



2019年5月28日

報道関係各位

株式会社高島屋
株式会社ロイヤリティ マーケティングPonta提携社とお届け！「Pontaいま」
2019年5月「お中元」に関する調査**贈る？贈らない？お中元に対するイメージのギャップが最も大きいのは“感謝を伝える”気持ち
- 贈りはじめたきっかけは“結婚”が上位、自家用購入意向は20代(40.7%)が最多 -**

株式会社高島屋(本社：大阪府大阪市中央区、代表取締役社長：村田 善郎、以下「高島屋」と、共通ポイントサービス「Ponta (ポンタ)」を運営する株式会社ロイヤリティ マーケティング(本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：長谷川 剛、以下「LM」)は、「お中元」に関する調査結果をご報告いたします。本調査は、あなたの知りたい“いま”をPonta提携社と調べる「Pontaいま」2019年5月調査として、「Pontaリサーチ」にて実施いたしました。

<今年のお中元を贈る意向：贈答用・自家用(自家用)>

- ・今年のお中元を「贈る予定」、「良いものがあれば贈ってもよい」は合わせて42.2%
- ・お中元商品を自家用(自家用)として「購入してみたい」、「良いものがあれば購入してもよい」は合わせて39.6%

<今年のお中元を贈る意向：年代別 × 贈答用・自家用(自家用)>

- ・年代別で、60代は63.0%がお中元を贈る意向
- ・お中元商品の自家用(自家用)購入意向、20代は40.7%と最多

<お中元商品の自家用(自家用)ニーズ>

- ・自家用(自家用)で購入してみたいお中元商品は1位「洋菓子」(41.9%)、2位「アイスクリーム・ジェラート・ゼリー」(37.1%)、3位「和菓子」(31.3%)と菓子類が人気

<お中元を贈り始めたきっかけ・贈り先>

- ・お中元を贈り始めたきっかけ、「日ごろの感謝を伝えたい相手ができたため」(33.9%)が1位、「結婚をしたため」(31.9%)が2位
- ・今年お中元を贈る予定の相手は、「お世話になった人(恩師・友人など)」(42.4%)が1位

<お中元の購入予定場所>

- ・お中元の購入予定場所、「【店舗】百貨店・デパート」(34.8%)が1位
- ・年代別で、20代の42.0%が「【店舗】百貨店・デパート」で購入予定

<【店舗】百貨店・デパート / 総合スーパーで購入予定の理由>

- ・「【店舗】百貨店・デパート」・「【店舗】総合スーパー」で購入する理由、ともに1位は「例年そこで購入しているから」
- ・「【店舗】百貨店・デパート」で購入する理由、“ブランド”に支持
- ・「【店舗】総合スーパー」で購入する理由、“特典(送料・早割)”が支持される傾向

<【オンライン】百貨店・デパート / その他ショッピングサイトで購入予定の理由>

- ・「【オンライン】百貨店・デパート」・「【オンライン】その他ショッピングサイト」で購入する理由、ともに1位は「店舗に行かず自宅で注文が完結できるから」、2位「送料が無料になるから」

<お中元のイメージ>

- ・「日ごろお世話になっている人に感謝を伝えるもの」、お中元を贈る意向の有無で最も差が大きい

<調査概要>

調査方法：インターネット調査 調査期間：2019年4月23日(火)～4月28日(日)
 パネル：「Pontaリサーチ」会員(Ponta会員で「Pontaリサーチ」への会員登録をして頂いている方)
 回答者数：3,000人 男性、女性×年代別(20・30・40・50・60代)の各10セルで300サンプル
 ※調査結果は小数点第2位を四捨五入しています。



TOPICS: 今年のお中元を贈る意向は約4割。自家用(自宅用)購入意向も約4割

<今年のお中元を贈る意向：贈答用・自家用(自宅用)>

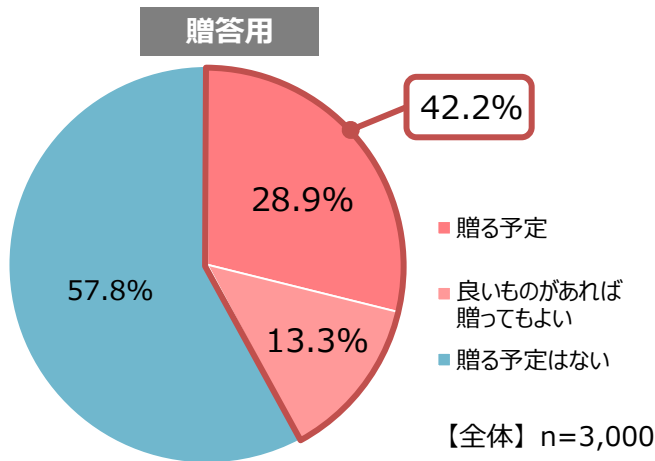
今年のお中元を「贈る予定」、「良いものがあれば贈ってもよい」は合わせて42.2%

…今年のお中元について「贈る予定」(28.9%)、「良いものがあれば贈ってもよい」(13.3%)
全体の約4割がお中元を贈る意向がある。

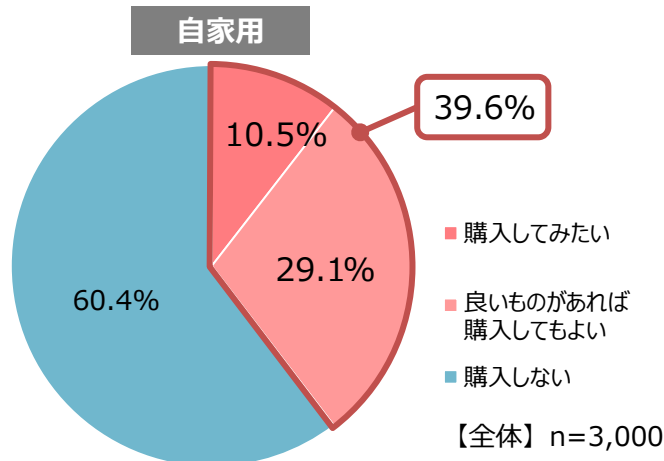
お中元商品を自家用(自宅用)として「購入してみたい」、「良いものがあれば購入してもよい」は合わせて39.6%

