

お菓子の手土産についての意識調査 コロナ禍で購買機会減少も購入意欲は多数

国内最大級の顧客満足度向上プラットフォーム「ファンくる」を運営する株式会社 ROI（本社：東京都千代田区 代表取締役社長：山口敬人）は、「ファンくる」会員を対象に、定期的に消費者の意識調査を実施しています。今回は価格高騰の意識調査（有効回答数 1,000 名）を 2022 年 4 月 15 日～4 月 19 日に実施しました。



4 月 29 日から、地域によっては 3 年ぶりに宣言のないゴールデンウィークを迎えます。行楽地や観光地に賑わいは戻るのでしょうか。楽しい旅行に出かけた際、故郷に帰る際に多くの方が感謝の気持ちを込めて「手土産」を購入し渡すことと思います。今回はコロナ禍によって出かけることが減り一旦途絶えたかもしれない手土産の習慣が、いま消費者にはどのように捉えられているのか、ファンくる会員 1,000 名(男性:333 名 女性:667 名)を対象に、アンケート調査を実施しました。

コロナウイルスによる巣ごもりなどの影響でお菓子の消費量が「増えた」人は 41%。一方、手土産としてお菓子を購入する頻度は「減った」人が 52%で、人と会う機会が減ったことが大きく影響したようです。しかし、その中でも全く買わない人は約 20%で残りの約 80%の人はコロナ禍でも手土産を購入しています。

手土産の購入目的は「友人宅などの訪問の挨拶」が最も多く、デパートなどの百貨店で洋

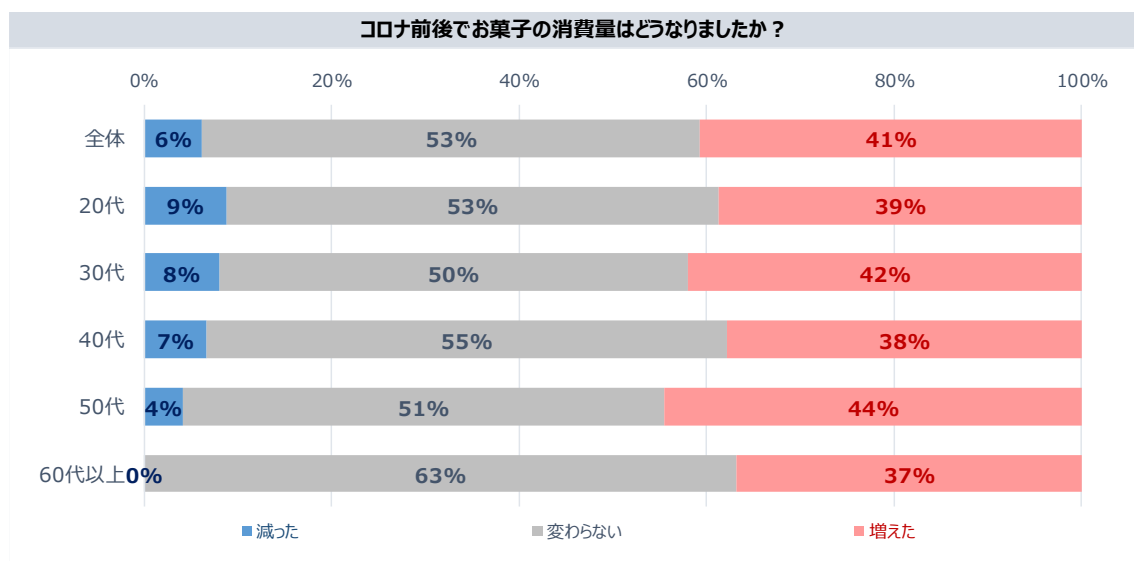
菓子を購入する傾向にあるようです。手土産に買いたいと思うお菓子を知るきっかけは「テレビ」が最も多く 49%、次いでネットで調べるが 45%となりました。購入の決め手は「商品の質」で、重視するところは「相手の好みに合わせたもの」となっています。手土産の必要性を感じている人が 62%、コロナウイルスによる行動制限が緩和したら積極的に手土産を購入したいとする人が 67%となりました。

