

～2015年 お中元・お歳暮の実態を大解明！～

「贈りたいもの」と「もらいたいもの」に潜む“認識のズレ”が判明！

－更に、7割が「何を贈ればいいのかわからない」という“お中元・お歳暮迷子”に！－

西日本電信電話株式会社（本社：大阪市中央区、代表取締役社長：村尾 和俊、以下NTT西日本）は、20代～70代の男女各200名、合計400名を対象に、インターネット調査による「お中元・お歳暮に関する意識調査」を2015年5月に実施し、本日その結果を発表します。

調査サマリー

1. 「贈りたいもの」と「ほしいもの」には“認識のズレ”あり！本当にほしいものは、ランク外！？

■「ほしいもの」ランキング

- 1位 商品券 (54.8%)
- 2位 ビール (42.8%)
- 3位 ハム (38.0%)
- 4位 菓子類 (35.5%)
- 5位 カタログギフト (26.8%)

■「贈りたい物」ランキング

- 1位 ビール (42.5%)
- 2位 菓子類 (31.5%)
- 3位 ハム (26.3%)
- 4位 ジュース (16.0%)
- 5位 調味料 (14.8%)

本当にほしいものは、ランク外…

もらう側の約8割（複数回答）が望んでいる商品券やカタログなどの自由度の高いギフトはランク外！意外に深い、贈る側ともらう側の“認識のズレ”が明らかとなった。

- 「貰って嬉しいお中元・お歳暮の商品」に関する質問に対して、「ビール」(42.8%)や「ハム」(38.0%)、「菓子類」(35.5%)などの“定番品”が上位に並ぶ中、1位に「商品券」(54.8%)、5位に「カタログギフト」(26.8%)がランクインした。「商品券」、「カタログギフト」の回答者は全体の8割近く（複数回答）にのぼり、自由度の高いギフトが喜ばれることが想定される。
- 一方で、「あなたが贈りたいお中元・お歳暮の定番商品」に関する質問に対しては、「ビール」(42.5%)、「菓子類」(31.5%)、「ハム」(26.3%)などの定番商品が上位3位を占める結果に。贈られる側が希望する「商品券」や「カタログギフト」はランク外となった。

2. “お中元・お歳暮迷子”続出中!? 約7割がお中元・お歳暮に「何を贈ればいいのかわからない」

「あなたはお中元・お歳暮で何を贈るべきか迷った、もしくはわからなかった経験がありますか。」という質問に対し、約7割が「はい」(69.5%)と回答した。「お中元・お歳暮迷子」が続出している事実が明らかとなった。

3. 20～30代にとってお中元・お歳暮は“カブっている!?” お中元・お歳暮のマンネリ感”浮き彫りに

「あなたはお中元・お歳暮を貰うことに対して、どのように思いますか。」という質問に対し、20代、30代の約半数が、「頂く贈り物が“カブっている”」と感じていることが明らかに。(20代：47.4%、30代：50.0%)

4. “もの”よりも“気持ち”を重視。7割近く（複数回答）が「気持ちの疎通」を期待！

- 「お中元・お歳暮を選ぶ際、最も重視していることはなんですか。」という質問に対し、7割近く（複数回答）が「自分の気持ちが伝わること」(24.0%)、「相手が喜ぶこと」(43.0%)と回答。
- 一方で「金額」(24.8%)や「見た目（豪華さ、可愛さなど）」(8.3%)への回答者は3割程度に留まった。お中元・お歳暮は、見た目や金額よりも、贈る側・貰う側ともに通いあう“気持ち”に配慮していることが伺える。

5. 世代で異なるお中元・お歳暮の役割！60代以上にとっては“家族コミュニケーションの手段”

- お中元・お歳暮を贈る相手に関する質問に対して、全体では、1位「親戚」(59.2%)、2位「知人・友人」(31.5%)、3位「自分の両親」(28.0%)という結果に。
- 一方で、20～50代では平均10%前後にとどまった「自分の兄弟」だが、60代以上の年代では、3割を超える結果に。(60代：32.7%、70代：39.1%) 60代以上の人にとって、お中元・お歳暮は、「家族コミュニケーション」の役割を担っているのかもしれない。

6. “メッセージ付きのギフト”で好感度アップ！気持ちを込めた“メッセージ”に需要アリ。

「もしお中元・お歳暮をメッセージ付きで貰ったら嬉しいですか。」という質問に対し、「とても嬉しい」(17.8%)、「嬉しい」(62.8%)と全体の8割近く（複数回答）が好感を持つ一方で、実際にメッセージを添えて贈り物をしている人は全体の全体の2割弱にとどまった。モノを贈るだけでなく、気持ちを表現する手段としてメッセージを添えたギフトに需要があるようだ。