…お中元商品を自家用(自宅用)に「購入してみたい」(10.5%)、「良いものがあれば購入してもよい」(29.1%)
全体の約4割がお中元商品を自家用(自宅用)に購入する意向がある。

■今年のお中元の実施予定についてお答えください。



■今年、お中元商品を自家用として購入してみたいと思いますか。



TOPICS: 今年のお中元、60代は63.0%が贈る意向。自家用(自宅用)購入意向は全年代で約4割

<今年のお中元を贈る意向：年代別 × 贈答用・自家用(自宅用)>

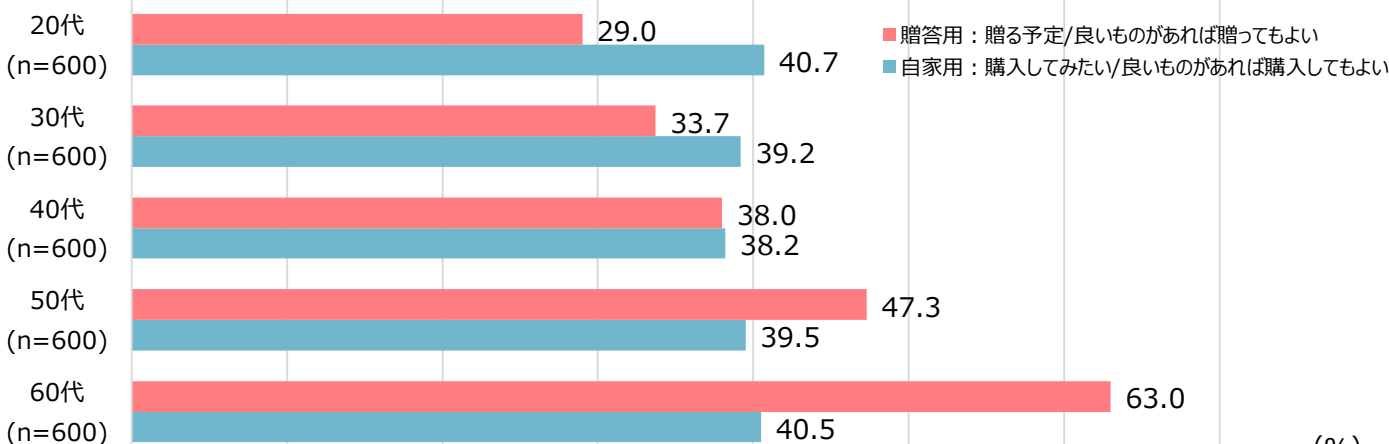
年代別で、60代は63.0%がお中元を贈る意向

お中元商品の自家用(自宅用)購入意向、20代は40.7%と最多

…年代別でみると、今年のお中元の贈る予定について、年代の高いほど割合が高く、60代は63.0%と最多。一方、お中元商品を自家用(自宅用)として購入してみたいかについて、どの年代も40%前後となった。20代では40.7%となり、贈答用と比べて11.7ポイント高かった。