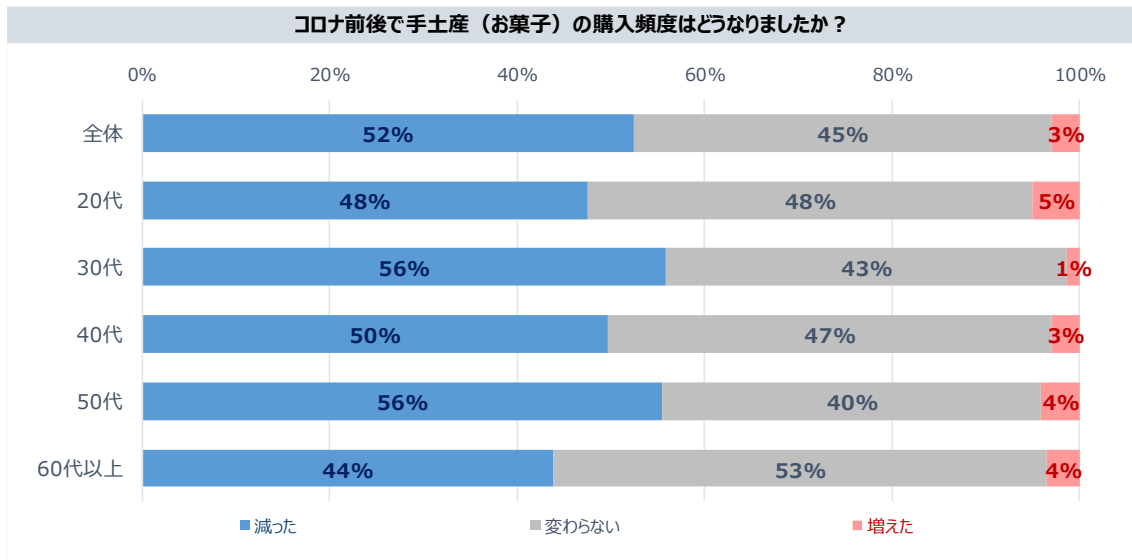
【調査結果サマリー】

1. コロナ禍でお菓子の消費量は「増えた」41%、手土産の購入頻度は「減った」52%
2. 手土産の購入目的は「友人宅などの訪問の挨拶」
3. お菓子の手土産はデパートなどの百貨店で洋菓子を購入する人が最多
4. 手土産に買いたいと思うお菓子を知るきっかけは「テレビ」、決め手は「質」、重視するところは「相手の好み」
5. 手土産購入に肯定的かつ意欲的な人が半数以上

