

2012年3月19日

Press Release

楽天リサーチ株式会社
楽天デリバリー株式会社

昨年に比べ今年は花見を楽しむ人が約6割

“団子より花、花よりコミュニケーション” 家族・友人との大切な時間に

- 花見に関する調査 -

URL: <http://research.rakuten.co.jp/report/20120319/>

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、以下「楽天リサーチ」）と楽天デリバリー株式会社（本社：東京都品川区、代表取締役会長兼社長：高橋 理人、以下「楽天デリバリー」）は、花見に関するインターネット調査を実施しました。今回の調査は、3月7日から3月8日にかけて、楽天リサーチ登録モニター（約220万人）の中から全国の20歳から69歳の男女計1,000人を対象に行いました。

■□ 調査結果概要 □■

【総評】

今回の調査で、「今年宴会をして楽しむ」と答えた人の割合は13.4%で、「昨年宴会を伴う花見をした」と答えた9.7%を上回った。東日本大震災の爪あとがまだまだ癒えない状況の中ではあるものの、昨年に比べれば、若干花見をする人の割合が増える傾向にあると言える。

また、「接待など仕事上で付き合いのある知り合いと花見をする」と回答した人よりも、「家族や友達と楽しむ」と答えた人が圧倒的に多い結果となった。その割合は、2年前の同様の調査と比べても明らかに増加しており、震災を機に強まった「絆」という意識が関係しているものと考えられる。

宴会1回当たりの予算としては、2,000円から3,000円と答えた人の割合がもっとも高く、2年前には1,000円から2,000円と答えた人がもっとも多かったことに比べると、若干景気回復の兆しが見えると言える。

また宴会における飲食物の手配方法を聞いたところ、百貨店やコンビニなどで当日買い出すと答えた人がもっとも多い結果となった。一方で、現地に飲食物を直接届けてもらう出前・デリバリーサービスの認知度は60%を超え、デリバリーサービスを使ってみたいとの意向を示した人の割合も約60%となっていることから、今後デリバリーサービスを活用し手ぶらでお花見を楽しむ人が増えると分析している。

【主なトピックス】

■花見の宴会は「家族」や「友達」と「絆」を確かめ合う

「宴会をして楽しむ」と答えた人に、花見の宴会をともにする相手をたずねたところ、「家族」(59.0%)と「友達」(50.0%)と回答した人が圧倒的に多かった。2010年の同様の調査では、「家族」(47.0%)「友達」(28.6%)という結果であったことから、震災発生後の「絆」への意識の高まりのためか、今年はこれまで以上に「家族」や「友達」と花見をし、楽しい時間を過ごしたいという意向が強いようだ。

花見宴会をする理由についても、「家族や友人と楽しい時間を過ごすため」が回答率約8割(79.1%)でトップとなった。

■宴会予算は「2,000円以上から3,000円未満」がトップ

宴会1回あたりの見込み予算は、「2,000円以上から3,000円未満」が最も多く、34.3%となった。一方、2010年の同様の調査では、「1,000円以上から2,000円未満」(28.5%)が最も多く選ばれていた。リーマンショック後の景気後退の真ただ中であつた2年前に比べれば、若干ではあるが消費者の財布のひもも緩んできていると言える。

■デリバリーサービスの認知度、利用意向とも約6割

宴会における飲食物の手配方法は(複数選択)、「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」が64.9%で最も多かった。

最近では、こうしたデリバリーサービスも増えており、そのようなサービスを知っているかどうかを聞いたところ、「知っているが、使ったことがない」(53.0%)と「知っているし、使ったこともある」(11.9%)を合計すると、認知度は64.9%で、「知らない」は35.1%だった。

さらに、そのようなサービスを使ってみたいかどうかをたずねたところ、約6割(59.7%)が「使ってみたい」と答えたことから、今度ますます手ぶらで花見を楽しむスタイルが定着すると分析している。

■□ 調査結果 □■

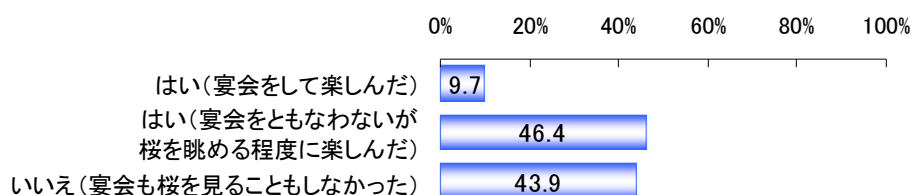
■半数近くが「宴会をともなわないが桜を眺める程度に楽しむ」

昨年花見をした人は全体の56.1%で、「宴会をして楽しんだ」人が9.7%、「宴会をともなわないが桜を眺める程度に楽しんだ」人が46.4%となった。宴会をした人の少なさが目を引くが、3月の東日本大震災の影響があつたと考えられる。

