

報道関係各位

ホリデイ・イン、土産物に関する調査資料「スーベニア・シリーズ」 第3回：思い出に残るお土産とは

～風変わりなものから、もらってうれしいものまで、現代お土産事情に迫る～

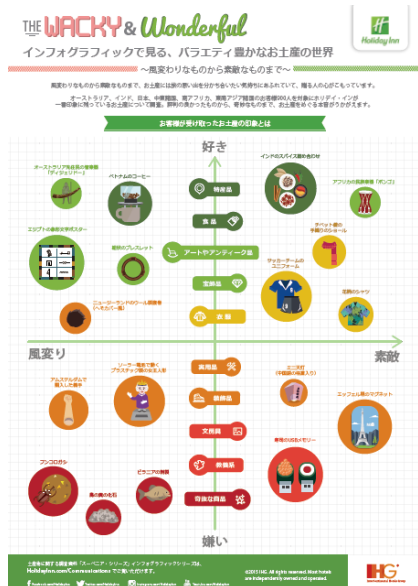
※本ニュースリリースは、2015年12月にIHGが発表したニュースリリースの抄訳版です

インドのスパイス詰め合わせ、鳥の糞の化石、さらにはオーストラリア先住民の管楽器「ディジェリドー」…。アジア、中東、アフリカのお客様が友人・家族からプレゼントされたり、自ら旅先で買い求めたりした大切な土産のほんの一例です。インターコンチネンタル ホテルズグループ(IHG)が展開する**ホリデイ・イン®**(運営会社/日本: IHG・ANA・ホテルズグループジャパン)はこのほど、土産物に関する調査資料「スーベニア・シリーズ」第3回:思い出に残るお土産とは(最終回)を発表、お土産に対する好みや印象が明らかになりました。

この調査はホリデイ・インがオーストラリア、インド、日本、中東諸国、南アフリカ、東南アジア諸国のお客様 900人を対象に実施し、ちょっとしたアクセサリや民芸品、中には何に使うのか不明なものまで、友達や愛する人からもらった海外のお土産について、感想や印象を尋ねました。

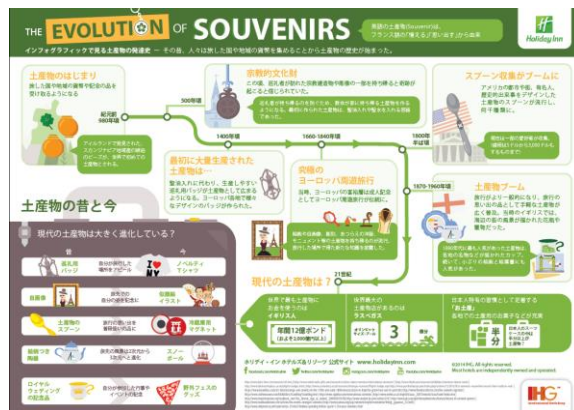
回答者には「好き」か「嫌い」か、「風変わりなもの」か「素敵なもの」かを評価してもらい、集計結果を表にまとめました。その結果、ベトナムコーヒーやアフリカの民族楽器といった現地らしいお土産は「好き」という評価を集めました。一方、寿司を模したUSBメモリーといった風変わりなアイテムや科学教材風のアイテムは、笑いこそ誘うものの、自宅のリビングルームなどに飾ってもらえる可能性は低いようです。

また、調査でわかった意外な結果として、物珍しいものや風変わりなものがまったく受け入れられないかといえば、そうでもないようです。例えば世界的に有名なランドマークなどをあしらったマグネットは安価で愉快なものが多く、手軽なお土産の定番。一般的には大したものではないと見られていますが、今回の調査では「素敵」なお土産に分類されています。



今回の調査では、現地での思い出が詰まっているような食品やアート、アンティーク品に高い満足度を示す回答が多く見られました。同様に、サプライズ好きなお客様は、ニュージーランド製のウールの腹巻(へその周辺だけをマスクのように覆うもの)など、風変わりなお土産に敏感に反応するようです。

IHG の AMEA(アジア・中東・アフリカ)地域のホリデイ・イン ブランド マネジメント ディレクターのリー・イン・テオ は次のように述べています。「ホリデイ・インの土産物調査は、お土産選びの参考になるだけでなく、ときにユーモラスな情報も浮き彫りになります。買いたいお土産、もらいたいお土産といった情報に至るまで、調査対象地域のお客様の心理を理解するうえでも役に立ちます。お客様は、自分が楽しんだ旅の思い出を“お土産”という形で家に持ち帰り、友達や家族、同僚にも紹介したいと考えます。もらいたいお土産のタイプがわかったことで、今後、ホテルのお客様がお土産ショッピングに外出される際には、参考になるアイデアを提供できそうです」



