

2014年3月27日

Press Release

楽天リサーチ株式会社

宴会をして花見を楽しむ人が昨年から、
増加の傾向、消費税増の影響は見られず

- お花見に関する調査 -

URL: <http://research.rakuten.co.jp/report/20140327/>

楽天リサーチ株式会社（本社：東京都品川区、代表取締役社長：森 学）と「楽天デリバリー」（<http://delivery.rakuten.co.jp/>）を運営する楽天株式会社（本社：東京都品川区、代表取締役会長兼社長：三木谷 浩史）は、今年の花見に関してインターネット調査を実施しました。今回の調査は、2014年3月13日から3月14日の2日間、楽天リサーチに登録しているモニター（約230万人）の中から、全国の20代～60代の男女1,000人を対象に行いました。

■□ 調査結果概要 □■

■宴会をして花見を楽しむ人が昨年より増加見込み。特に20代、30代は、宴会をする人が多数。

宴会を伴った花見の実施に関しては、本年4月1日からの消費税の引き上げにもかかわらず昨年の12.4%から今年は15.5%と3.1%増加しており、昨年よりも宴会をして花見を楽しむ人が増える見込みであることが分かった。特に年代別でみると、20代で22.5%、30代で18.0%と宴会を伴う花見は若年層に多い結果となった。

■予算は一人当たり3,000円未満が約7割。

今年の花見における一人当たりの予算について聞いたところ「1,000円以上から2,000円未満（23.8%）」が最も多く、ほとんど差がなく「2,000円以上から3,000円未満（23.3%）」、「1円以上から1,000円未満（22.8%）」という結果だった。3,000円未満が約7割（69.9%）となり、昨年と変化はなかった。

■飲食の手配は「百貨店・スーパー・コンビニ・ファストフード店」で当日買い出しが大多数。デリバリーサービスの認知は50%以上も利用は少数。

花見の席の飲食の手配方法について聞いたところ、約半数が「百貨店・スーパー・コンビニ・ファストフード店等で当日買い出し（46.5%）」だった。花見の会場などの指定した場所へ商品を届けてくれるデリバリーサービスの存在については、「知っている（「知っているし、使ったこともある」、「知っているが、使ったことがない」の合計）」が50.2%だったが、実際に花見の

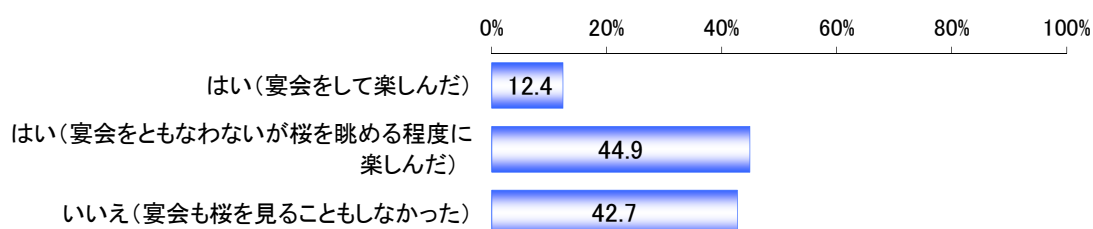
飲食の手配の手段として利用している人は約9.0%だった。

■ □ 調査結果 □ ■

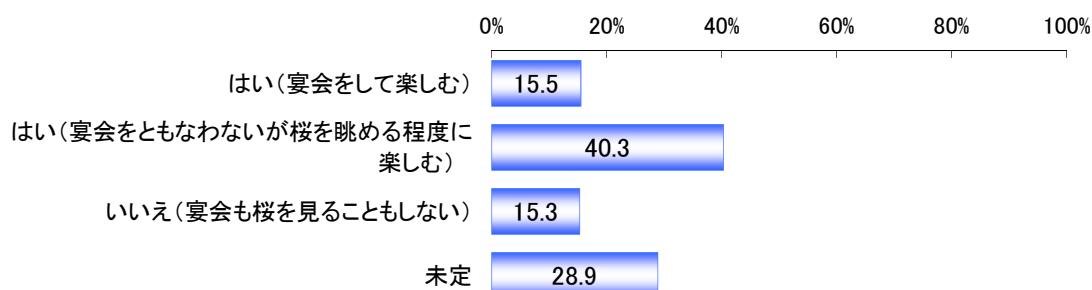
■消費税増にもかかわらず、昨年より宴会をして花見を楽しむ人が増加見込み。特に20代、30代は、宴会をする人が多数。

