

季節限定の飲料・食品についての消費者調査

「季節限定」の飲料・食品を見かけた際、定番の商品と比べて「購買意欲が高まる」89%

【調査結果サマリー】

1. 季節限定の飲料・食品を見かけた際、定番の商品と比べて「購買意欲が高まる」89%
2. 季節を連想する商品パッケージに惹かれて「購入予定のなかった商品を購入したことがある」86%
3. 季節限定の飲料・食品の情報収集源は「店頭（ディスプレイ・POP）」81%
4. 季節限定の飲料・食品の購入場所は「スーパー」と「コンビニエンスストア」
5. 季節限定の飲料・食品をきっかけに、そのブランドの定番商品を「購入したことがある」60%
6. 今年の春に「春限定の飲料・食品を購入したい」87%



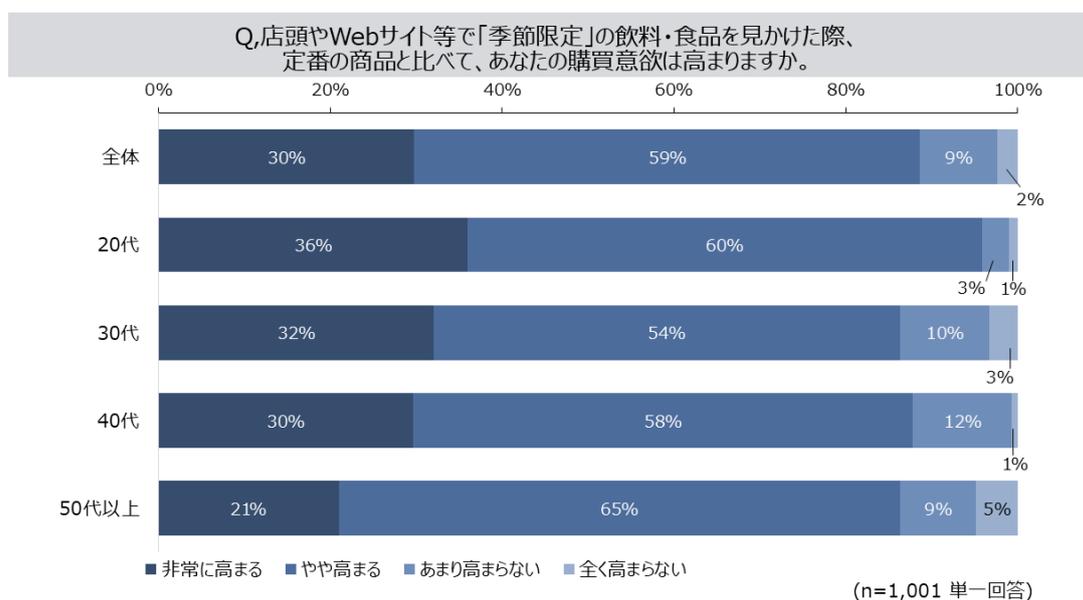
お客さまの声を最先端の分析でファン増加につなげる企業、株式会社ファンくる（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：山口敬人）は、「ファンくる」会員を対象に、定期的に消費者の意識調査を実施しています。今回は季節限定の飲料・食品について、購入場所や情報源などを「ファンくる」会員 1,001 名に調査を実施しました。

季節限定の飲料・食品を見かけた際、定番の商品と比べて「購買意欲が高まる」と回答した方は 89%という結果となりました。さらに、季節を連想する商品パッケージに惹かれて「購入予定のなかった商品を購入したことがある」と回答した方は 86%でした。季節限定の飲料・食品の主な情報収集源は「店頭（ディスプレイ・POP）」が 81%と最も多く、次いで「Web サイト」34%、「Instagram」25%でした。この結果から、店舗に来店した際に情報を見かけて購入する方や、インターネット及び SNS で情報収集をして購入する方が多いことが分かります。購入場所は「スーパー」80%と最多で、次いで「コンビニエンスストア」が 56%、「直営・専門店（飲食店）」が 38%でした。

また、季節限定の飲料・食品の購入をきっかけに、そのブランドの定番商品を購入した経験があるかを質問したところ「購入したことがある」と回答した方は 60%でした。年代別でみると「40 代」で購入経験がある方が多いようです。今年の春に春限定の飲料・食品を購入したいかという質問に対しては、「購入したい」と回答した方が 87%となり、引き続き「季節限定」を訴求とした商品の需要は高いと推測できます。

