

2013年3月25日

Press Release

楽天リサーチ株式会社  
楽天株式会社

## “接待花見”より、家族で楽しむ春の風物詩

### 景気回復への兆し、お花見には“変化なし”

#### —花見に関する調査—

URL: <http://research.rakuten.co.jp/report/20130325/>

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）が運営する出前・宅配サービスの「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13日から14日の2日間、楽天リサーチに登録しているモニター（約228万人）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 □■

---

##### ■ 「宴会をともなわないが桜を眺める程度に楽しむ」が大多数

昨年および今年の花見の実施について聞いたところ、昨年「宴会をして楽しんだ」、「宴会をともなわないが桜を眺める程度に楽しんだ」の合計は57.6%となっており、今年の花見実施予定の合計56.6%と比較しても、ほぼ変わらない結果となった。

また、今年の花見の予定として、「宴会をともなわないが桜を眺める程度に楽しむ」方が43.3%と大多数を占める結果となった。

##### ■ “接待花見”はマイノリティーか、“家族”で楽しむ花見が主流

今年の花見は誰と行く予定かを聞いたところ、断トツでトップが「家族」（66.8%）となっており、「接待などの仕事場で付き合いのある知り合い」については1.2%で、接待としての花見は習慣ではないことが分かった。

##### ■ 花見の予算は「3,000円未満」が約7割。昨年と金額は同水準。

##### 景気回復への兆し、お花見には“変化なし”

今年の花見の一人あたりの予算見込みについて聞いたところ、約7割の方が3,000円未満で花見の実施を予定していることが分かった。この予算（予想）について、昨年に比べて

のように変化するか聞いたところ、「昨年と同水準」(83.2%)という結果が上位の回答となった。

昨今の景気対策の効果による景況感の向上が花見へどのように影響するか聞いたところ、「あまりそう思わない」と「全く思わない」の合計が約7割(69.1%)という結果になっていることから、春の風物詩である花見への影響はないことがうかがえた。

#### ■花見酒はビールが定番、よく食べるものは「おつまみ(乾物)」がトップ

花見の席でよく食べるもの・飲むものについて聞いたところ、食べるものの1位は、「おつまみ(乾物)」(39.5%)、続いてお弁当(37.7%)、おにぎり(31.8%)という結果となった。飲み物については、「ソフトドリンク」(54.3%)、「ビール類(発泡酒、新ジャンル含む)」(49.9%)、「缶チューハイ」(27.9%)という結果となり、うらかな春の日差しのもと楽しむ花見酒は、ビールが定番のようだ。

#### ■花見の席での飲食の手配は購入派が大多数、 ネットで注文し現地に届けるデリバリーサービスの認知は、約半数に

花見の席での飲食の手配について聞いたところ、「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」(48.0%)が断トツトップという結果となった。購入派が大多数ながら、約3割が手作りという結果となった。

お花見の宴会会場など所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の認知は、約半数(49.7%)に上る結果となった。

#### ■花見は、家族や友人と楽しむ春の風物詩

最後に全員に花見をする理由を聞いたところ、「家族や友人と楽しい時間を過ごすため」(48.7%)、「春を感じるから」(48.3%)が近似値で1位、2位となっており、その後に「桜が好きだから」(39.0%)が続いた。「仕事で仕方なく」という方も6.0%おり、花見に対する思い入れの違いがあることが読み取れた。