昨年の花見実施状況と、今年の予定について聞いたところ、昨年花見を実施した人（「宴会をして楽しんだ」、「宴会を伴わないが桜を眺める程度に楽しんだ」）は57.3%に対し、今年は、55.8%と減少した。一方、宴会を伴った花見の実施に関しては、昨年の12.4%から今年は15.5%と3.1%増加しており、昨年よりも宴会をして花見を楽しむ人が増える見込みであることが分かった。特に年代別でみると、20代で22.5%、30代で18.0%と宴会を伴う花見は若年層に多い結果となった。

◇昨年のお花見実施状況について（n=1,000） 単位：%



◇今年の花見実施予定について（n=1,000） 単位：%

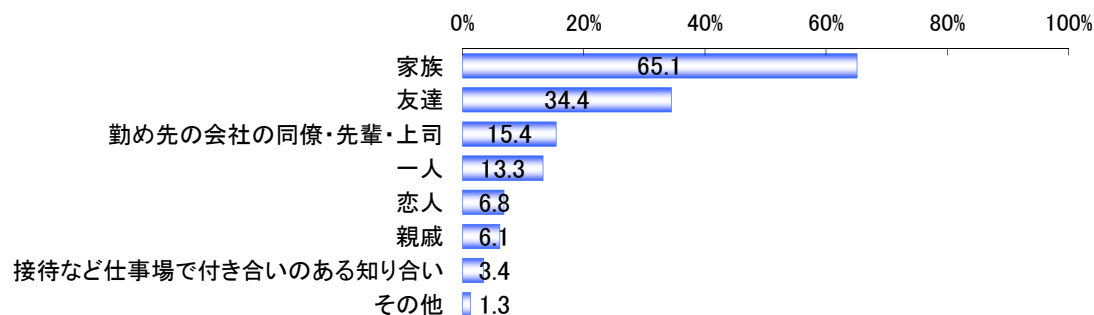


		n %	はい (宴会をして楽しむ)	はい (宴会をともなわないが 桜を眺める程度に楽しむ)	いいえ (宴会も桜を見ること もしない)	未 定
全体		1000 100.0	155 15.5	403 40.3	153 15.3	289 28.9
年代	20代	200 100.0	45 22.5	67 33.5	31 15.5	57 28.5
	30代	200 100.0	36 18.0	70 35.0	41 20.5	53 26.5
	40代	200 100.0	26 13.0	77 38.5	31 15.5	66 33.0
		200 100.0	20 10.0	80 40.0	30 15.0	70 35.0
	50代	200 100.0	20 10.0	80 40.0	30 15.0	70 35.0
	60代	200 100.0	28 14.0	109 54.5	20 10.0	43 21.5

■花見は65%が「家族」と楽しむ。デートは少数派。

花見に行く予定の回答者に誰と一緒にいくかを聞いたところ、「家族 (65.1%)」が最も多く、「友達 (34.4%)」、「勤め先の会社の同僚・先輩・上司 (15.4%)」と続いた。「恋人」と回答した人は、6.8%となっており、デートで花見をする人は少数派とみられる。

