

News Release

お中元や夏のギフトシーズン到来「贈り物・プレゼント」に関する意識調査

自分の感動体験をシェアしたい！

“美味しいと思った品”を誰かに贈ったことが「ある」人は66.2%

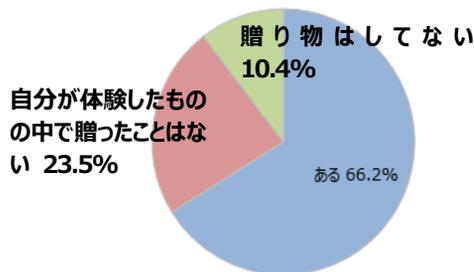
ご自宅用にもギフトに最適な大丸・松坂屋のお取り寄せ「GOHOUBI」で自分や大切な人へのご褒美を

大丸松坂屋百貨店は、お中元や夏の贈り物が本格化するシーズンに向けて、「贈り物・プレゼント」に関するインターネット調査を実施しました。普段どのような「贈り物」「プレゼント」をしているか、どのような基準で贈り物を選んでいるかなどのポイントについて以下にご報告します。

【調査TOPICS】

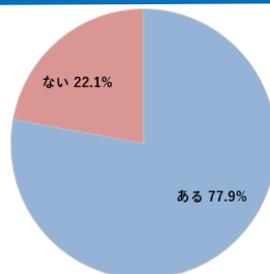
■ 自分が購入し体験した“良い・美味しい品” 66.2%が「贈ったことがある」と回答

Q 自分が買ったり、体験したもののなかで、良いと思ったものを誰かに贈ったことはありますか。(n=520)



■ 頑張った自分へのご褒美「買ったことがある」は約8割。若者ほど多い傾向に

Q 自分で自分に「ご褒美」を買ったことはありますか。(n=520)



「贈り物・プレゼント」に関する意識調査

調査方法 : Webアンケートによるリサーチ

調査期間 : 2023年5月6日（土）～7日（日）インターネット調査（マクロミル）

調査対象 : 全国の20～69歳の男女 計520人

【報道関係者からのお問い合わせ先】

大丸松坂屋百貨店 広報担当 金子・長野・片川 E-mail : kouhou@jfr.co.jp

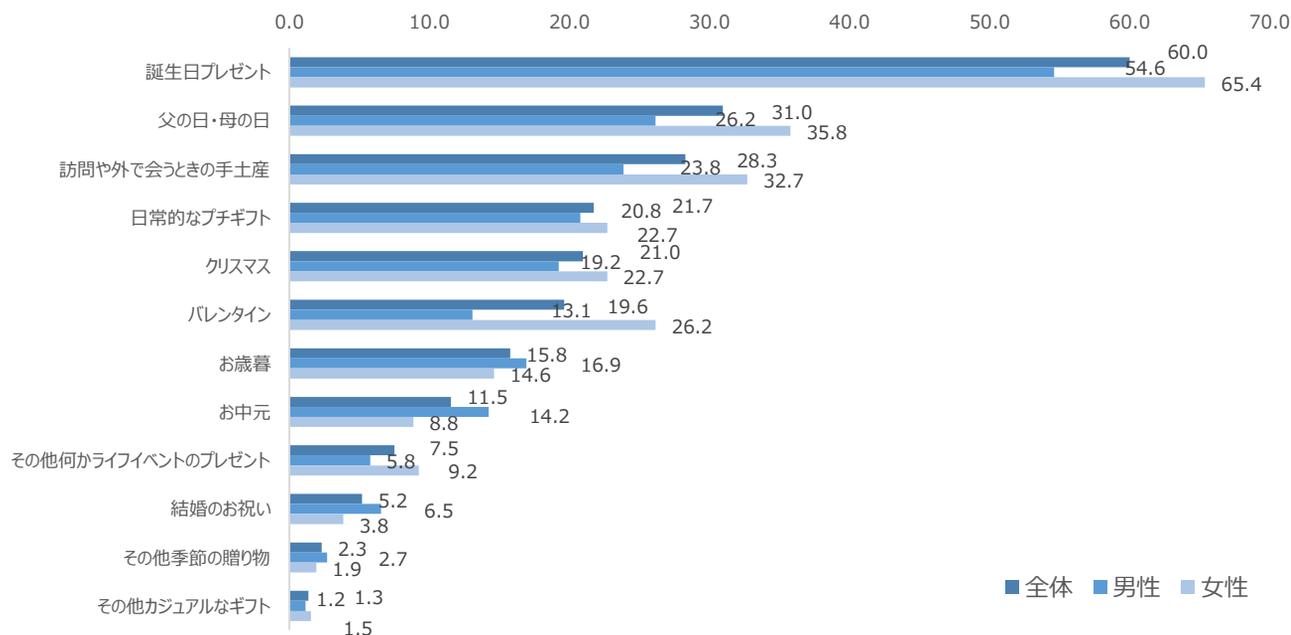
1. 直近1年以内に送った「贈り物」約5人に1人が「手土産」「プチギフト」など日ごろから日常的に「贈り物」をしていると回答