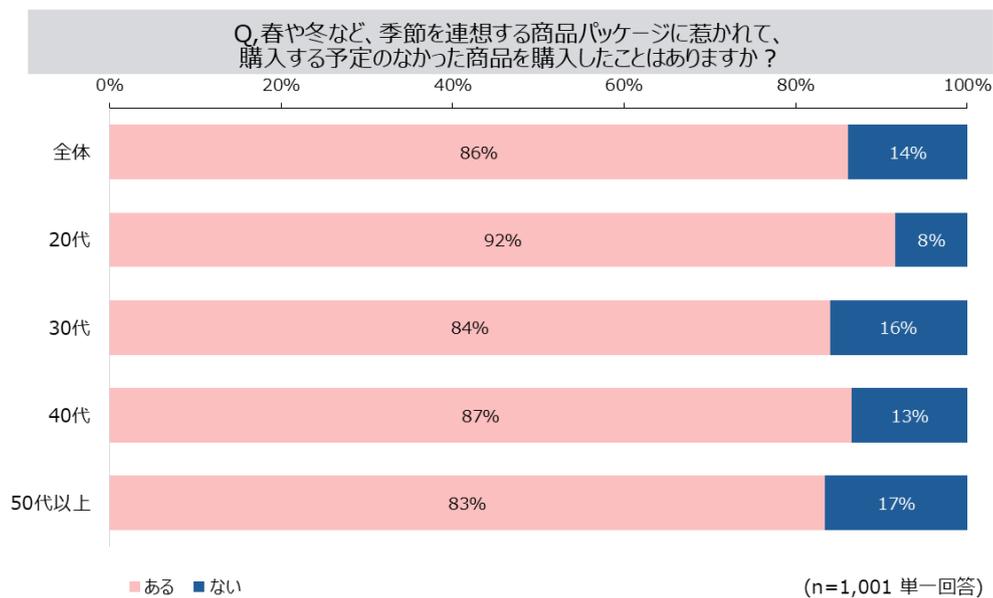
【調査結果】

1. 「季節限定」の飲料・食品を見かけた際、定番の商品と比べて「購買意欲が高まる」89%(※1)