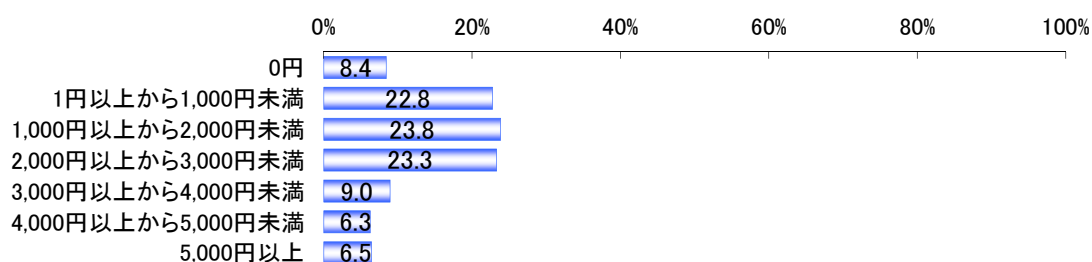
◇今年の花見は誰と一緒にいく予定か (n=558) 単位：%



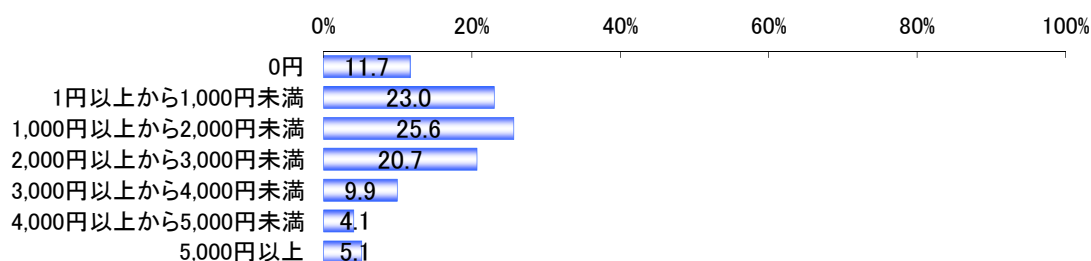
■予算は一人当たり3,000円未満が約7割。

今年の花見における一人当たりの予算について聞いたところ「1,000円以上から2,000円未満 (23.8%)」が最も多く、「2,000円以上から3,000円未満 (23.3%)」、「1円以上から1,000円未満 (22.8%)」という結果だった。3,000円未満が全体の約7割 (69.9%) で、昨年と変化はなかった。

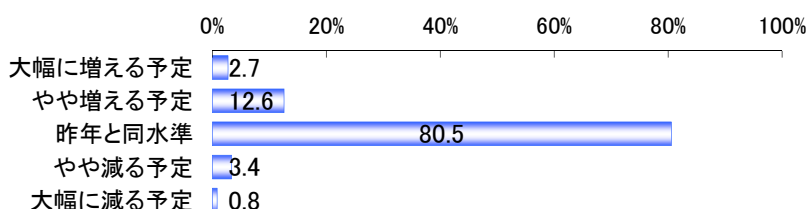
◇今年の花見の一人当たりの予算（予想）について（n=558） 単位：％



◇昨年の花見の一人当たりの予算（予想）について（n=566） 単位：％ ※昨年実施した同調査の結果より



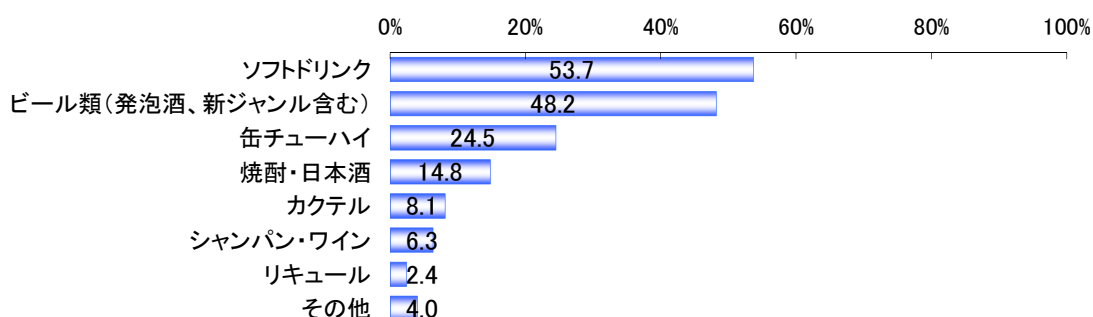
◇今年の花見の予算の変化について（n=477） 単位：％



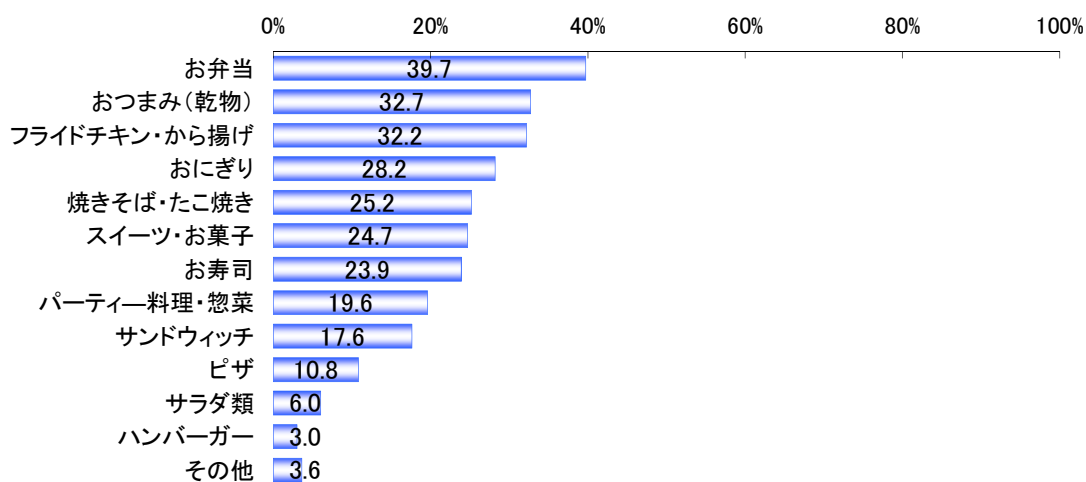
■花見の席では「ソフトドリンク」と「お弁当」が主流。

花見の席でよく飲むもの、食べるものについて聞いたところ、飲み物では「ソフトドリンク（53.7%）」、「ビール類（発泡酒、新ジャンル含む）（48.2%）」、「缶チューハイ（24.5%）」と続き、食べ物では「お弁当（39.7%）」、「おつまみ（乾物）（32.7%）」、「フライドチキン・から揚げ（32.2%）」という結果だった。昨年実施した同調査では「おつまみ（乾物）」が1位だったが、今年は「お弁当」がトップとなった。飲み物に関しては、昨年と比較して変化はなかった。