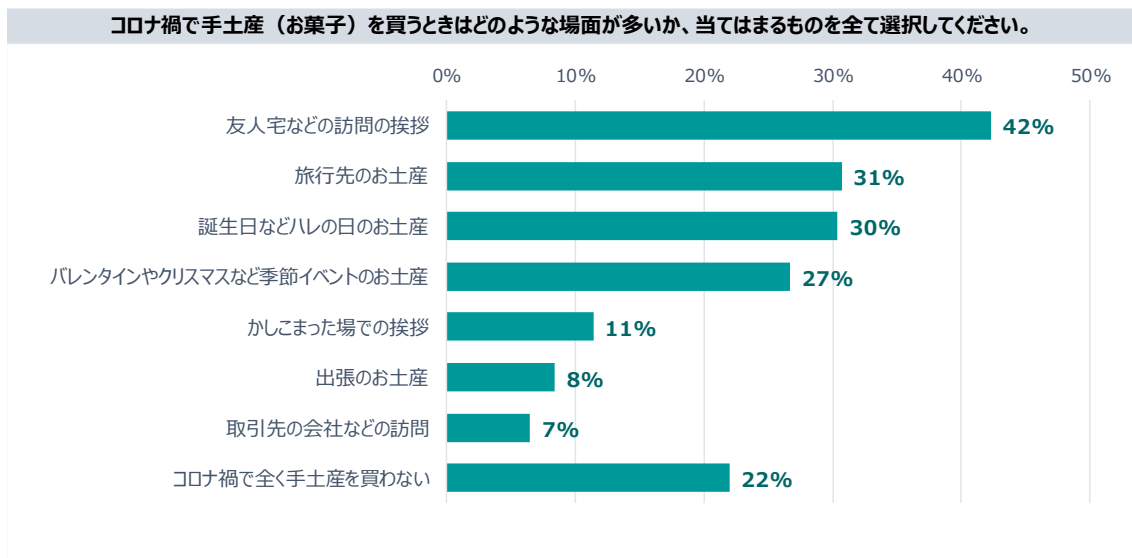
【調査結果】

1. コロナ禍でお菓子の消費量は「増えた」41%、手土産の購入頻度は「減った」52%

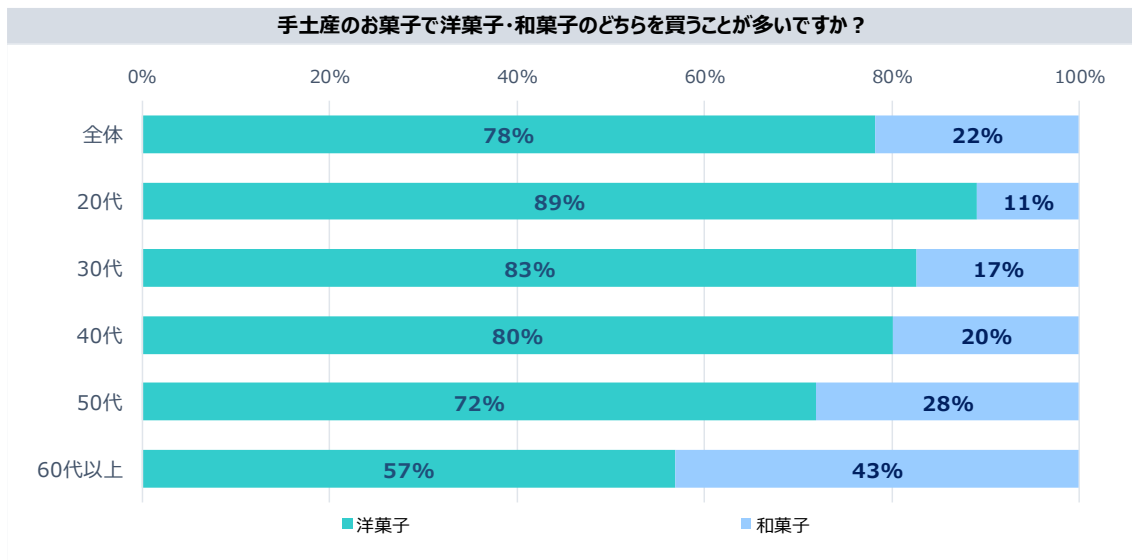
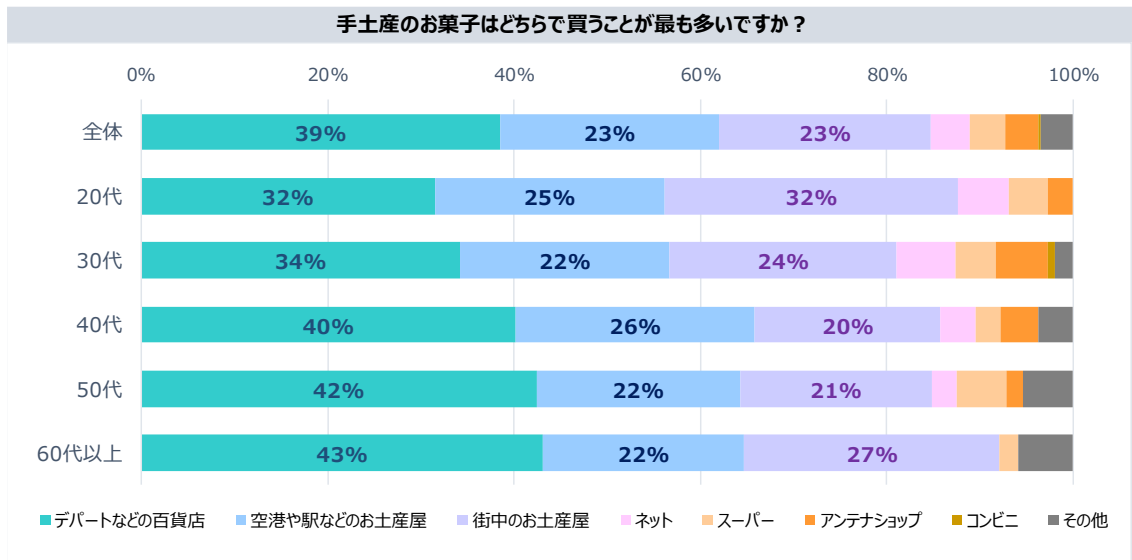