■贈答用：今年のお中元の実施予定についてお答えください。

自家用：今年、お中元商品を自家用として購入してみたいと思いますか。





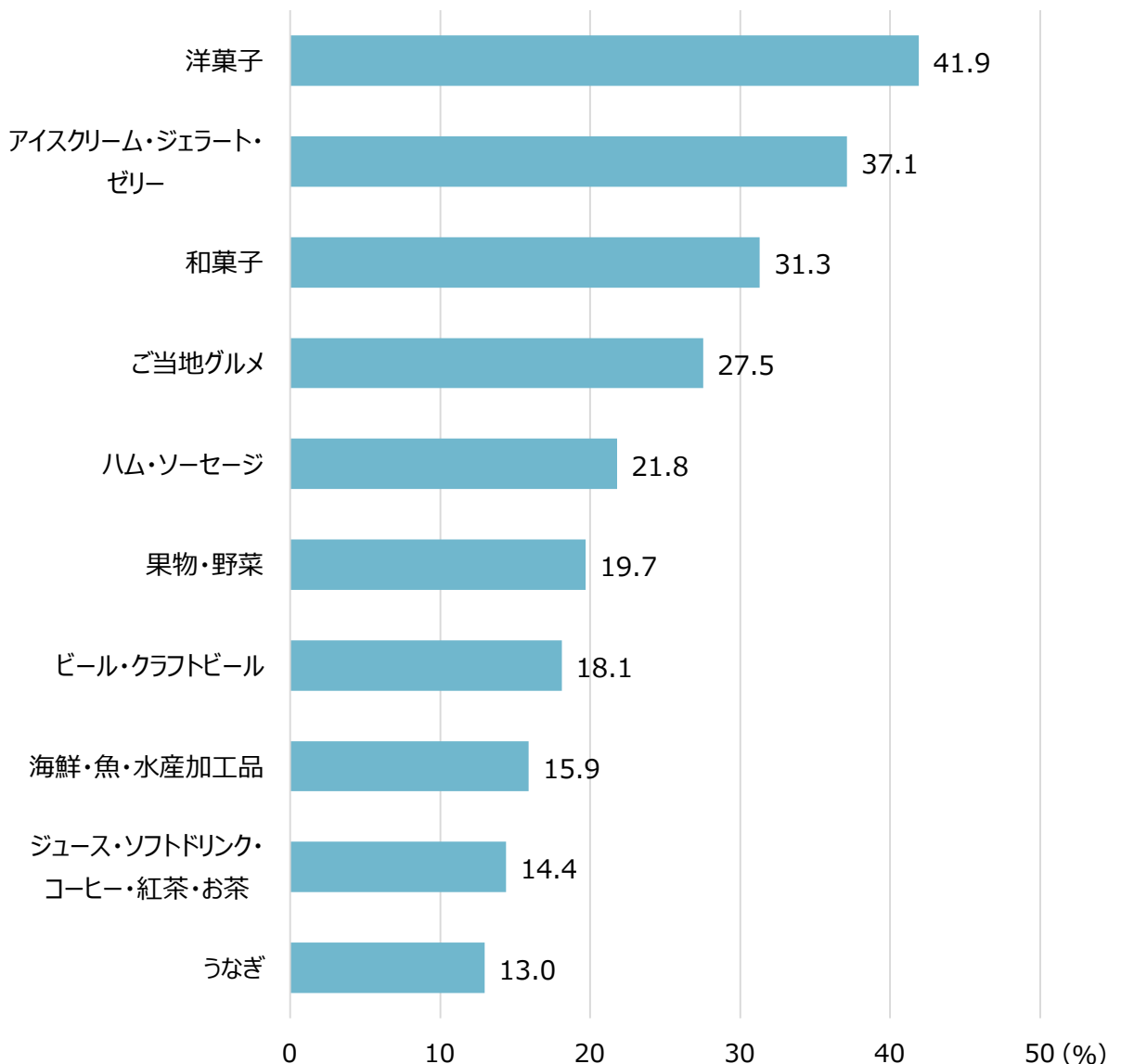
▶ TOPICS: 自家用(自宅用)のお中元商品は、お菓子類が人気

<お中元商品の自家用(自宅用)ニーズ>

自家用(自宅用)で購入してみたいお中元商品は1位「洋菓子」(41.9%)、2位「アイスクリーム・ジェラート・ゼリー」(37.1%)、3位「和菓子」(31.3%)と菓子類が人気
 … 自家用(自宅用)に購入してみたいお中元商品は菓子類が人気となり、1位「洋菓子」(41.9%)、2位「アイスクリーム・ジェラート・ゼリー」(37.1%)、3位「和菓子」(31.3%)となった。
 また、4位が「ご当地グルメ」(27.5%)となり、お取り寄せ感覚で商品を選ぶ様子が伺える。

■ お中元商品で自家用として購入してみたい商品がありますか。(いくつでも)

【自家用：購入してみたい/良いものがあれば購入してもよい】 n=1,188



※21項目より、上位10項目を抜粋



▶ TOPICS : お中元のきっかけは「日ごろの感謝を伝えたい相手があったため」が1位

<お中元を贈り始めたきっかけ・贈り先>

お中元を贈り始めたきっかけ、「日ごろの感謝を伝えたい相手があったため」(33.9%)が1位、「結婚をしたため」(31.9%)が2位

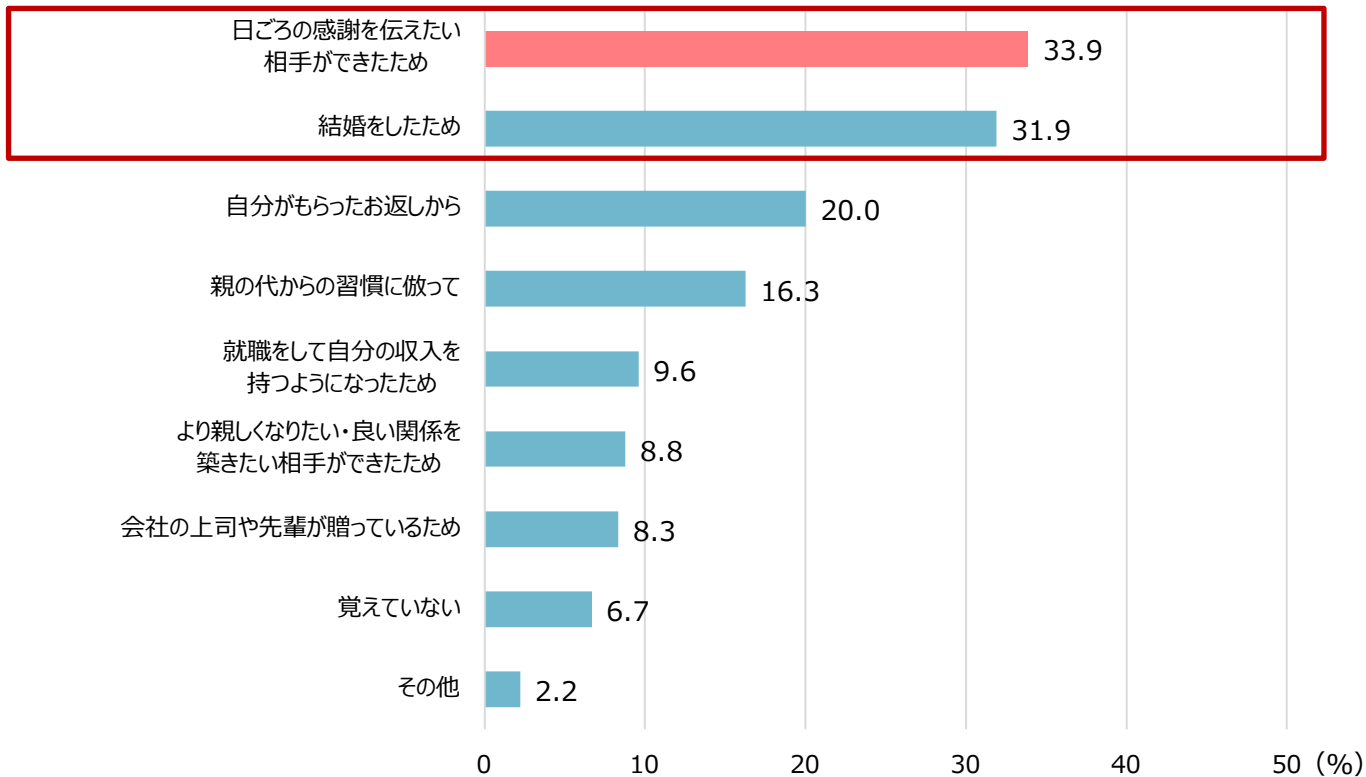
今年お中元を贈る予定の相手は、「お世話になった人(恩師・友人など)」(42.4%)が1位

