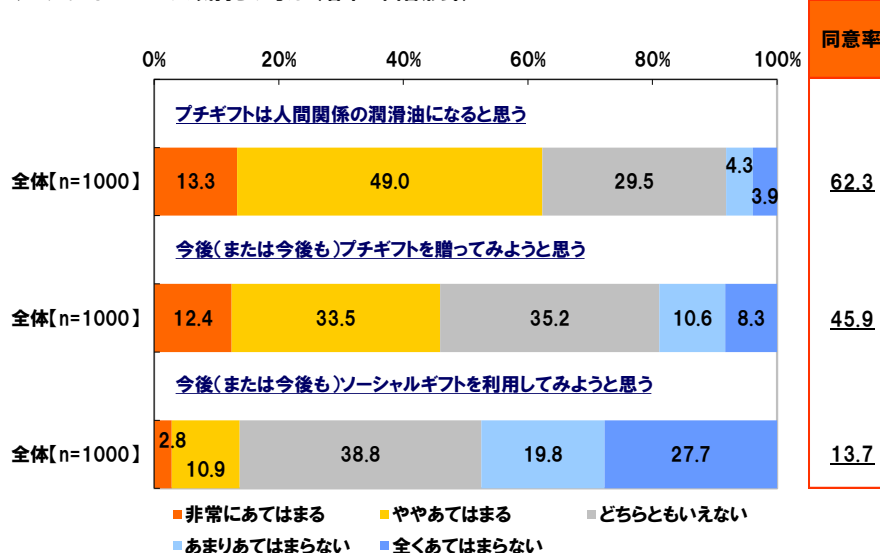
【図 30】

◆プチギフトを贈ったことがきっかけで、恋愛に発展したことはあるか、ないか
（単一回答形式）
対象：プチギフト経験者

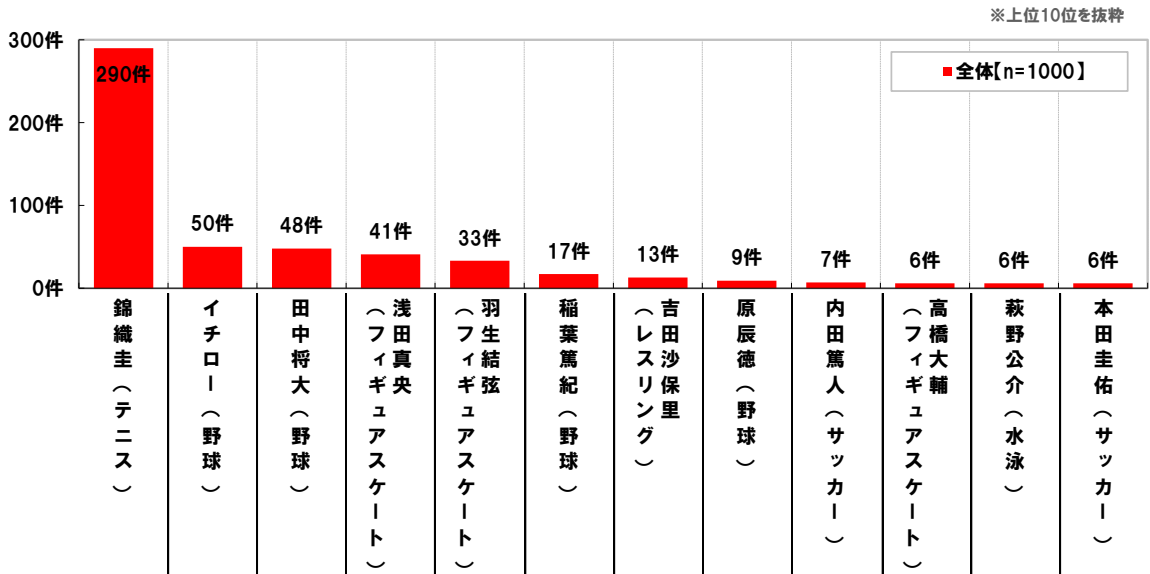


【図 31】

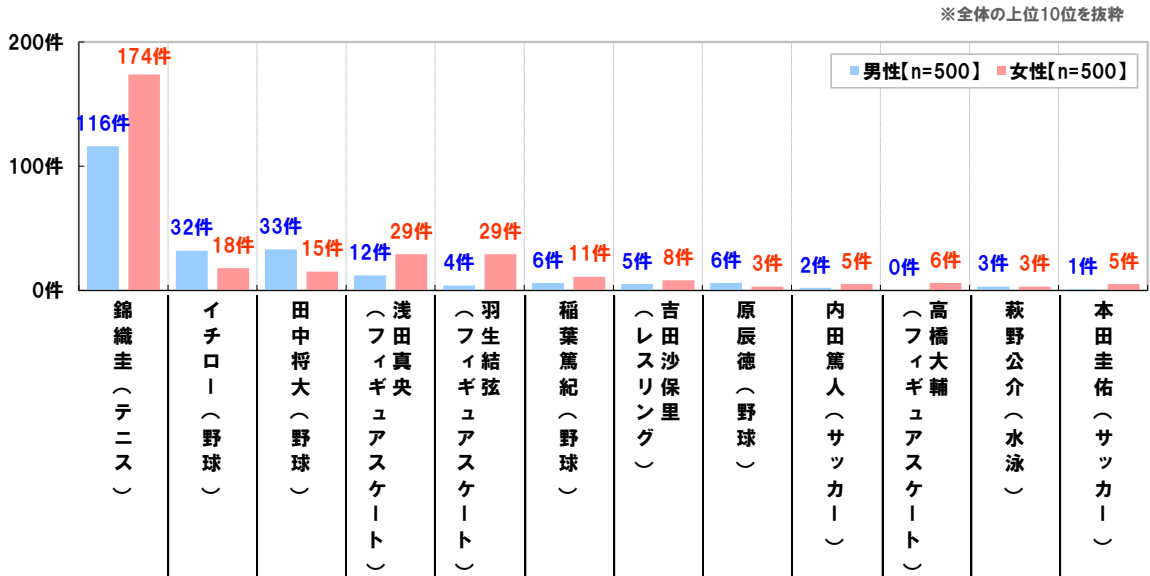
◆プチギフトについての気持ちや考え（各単一回答形式）



【図 32】 ◆今年の一年の活躍に、“感動をありがとう！”の気持ちをこめて、プチギフトを贈りたいスポーツ選手
(自由回答形式)



【図 33】 ◆今年の一年の活躍に、“感動をありがとう！”の気持ちをこめて、プチギフトを贈りたいスポーツ選手
(自由回答形式)



《調査概要》

- ◆調査タイトル：お歳暮とプチギフトに関する調査
- ◆調査対象：ネットエイジアリサーチのインターネットモニター会員を母集団とする
全国の20歳～79歳（ただし、学生は除く）

内訳：男性 20代 83名/30代 83名/40代 83名/50代 83名/60代 84名/70代 84名
女性 20代 83名/30代 83名/40代 83名/50代 83名/60代 84名/70代 84名