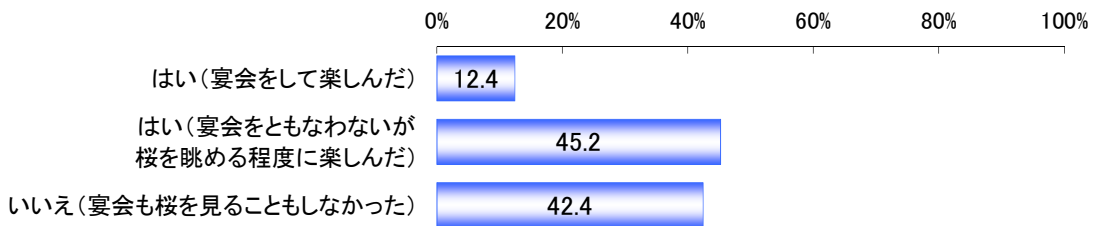
## ■ □ 調査結果 □ ■

### ■ 昨年同様「宴会をともなわないが桜を眺める程度に楽しむ」が大多数

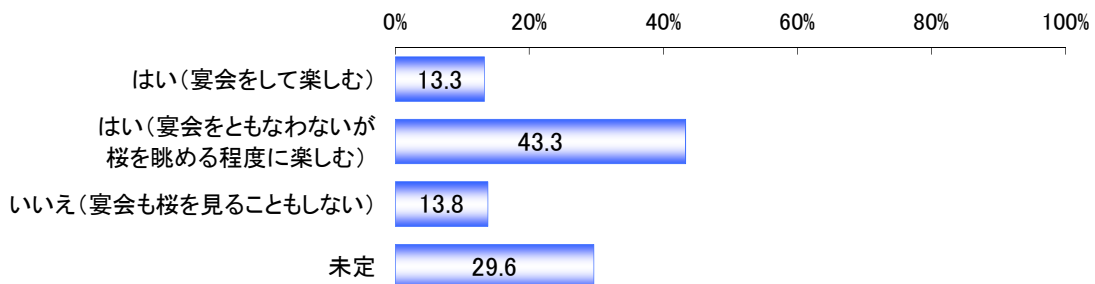
はじめに、昨年および今年の花見の実施について聞いたところ、昨年「宴会をして楽しんだ」、「宴会をともなわないが桜を眺める程度に楽しんだ」の合計は57.6%となっており、今年の花見実施予定の合計56.6%と比較しても、ほぼ変わらない結果となった。

また、今年の花見の予定として、「宴会をして楽しむ」との回答が現時点で昨年の結果を上回る一方「宴会をともなわないが桜を眺める程度に楽しむ」方が43.3%と大多数を占める結果となった。

#### ◇ 昨年の花見の実施について (n=1,000) 単位：%



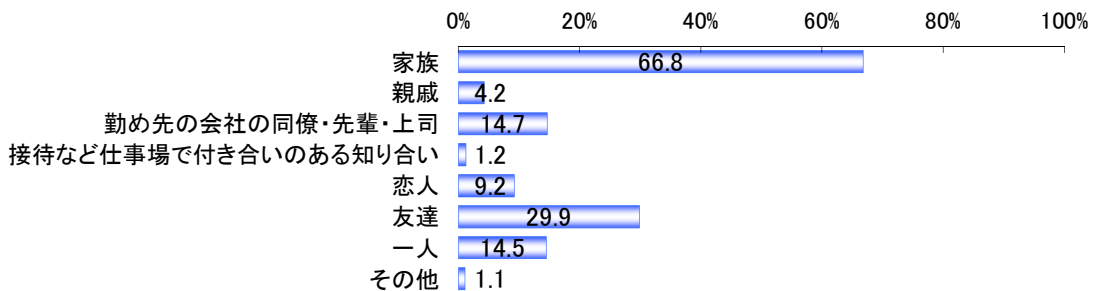
#### ◇ 今年の花見の実施予定について (n=1,000) 単位：%



## ■ “接待花見”はマイノリティーか、“家族”で楽しむ花見が主流

今年花見に行く予定と回答の方に、今年の花見は誰と行く予定かを聞いたところ、断トツで「家族」（66.8%）となっており、以下「友達」（29.9%）、「勤め先の会社の同僚・先輩・上司」（14.7%）が続いた。一方、「接待などの仕事場で付き合いのある知り合い」については1.2%となっており、接待としての花見の実施は習慣ではないことがわかった。