… お中元を贈り始めたきっかけは、「日ごろの感謝を伝えたい相手があったため」(33.9%)が1位。続いて「結婚をしたため」(31.9%)が2位。

今年お中元を贈る予定の相手は、「お世話になった人(恩師・友人など)」(42.4%)が1位となり、「親・義理の親」(35.9%)、「親・義理の親以外の親戚」(33.7%)と続く。お中元は“日ごろの感謝を伝えるもの”そして“結婚に伴う家族・親戚のコミュニケーションツール”となっている様子が伺える。

■ あなたがお中元を贈り始めたきっかけは何ですか。(いくつでも)

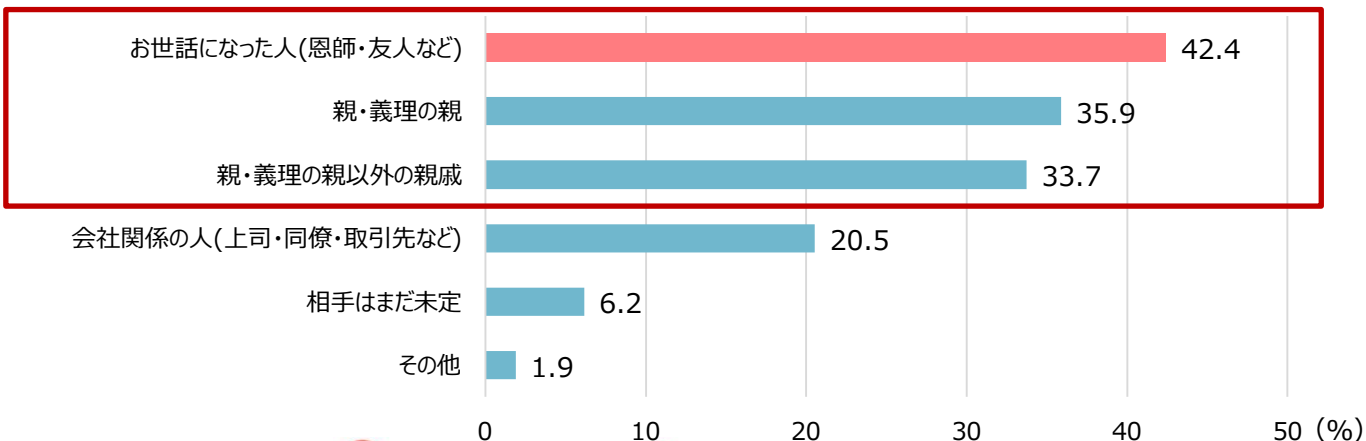
【過去お中元を贈ったことがある※】 n=1,573



※お中元のこれまでの実施状況について、「昨年贈った」、「おとしまで送ったことはあるが昨年は贈っていない」と回答した方で集計。

■ あなたが今年、お中元を贈る予定の相手は誰ですか。(いくつでも)

【贈る予定/良いものがあれば贈ってもよい】 n=1,266





TOPICS: お中元の購入予定場所、「【店舗】百貨店・デパート」が1位

<お中元の購入予定場所>

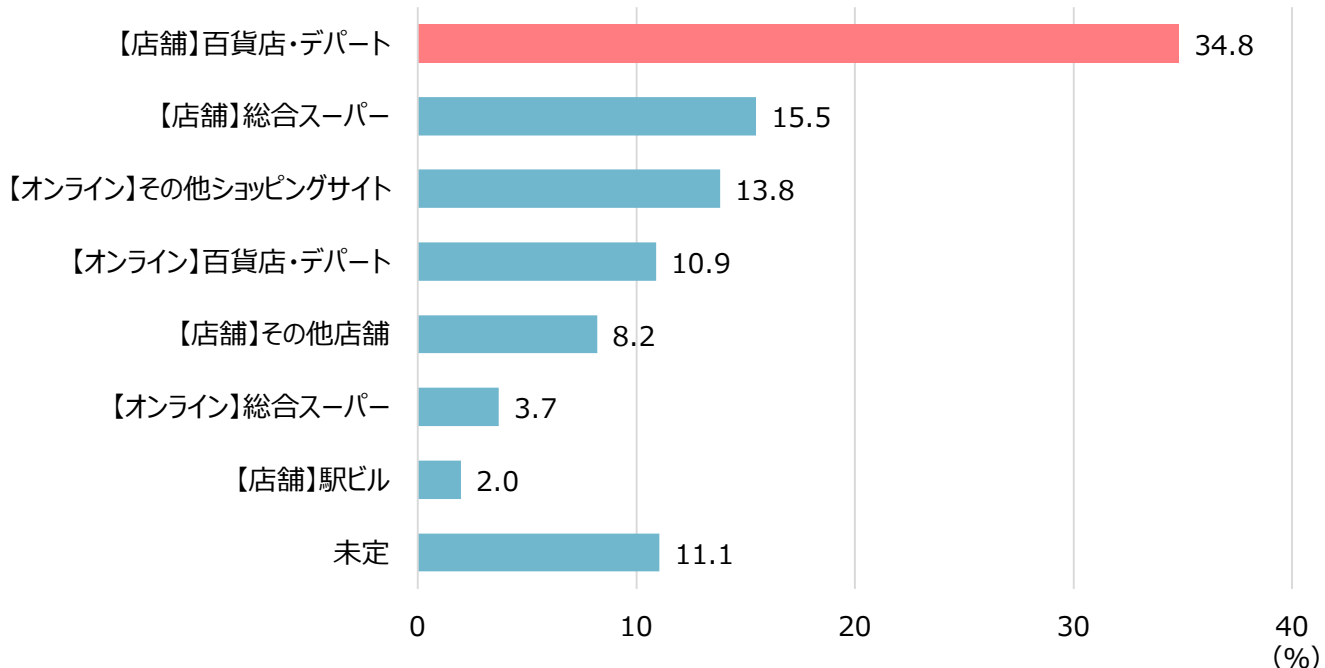
お中元の購入予定場所、「【店舗】百貨店・デパート」(34.8%)が1位
年代別で、20代の42.0%が「【店舗】百貨店・デパート」で購入予定

