

秘書の目利きで選ぶ手土産の決定版！初版好評につき今年も発売決定 『「こちら秘書室」公認 接待の手土産 2017-2018』 5月15日（月）より、全国の書店・ネット書店にて購入可能

株式会社ぐるなび（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：久保証一郎 以下、ぐるなび）はムック本『「こちら秘書室」公認 接待の手土産 2017-2018』を、5月15日(月)より全国の書店（一部地域をのぞく）とネット書店にて発売開始します。

「接待の手土産」とは、「こちら秘書室」に登録する約34,000人の秘書の会員ネットワークを活用し、現役秘書の目利きにより選ばれた、ビジネス遣いに特化した手土産情報サイトです。2014年に開設し、誰もが知る名店の品から知る人ぞ知る各地の逸品まで、手土産選びの豊富なキャリアを持つ現役秘書たちの目利きによる情報を紹介してきました。秘書のみならずご好評いただいたこの情報を、ビジネスマンや一般ユーザーにも発信するために昨年初めてムック本を発売し、64,000部(公称)を発行しました。今年も第2弾として、本書を発売します。

ぐるなびでは、現役秘書たちが一堂に会する手土産の品評会を定期的で開催し、味はもとよりサイズや重さ、高級感のある包装や紙袋、素材、商品に込められた想いやストーリーなど、秘書ならではの視点で評価いただいています。品評会で一定以上の評価を得た商品は、その年の「接待の手土産セレクション」に入選、中でも特に評価の高かった商品はその年の「特選」として表彰しています。「接待の手土産セレクション 2017」では、東京・大阪で年間10回の品評会を開催し、のべ約1,000名の現役秘書が参加しました。

本書では、「接待の手土産セレクション 2017」で入選した260品と、その中で評価の高かった特選30品を紹介しており、入選商品数は昨年の約2倍となっています。お渡しした際にお相手に与えるイメージの重要な鍵となる紙袋やパッケージが確認できる写真に加え、手土産選びの知識とノウハウを持つ秘書ならではの評価ポイントやコメントを各品に記載するなど、ビジネス、プライベートでの悩ましい手土産選びに役立つ、充実した情報を掲載しています。

ぐるなびの調査によると、お中元・お歳暮、お年賀は減少しているものの、接待・会食時における手土産手配は年々増加しているという結果が出ました。（調査詳細は別紙参照）また、2012年以降のギフト市場規模は、ビジネス、プライベートともに年々増加傾向にあり、2017年予測では10兆700億円(*)ともされています。

※矢野経済研究所「プレスリリースギフト市場に関する調査を実施（2016年）」より引用

●ムック本情報●

タイトル：「こちら秘書室」公認 接待の手土産 2017-2018

編者：ぐるなび「こちら秘書室」編集室

出版社：日本経済新聞出版社

発行日：2017年5月15日

ページ：152ページ

定価：本体926円＋税



＜本件に関する報道機関からのお問い合わせ先＞

株式会社ぐるなび 広報グループ TEL:03-3500-9700 MAIL:pr@gnavi.co.jp

●本書の内容●

- ・巻頭エッセイ「吟味する力」（著：阿川佐和子）
- ・秘書インタビュー「失敗しない手土産術とは」
- ・秘書の目利きで全国から選りすぐった、「洋菓子」「和菓子」「おかずもの」「お供」「お飲みもの」合計290品。中でも特に評価の高かった特選30品は詳しく紹介

●ページの構成●

手土産選びの参考になる、秘書の評価ポイントを掲載



【こちら秘書室とは】

取引先との会食・接待に最適な上質な飲食店情報のほか、セミナーやイベント、手土産情報など、秘書業務に役立つコンテンツが満載の会員数約34,000人の秘書コミュニティサイトです。

2002年のサイト開設以来、全国の秘書または秘書業務に従事している方々を会員組織化し、接待向き的高级飲食店を結びつけるほか、高級飲食店の下見会や秘書向け懇親会の開催、ビジネス使いに向いている手土産情報の提供、秘書業務に関する各種セミナーの開催、秘書同士の掲示板の提供など、秘書業務に役立つ様々なサービスを展開しています。



2011年4月11日には、限定サービスが使える「秘書室本会員」制度をスタート。急な接待や遠方の接待など、ご利用シーンに応じて、専属スタッフがお店を紹介する「接待店相談サービス」などの機能も追加。2014年にスタートした「接待の手土産」品評会へ参加もできます。