### ◇今年の花見は誰と行く予定か（n=566）複数選択 単位：%

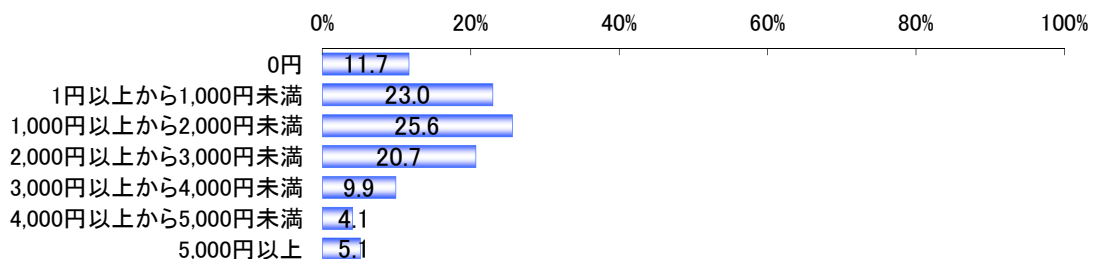


## ■ 花見の予算は「3,000円未満」が約7割。昨年と金額は同水準。

### 景気回復への兆し、お花見には“変化なし”

また、今年の花見の一人あたりの予算見込みについても聞いたところ、「1,000円以上から2,000円未満」が25.6%、続いて「1円以上から1,000円未満」（23.0%）、「2,000円以上から3,000円未満」（20.7%）という結果となった。約7割の方が3,000円未満で花見の実施を予定していることが分かった。

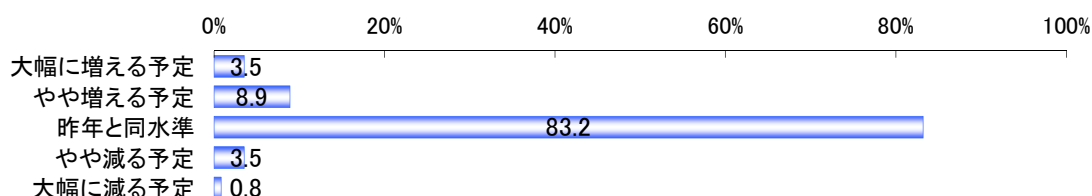
### ◇今年の花見の一人当たりの予算（予想）について（n=566） 単位：%



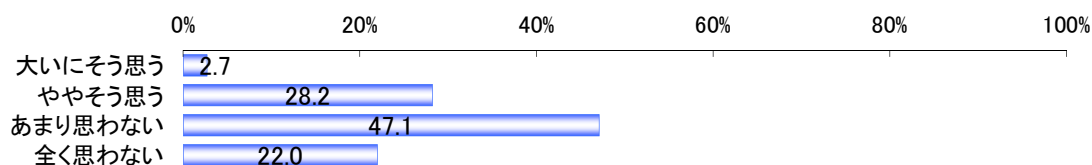
この予算（予想）について、昨年に比べどのように変化するか聞いたところ、「昨年と同水準」（83.2%）という結果が上位の回答となった。

昨今の景気対策の効果による景況感の向上が花見へどのように影響するか聞いたところ、「あまりそう思わない」と「全く思わない」の合計が約7割（69.1%）という結果になっていることから、春の風物詩である花見への影響はないことがうかがえた。

