

調査概要

【調査対象】 リサーチコミュニティ「MyVoice」の登録メンバー

【調査方法】 ウェブ形式のアンケート調査

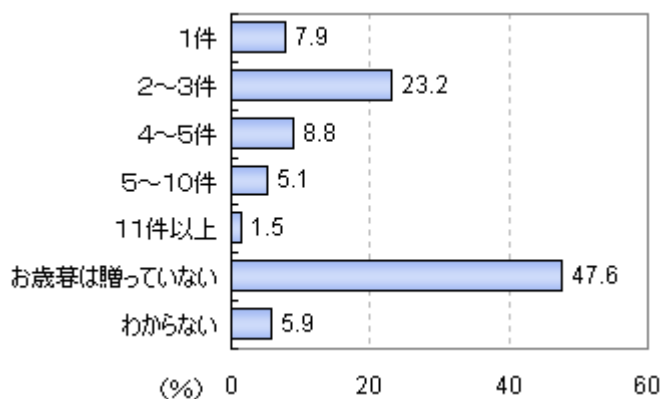
【調査時期】 2007年9月1日～9月5日 【回答者数】13,582名

【調査結果掲載URL】<http://www.myvoice.co.jp/biz/surveys/11006>

性別	男性	女性	合計	年代	10代	20代	30代	40代	50代以上	合計
度数	6,248	7,334	13,582	度数	264	2,317	5,330	3,728	1,943	13,582
%	46%	54%	100%	%	2%	17%	39%	28%	14%	100%