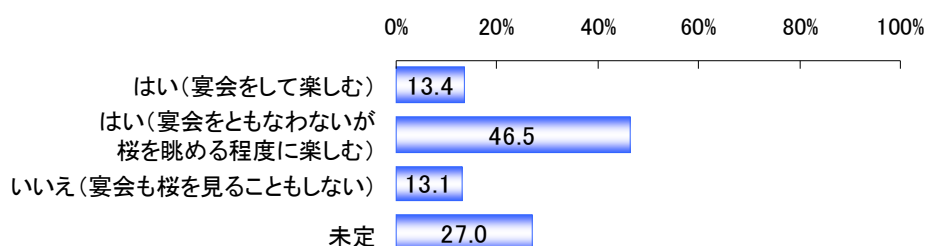
今年花見をする予定がある人は約6割(59.9%)で、「宴会をして楽しむ」人は13.4%、「宴会をともなわないが桜を眺める程度に楽しむ」人が46.5%となっている。「桜を眺める程度」の人の数は昨年とほぼ横並びで、「宴会をして楽しむ」予定の人は昨年より4.0ポイント増えている。「未定」

という回答も27.0%あった。

◇昨年、花見をした？ (n=1,000) 単位：%



◇今年の花見の予定 (n=1,000) 単位：%

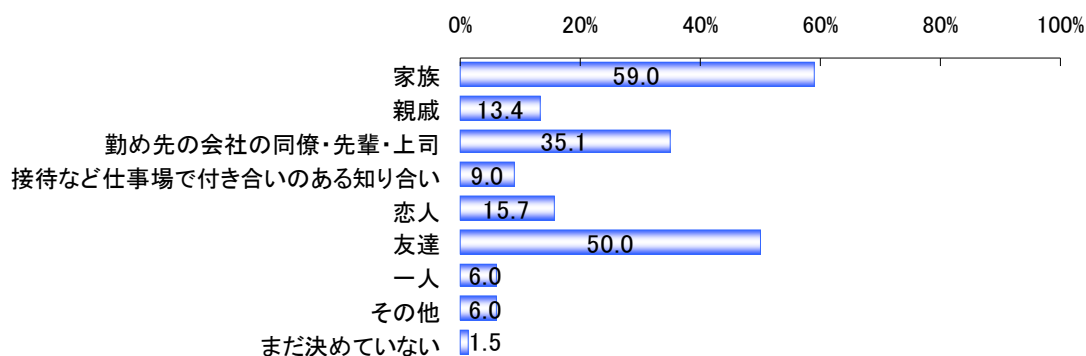


■花見の宴会は「家族」や「友達」と。時間帯は「日中」が大多数

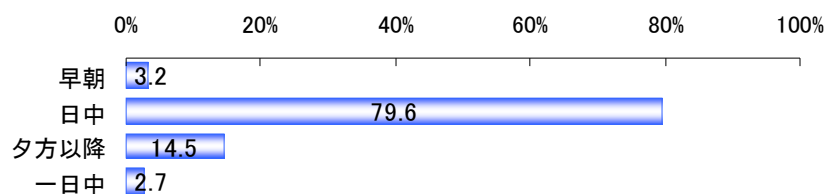
「宴会をして楽しむ」と答えた人に、花見の宴会をともにする相手を聞いたところ、「家族」(59.0%)と「友達」(50.0%)と回答した人が圧倒的に多く、「勤め先の会社の同僚・先輩・上司」(35.1%)、「恋人」(15.7%)、「親戚」(13.4%)などがそれに続いた。会社の行事として花見を行うという慣習は、かなり下火になっているようだ。

また、花見をする予定があると答えた人すべてに、花見の時間帯について聞いたところ、「日中」という答えが約8割(79.6%)にのぼった。「夕方以降」という回答は14.5%にとどまっており、「ライトアップされた桜を見ながら酒を飲む」というスタイルは、それほど支持されていないことがわかる。