2.手土産の購入目的は「友人宅などの訪問の挨拶」

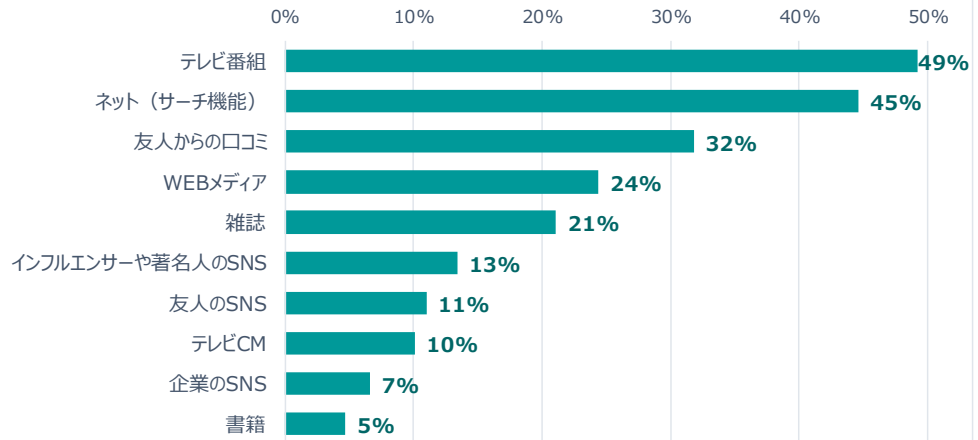


3.お菓子の手土産はデパートなどの百貨店で洋菓子を購入する人が最多

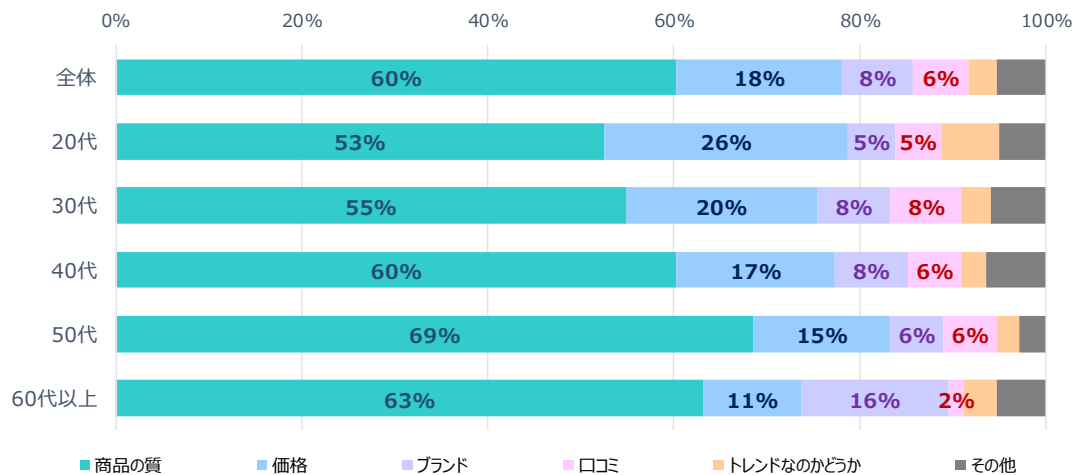


4.手土産に買いたいと思うお菓子を知るきっかけは「テレビ」、決め手は「質」、重視するところは「相手の好み」

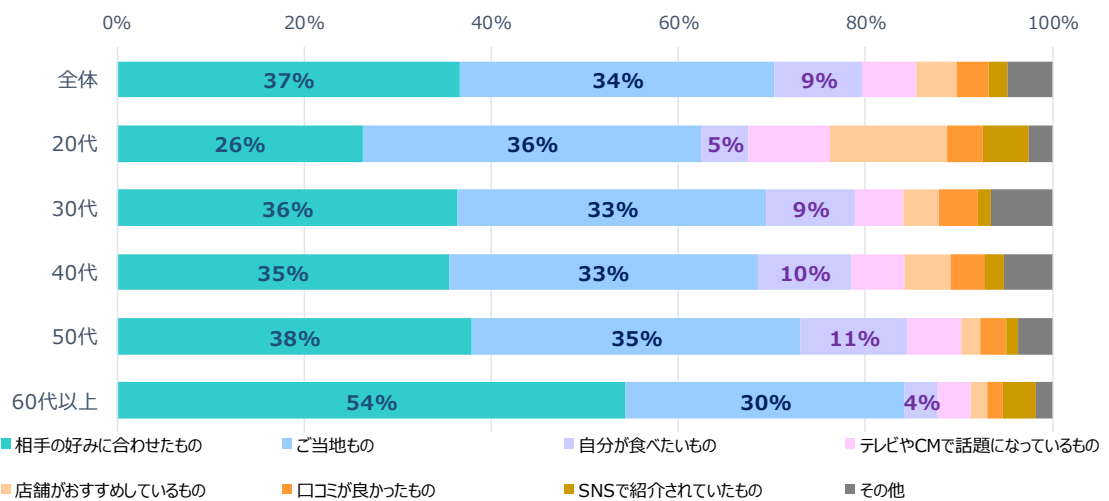
買いたいと思うお土産（お菓子）を知るきっかけとして当てはまるものを全て選択してください。