調査データ

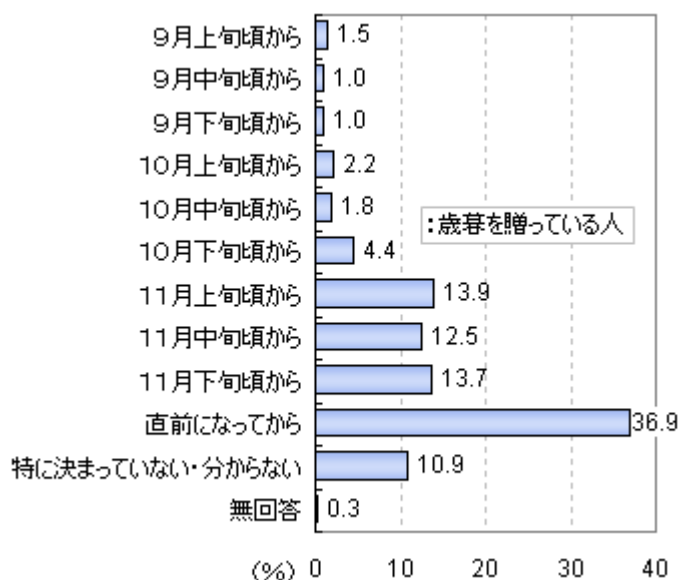
1) 贈る件数は「2～3件」が23%



歳暮を贈る割合は半数弱。贈る件数は、「2～3件」が23.2%で多くなりました。

【図1】歳暮の件数

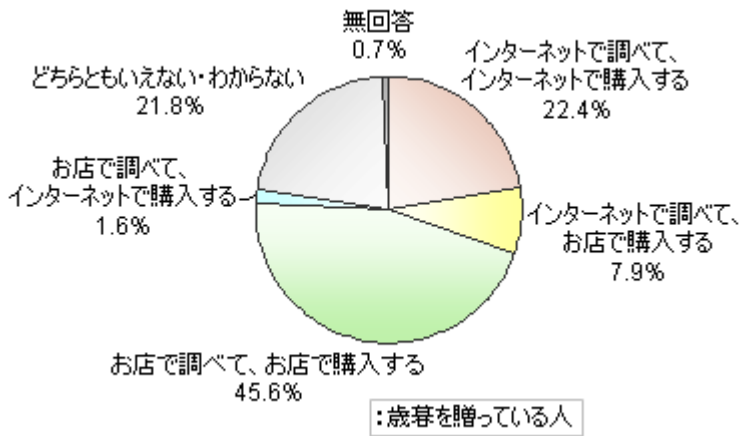
2) 検討開始は「直前になってから」が4割弱



歳暮についての検討を開始する時期は、「直前になってから」が36.9%で最多でした。『11月』の合計も40.1%となりました。

【図2】歳暮の検討開始時期

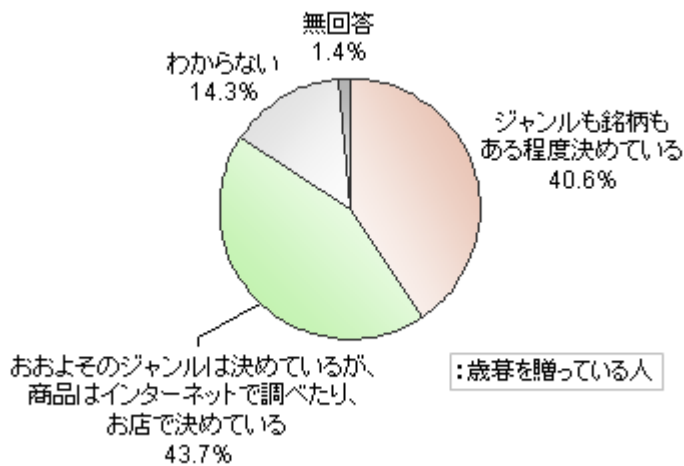
3)商品・購入先検討時のインターネットの利用率は3割



商品や購入先の検討に際し、インターネットを利用する割合は31.9%となりました。但し、インターネットを利用せず、「お店で調べて、お店で購入する」(45.6%)が最も多くなりました。