直近1年以内に自分以外の誰かに贈った「贈り物・プレゼント」は、1位「誕生日プレゼント」が60.0%、2位「父の日・母の日」31.0%、3位「訪問や外で会うときの手土産」28.3%と続きました。男女別では、トップ3の値はいずれも男性よりも女性の方が10.0ポイント以上高く、女性の方が「贈り物」「プレゼント」を送る人が多い傾向であることが判明しました。

年代別で見ると、「誕生日プレゼント」は全世代で5割を超える結果となりました。「父の日・母の日」は30代が約4割実施したという回答でほかの年代よりも多い結果となりました。

「誕生日プレゼント」「お中元」「お歳暮」「クリスマス」「バレンタイン」「父の日・母の日」などイベントの贈り物を除くと、「訪問や外で会うときの手土産」28.3%、「プチギフト」21.7%と、約5人に1人は日ごろから日常的に「贈り物」「プレゼント」をしていることが分かりました。

Q 直近1年以内に「贈り物・プレゼント」としたもので、あてはまるものをお選びください。(MA)



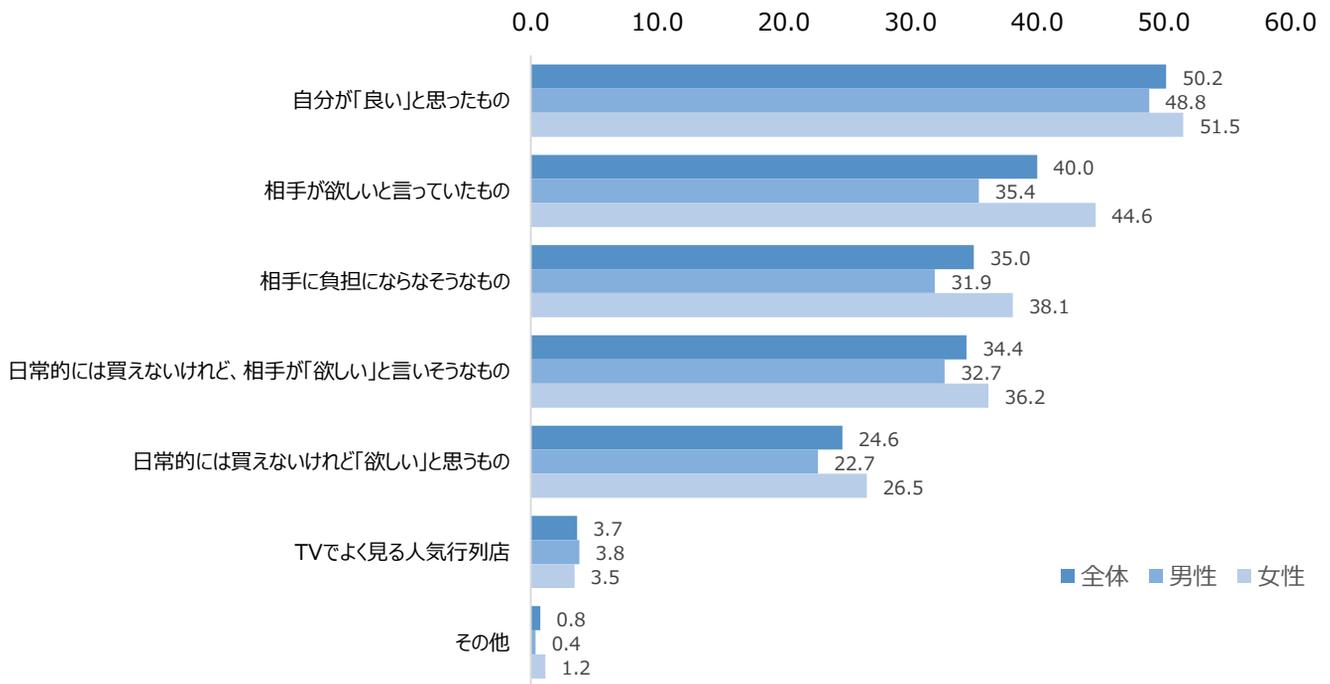
全体		20代		30代	
1位	誕生日プレゼント 60.0%	1位	誕生日プレゼント 68.3%	1位	誕生日プレゼント 58.7%
2位	父の日・母の日 31.0%	2位	父の日・母の日 29.8%	2位	父の日・母の日 39.4%
3位	訪問や外で会うときの手土産 28.3%	3位	バレンタイン 26.0%	3位	訪問や外で会うときの手土産 30.8%
4位	日常的なプチギフト 21.7%	4位	訪問や外で会うときの手土産 24.0%	4位	日常的なプチギフト 23.1%
5位	クリスマス 21.0%	5位	クリスマス 21.2%	5位	クリスマス 21.2%
6位	バレンタイン 19.6%	6位	日常的なプチギフト 19.2%	6位	バレンタイン 17.3%