…今年のお中元の購入予定場所は、「【店舗】百貨店・デパート」(34.8%)が1位だった。
2位の「【店舗】総合スーパー」(15.5%)より、19.3ポイント高かった。
年代別では、20代(n=174)の42.0%が「【店舗】百貨店・デパート」と回答した。

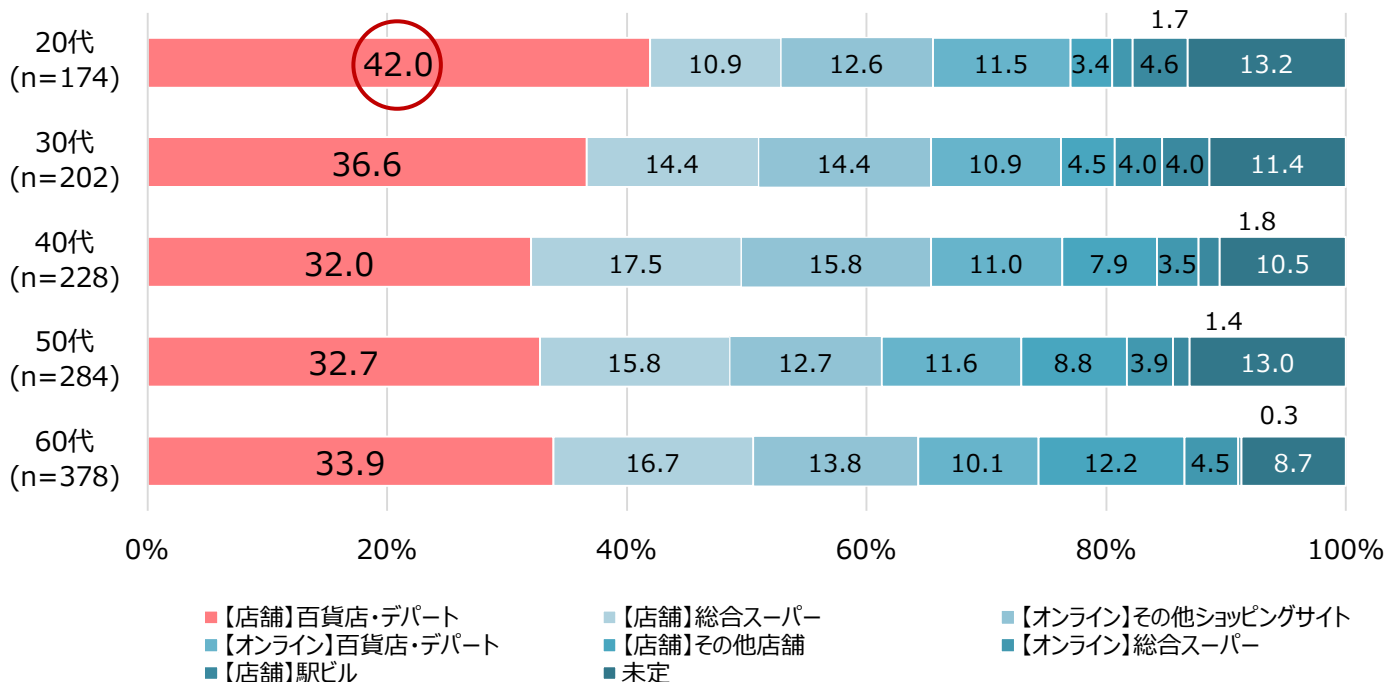
■今年のお中元はどこで購入する予定ですか。

今のところ1番の候補となっているものをお選びください。(ひとつだけ)