【本リリースに含まれる調査結果をご掲載頂く際は、必ず「NTT西日本調べ」と明記下さい。】

【調査概要】「2015年 お中元・お歳暮に関する意識調査」

- ・調査方法 : インターネットアンケート調査
- ・調査実施機関 : 株式会社ネオマーケティング
- ・調査実施期間 : 2015年5月19日～5月20日
- ・対象地域 : 全国
- ・対象者 : 男性200名 女性200名 計400名
(内訳) 20～29歳 4.8%、30～39歳 18.5%、40～49歳 24.8%、50～59歳 27.3%、60～69歳 16.5%、70～79歳 8.3%

■本調査結果に関する有識者からのコメント

ギフトコーディネーターとして活躍されている富田いずみ氏に、今回の調査結果をご覧いただき、現代のお中元・お歳暮トレンド、及びお中元・お歳暮における趣向の変化についてお話を伺いました。



ギフトコーディネーター 富田いずみ氏

ギフトコーディネーター。食品、ファッション、インテリアなど様々なショップを回り、自分の目で見て手に取って確かめた、感度の高いギフトをマナーと共に紹介します。現在は、ライター業のみならず商品の企画宣伝、スタイリングまで幅広く携わり、TVや雑誌などマスコミ出演多数。

近年のお中元・お歳暮トレンドは「原点回帰」「パーソナル化」

この10年は、社会経済などの変化から、様々なことを改めて個人が考え直さなければならない局面を迎えました。贈答習慣である「お中元・お歳暮」においても、その対象が身内である両親や義理の両親、近い親戚やごく親しい友人知人に絞られていったのも、大きくこの時代背景が影響していると思われます。年々ギフトも趣向が変化し、仕事関係でも直属の上司や家族ぐるみで交流がある方、大変お世話になった間柄など、よりパーソナルな傾向が強まっているといえます。昨今普及しているSNSのように仕事関係の方向土でも、FBの友達となり得るなど、ソーシャル自体の枠組み・内容編成が変わって来たと言ってよいかと思えます。ですから当然、親しい友人に贈るような感覚で「お中元・お歳暮」も選ぶようになりました。

千差万別の嗜好に合わせた「カタログギフト」が現代の“お中元・お歳暮迷子”を救う！

産地や、製法などのトレーサビリティの明確化をはじめ、健康・安全で素材の良い美味しいもの、旬であることなどに非常にこだわりを持つように進化しています。贈答アイテム名だけ見れば戦後60～70年も変わっていない、ビール、ハム、菓子類が定番品として並んでいますが、それら定番の素材の質と手間の掛けようは激変しており、全く別物と言えるほどクオリティが高くなっています。より多様化した嗜好に合わせ細分化した商品をピンポイントで選び分けるのは至難の業です。結局は無難な選択に落ち着いてしまい、実はマンネリ化や“カブリ”現象が発生していたという事実が今回の調査で見えてきました。あふれる情報を嗅ぎ分けるためにはキュレーターが必要なように、プロが選んだ上質なセグメントのカタログギフトが、贈る側・贈られる側双方の悩みをスッキリ解消してくれると思います。

【本件に関する報道関係者からのお問い合わせ先】

NTT 西日本 PR 事務局

TEL : 03-5572-6316 FAX : 03-5572-6065

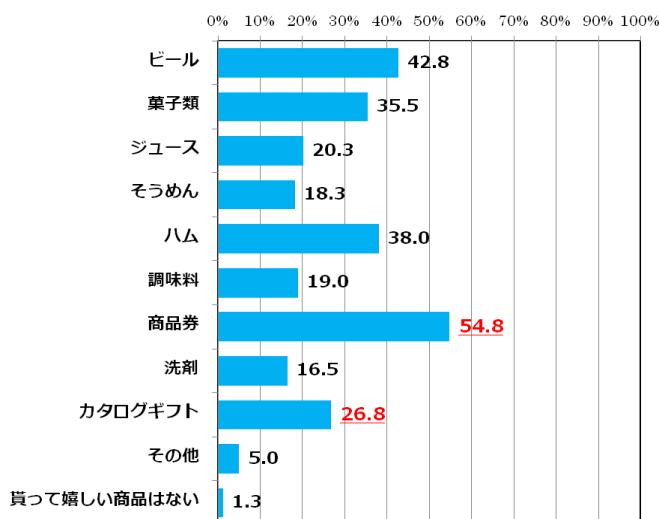
1

「贈りたいもの」と「もらいたいもの」には“認識のズレ”あり！

本当にほしいものは、ランク外！？

「貰って嬉しいお中元・お歳暮の商品」に関する質問に対して、「ビール」(42.8%)や「ハム」(38.0%)、「菓子類」(35.5%)などの“定番品”が上位に並ぶ中、1位に「商品券」(54.8%)、5位に「カタログギフト」(26.8%)がランクインした。全体の数字を見ると、「商品券」、「カタログギフト」を選んだ回答者の割合は8割近く(複数回答)にのぼり、自由度の高いギフトが喜ばれることが想定される。