40代		50代		60歳以上	
1位	誕生日プレゼント 61.5%	1位	誕生日プレゼント 53.8%	1位	誕生日プレゼント 57.7%
2位	父の日・母の日 33.7%	2位	父の日・母の日 33.7%	2位	お歳暮 29.8%
3位	訪問や外で会うときの手土産 32.7%	3位	訪問や外で会うときの手土産 27.9%	3位	日常的なプチギフト 26.0%
4位	クリスマス 26.9%	4位	日常的なプチギフト 19.2%	4位	訪問や外で会うときの手土産 26.0%
5位	バレンタイン 25.0%	5位	クリスマス 19.2%	5位	お中元 22.1%
6位	日常的なプチギフト 21.2%	6位	お歳暮 17.3%	6位	父の日・母の日 18.3%

2. 贈り物を選ぶ基準は「自分が良いと思ったもの」が5割超えて最多

「贈り物」を選ぶときの基準を聞いたところ（3つまで回答可）、1位「自分が『良い』と思ったもの」50.2%、2位「相手が欲しいと言っていたもの」40.0%、3位「相手も負担にならなそうなもの」35.0%となりました。男女別では、男女とも1・2位は全体と同じ結果でしたが、3位については、男性「日常的に買えないけれど相手が『欲しい』と言いつなもの」32.7%、女性「相手も負担にならなそうなもの」38.1%と異なる結果になりました。年代別で見ると、年齢が上がるほど「自分が『良い』と思ったもの」を基準にする人が増えていることが分かりました。30代は「日常的に買えないけれど『欲しい』と思うもの」を基準にする人が他の年代に比べて高い傾向でした。

Q 贈り物を選ぶときの基準を教えてください (n=520)



	全体	20代	30代	40代	50代	60歳以上
1位 自分が「良い」と思ったもの	50.2	52.9	43.3	46.2	52.9	55.8
2位 相手が欲しいと言っていたもの	40.0	39.4	43.3	43.3	39.4	34.6
3位 相手に負担にならなそうなもの	35.0	37.5	38.5	34.6	34.6	29.8
4位 日常的には買えないけれど、相手が欲しいと言いつなもの	34.4	29.8	33.7	34.6	39.4	34.6
5位 日常的には買えないけれど「欲しい」と思うもの	24.6	15.4	29.8	26.0	23.1	28.8