【贈る予定/良いものがあれば贈ってもよい】 n=1,266



【購入予定場所×年代別】





TOPICS: 「【店舗】百貨店・デパート」で購入する理由、“ブランド”に支持

<【店舗】百貨店・デパート / 総合スーパーで購入予定の理由>

「【店舗】百貨店・デパート」・「【店舗】総合スーパー」で購入する理由、ともに1位は「例年そこで購入しているから」

「【店舗】百貨店・デパート」で購入する理由、“ブランド”に支持

「【店舗】総合スーパー」で購入する理由、“特典(送料・早割)”が支持される傾向

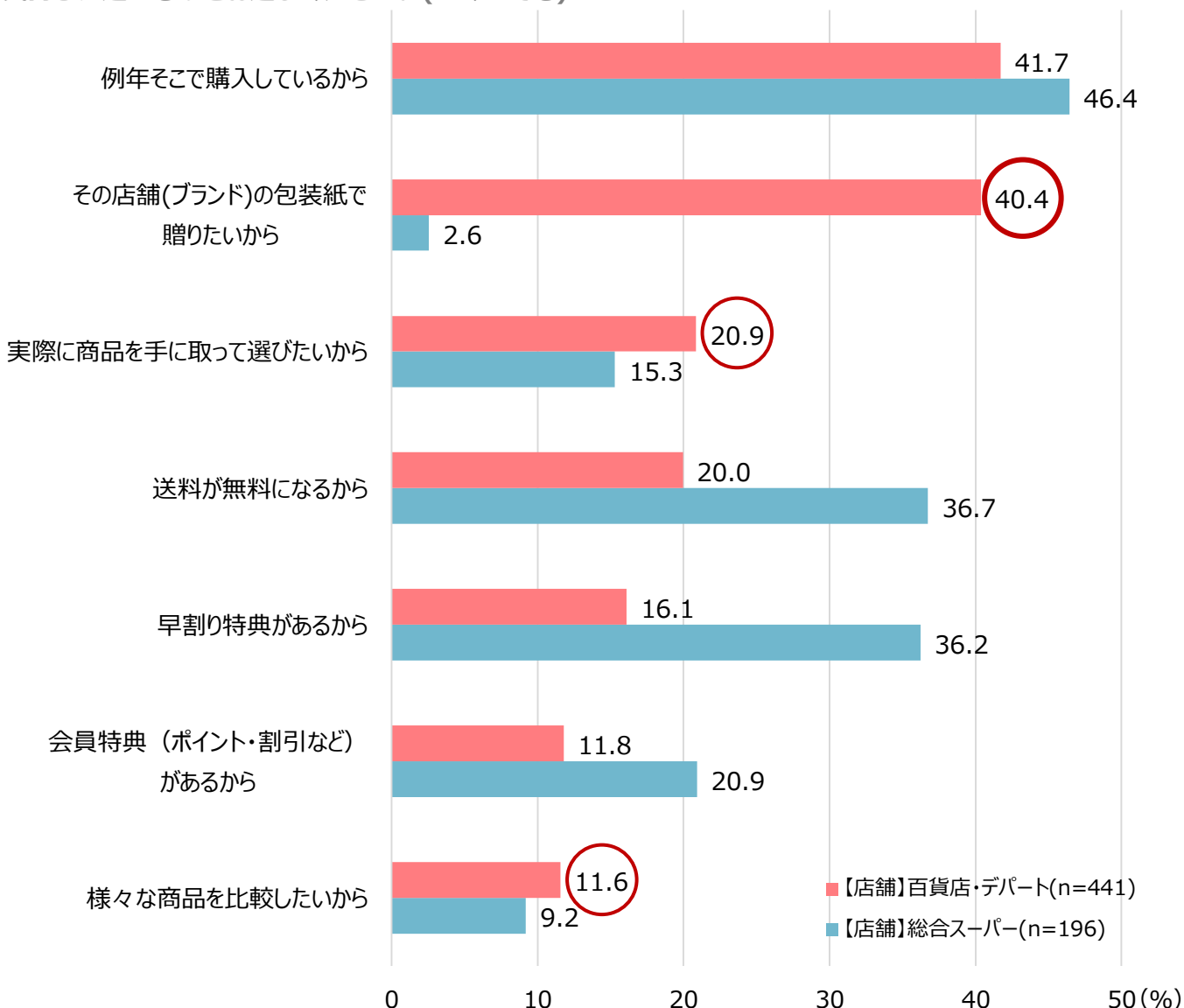
…「【店舗】百貨店・デパート」は、「その店舗(ブランド)の包装紙で贈りたいから」が40.4%と高く、“ブランド”が支持されている傾向が伺える。

また、「【店舗】総合スーパー」と比べて高い項目は「実際に商品を手にとって選びたいから」、「様々な商品を比較したいから」となり、百貨店の体験価値も支持されている傾向が伺える。

「【店舗】総合スーパー」では、「送料が無料になるから」(36.7%)、

「早割り特典があるから」(36.2%)が高く、“特典”が支持されている傾向が伺える。

■なぜ【店舗】百貨店・デパート / 【店舗】総合スーパー で購入する予定なのか、お気持ちに近いものをお選びください。(いくつでも)



※ P.5でお中元の購入予定場所として、【店舗】百貨店・デパート、【店舗】総合スーパーと回答した方にそれぞれ質問。

※ 24項目より、【店舗】百貨店・デパートの上位7項目を抜粋



▶ TOPICS: オンラインは「店舗に行かず自宅で注文が完結できる」「送料無料」に支持

＜【オンライン】百貨店・デパート / その他ショッピングサイトで購入予定の理由＞

「【オンライン】百貨店・デパート」・「【オンライン】その他ショッピングサイト」で購入する理由、ともに1位は「店舗に行かず自宅で注文が完結できるから」、2位「送料が無料になるから」

…「【オンライン】百貨店・デパート」をお中元の購入場所に選んだ理由について、

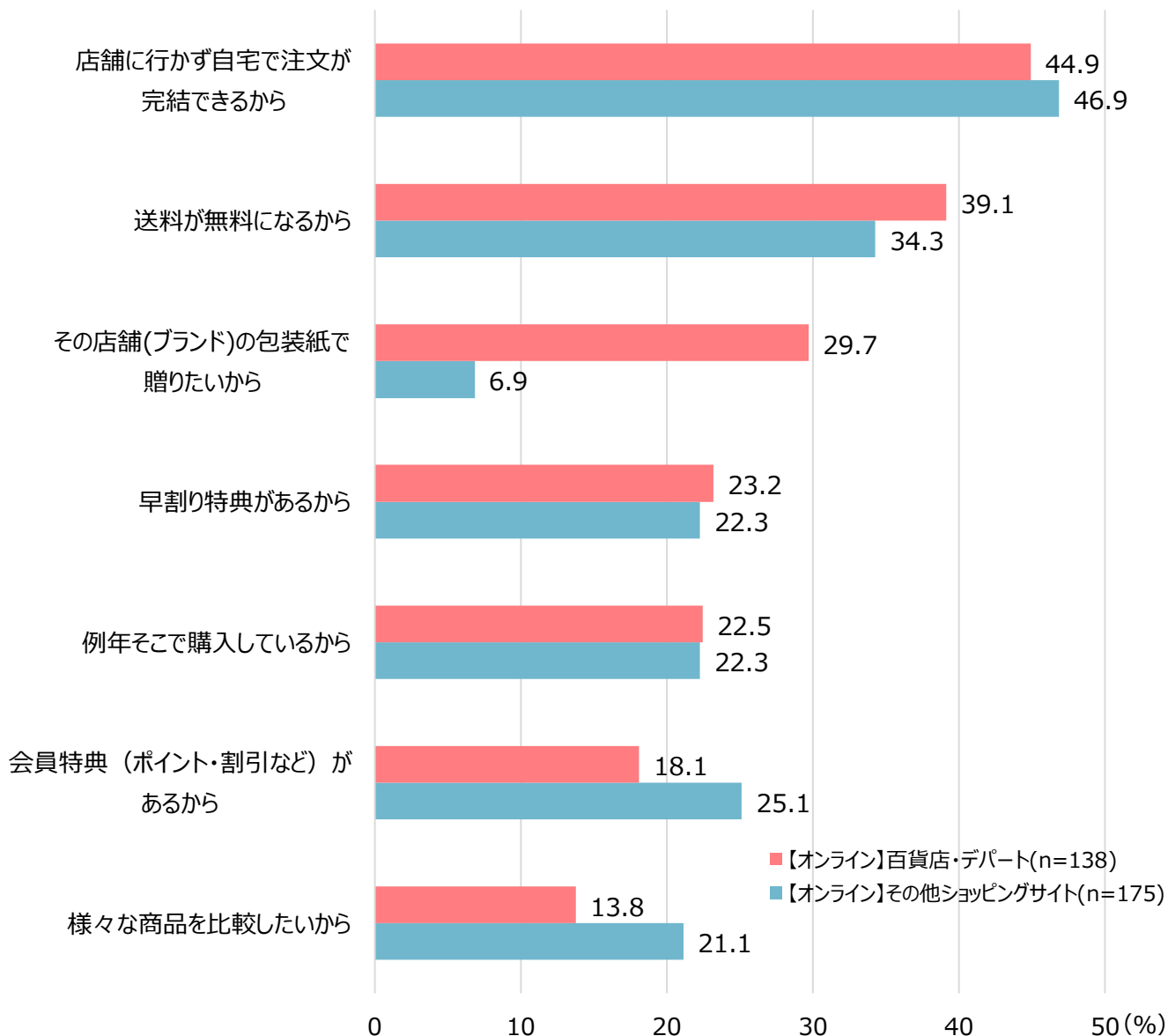
1位「店舗に行かず自宅で注文が完結できるから」(44.9%)、2位「送料が無料になるから」(39.1%)、3位「その店舗(ブランド)の包装紙で贈りたいから」(29.7%)となった。