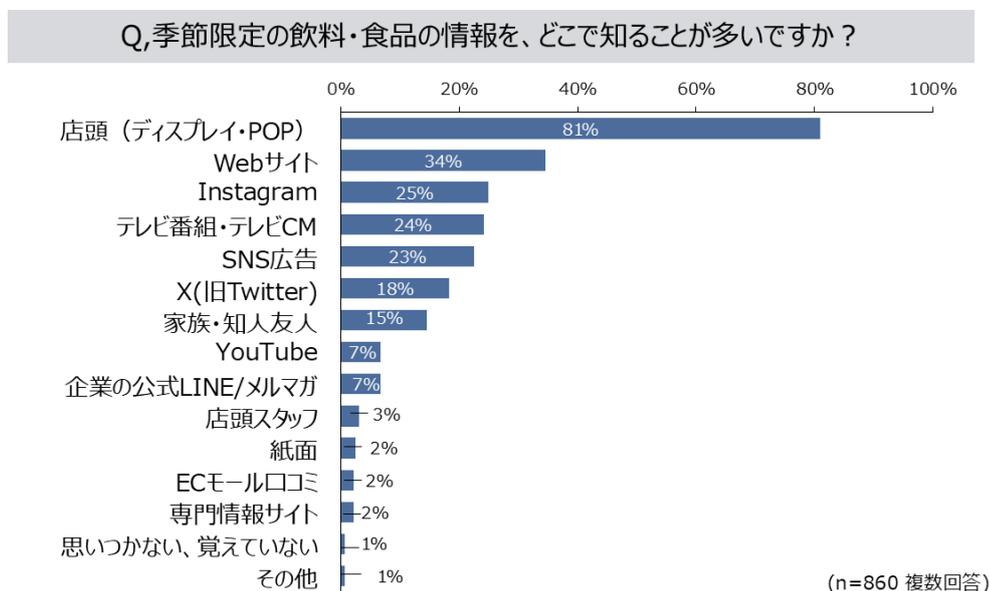
※1: 「非常に高まる」「やや高まる」と回答した方の合計値

2. 季節を連想する商品パッケージに惹かれて「購入予定のなかった商品を購入したことがある」86%



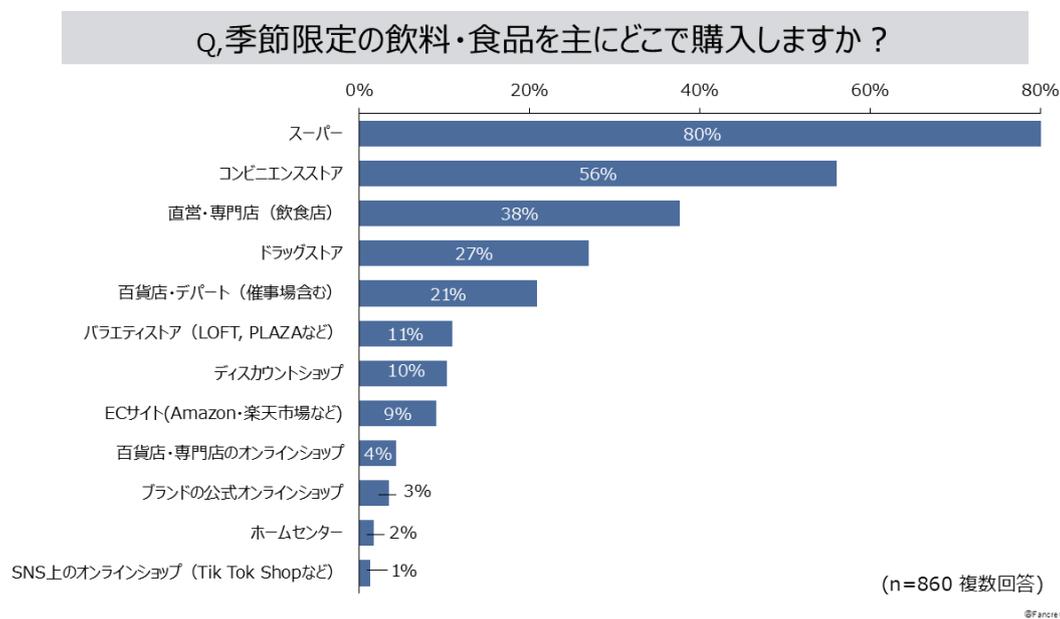
©Fancrew Inc.

3. 季節限定の飲料・食品の情報収集源は「店頭（ディスプレイ・POP）」81%

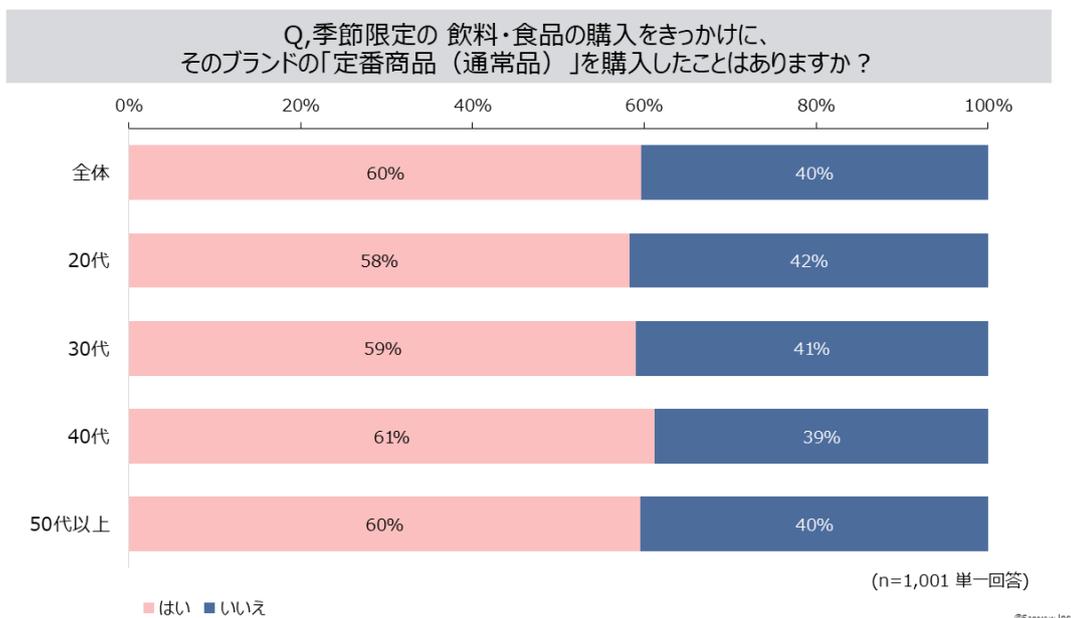


©Fancrew Inc.

