

# 令和初の「お歳暮シーズン」がまもなく到来！ 日本の「贈り物文化」に変化をもたらすソーシャルギフトサービスとは ～ギフトパッド利用企業の声も紹介～

令和元年の今、日本では大規模イベントの開催を多数控えており、日本の伝統文化に世界から改めて注目が集まっています。しかしながら、感謝の気持ちを込めてギフトを贈る風習は、近年減少傾向にあるのが実態です。その一方、オンライン上で手軽にギフトを贈ることのできるソーシャルギフトサービスは、その手軽さとギフト選択の幅広さに注目が集まり、市場拡大を続けています。

## 感謝の気持ちを贈る伝統文化「中元・歳暮」

### ■中元とは

「中元」とは、陰暦7月15日のことを指し、古く中国では1月15日を指す「上元」、10月15日を指す「下元」と並び、重要な祭日として考えられてきました。

今日の日本では、7月初めからお盆にかけての時期に、感謝の気持ちを込めて贈り物をする風習として「中元」の文化が定着しています。

### ■歳暮とは

「歳暮」の起源は、死者の霊をまつる行事「御霊祭」の共同飲食に子孫が食物を持ち寄ったことであると言われています。

本来は、塩づけ、塩ぶりといった魚類が多く用いられましたが、これらが転じて、現在では12月10日以降の年末に、中元と同様お世話になっている方に贈り物をする風習のことを指すようになりました。



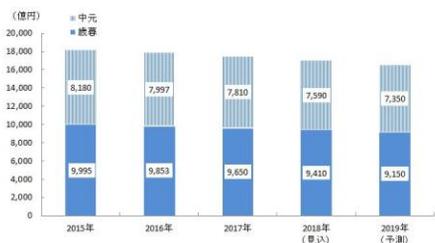
## 縮小する中元・歳暮市場

矢野経済研究所が行った国内ギフトに関する調査によると、2017年度の中元・歳暮市場は2015年度に比べ約715億円縮小しており、2019年度までには、ここからさらに約960億円縮小すると見られています。

同調査によると、儀礼的な意味合いの強いフォーマルギフトにおいては、近年「相手の喜ぶようなモノ」を贈りたいという「送り先ファースト」の考え方が強まっており、贈り先を意識したギフト選びの傾向が高まっていることも分かります。

またその一方で、同研究所が行った「2019年版 商品券・ギフト券／ソーシャルギフト市場の実態と展望」によると、ソーシャルギフトの市場規模は、2014年からの4年間で約14倍にも成長しており、縮小傾向にある歳暮・中元市場とは裏腹に、ソーシャルギフト需要の高まりが見取れます。

【中元・歳暮市場規模推移と予測】



注3 小売金額ベース、個人・法人需要を含む。  
注4 中元・歳暮市場規模が「ギフト」市場規模の内訳  
注5 2018年は見込値、2019年は予測値  
注6 過去に遡って市場規模を再算出しているため、過去公表値とは一部異なる

矢野経済研究所調べ

【商品券・ギフト券/eギフト市場規模予測】



注1 発行金額ベース  
注2 2019年度見込値、2020年度以降予測値

矢野経済研究所調べ

これまでは、紙カタログを通しての中元・歳暮等のギフト販売が一般的でありましたが、近年では多数の企業がソーシャルギフトサービスへの商品提供を行い、その売り上げを順調に伸ばしています。ギフトパッドに実際に商品・サービス提供を行っている企業様の声を紹介します。

### 【日本ハムマーケティング株式会社 様】

ニッポンハムグループ商品の販売を手掛ける「日本ハムマーケティング株式会社」。ソーシャルギフトを活用した新たな販路として、2017年からお取引を開始。2018年1月から2019年7月までの受注数は約5倍以上の伸び率となりました。



#### ・商品提供に至った経緯

主に、紙カタログや小売店を軸として展開する箱ものギフトに強みをもつ弊社では、メールやSNSを使いこなす層にアプローチできずにおり、その解決策としてソーシャルに特化したギフトシステムを取り入れる必要がありました。

なかでもギフトパッドさんのサービスは、メールやLINE・TwitterやFacebookなどのアカウントのみでギフトを贈ることができ、インターネットを利用した匿名性が高いコミュニケーションにおいて汎用性が高く、利便性に優れるものとして将来性を感じています。

#### ・商品提供のメリット

我々には「ギフトといえば、化粧箱に納まったハム」という共通意識があったのですが、ギフトパッドさんから「お客様ご自身が選ぶのだから、格式だけでなく、お客様の生活の一部に入り込めるような品揃えを」とアドバイスをいただきました。そこで、上記のようなハム以外のラインナップを増やし、それぞれの商品を楽しむイメージ写真を掲載してみたところ、お客さまからとても大きな反響がありました。

### 【株式会社ジョブインターナショナル 様】

子ども達の夢を育てる玩具を輸入・販売する「ジョブインターナショナル」。2019年6月に開催されたおもちゃショーにてギフトパッドさんよりサービスのご紹介をいただき、お取引を開始致しました。



#### ・商品提供に至った経緯

ギフトパッドさんのサービスご利用企業様に弊社商材とマッチした企業様が多いというお話を伺い、弊社の取り扱いメーカーの一つ「はたらくるまの知育玩具」が合うのではないかと感じました。自動車業界や自動車好きなお客様に知って頂けるチャンスと感じ商品提供に至りました。

#### ・商品提供のメリット

在庫がなくなった時点ですぐに掲載を停止でき、販売期間にも臨機応変な対応が可能など、従来のカタログギフトでは難しかった商品提供側が抱える課題をクリアできる点が非常に魅力だと感じております。今後は掲載点数を増やすと同時に、弊社で取り扱う複数のメーカーの商品を組み合わせ、3,000円、5,000円、10,000円など設定金額に応じた各コースで販売をしていきたいと思っております。

### 株式会社ギフトパッドとは

株式会社ギフトパッドは、「感謝」をキーワードにITと「選べるカタログギフト」を融合させた、次世代ギフトサービスを提供しています。個人向けギフトサービス『Gift Pad』や、法人向けギフトサービス『3X's ticket (サンクスチケット)』に加え、旅行先の名産品が手軽に送れるサービス『みやげっと』なども展開しており、地域経済の活性化にも力を注いでおります。幅広いギフトニーズに対応したサービスを展開し、独自のギフトシステムによるご利用企業様の成長、流通経済の発展、地域創生に貢献するソリューションを提供し続けています。