■「貰って嬉しい贈り物」ランキング

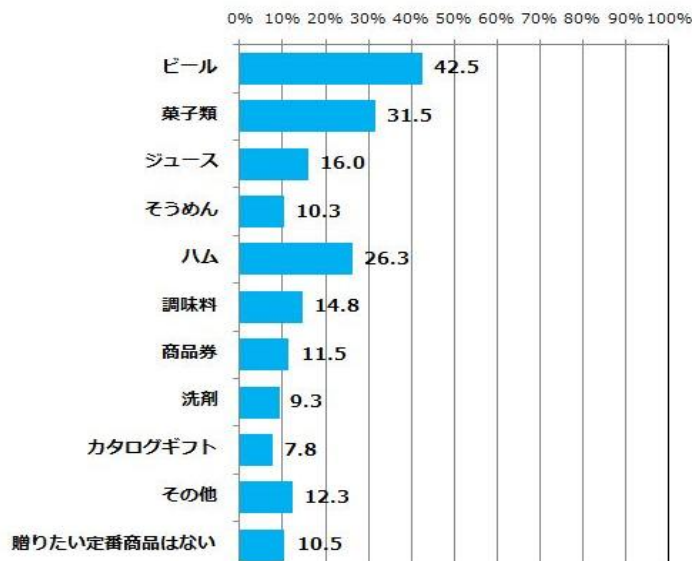


Q. あなたが貰って嬉しいお中元・お歳暮の商品をお答えください。(お答えはいくつでも)

1位	商品券	54.8%
2位	ビール	42.8%
3位	ハム	38.0%
4位	菓子類	35.5%
5位	カタログギフト	26.8%

一方で、「あなたが贈りたいお中元・お歳暮の定番商品」に関する質問に対しては、「ビール」(42.5%)、「菓子類」(31.5%)、ハム(26.3%)などの定番商品が上位3位を占める結果に。続いて「ジュース」(16.0%)や「調味料」(14.8%)が続き、贈られる側が希望する「商品券」や「カタログギフト」はランク外となった。

■「贈りたい物」ランキング



Q. あなたが贈りたいお中元・お歳暮の定番商品をお答えください。(お答えはいくつでも)

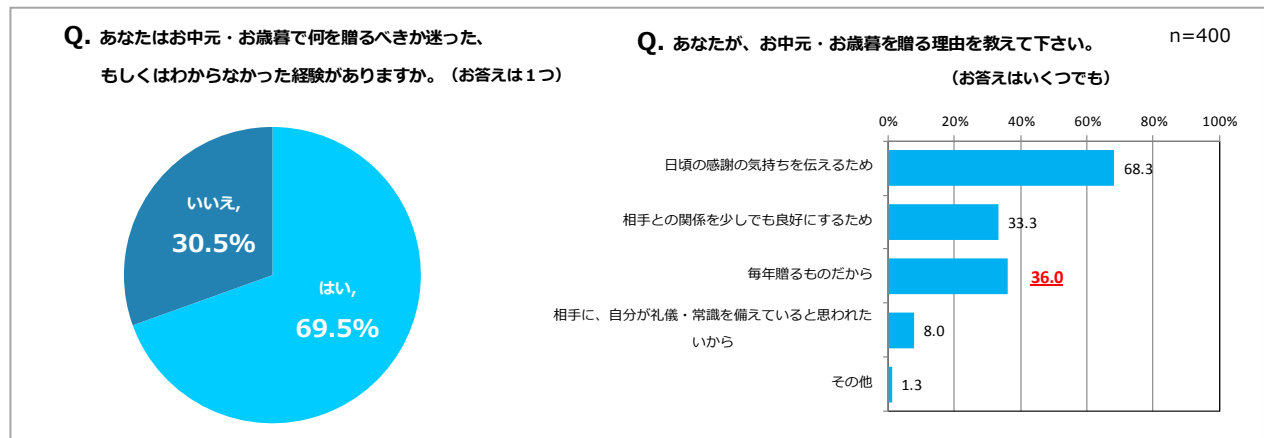
1位	ビール	42.5%
2位	菓子類	31.5%
3位	ハム	26.3%
4位	ジュース	16.0%
5位	調味料	14.8%

2

“お中元・お歳暮迷子” 続出中!?