◇花見の宴会、誰とやる？ (n=134) 5つまで選択 単位：%



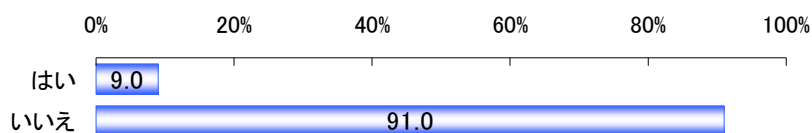
◇花見の時間帯 (n = 599) 単位：%



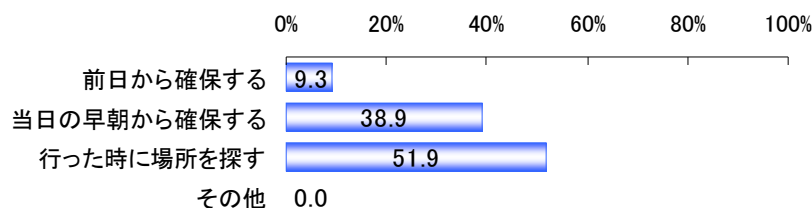
■大多数は席取りせず。席取りする人は「行った時に場所を探す」

花見をする予定があると答えた人に、花見をする際に席取りをするかどうかを聞いたところ、「いいえ」という回答が91.0%にのぼった。さらに、「はい」と答えた人に席取りの方法をたずねたところ、「行った時に場所を探す」が51.9%でトップで、以下、「当日の早朝から確保する」(38.9%)、「前日から確保する」(9.3%)と続いている。席取りをする人も、準備にはそれほど手間をかけないようだ。

◇花見の際、席取りをする？ (n = 599) 単位：%



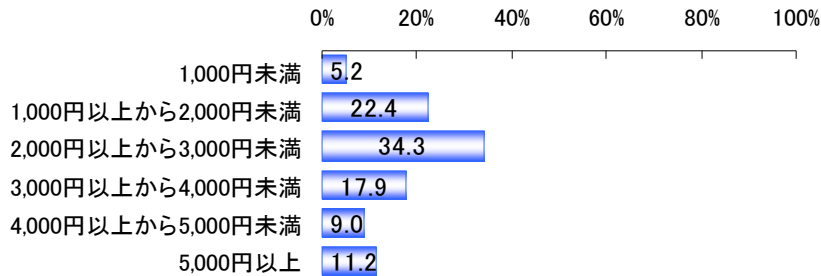
◇席取りの方法 (n = 54) 複数選択 単位：%



■宴会予算は「2,000円以上から3,000円未満」がトップ

宴会1回あたりの見込み予算は、「2,000円以上から3,000円未満」が最も多く、34.3%となった。「1,000円以上から2,000円未満」(22.4%)、「3,000円以上から4,000円未満」(17.9%)などがそれに続いている。4,000円未満で全体の約8割(79.5%)となっている。