◇昨年と比較した花見に費やす予算の変化について（n=482） 単位：%



◇「アベノミクス」効果による花見への影響について（n=482） 単位：%

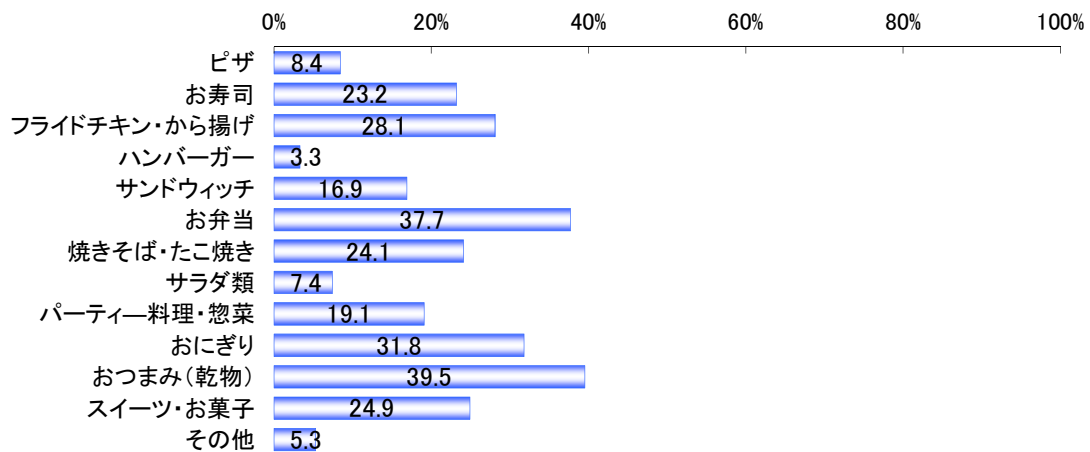


■花見酒はビールが定番、よく食べるものは「おつまみ（乾物）」がトップ

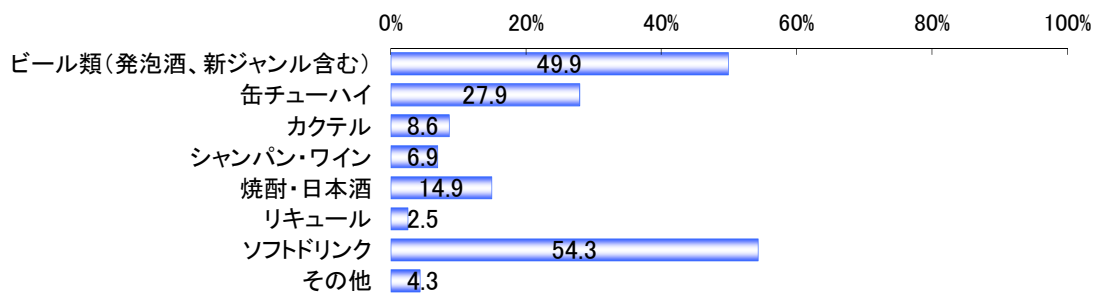
続いて花見の席でよく食べるもの・飲むものについて聞いたところ、食べるものの1位は、「おつまみ（乾物）」（39.5%）となっており、続いてお弁当（37.7%）、おにぎり（31.8%）という結果となった。

飲み物については、「ソフトドリンク」（54.3%）、「ビール類（発泡酒、新ジャンル含む）」（49.9%）、「缶チューハイ」（27.9%）という結果となり、うらかな春の日差しのもと楽しむ花見酒は、ビールが定番のようだ。