約7割がお中元・お歳暮に「何を贈ればいいのかわからない」と回答

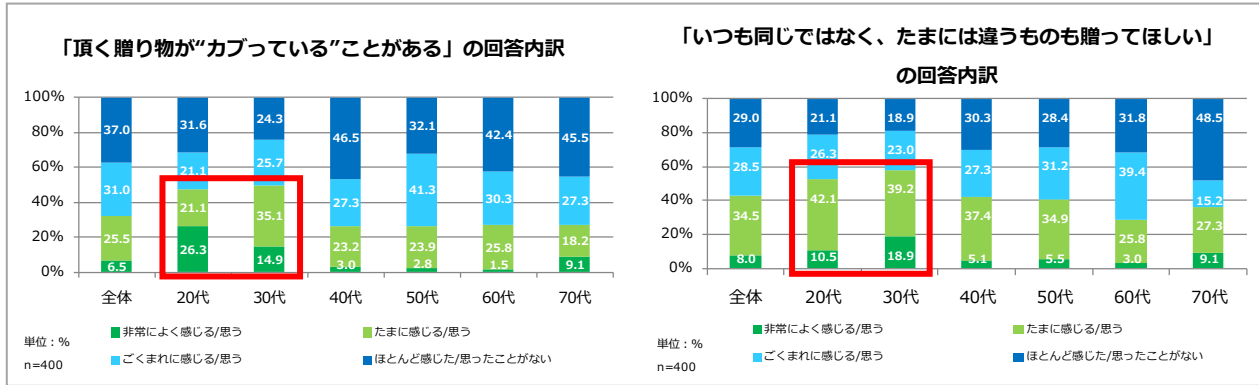
「あなたはお中元・お歳暮で何を贈るべきか迷った、もしくはわからなかった経験がありますか。」という質問に対し、約7割が「はい」(69.5%)と回答した。更に、「あなたが、お中元・お歳暮を贈る理由を教えてください。」という質問に対する回答1位は「日頃の感謝の気持ちを伝えるため」(68.3%)だったが、2位に「毎年贈るものだから」(36.0%)という回答がランクイン。毎年贈っているものだからこそ、今年は何を贈ろうかと悩む「お中元・お歳暮迷子」が多いのかもしれない。



3

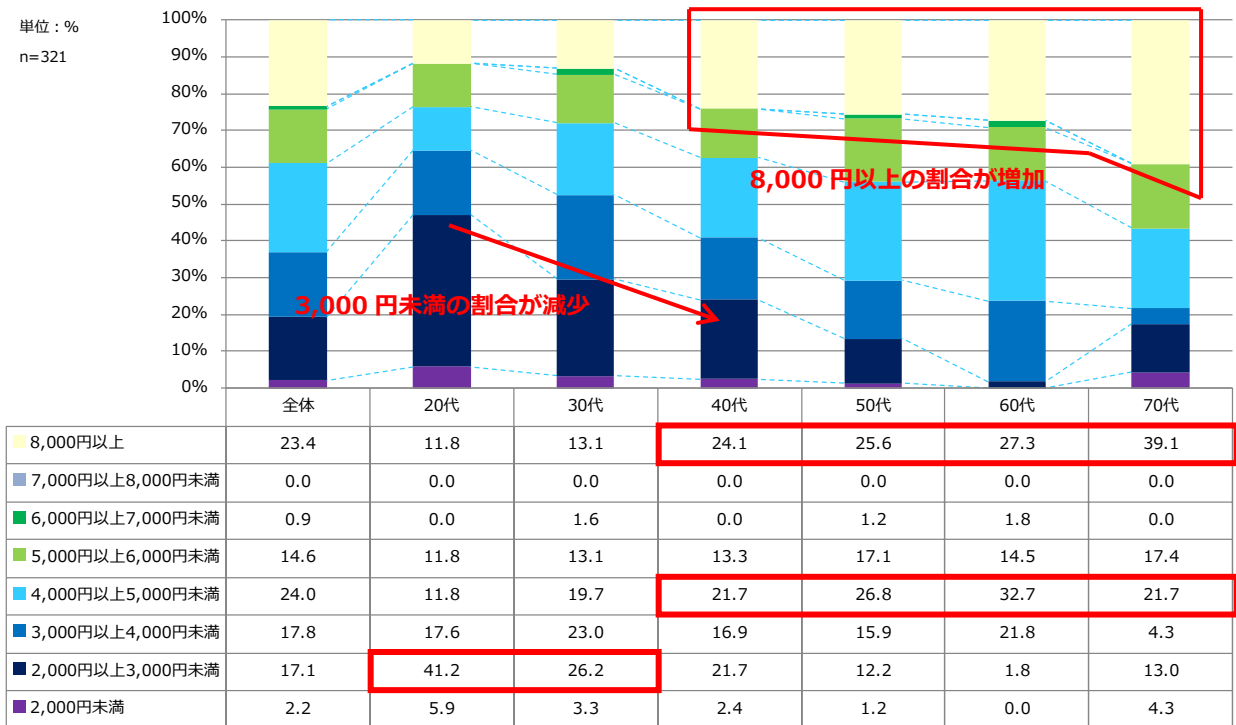
～“ お中元・お歳暮のマンネリ感” 浮き彫りに！～ お中元・お歳暮の“カブリ率” …20～30代ではなんと半数も！

「あなたはお中元・お歳暮を貰うことに対して、どのように思いますか。」という質問に対し、20代、30代の約半数が、「頂く贈り物が“カブリしている”」と感じていることが明らかになった。（20代：47.4%、30代50.0%）更に、20代、30代の5割以上が「たまには違うものを贈ってほしい」（20代：52.6%、30代：58.1%）と感じている事が判明した。