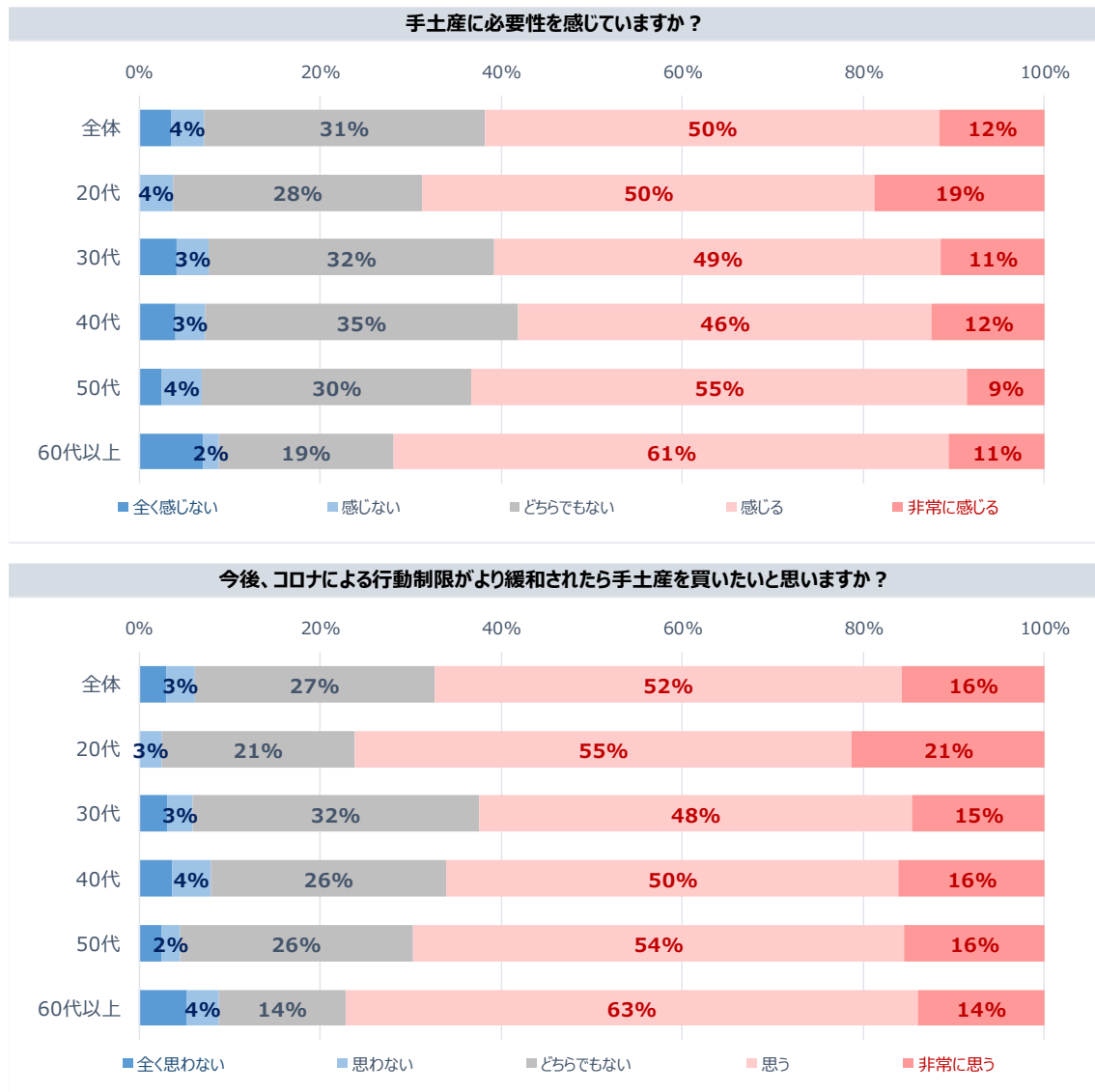
手土産のお菓子購入の最も決め手となるものを選択してください。



どのような手土産（お菓子）を選ぶことが多いか、当てはまるものを全て選択してください。



5.手土産購入に肯定的かつ意欲的な人が半数以上



コロナ禍でお菓子の手土産を購入する頻度はコロナ前と比較し減ったとする人が多くいました。しかし多くの人が手土産を必要であると感じています。その理由として「相手を喜ばせたい」という回答が最も多くあり、日本における気遣いの文化が根付いていることがわかります。今後も手土産を買いたいとする人も多く、コロナ禍で購入頻度は減少していますが「全く買わない」という選択肢は少ないようです。

本調査ではこれ以外に、手土産にかける金額や手土産に求めることなど全36問で回答を得て、年代別、性別、職業別、既婚・未婚別に集計しています。

【調査概要】

調査方法：インターネット調査

調査対象：一般消費者

回答者：「ファンくる」に登録している全国 120 万人のユーザー

回答数：1,000 名（男性=333／女性=667）

調査時期：2022 年 4 月 15 日～4 月 19 日

調査項目：お菓子の手土産についての意識調査

設問数：36

※本調査の全結果をご希望の方は、ぜひ当社までご連絡ください。

※本調査結果引用時のお願い

本調査結果の引用時には、以下のご対応をお願い申し上げます。

クレジットに「ファンくる(株式会社 ROI)調べ」と明記してください。

WEB 上で引用いただく際には、「ファンくる」(<https://www.fancrew.jp/>)リンク付与をお願いいたします。