◇花見の席でよく飲むものについて (n=1,000) 複数選択 単位：%



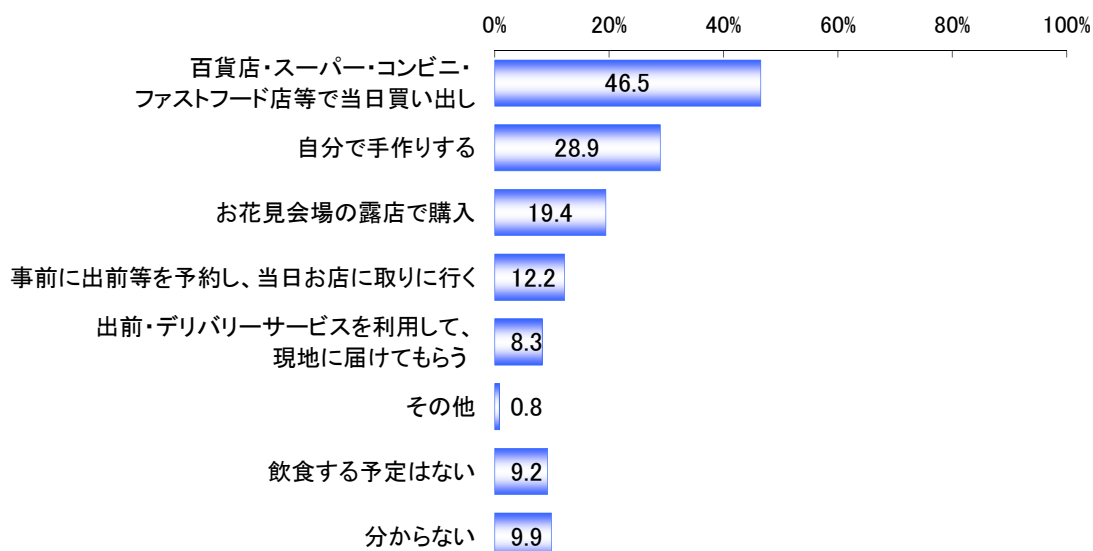
◇花見の席でよく食べるものについて (n=1,000) 複数選択 単位：%



■飲食の手配は「百貨店・スーパー・コンビニ・ファストフード店」で当日買い出しが大多数。デリバリーサービスの認知は50%以上も利用は少数。

花見の席の飲食の手配方法について聞いたところ、約半数が「百貨店・スーパー・コンビニ・ファストフード店等で当日買い出し (46.5%)」と回答した。「自分で手作りする (28.9%)」という回答も2位となり、手作りの花見弁当などを用意する人も多いことが見受けられる。「出前・デリバリーサービスを利用して、現地に届けてもらう」と回答した人は、20代では17.0%と最も割合が多かったが、全体では8.3%と少なかった。