また、20～30代ではお中元・お歳暮にける金額は「2,000円以上3,000円未満」が最も多い割合を占める（20代：41.2%、30代：26.2%）のに対し、40代以降は「4,000円以上5,000円未満」や「8,000円以上」が最も多い割合を占める事が判明。20～30代は平均額が低額なゆえに、“カブリ”が発生しているのかもしれない。

Q. お中元またはお歳暮にける予定の予算感を教えてください。（お答えは1つ）

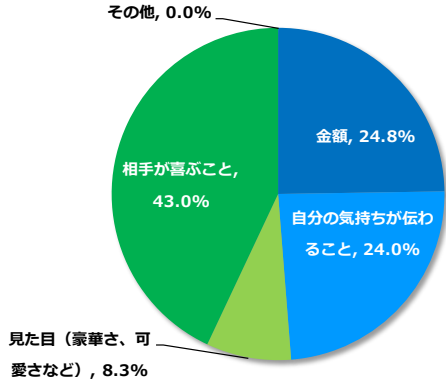


4

“もの”よりも“気持ち”を重視。 7割近く（複数回答）がお中元・お歳暮に「気持ちの疎通」を期待！

「お中元・お歳暮を選ぶ際、最も重視していることはなんですか。」という質問に対し、7割近く（複数回答）が「自分の気持ちが伝わること」（24.0%）、「相手が喜ぶこと」（43.0%）と回答。一方で「金額」（24.8%）や「見た目（豪華さ、可愛さなど）」（8.3%）への回答者は3割程度に留まった。お中元・お歳暮は、見た目や金額よりも、贈る側・貰う側ともに通いあう“気持ち”に配慮していることが伺える。

Q. お中元・お歳暮を選ぶ際、最も重視していることはなんですか。（お答えは1つ）



「お中元・お歳暮を選ぶ際、最も重視していること」

ランキングベスト3

- 1位 相手が喜ぶこと（43.0%）
- 2位 金額（24.8%）
- 3位 自分の気持ちが伝わること（24.0%）

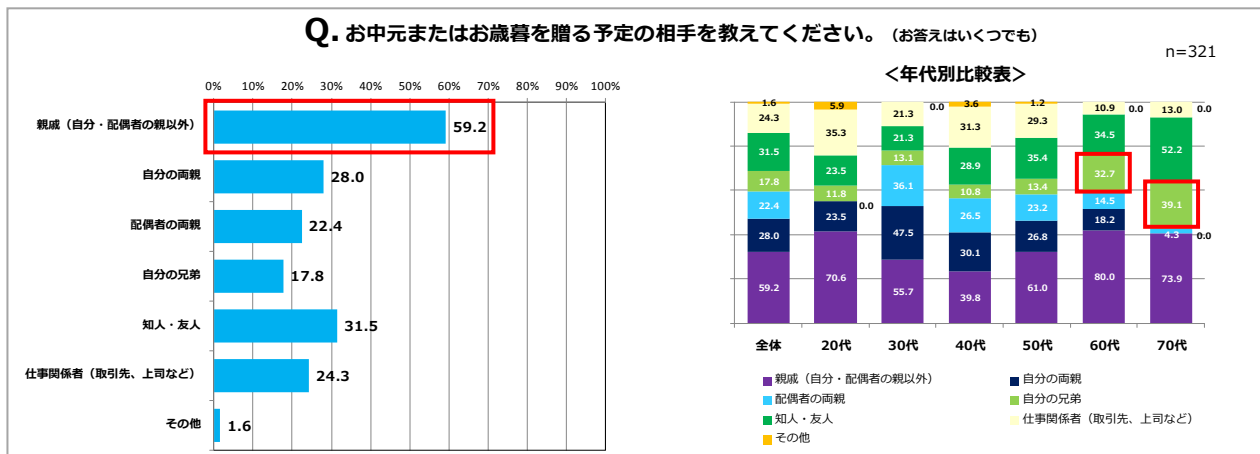
n=400

5

世代で異なるお中元・お歳暮の役割！ 60代以上にとっては“家族コミュニケーションの手段”！？

お中元・お歳暮を贈る相手に関する質問に対して、全体では、1位「親戚」（59.2%）、2位「知人・友人」（31.5%）、3位「自分の両親」（28.0%）という結果に。一方で、20～50代では平均10%前後にとどまった「自分の兄弟」だが、60代以上の年代では、3割を超える結果に。（60代：32.7%、70代：39.1%）60代以上の人のため、お中元・お歳暮は、「家族コミュニケーション」の役割を担っているのかもしれない。