- ◆調査期間：2014年10月2日～10月4日の3日間
- ◆調査方法：インターネット調査
- ◆調査地域：全国
- ◆有効回答数：1,000サンプル
(有効回答から上記内訳数になるよう1,000サンプルを抽出)
- ◆実施機関：ネットエイジア株式会社
(調査協力会社：ネットエイジア株式会社 担当：吉田)

■■報道関係の皆様へ■■

本ニュースレターの内容の転載にあたりましては、
「マルハニチロ調べ」と付記のうえ
ご使用くださいますよう、お願い申し上げます。

■■本調査に関するお問合せ窓口■■

マルハニチロ株式会社
TEL : 03-6833-0826
Eメール : koho@maruha-nichiro.co.jp
受付時間 : 9時00分～18時00分(月～金)

■■会社概要■■

代表者名：代表取締役社長 伊藤 滋
設立 : 1943年3月31日
(2014年4月にマルハニチロ株式会社に社名変更)
所在地 : 東京都江東区豊洲3-2-20 豊洲フロントビル
業務内容：漁業・養殖、水産物の輸出入・加工・販売、
冷凍食品・レトルト食品・缶詰・練り製品・化成品・飲料の製造・加工・販売、
食肉・飼料原料の輸入、食肉製造・加工・販売

会社および商品の詳細は <http://www.maruha-nichiro.co.jp/> をご覧ください。