◇宴会1回あたりの見込み予算 (n = 134) 単位：%

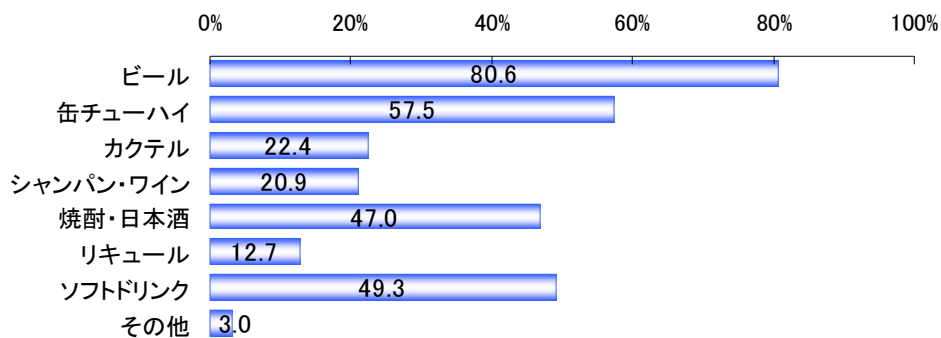


■飲み物は「ビール」、食べ物は「乾物」「フライドチキン・から揚げ」が人気

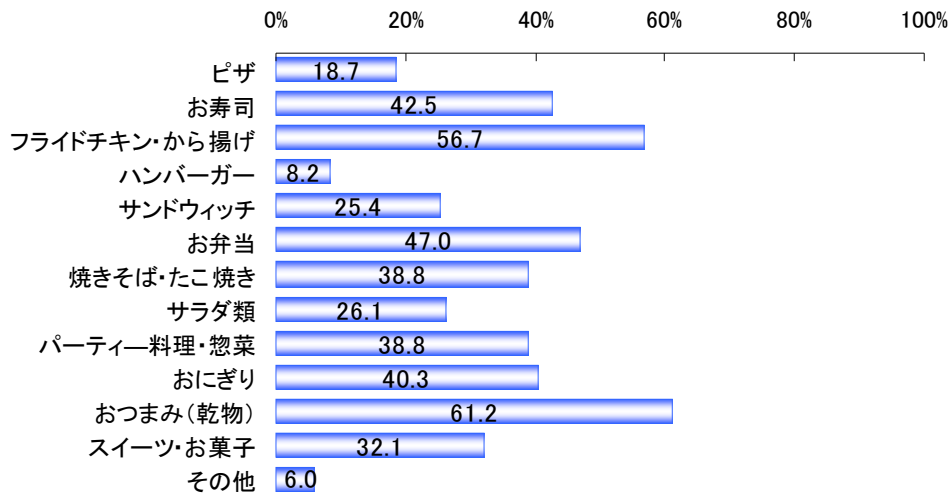
花見の宴会で飲む飲み物についてたずねたところ（複数選択）、「ビール」が80.6%と突出して多く、ほかに「缶チューハイ」(57.5%)、「ソフトドリンク」(49.3%)、「焼酎・日本酒」(47.0%)などが上位の回答となった。

一方、花見の宴会で食べる食べ物（複数選択）のトップ3となったのは、「おつまみ（乾物）」(61.2%)、「フライドチキン・から揚げ」(56.7%)、「お弁当」(47.0%)だった。以下、「お寿司」(42.5%)、「おにぎり」(40.3%)、「焼きそば・たこ焼き」(38.8%)などが続き、手軽に食べられるものが好まれている。

◇花見宴会で飲む飲み物 (n = 134) 複数選択 単位：%



◇花見宴会で食べる食べ物 (n=134) 複数選択 単位：%

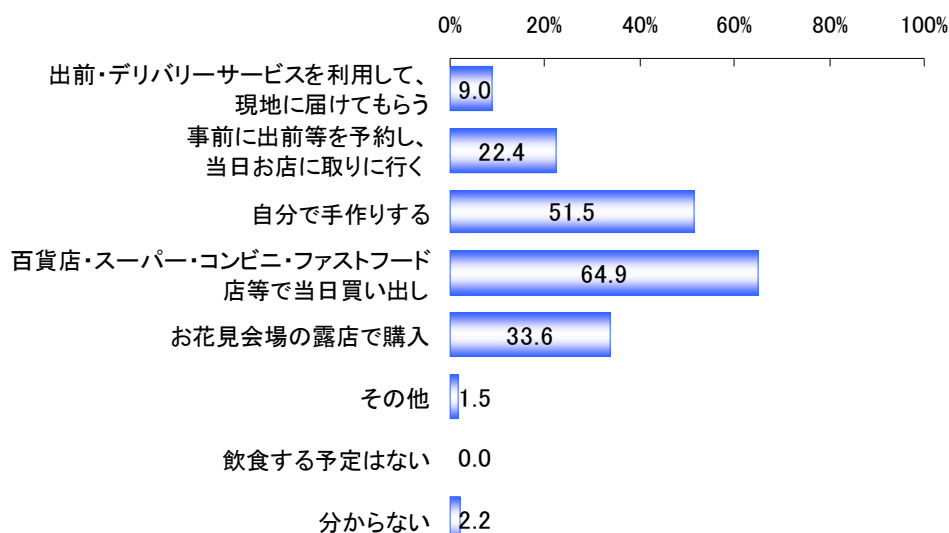


■デリバリーサービスの認知度、利用意向とも約6割

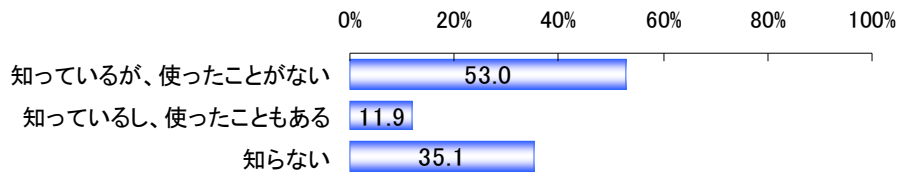
宴会における飲食物の手配方法は（複数選択）、「百貨店・スーパー・コンビニ・ファストフード店等で当日買い出し」が**64.9%**で最も多かった。2位は「自分で手作りする」（**51.5%**）、3位は「お花見会場の露店で購入」（**33.6%**）となっている。