「【オンライン】その他ショッピングサイト」をお中元の購入場所に選んだ理由について、

1位「店舗に行かず自宅で注文が完結できるから」(46.9%)、2位「送料が無料になるから」(34.3%)、3位「会員特典(ポイント・割引など)があるから」(25.1%)となった。

■なぜ【オンライン】百貨店・デパート / 【オンライン】その他ショッピングサイトで購入する予定なのか、

お気持ちに近いものをお選びください。(いくつでも)



※ P.5でお中元の購入予定場所として、【オンライン】百貨店・デパート、【オンライン】その他ショッピングサイトと回答した方にそれぞれ質問。

※ 22項目より、【オンライン】百貨店・デパートの上位7項目を抜粋



▶ TOPICS: お中元のイメージ、贈る意向の有無で違い

＜お中元のイメージ＞

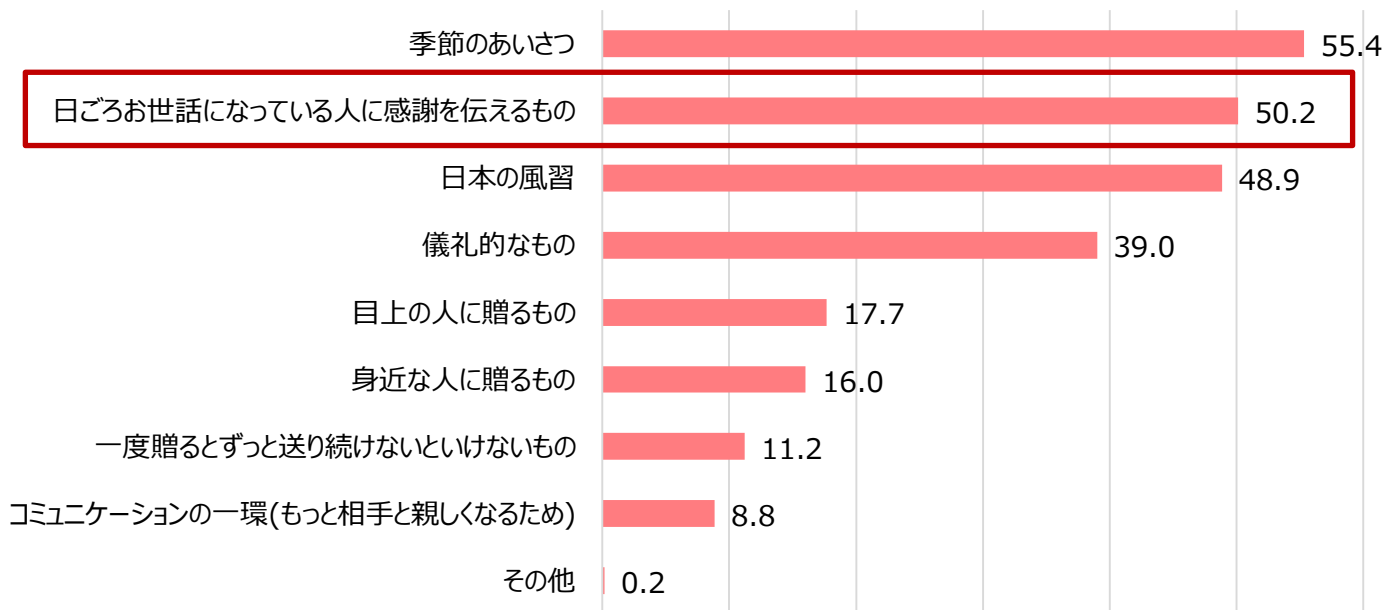
「日ごろお世話になっている人に感謝を伝えるもの」、お中元を贈る意向の有無で最も差が大きい

… お中元に対するイメージについて、今年のお中元を“贈る予定/良いものがあれば贈ってもよい”派は、1位「季節のあいさつ」(55.4%)、2位「日ごろお世話になっている人に感謝を伝えるもの」(50.2%)。“贈る予定はない”派は、1位「日本の風習」(48.0%)、2位「儀礼的なもの」(42.8%)となった。