【図3】検討時のインターネット利用状況

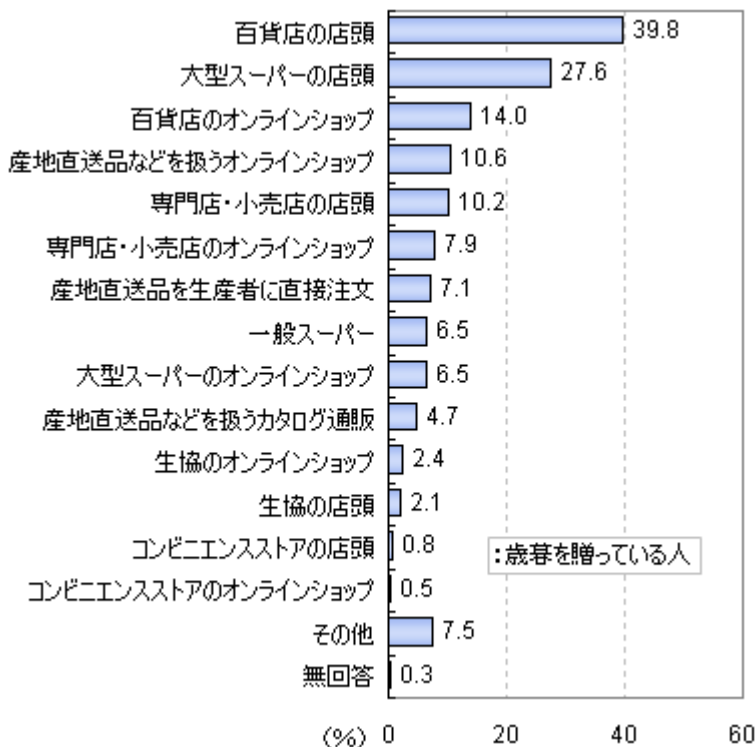
4)購入前に商品や銘柄を決定しているのは4割



歳暮の商品購入前に、「ジャンルも銘柄もある程度決めている」は40.6%でした。「商品はインターネットやお店で決めている」(43.7%)が上回りました。

【図4】商品購入前の決定状況

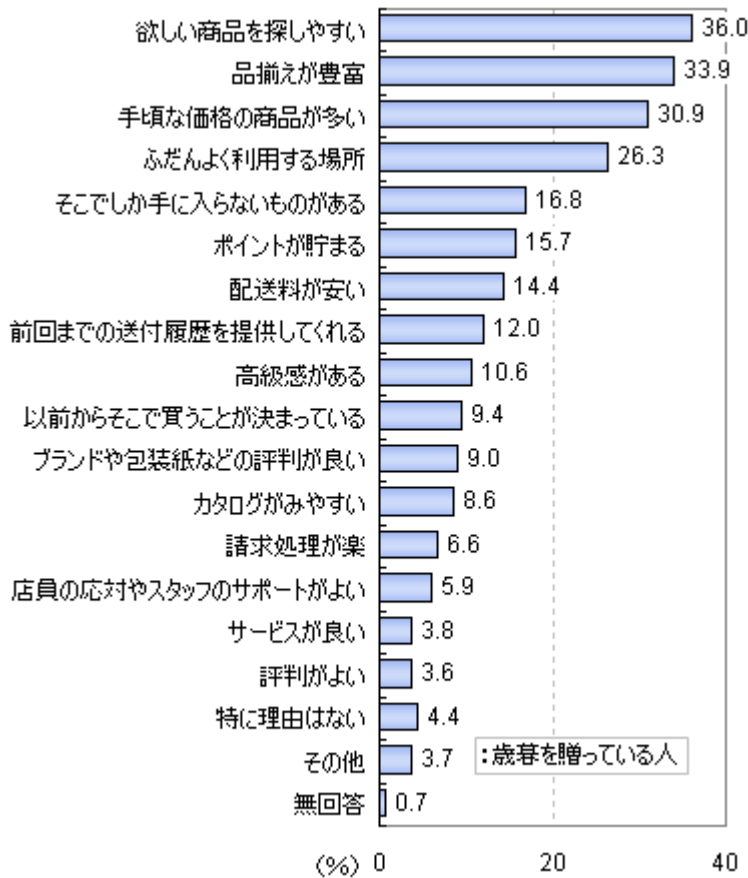
5)購入先は、「百貨店の店頭」がトップ



歳暮品の購入先は、「百貨店の店頭」が39.8%でトップ、「大型スーパーの店頭」が27.6%で続きました。以下は、「百貨店のオンラインショップ」(14.0%)、「産地直送品などを扱うオンラインショップ」(10.6%)、「専門店・小売店の店頭」(10.2%)となりました。

【図5】歳暮品の購入先

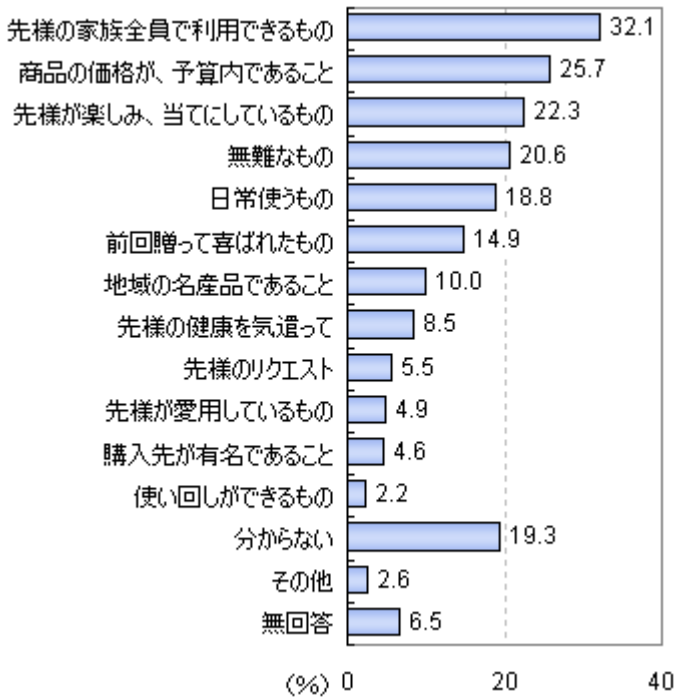
6) 購入場所の選択理由は、「商品を探しやすい」が 36%



歳暮品の購入によく利用する場所を選択する理由は、「欲しい商品を探しやすい」が 36.0%でトップとなりました。以下、「品揃えが豊富」(33.9%)、「手頃な価格の商品が多い」(30.9%)が続きました。