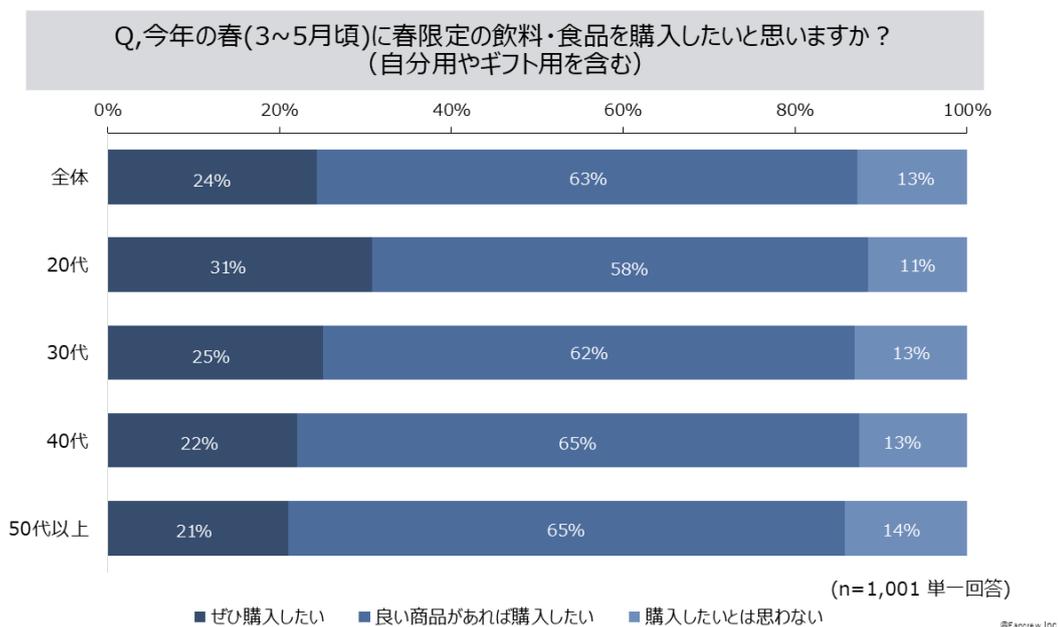
4. 季節限定の飲料・食品の購入場所は「スーパー」と「コンビニエンスストア」



5. 季節限定の飲料・食品の購入をきっかけに、そのブランドの「定番商品（通常品）」を「購入したことがある」60%



6. 今年の春に「春限定の飲料・食品を購入したい」87%（※2）



※2: 「ぜひ購入したい」「良い商品があれば購入したい」と回答した方の合計値

本調査ではこれ以外に季節限定商品の購買意欲向上に繋がるキャンペーン及び特典の内容や、ホワイトデー限定商品への興味関心など全 22 問で回答を得ています。

【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 150 万人のユーザー

回答者数：1,001 名

調査時期：2026 年 2 月 6 日～2 月 20 日

調査項目：季節限定の飲料・食品についての消費者調査

設問数：22 問

※グラフの構成比は小数点以下を四捨五入しているため、合計しても 100%にならない場合がございます。

※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「株式会社ファンくる（Fancrew Inc.）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】



お客様や従業員の声を独自の特許技術で分析することにより、店舗運営、商品開発、営業活動、従業員エンゲージメント等の向上を支援する様々な Web サービスをあらゆる業界に対して提供しています。また、体験型情報サイト「ファンくる」の運営や、インターネットリサーチなどのマーケティング支援も行っております。

【会社概要】

- 会社名：株式会社ファンくる
- 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
- URL：<https://www.fancrew.co.jp/>
- 事業内容：来店客調査「FancrewCR」の運用・開発
消費者モニター調査「Fancrew MR」の運用・開発
販促・店頭調査「Fancrew PR」の運用・開発
契約率向上ツール「Fancrew ICR・CSR」の運用・開発
従業員満足度調査「Fancrew ES」の運用・開発
体験型情報サイト「ファンくる」の運用・開発
インターネットリサーチ/マーケティング支援

【本件に関するお問い合わせ】

- 株式会社ファンくる（担当：広報、Email：pr@fancrew.co.jp）