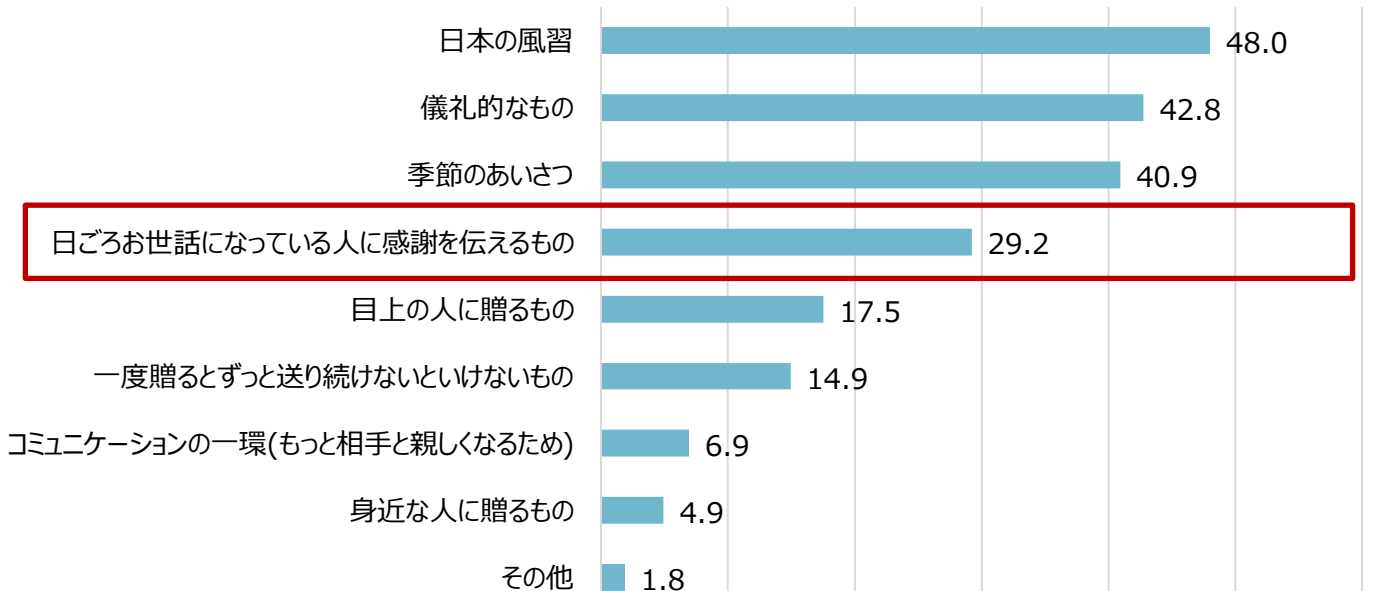
また、「日ごろお世話になっている人に感謝を伝えるもの」では、贈る意向の有無で21.0ポイントと最も差が大きかった。

■ あなたのお中元に対するイメージをお選びください(いくつでも)

贈る予定/良いものがあれば贈ってもよい n=1,266



贈る予定はない n=1,734





■感謝の気持ちを伝える、夏のご挨拶「お中元を、はじめてみませんか？」

株式会社高島屋 MD本部サービス・ギフトディビジョン 中谷 八重子

高島屋では、オンラインショッピング（ネット販売）を皮切りに、2019年のお中元の承りがスタートしております。

【近頃のお中元事情】

お中元は、日ごろからお世話になっている方へ感謝の気持ちをモノに託して伝える、夏のご挨拶です。

近年、少子高齢化や晩婚化、企業の儀礼贈答廃止を背景に、中元ギフト市場は縮小傾向となっておりますが、依然夏の風物詩であり（P2参照）、この時期ならではの限定品や、“今だけ”“ここだけ”の美味しいグルメが一室に集まるシーズンイベントとして楽しむ方も増えております。

高島屋では、希少性や技を極めたギフト【至高の美味】、ブランド力を体現したギフト【名店とともに】、バイヤーが既成にとらわれることなくオリジナル商品開発や、発掘に挑んだギフト【挑む】など、“美事（みごと）を贈る”という普遍テーマのもと、“こだわりギフト”をお探しのお客様からご支持を頂戴しております。

【お中元ニーズの推移】

高島屋の店頭（お中元ギフトセンター）にお越しくださる中心世代は60歳以上のお客様ですが、高島屋オンラインストア（お中元オンラインショッピングサイト）では30～50歳代のお客様に、“ご自宅用”や“カジュアルギフト”など、お中元以外の様々なニーズでご注文を頂いております。（P2参照）

【お取り寄せ感覚や、少人数用小分け品が人気】

従来からのお中元ギフトの代名詞としては、そうめんやビール、ハムなどが挙げられますが、最近は洋菓子や、簡便調理対応の小分け惣菜なども多くご注文を頂いております。特にサンドスイーツやご当地グルメなどは“ご自宅用”需要（P3参照）も多く、人気です。

2019年の高島屋のお中元は、ご自分用の“ご褒美”グルメや、女子会でも大活躍の“映える”グルメ、新時代の「七夕」気分を盛り上げる星モチーフの商品、お孫さんや身近な方へのカジュアルギフトを意識した商品を多彩に揃えております。

最後に、お中元を贈り始めたきっかけは「結婚をしたため」が2位です。（P4参照）

「令和婚」カップルの皆様をはじめ、新しい時代を迎えるとともに、是非新しくお中元をはじめてみては如何でしょうか？ギフトは日常に欠かせない「ありがとう」を伝える手段ですが、儀礼の枠を越えた“ありがとうの気持ちを贈る”シーン（P8参照）として「お中元」も是非選択肢に入れて頂けると幸いです。

■お中元の起源とは？

詳しくは <https://www.takashimaya.co.jp/shopping/gift/summergift/FA16262/>

■美事を贈る

詳しくは <https://www.takashimaya.co.jp/shopping/gift/summergift/1000001326/A15258/>

■カジュアルな自分買いにも

詳しくは <https://www.takashimaya.co.jp/store/special/summergift/gift02.html>

“Pontaいま する”とは？

生活者・社会・企業の“トレンド”、人の“キモチ”を、生活に密着したサービスである“Pontaならではの”の視点で調査・発表するリサーチプロジェクトです。Ponta提携社と一緒に、その時期に関心の高まる事柄について、Pontaリサーチ会員へアンケート調査し、発表します。

・「Pontaリサーチ」サイトURL：<https://research.ponta.jp/top/>

<引用・転載の際のクレジット表記のお願い>

調査結果引用・転載の際は、“「Pontaリサーチ」調べ”とクレジットを記載していただけますようお願い申し上げます。