【図 6】歳暮品購入先の選択理由

7) 重視点は「家族全員で利用できる」が最多



歳暮品の選定時に重視することは、「先様の家族全員で利用できるもの」が 32.1%で最多。以下、「商品の価格が予算内である」(25.7%)、「先様が楽しみ、当てにしている」(22.3%)が続き、贈り先を意識した理由が上位となりました。

【図 7】歳暮品選定時の重視点

8)回答者のコメント・インターネットでお歳暮を贈ることについて

■インターネットで調べて、インターネットで購入(Q3での回答、以下同)

【女性・28歳】あの人でゴった返しているデパートにいかなくていいと思うだけで楽。いつでも好きなときに贈れるし、ポイントも貯まる

【男性・38歳】デパートなどには出回らない、本当に良いと思うものなので、別にネットだろうが関係ないと思います。持参すべきところは別として

【男性・57歳】カタログや店頭でのお歳暮の商品は毎年ほとんどが同じ定番ものです。だからネットカタログで見ても間違いはありません。混雑する店頭で品選び記入するよりはネットですませた方が楽です

■インターネットで調べて、お店で購入

【男性・35歳】インターネットだと商品が調べ易いが、相手先に商品が本当に届くのか？という不安が残る

【女性・37歳】インターネット注文というのが送り先にわからないような形であれば利用することに抵抗はない

【女性・41歳】お歳暮は食品を贈ることが多いので、写真で見ると実際のものとの大きさなどの差がわかりにくいので、インターネットで見ても店頭で確認することが多い

■お店で調べて、インターネットで購入

【女性・30歳】早期割引があるし、一度登録しておけば入力の手間が省けるし、クレジット決済が出来るから

【女性・47歳】品物と映像(画像)が少し異なるので慎重に見ないといけないのが少し面倒

【女性・51歳】思っていたより商品の品質がよく決められた期間にちゃんと届けてくれて安心していられ時間の短縮ができる

■お店で調べて、お店で購入

【女性・20歳】あまり心がこもっていない気がする。自分でお店に行って選んだ方が、相手のことを考えて送っている実感があるからいい。インターネットだと手軽に送れすぎて、ラクだけど親しい人にはその方法を使いたくない。かなり機械的だと思う

【男性・36歳】あまりにも事務的で誠意がなさそうな感じがする

【男性・68歳】いずれは一般化するとは思いますが、一年最後の贈り物を利便性だけで処理するのは抵抗があるので、お店へ出掛けて現物を確かめて贈りたいと思う

(他。全 7770 件)

<本件リリース調査結果およびマイボイスコムに関するお問い合わせ先>

MyVoice

マイボイスコム株式会社 広報担当: 広岡

(TEL・FAX) 03-5217-1911・03-5217-1913 (Email) keiko.hirooka@myvoice.co.jp

(URL) www.myvoice.co.jp/biz

■会社概要

所在地 : 東京都千代田区神田錦町 3-17-11 榮葉ビル 5 階

設立 : 1999 年 7 月

資本金 : 1 億 7,800 万円

代表者 : 代表取締役社長 高井和久

従業員数 : 53 名

■事業内容

ネットリサーチ、広告評価、Web サイト評価、行動付随分析、顧客満足度調査、リサーチレポート販売 等
マイボイスコム(株)は 26 万人のモニターのモニターを有し、企業の皆さまにインターネット調査を企画、設計、集計、レポート作成、ご報告までトータルにサポートしている『ネットリサーチ会社』です。

■情報発信

調査結果は弊社ホームページにも掲載し、また、本テーマ以外に約 850 件の調査結果を公表しています。