【ファンくるについて】



累計 3,000 社にご利用いただいている国内最大級の顧客満足度向上プラットフォームです。全国 120 万人の会員様に実際に店舗やご自宅でモニターとなっていただき、その体験と声を収集して精緻に分析し企業様にフィードバックすることで、よりお客様の声を反映したサービスを構築していただけます。

「ファンくる」を導入することでコロナ禍においても売り上げが V 字回復している企業・店舗様も多く、これはその企業・店舗様が「ファンくる」によって収集・分析された生活者のリアルな体験と声をサービスに反映させ、リピーターの獲得、ファン作りに成功されているからに他なりません。「ファンくる」は現在、飲食店だけでなく、美容室、食品・飲料メーカーなどの幅広い事業者の方にご利用いただいています。

【会社概要】

■会社名：株式会社 ROI

■代表者：代表取締役社長 山口敬人

■資本金：1 億円

■創業：2004 年 8 月 26 日

■所在地：東京都千代田区岩本町 1-10-5 TMM ビル 4F

■TEL：03-4400-6630

■FAX：03-5809-1468

■URL：<https://www.j-roi.com/>

■事業内容：モニター調査サービス「ファンくる」(<https://www.fancrew.jp/>)」の運営・開発

顧客満足度向上プラットフォーム「ファンくるクラウド CS」(<https://biz.fancrew.jp>)」の運営・開発

【本件に関するお問い合わせ】

■株式会社 ROI （担当：広報、Email：pr@j-roi.com）