

凸版印刷、「お中元を贈る際の意識・こだわりに関する調査」を実施

“送料の値上がり問題”はお中元・お歳暮市場にも影響！
購入者の約半数が“送料が選び方に影響した”と回答

凸版印刷株式会社(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:金子真吾、以下 凸版印刷)の消費行動研究室は「お中元を贈る際の意識・こだわりに関する調査」を実施し、調査レポートをまとめました。

今回の調査は、この時期から来年のお中元商戦に向けて準備をし始める、流通各社に活用してもらうことを目的として実施しました。

従来はお中元で何がよく買われたか、どこで買われたか、などの調査は多く実施されていますが「どのようなタイミングで、どこから情報収集し、何を判断基準にして購入しているのか」といった購入者の購買行動・意識に焦点を当てた調査はあまり行われていません。

そこで本調査では、百貨店、総合スーパー、コンビニエンスストアなどの購入場所によって、ユーザーの意識はどのように異なるのか。また、流通各社は昨今の運送会社の値上がり問題の影響により、値上げを検討せざるを得ない状況の中、ポイント還元・値引き表記など、サービスに工夫を凝らすことで他社との差別化を図っていますが、それはユーザーの購買行動にどのような影響を与えているのかなど、購買行動や意識に焦点を当てた調査を実施しました。

■お中元の購入実態調査の概要

・“送料がかかること”がお中元の選び方に影響した人は約半数！

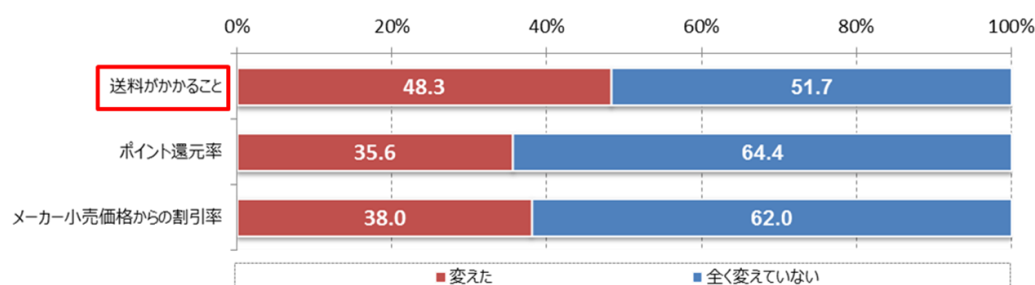
コンビニエンスストアで購入する人はサービスに敏感なことが判明

送料・ポイント還元率・メーカー小売価格からの割引の主に3つのサービスで、流通各社は他社との差別化を図っていますが、3つのサービスの中で最も選び方に影響していたのは“送料がかかること”で、約半数の人が影響したことが分かりました。

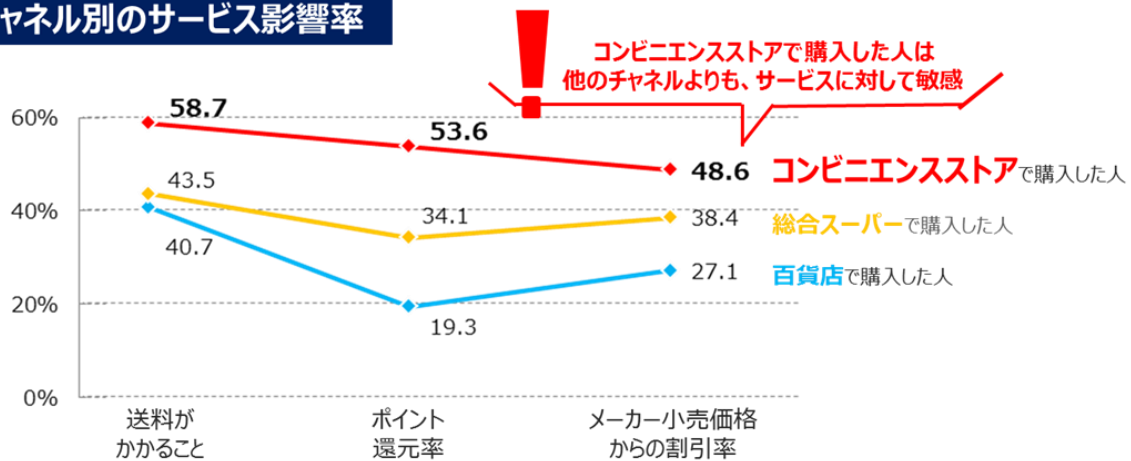
さらに百貨店、総合スーパー、コンビニエンスストアの購入場所によって影響度を比較すると、コンビニエンスストアでの購入者が最もサービスによって選び方を変えていることが見受けられました。