3. 喜ばれるプレゼントの調査手段は「Webで調べる」が、62.9%

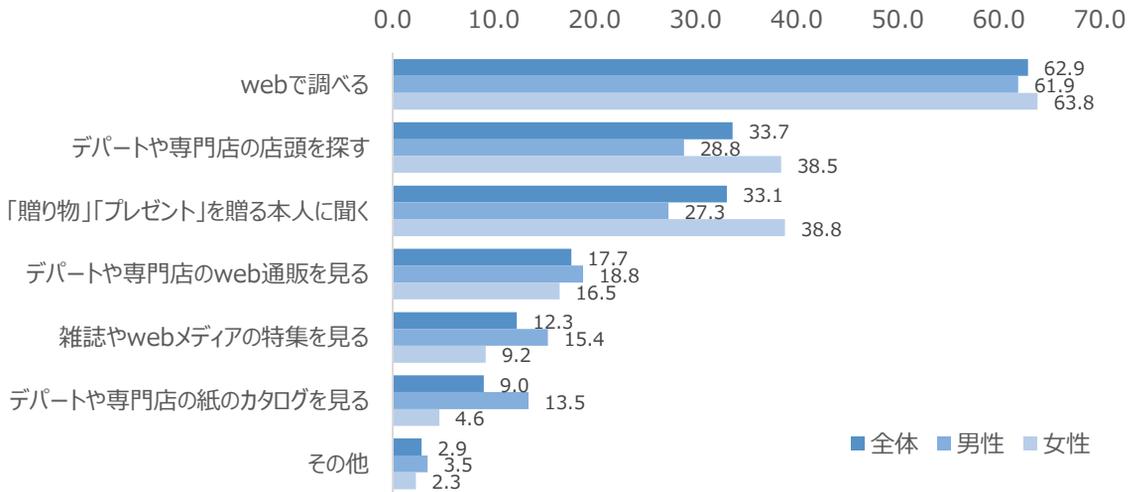
どのような「贈り物・プレゼント」が喜ばれるか調べる際、調査方法の1位は「Webで調べる」62.9%、2位「デパートや専門店の店頭を探す」33.7%、3位「『贈り物・プレゼント』を贈る本人に直接聞く」が33.1%という結果となりました。どの年代でも6割以上の方が「Webで調べる」ことが分かりました。

男女別考察：男性は贈る相手が喜ぶ品を店頭やWebなど、下調べをする傾向に

男性2位「デパートや専門店の店頭を探す」28.8%、男性3位「『贈り物』『プレゼント』を贈る本人に聞く」が27.3%。

女性2位「『贈り物・プレゼント』を贈る本人に聞く」38.8%、女性3位「デパートや専門店の店頭を探す」38.5%。

Q どのような「贈り物」「プレゼント」が喜ばれるか調べる際、あなたはどのように調べますか。（いくつでも）



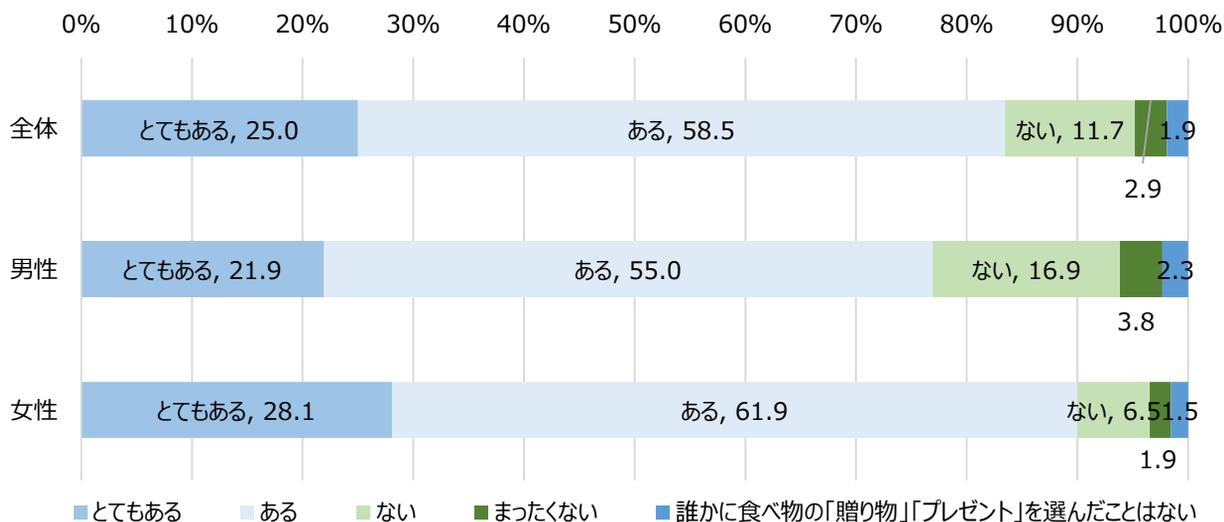
	全体	20代	30代	40代	50代	60歳以上
1位 Webで調べる	62.9	68.3	71.2	56.7	65.4	52.9
2位 デパートや専門店の店頭を探す	33.7	24.0	35.6	38.5	30.8	39.4
3位 「贈り物」「プレゼント」を送る本人に聞く	33.1	30.8	25.0	39.4	37.5	32.7
4位 デパートや専門店のWeb通販を見る	17.7	23.1	21.2	10.6	21.2	12.5
5位 雑誌やWebメディアの特集を見る	12.3	14.4	16.3	13.5	10.6	6.7
6位 デパートや専門店の紙のカタログを見る	9.0	10.6	6.7	8.7	7.7	11.5