◇花見でよく食べるものについて（n=1,000）複数選択 単位：%



◇花見でよく飲むものについて (n=1,000) 複数選択 単位：%

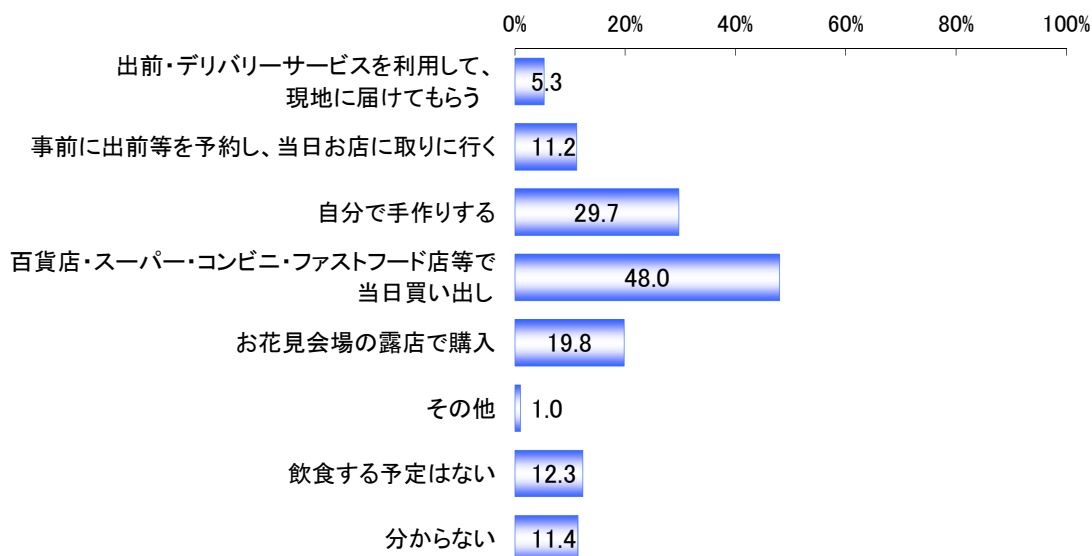


■花見の席での飲食の手配は購入派が大多数、

ネットで注文し現地に届けるデリバリーサービスの認知は、約半数に

次に花見の席での飲食の手配について聞いたところ、「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」(48.0%)が断トツ、続いて「自分で手作りする」(29.7%)、「お花見会場の露店で購入」(19.8%)という結果となった。購入派が大多数ながら、約3割が手作りするという結果となった。

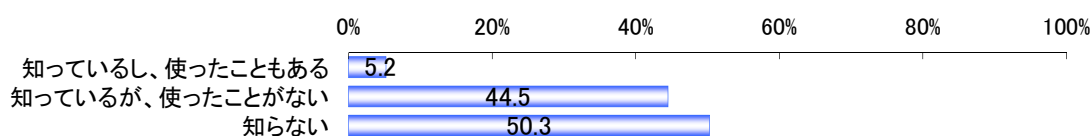
### ◇花見の飲食の手配方法について (n=1,000) 単位：%



お花見の宴会会場など所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は、「知っているし、使ったこともある」(5.2%)と「知っているが、使ったことがない」(44.5%)の知っている派の合計(49.7%)と、サービスの認知は約半数に上る結果となった。

### ◇花見の会場まで届けてくれるデリバリーサービスの認知について

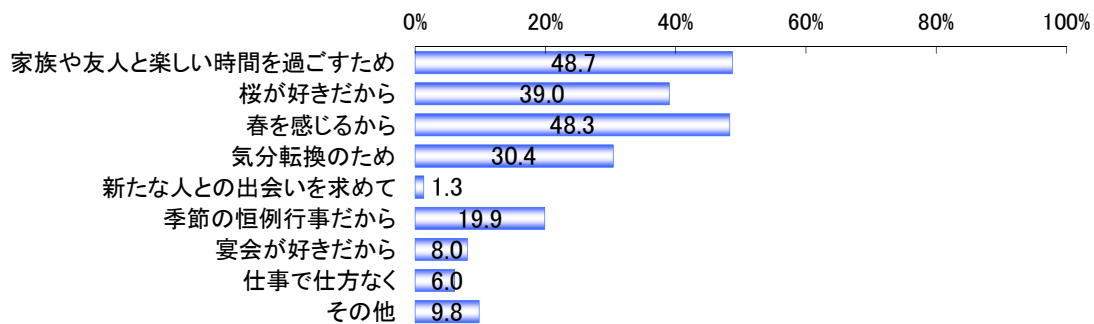
(n=1,000) 単位：%



### ■花見は、家族や友人と楽しむ春の風物詩

最後に全員に花見をする理由を聞いた。「家族や友人と楽しい時間を過ごすため」(48.7%)、「春を感じるから」(48.3%)が近似値で1位、2位となっており、その後に「桜が好きだから」(39.0%)が続いた。「仕事で仕方なく」という方も6.0%おり、花見に対する思い入れの違いがあることが読み取れた。

### ◇花見をする理由について (n=1,000) 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  
 調査期間 : 2013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 (担当: 宗形・金森)  
 TEL: 050-5817-1104 Email: pr@mail.rakuten.com