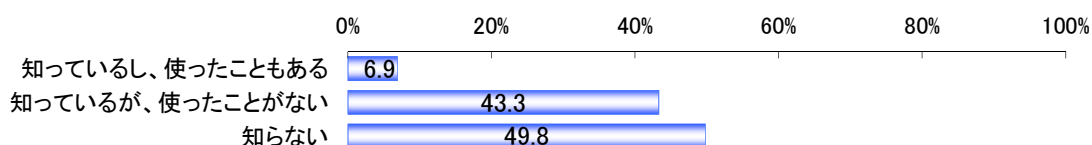
◇花見の席での飲食物の手配方法について (n=1,000) 複数選択 単位：%



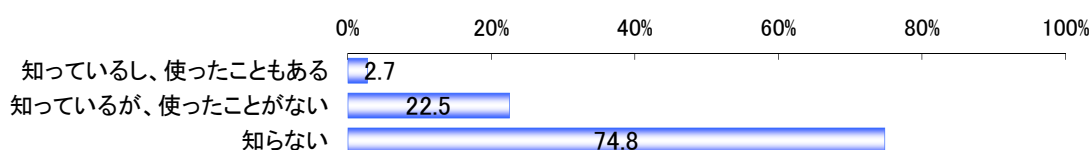
		n %	ド ン ビ ニ 等 で 当 日 買 い 出 し	百 貨 店 ・ ス ー パ ー ・ コ ン ビ ニ	自 分 で 手 作 り す る	入 お 花 見 会 場 の 露 店 で 購	行 く ・ 当 日 お 店 等 を 取 り 約 に	事 前 に 出 前 等 を 予 約 し 、 届 け て も ら う	出 前 ・ デ リ バ リ ー サ ー ビ ス を 利 用 し て 、 現 地 に 届 け て ら う	そ の 他	飲 食 す る 予 定 は な い	分 か ら な い
全体		1000 100.0	465 46.5	289 28.9	194 19.4	122 12.2	83 8.3	8 0.8	92 9.2	99 9.9		
年代	20代	200 100.0	87 43.5	62 31.0	42 21.0	27 13.5	34 17.0	0 0.0	17 8.5	22 11.0		
	30代	200 100.0	90 45.0	58 29.0	46 23.0	25 12.5	18 9.0	1 0.5	15 7.5	20 10.0		
	40代	200 100.0	101 50.5	57 28.5	40 20.0	24 12.0	13 6.5	0 0.0	18 9.0	20 10.0		
	50代	200 100.0	97 48.5	50 25.0	31 15.5	29 14.5	11 5.5	1 0.5	24 12.0	20 10.0		
	60代	200 100.0	90 45.0	62 31.0	35 17.5	17 8.5	7 3.5	6 3.0	18 9.0	17 8.5		

花見の会場など指定の場所まで商品を届けてくれるデリバリーサービスの存在について聞いたところ、「知っている（「知っているし、使ったこともある」、「知っているが、使ったことがない」計）」が50.2%と半数を占める結果となった。また、このデリバリーサービスで、スマートフォン等のGPSを使用して現在地までの配達が行えることについては、「知っている（「知っているし、使ったこともある」、「知っているが、使ったことがない」計）」が25.2%と認知が低いことが判明した。

◇花見の会場まで商品を届けてくれるサービスの認知について (n=1,000) 単位：%



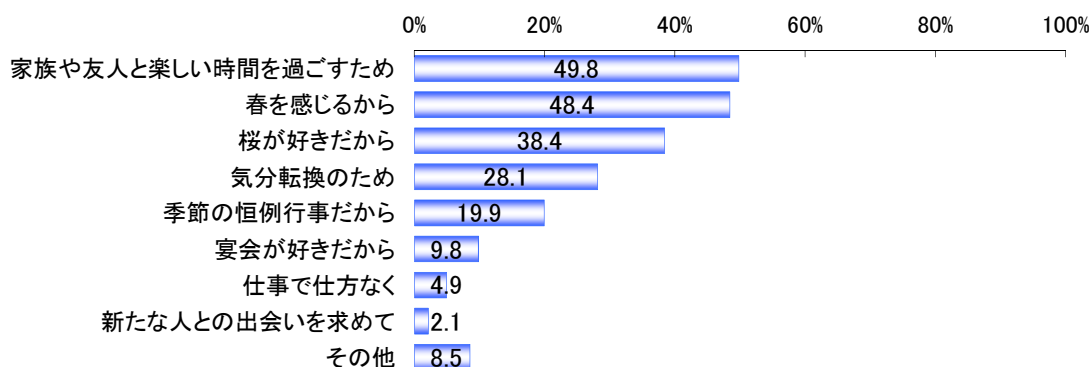
◇スマートフォン等のGPSを使用して現在地への配達が行えるサービスの認知について (n=1,000) 単位：%



■花見は「家族や友人と楽しい時間を過ごすため」に開催。

花見をする理由は「家族や友人と楽しい時間を過ごすため (49.8%)」が最も多く、「春を感じるから (48.4%)」、「桜が好きだから (38.4%)」が続いた。「気分転換のため」という回答も約3割で、暖かい春に桜を見て気持ちを新たにしたいと考えている回答者も多いことが見受けられた。

◇花見をする理由について (n=1,000) 複数選択 単位：%



【調査概要】

調査エリア : 全国
 調査対象者 : 20歳～69歳 男女
 回収サンプル数 : 1,000サンプル
 調査期間 : 2014年3月13日から3月14日
 調査実施機関 : 楽天リサーチ株式会社

以上

【お問い合わせ先】

楽天株式会社 広報部

TEL : 050-5817-1104 Email : pr@mail.rakuten.com