4. 「スイーツや総菜の食の贈り物」、自分も分もほしいと思ったことある人は8割！

スイーツや総菜など食の贈り物・プレゼントを選ぶ際、自分の分も欲しいと思ったことはあるか尋ねたところ、「とてもある」25.0%、「ある」58.5%で、自分の分も欲しいと思ったことがある人は『ある』合計83.5%となり、大半の人が「自分の分も欲しい」と思っていることが分かりました。

男女別で女性を見ると『とてもある / ある』の合計が90.0%となり、女性がよりその傾向が強いことが判明。

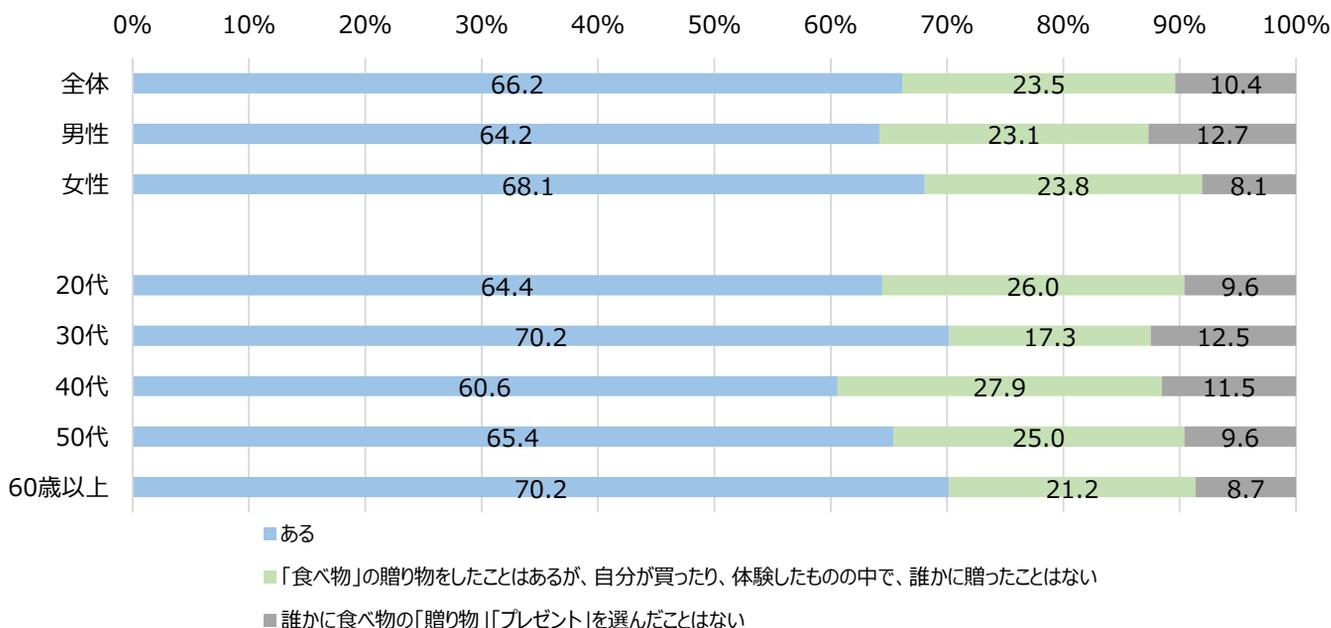
Q 自分以外の誰かに贈る「贈り物」「プレゼント」を選んでいるとき、自分の分も欲しいと思ったことはありますか。(n=520)