Q. お中元またはお歳暮を贈る予定の相手を教えてください。（お答えはいくつでも）



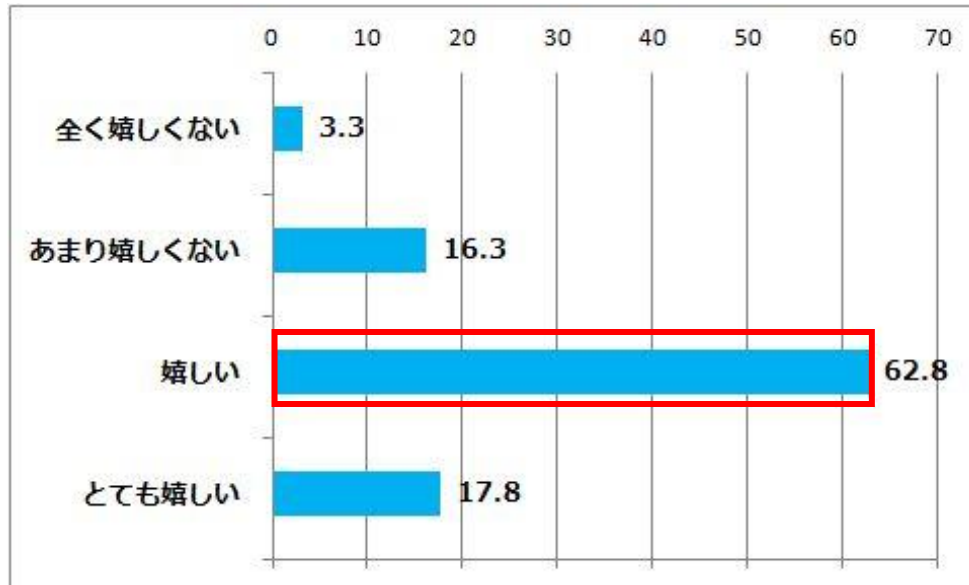
「お中元・お歳暮を贈る予定の相手」ランキングベスト3

- 1位 親戚（自分・配偶者の親以外）（59.2%）
- 2位 知人・友人（31.5%）
- 3位 自分の両親（28.0%）

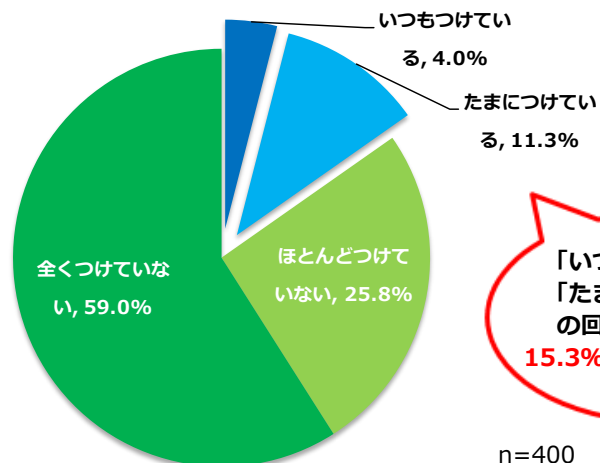
6

“メッセージ付きのギフト”で好感度アップ！ 感謝の気持ちを含めた“メッセージ”に需要アリ！

「もしお中元・お歳暮をメッセージ付きで貰ったら嬉しいですか。」という質問に対し、「とても嬉しい」(17.8%)、「嬉しい」(62.8%)と全体の8割近く(複数回答)が好感を持つ一方で、実際にメッセージを添えて贈り物をしている人は全体の2割弱にとどまった。モノを贈るだけでなく、気持ちを表現する手段としてメッセージを添えたギフトに需要があるようだ。



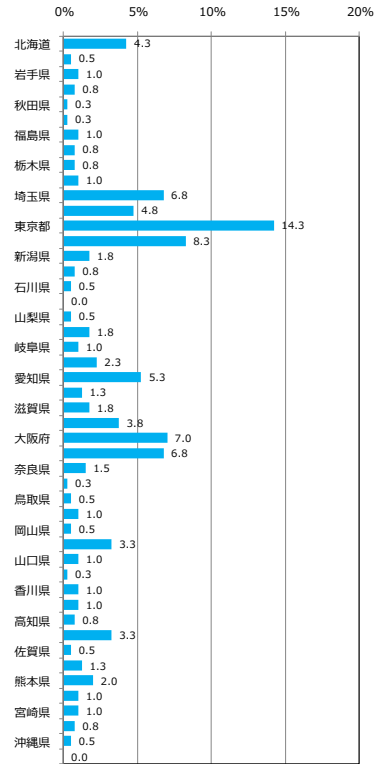
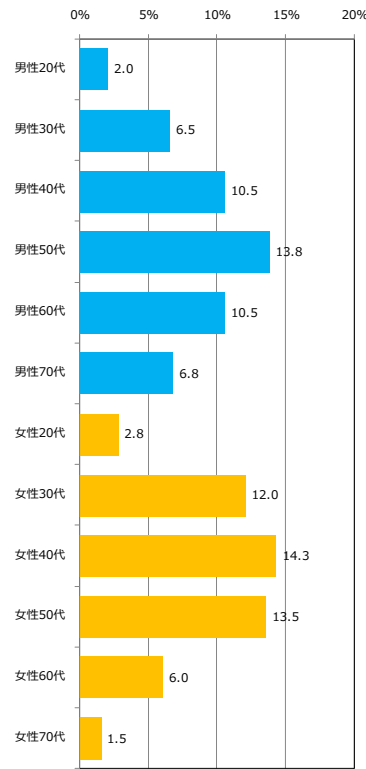
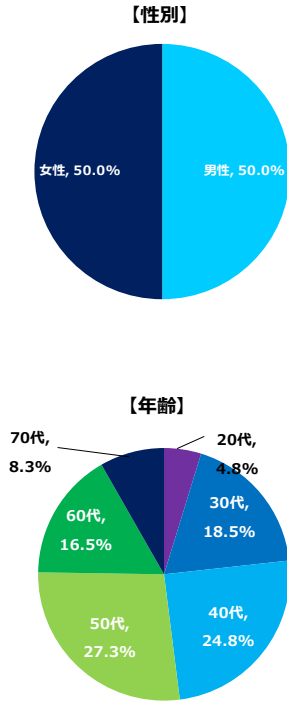
Q. お中元・お歳暮にメッセージを付けて贈っていますか。(お答えは1つ)