THE EVOLUTION OF SOUVENIRS

インフラテクノロジーで変わる土産物の価値観。それは、人々が生きた場所や地域の歴史を伝えることにも土産物が役立つからです。

土産物のはじまり
3000年前
紀元前
1400年頃
1600-1800年頃
1800年頃
1970-1980年頃
1970-1980年頃

土産物の昔と今
現代の土産物は大きく進化している？
現代の土産物は？

「好きでも嫌いでも、風変わりなお土産でも素敵なお土産でも、とにかく思い出に残るもの。旅の感動をいつまでも心に残す方法は、たくさんあることがわかります。ゲストのお土産探しをお手伝いするうえで、今回の調査結果

は大きなヒントになります」

ホリデイ・インの土産物に関する調査「スーベニア・シリーズ」では、第1回目は「[土産物の発達史](#)」、第2回目は「[土産物の価値](#)」をテーマに、調査対象地域のお客様の土産物購入の習慣や好みを探ってきました。

以上

添付資料：ホリデイ・イン「スーベニア・シリーズ」第3回：思い出に残るお土産とは
※本 PDF を Adobe 社のソフトで開いていただくと、添付資料をご確認いただけます。



THE VALUE OF SOUVENIRS

お土産のない旅行は悔いがない
7/10 旅行先で、お土産を買うつもりです。 対して 1/5 はお土産を買わないことを断言しています。

お土産を買い求める理由
48% 思い出に残るもの
25% 旅行先ならではの体験
10% 旅行先で買った記念品

現代が欲しいと思う土産物
「お土産は誰様？」の調査結果
70% 自分
27% 友人
3% その他

誰のための土産物が一番欲しい、そこにいくら使う？
お土産を贈る相手
家族
パートナー
友人
自分
旅行先
親戚
ペット

お土産代の相場は？
予算別
お土産代
お土産代
お土産代

お土産をギフトとして送る際の悩み
お土産をギフトとして送る際の悩み

お土産をよく買う場所
お土産をよく買う場所

好きなお土産の種類は誰ごとに異なる傾向
好きなお土産の種類は誰ごとに異なる傾向



ホリデイ・インについて

全世界で 1,196 ホテルを展開するホリデイ・インは、1952 年にオープンして以来、数多くのお客様の充実した旅行をサポートしてきた、世界有数の知名度を誇るホテルブランドです。

ホリデイ・インは、レストラン、ルームサービス、プール、フィットネスセンター、ラウンジなど、ビジネスのみならずあらゆるお客様にもご満足いただけるよう、快適な滞在のための施設とサービスをご用意しております。

館内の宴会場やビジネス設備のほか、宿泊・お食事のお子様割引「キッズステイ&イートフリー(Kids Stay and Eat Free)」、お子様向けの設備・内装の「キッズ・スイート」などには、ホリデイ・インの長年にわたるサービス重視の姿勢が反映されています。

ホリデイ・インおよびオリデイ・イン リゾートについての詳しいお問い合わせとご予約は、ホリデイ・インの公式サイト www.holidayinn.com でも承っています。

最新の情報は、Twitter (<http://www.twitter.com/holidayinn>) および Facebook (www.Facebook.com/holidayinnhotels) で発信中です。

インターコンチネンタル ホテルズ グループ(IHG)について

インターコンチネンタル ホテルズグループ(IHG)【LON:IHG; NYSE:IHG (ADR)s、本社:英国】は、インターコンチネンタルホテルズ&リゾーツ、キンプトン ホテルズ&レストランツ、HUALUXE(華邑) ホテルズ&リゾーツ、クラウンプラザホテルズ&リゾーツ、ホテル インディゴ、EVENホテルズ、ホリデイ・イン ホテルズ&リゾーツ、ホリデイ・イン エクスプレス、ステイブリッジ・スイーツ、キャンドルウッド・スイーツといった幅広いホテルブランドを展開するグローバル企業です。

IHGは現在、世界の約100 の国や地域で4,900以上のホテル、72 万6000室を所有、運営、リース、もしくはフランチャイズ契約しています。さらに、世界中で1,300以上のホテルを開発中です。

また、業界初、9,000万人以上の会員を擁するIHGリワーズクラブは、世界最大のホテル会員組織です。

インターコンチネンタルホテルズグループ PLCは、グループの持ち株会社であり、英国で法人格を取得し、イングランドとウェールズに登記しています。世界各地のIHGのグループホテルおよび本部では35万人の従業員が働いています。

IHG では、各種情報の入手や、宿泊予約をインターネット上で行うことができます。各ホテルに関する情報、およびご予約に関しては、www.ihg.com、また、グループのホテル会員プログラムのIHGリワーズクラブに関しては、www.ihgrewardsclub.com をご確認ください。

IHG の最新情報については、メディア向けページ www.ihg.com/media のほか、www.twitter.com/ihg、www.facebook.com/ihg、www.youtube.com/ihgplc をご覧ください。(いずれも英語サイト)

IHG・ANA・ホテルズグループジャパンのウェブサイトURL: www.anaihg.com

IHG・ANA・ホテルズグループジャパンのプレスリリースウェブサイトURL:
www.anaihg.com/corporate/pr

本件に関するお問い合わせ先:

IHG・ANA・ホテルズグループジャパン

広報 潮 孝子

Tel: 03 5501 7548 Fax: 03 5501 7580

Takako.ushio@ihganahotels.com