5. 自分が購入し体験した“良い・美味しい品” 66.2%が「贈ったことがある」と回答

自分が買ったり、体験し美味しいと感じて“良い”と思った品を贈ったことがあるかを尋ねたところ「ある」と答えた人は66.2%。年代別では、30代と60歳以上の世代が7割以上の方が「ある」と回答しました。

Q 自分が買ったり、体験したもので、良いと思ったものを誰かに贈ったことはありますか。(n=520)

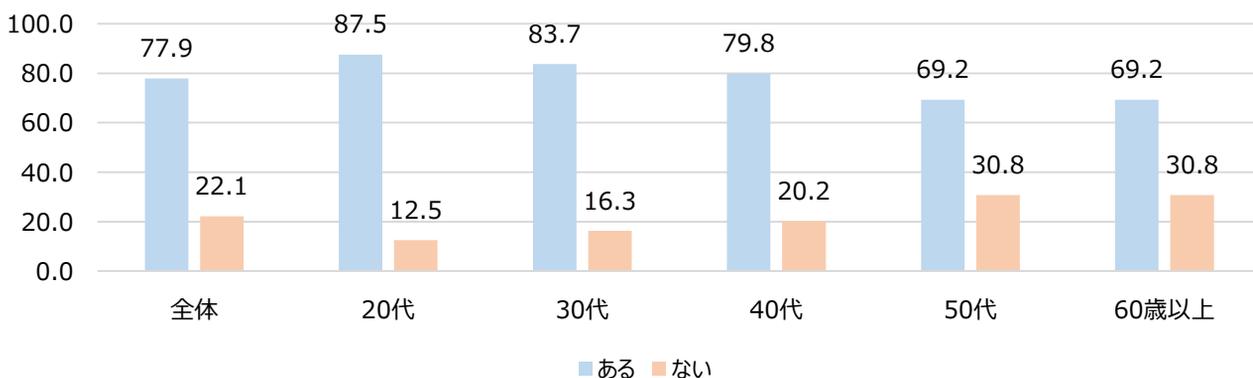
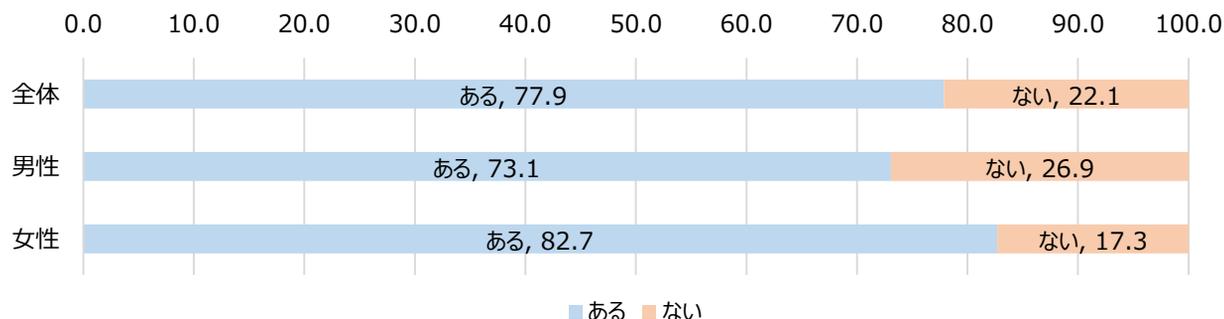


6. 頑張った自分へのご褒美「買ったことがある」は約8割。若者ほど多い傾向に

頑張った自分に「ご褒美」を買ったことはありますか、と尋ねたところ、「ある」が77.9%という結果になりました。

男女別では男性「ある」73.1%、女性「ある」82.7%と特に女性の方が多い結果となり、「ある」と答えた人たちを年代別で見ると、20代が87.5%、30代が83.7%、40代が79.8%、50代が69.2%、60歳以上が69.2%でした。20代と30代の8割以上が、自分への「ご褒美」を買ったことがあると分かりました。