最近では、花見の宴会会場に商品を届けてくれるサービスも増えている。そのようなサービスを知っているかどうかを聞いたところ、結果は、「知っているが、使ったことがない」（**53.0%**）と「知っているし、使ったこともある」（**11.9%**）を合計すると、認知度は**64.9%**となる。さらに、そのようなサービスを使ってみたいかどうかをたずねたところ、約6割（**59.7%**）が「使ってみたい」と答えていることから、今後手ぶらでお花見を楽しむ人が増えると分析している。

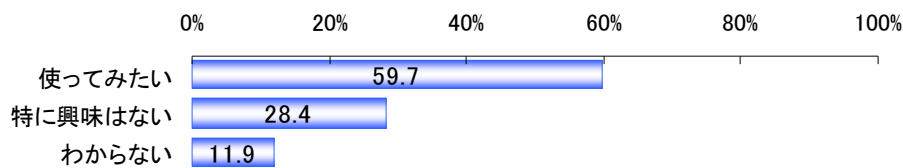
◇飲食物の手配方法 (n=134) 複数選択 単位：%



◇花見会場に商品を届けてくれるサービスの認知度 (n = 134) 単位：%



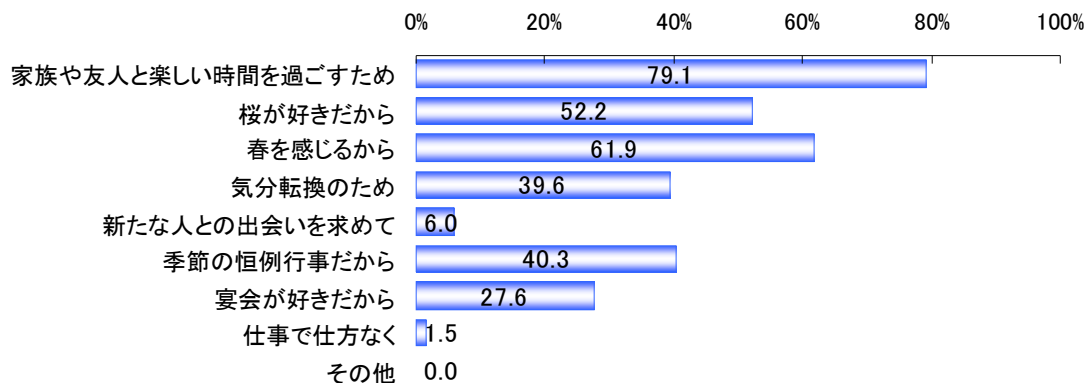
◇花見会場に商品を届けてくれるサービスの利用意向 (n = 134) 単位：%



■ “団子より花、花よりコミュニケーション”
「家族や友人と楽しい時間を過ごすため」がトップ

最後に、花見宴会をする理由をたずねた（複数選択）。「家族や友人と楽しい時間を過ごすため」がトップ（79.1%）で、2位は「春を感じるから」（61.9%）、3位は「桜が好きだから」（52.2%）となった。「宴会が好きだから」という回答は3割以下（27.6%）にとどまっている。“団子より花、花よりコミュニケーション” というのが、現代の花見の主流のスタイルのようだ。

◇花見宴会をする理由 (n = 134) 複数選択 単位：%



◆◆◆関連サイト◆◆◆

■ 楽天デリバリー <http://delivery.rakuten.co.jp/>

「楽天デリバリー」は全国のピザ寿司弁当等、出前宅配デリバリーのお店へ注文できるポータルサイトです。現在、利用できる店舗数は約 7000 店となっています。

楽天デリバリーでは、スマートフォン利用時に GPS 機能を使ってその場から注文ができる店舗を検索し、商品を注文することができる機能を提供しており、ユーザーは花見会場から手軽に飲食物を手配することができます。

【調査概要】

調査エリア : 全国
調査対象者 : 20歳から69歳男女
回収サンプル数 : 1,000サンプル (性年代均等割付 各セル100サンプル)
調査期間 : 2012年3月7日から3月8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 (担当:塩崎、高田)
TEL:050-5817-1104 Email:pr@mail.rakuten.com