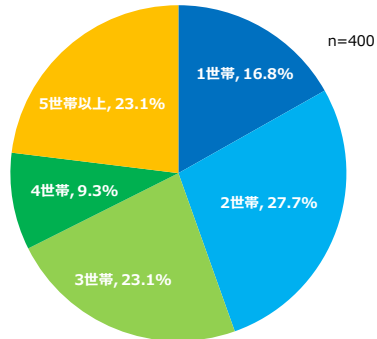
その他調査データサマリー

【年齢分布（男女）】

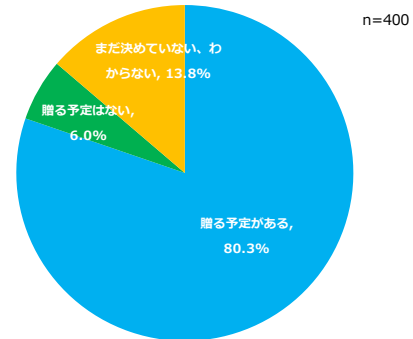
【居住地域】



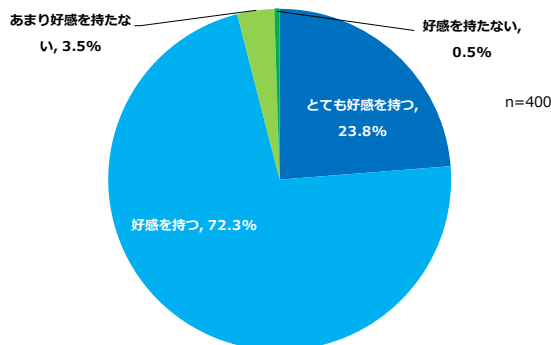
Q. お中元またはお歳暮を贈る予定の世帯数を教えてください。（お答えは1つ）



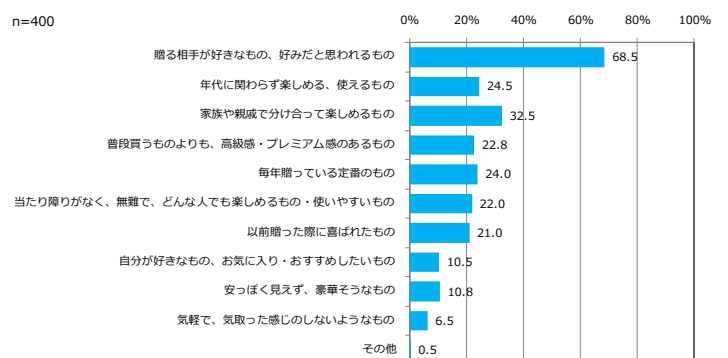
Q. あなたのご家庭では、今年、お中元またはお歳暮を贈る予定がありますか。（お答えは1つ）



Q. あなたはお中元・お歳暮を贈ってくれた方に対して、どの程度好感を持ちますか。（お答えは1つ）



Q. お中元・お歳暮を選ぶ際の選定基準として当てはまるものを以下の中から選択して下さい。（お答えはいくつでも）



NTT 西日本 カタログギフト電報

NTT西日本では、カタログギフトの中でも特に人気の高いグルメに特化したカタログギフト電報全4種類を販売しています。これからのお中元シーズンはもちろんのこと、誕生日や記念日、新築祝い、昇進祝い等、ビジネス・プライベートを問わず様々な贈答シーンでご利用いただける電報台紙ですので、ぜひ、この機会にご利用ください。