Q 自分で自分に「ご褒美」を買ったことはありますか。(n=520)

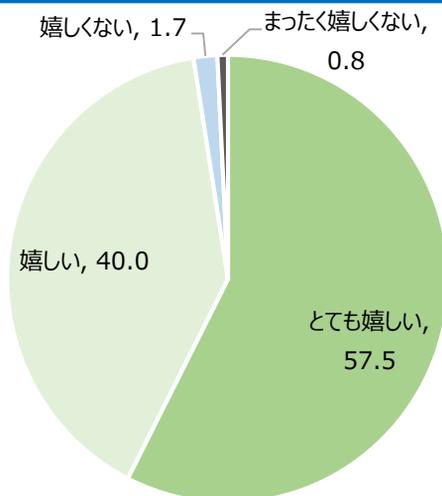


7. 全世代で共通。贈り物・プレゼントをもらったらうれしい人が97.5%

「贈り物・プレゼント」を貰ったら嬉しいと思いますかという問いには、「とても嬉しい」57.5%、「嬉しい」40.0%となり、『嬉しい』合計97.5%という結果になりました。

男女別でも、男性『嬉しい』合計96.9%、女性『嬉しい』合計98.1%であり、またどの年代も、プレゼントをもらって嬉しいと感じることが分かりました。

Q 自分以外から「贈り物」「プレゼント」を貰ったら嬉しいと思いますか。(n=520)



7. 贈り物・プレゼントをもらったら特に嬉しいと思うもの 1位「知る人ぞ知る、または隠れた名店の商品」43.8%

40代は、「これからヒットする商品」が5位にランクイン、他世代と比較して情報感度の高い傾向に

「もらったら嬉しい贈り物・プレゼント」について尋ねたところ、1位「知る人ぞ知る、または隠れた名店の商品」43.8%、2位「昔ながらの老舗店の商品」34.1%、3位「特に気にしない」33.9%という結果になりました。

男女別でみると、男性は2位に「特に気にしない」33.3%となり、女性2位は「行列必至の人気店の商品」40.4%となりました。

年代別では、40代に注目してみました。

2位に「昔ながらの老舗店の商品」45.1%と上位に入っており、他の年代平均より12%も多い結果となりました。

また、他の世代にはない特徴として「これからヒットする店の商品」が気になるが5位にランクインしており、日頃から積極的に情報収集をしており、情報感度の高さや先取性が表れた結果となりました。

Q 貰ったら特に嬉しいと思うものはどれですか。(いくつでも)

全体	男性	女性
1位 知る人ぞ知る、または隠れた名店の商品 43.8%	知る人ぞ知る、または隠れた名店の商品 40.1%	知る人ぞ知る、または隠れた名店の商品 47.5%
2位 昔ながらの老舗店の商品 34.1%	特に気にしない 33.3%	行列必至の人気店の商品 40.4%
3位 特に気にしない 33.9%	昔ながらの老舗店の商品 30.6%	昔ながらの老舗店の商品 37.6%
4位 行列必至の人気店の商品 33.5%	行列必至の人気店の商品 26.6%	特に気にしない 34.5%
5位 数量限定の商品 26.2%	数量限定の商品 22.6%	数量限定の商品 29.8%

20代	30代	40代
1位 知る人ぞ知る、または隠れた名店の商品 41.4%	知る人ぞ知る、または隠れた名店の商品 45.0%	知る人ぞ知る、または隠れた名店の商品 49.0%
2位 行列必至の人気店の商品 36.4%	行列必至の人気店の商品 37.0%	昔ながらの老舗店の商品 45.1%
3位 特に気にしない 33.3%	特に気にしない 36.0%	行列必至の人気店の商品 35.3%
4位 数量限定の商品 29.3%	昔ながらの老舗店の商品 28.0%	数量限定の商品 25.5%
5位 昔ながらの老舗店の商品 27.3%	数量限定の商品 27.0%	これからヒットする店の商品 17.6%