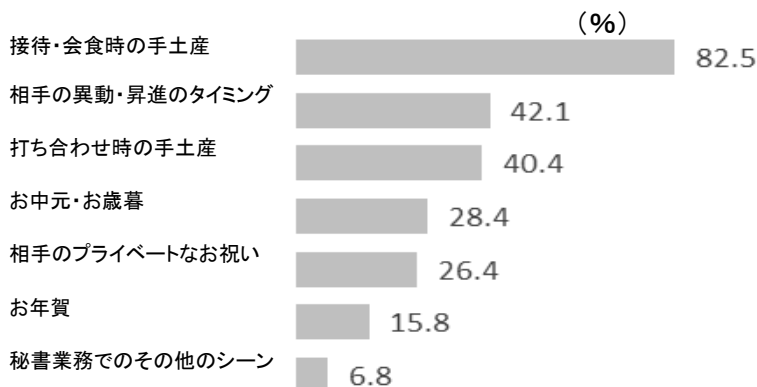
手土産意識調査結果



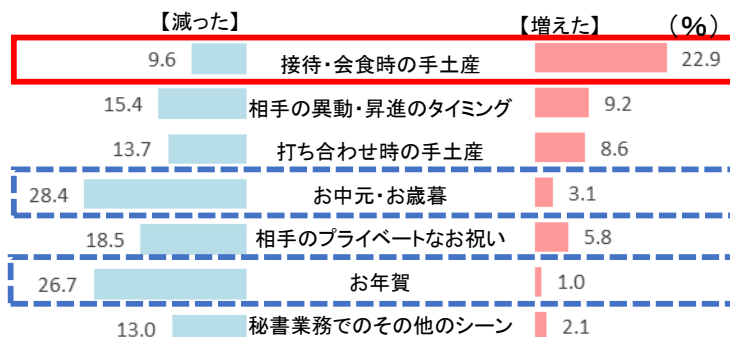
こちら秘書室会員296名を対象 実施期間：2017年3月23日～30日
20～60代男女ぐるなび会員（ユーザー）1,000名を対象 実施期間：2017年3月24日～27日

秘書が最も手土産を購入するのは「接待・会食時」。お中元・お歳暮・年賀は減少傾向。

2016年に手土産を購入したシーン（秘書）



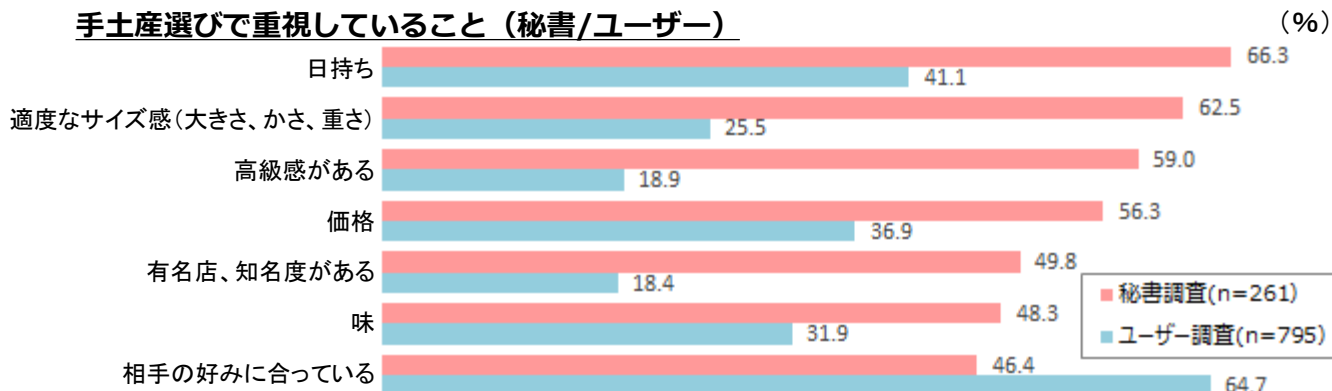
ここ数年、手土産を購入することが増えたシーン（秘書）



昨年、秘書が手土産を購入したのは「接待・会食時の手土産」が圧倒的に多く8割超え。次いで「相手の異動・昇進のタイミング」「打ち合わせ時の手土産」となりました。手配する頻度が増えたシーンは「接待・会食時の手土産」となり、それ以外の項目では「減った」が「増えた」を上回る結果になりました。特に、「お中元・お歳暮」「お年賀」など定期的な挨拶での手配は「減った」割合が大幅に上回りました。一方で、2016年の「接待」の実施状況は「変わらない」が6割以上、2割が増えたと回答しました。

手土産選びのポイント、秘書は「日持ち」ユーザーは「相手の好みに合っている」

手土産選びで重視していること（秘書/ユーザー）



手土産選びで最も重視しているのは、秘書は「日持ち」、ユーザーは「相手の好みに」という結果になりました。秘書は「適度なサイズ感」、「高級感がある」が続き、ユーザーは「日持ち」「価格」が続きました。「味」は秘書で6番目、ユーザーで4番目。全体的に秘書は手土産選びで多くの項目を重要視している傾向が明らかになりました。