ギフトコーディネーター富田氏からのコメント



贈答品だけ送るよりはメッセージがあった方がいいとどなたもわかってはいても、手紙は小包みには同梱できませんし、送り状を別送するのは礼儀に適ってはいても、時間も手間もかかり、なかなか手書きとなると躊躇してしまうとよく聞きます。そんな時に最適なのが、贈り物に添えて送れる電報のサービス。しかも、その贈り物は送り先様が好みで自由に選べるカタログギフトとなれば一石二鳥です。賞味期限なども気にすることなく、より新鮮な状態でお受け取りになれます。200点以上もの多彩なジャンルから集められたグルメシリーズ2種と西日本各地から「地のもの」を選んだ50点のグルメギフト2種、ご予算や贈る方に合わせて豊富に吟味できます。祝電ばかりでなく、季節のご挨拶にも気軽に電報カタログギフトを贈ってみたいかがでしょう。このサービスを知らない方には嬉しいサプライズにもなりますし、これまで止むを得ず物だけを贈っていた送り先様にも、礼を失することなく贈れるようになります。大いに有効活用したいですね。

1. 多彩なグルメ、200点以上

株式会社そごう・西武とのコラボレーションにより、品揃え豊富といわれるリンベル株式会社のグルメ専用カタログ“エコグルメ”を採用しています。肉、海鮮、果物など、多彩なジャンルから集めたグルメは合計200点以上に及びます。ご予算やお相手などに合わせて「エコジュピター」か「エコビーナス」をお選びいただけます。

	カタログギフト電報「エコジュピター」	カタログギフト電報「エコビーナス」
掲載点数	約290点	約210点
サイズ	縦約22cm × 横約21cm × 148ページ	縦約22cm × 横約21cm × 132ページ
イメージ		
料金※1	電報台紙料金 5,700円(税抜) + 電報(メッセージ)料	電報台紙料金 10,700円(税抜) + 電報(メッセージ)料
受付・配達地域	NTT 西日本エリア ※2	

2. 西日本各地の産地を訪ねて選んだ50点

西日本各地の生産者が丹精をこめて作った「地のもの」50点を取り揃えたグルメカタログギフトです。ご予算やお相手などに合わせて「地モール 結(むすび)」か「地モール 雅(みやび)」をお選びいただけます。

	カタログギフト電報「地モール 結(むすび)」	カタログギフト電報「地モール 雅(みやび)」
掲載点数	50点	50点
サイズ	縦約21cm × 横約14.8cm × 32ページ	縦約21cm × 横約14.8cm × 36ページ
イメージ		
料金※1	電報台紙料金 5,700円(税抜) + 電報(メッセージ)料	電報台紙料金 10,700円(税抜) + 電報(メッセージ)料
受付・配達地域	NTT 西日本エリア ※2	

※1 電報台紙料金以外に、文字数に応じた電報(メッセージ)料が必要です。メッセージ内に差出人のお名前やご住所を入れた場合、電報(メッセージ)料に加算されます。電報台紙料金・電報(メッセージ)料には、消費税がかかります。※2 NTT西日本エリアとは、富山県、岐阜県、静岡県以西の30府県を指します。(ただし、静岡県の一部については、ご利用頂けないエリアがございます。) * 商品については、品切れまたは予告なく変更する場合がございますのでご了承ください

■NTT 西日本 カタログギフト電報サービス詳細

http://www.ntt-west.co.jp/dmail/pickup/catalog_gift/personal1/

カタログギフト電報のご利用方法

差出人 カタログギフト電報のお申込み*1

NTT西日本 カタログギフト電報の受付・配達

受取人様 カタログギフト電報のお受取り

受取人様 カタログギフトご希望商品のお申込み*2

リモール または カタログギフト商品の受付・配達

受取人様 カタログギフト商品のお受取り

***1 インターネットまたはお電話（局番なしの115番）から**
一部他事業者さまの電話回線からはNTT西日本の115番に接続できない場合があります。
また、ご利用回線によってはNTT西日本以外の115番に接続される場合がございます。
その際、NTT西日本の電報サービスをご希望される場合は、その旨お伝えいただくか、0120-759560へおかけ直してください。
※0120-759560からお申込みの場合、クレジットカードでのお支払いのみとなります。

***2 カタログギフト「地モール 雅」「地モール 結」は専用ハガキでのお申込みとなり、「エコビーンズ」「エコジューター」は専用ハガキの他にインターネット・ファックスでのお申込みも可能です。**
※電報受取後のカタログギフト掲載商品の交換は、受取人様にご注文いただくことにより、後日お届けとなります。
なお、商品の交換業務等は、地モール 雅・結はテルウェル西日本（株）、エコビーンズ・エコジューターはリンベル（株）が行っております。

* ご利用できるクレジットカード：NTT Group Card、VISA、Master、JCB、アメリカン・エキスプレス、ダイナースクラブ（日本国内発行のものに限ります。）

* 受付後、電報の発信を取り消す場合は発信取消料（1通ごとに300円（税抜））がかかります。

* お申込み、お問合せの場合は、電話番号をお確かめのうえ、お間違えのないようお願いいたします。

審査 15-638-1