50代	60歳以上
1位 知る人ぞ知る、または隠れた名店の商品 47.1%	特に気にしない 41.3%
2位 行列必至の人気店の商品 36.3%	知る人ぞ知る、または隠れた名店の商品 36.5%
3位 昔ながらの老舗店の商品 34.3%	昔ながらの老舗店の商品 35.6%
4位 数量限定の商品 33.3%	行列必至の人気店の商品 23.1%
5位 特に気にしない 33.3%	数量限定の商品 16.3%

ギフト担当よりコメント

初めて実施した贈り物に関する意識調査では、世代関わらず贈答に対する欲求が顕著に現れました。特に、自分が好むもの、美味しいと感じた経験を、知己にも薦めたいという数値が7割いらっしゃいました。または、日頃のご褒美として自己贈答のニーズも8割の方が購入したという結果でした。本データを通して、ここ数年贈答文化がカジュアル化してきているというトレンドが顕在化していることを実感いたしました。ギフトマーケットは拡大しているのに、「中元・歳暮」の縮小傾向にあります。「中元・歳暮」の減少対策ではなく、「ギフト全体」の需要をより高めることを目標とし儀礼にとらわれずに新しいギフトの形を模索してまいりたいと思います。これからは、「カジュアルに、楽しく、自分も楽しんでみたい」モノやコトが、大丸・松坂屋に足を運ぶとまたはネットで検索すると出会うことができるサービスを提供してまいります。



ギフト企画担当 田中 直毅

自分へのご褒美や大切な人へのギフトに 新たなメディア「GOHOUBI（ごほうび）」

「GOHOUBI」は、知る人ぞ知る名店やグルメ店との出会いの場を提供するメディアです。2022年歳暮商戦を機に新たにネット通販サイト「大丸松坂屋オンラインストア」内にグルメお取り寄せ特集サイトを設置しました。また、紙のカタログも合わせて発行しています。

商品は、ホテルやデパ地下グルメ・スイーツに精通したインフルエンサー・里井真由美さんコメント付きのお取り寄せスイーツなどを特集するほか、大丸・松坂屋バイヤーなどグルメに精通した食通キュレーターの推薦したスイーツ&グルメを約170種類以上取り揃えています。自分へのご褒美や大切な人へのギフトとして、従来カタログよりも若い40代をメインターゲットとして、ECを中心に通年展開しています。



人気商品の一部をご紹介します。 ＜TOP 5＞

順位	ブランド/商品名	掲載商品
1	〈福岡/JAみずま〉 あまおういちご 税込5,940円	
2	〈京都・山科/ライオンカフェ〉 ふわふわパンケーキサンド 税込4,480円	
3	〈京都/苺のお店 メゾン・ド・フルージュ〉 苺のアイスもなか 3種 税込5,400円	
4	〈芦屋楽膳〉 玄楽おはぎカラフルセット 税込5,400円	
5	〈北海道・釧路/フランス〉 neyuki 税込5,184円	

2023年 大丸・松坂屋 夏の贈り物について

大丸・松坂屋各店では、6月1日(木)から店頭でお中元ギフトのご注文承りを開始いたします。
また、大丸松坂屋オンラインストアでは、先行して5月9日(火)14時からご注文承りを開始いたします(一部商品を除く)

2020年以降、外出規制や行動制限など多くの制約がありましたが、今後は規制前のような日常へと移り変わり、自由で明るい未来が訪れる節目の時期と捉えています。今夏は、お客様の消費も昨年より活発になると予想しており、お世話になっている方やご家族、ご友人への贈り物として、そしてご自身へのご褒美としてお楽しみいただける厳選されたギフトの数々をご用意しました。またここ数年、リベンジ消費や節約消費など、その時々時代の時代に応じた消費活動が顕在化してまいりました。これからは、新しい暮らし方によって新たな価値観が浸透し、それぞれの価値を見いだした消費スタイル「厳選消費」の動きが強まると考えています。

消費行動が一段と活性化することを期待して、当社では「高級感あふれるスイーツ」や「知る人ぞ知るあのレストランシェフの味」、そして「全国ご当地グルメ」まで、お取り寄せ品の取り扱い数を対前年比+3.0%増やし、販売を強化します。