サービスによる選び方の影響有無

Q お中元を購入した時、サービス内容によって商品の選び方を変えましたか？



チャネル別のサービス影響率



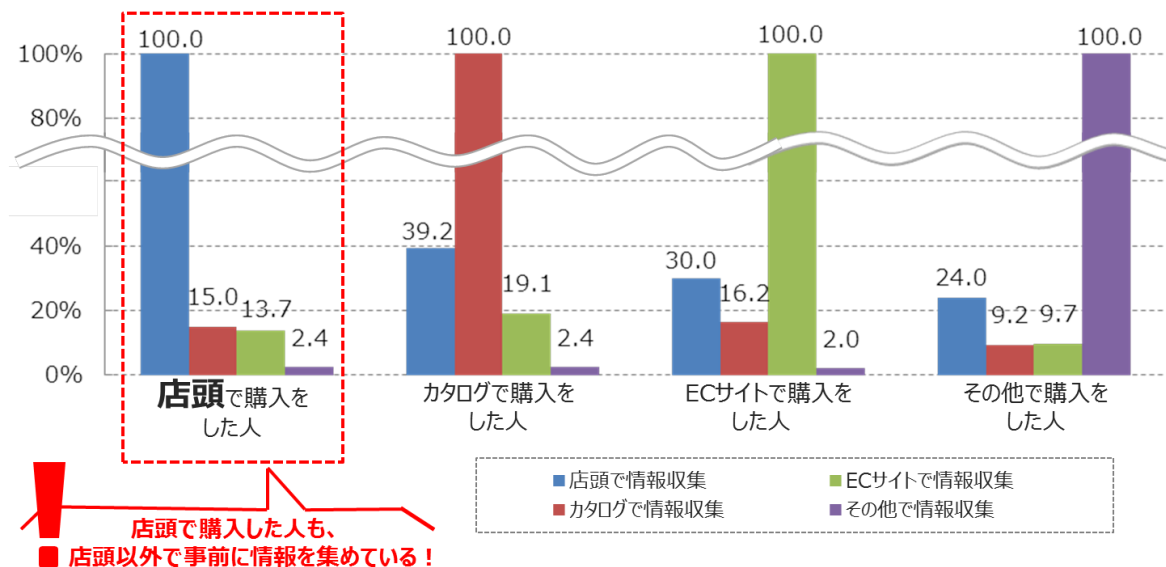
・お中元の情報収集は店頭以外でも行っているが、購入場所のメインは未だに店頭！

お中元を購入している場所は“店頭”が最も多い結果でした。

しかし、購入する上で「どこでお中元の情報収集をしているのか」を聞いたところ、“店頭”で最終的に購入する人も情報収集は、お中元カタログやオンラインショップなど、店頭以外でも行っていることが分かりました。

お中元の情報収集場所

Q お中元を購入するうえで、どのような場所・媒体から情報収集しましたか？



■出典資料について

資料名：イマドキのお中元贈り方レポート

発刊日：2018年12月3日

体裁：A4判 全37頁

定価：50,000円(税別)～

◆調査トピックス

- ①お中元の購入者状況
 - ②お中元の購入場所
 - ③お中元の情報収集場所
 - ④購入チャネルの決め手
 - ⑤購入のタイミング
 - ⑥商品を選ぶときの重視点
 - ⑦購入におけるサービスの影響度
 - ⑧お中元カタログでの自分用の非計画購買について
 - ⑨お中元カタログに期待していること
 - ⑩コンビニエンスストアのお中元サービスの認知
 - ⑪お中元選びでのECサイトの利用意向
- ※①～⑥までは定価 50,000 円(税別)、⑦～⑪は定価 100,000 円(税別)で販売

■調査概要

◆お中元の購入実態調査

調査対象:20代～60代までの一般既婚女性
調査地域:全国
サンプル数:合計有効回答サンプル数 30,032
調査手法:インターネットモニターへの定量アンケート調査
調査期間 2018年8月24日～27日

◆お中元購入者の購入意識・実態調査

調査対象:20代～60代までの一般既婚女性、今年百貨店、総合スーパー、コンビニエンスストアのいずれかでお中元を購入した人
調査地域:全国
サンプル数:合計有効回答サンプル数 416
調査手法:インターネットモニターへの定量アンケート調査
調査期間:2018年8月24日～27日

■今後の展開

凸版印刷では、本調査レポートの結果を新たな企画提案活動やサービス開発に活用していきます。また、ギフト市場だけでなく他の業界・商品ジャンルについても、消費者の価値観や生活の実態、業界トレンドについて調査を行い、定期的にレポートを発行していきます。

■消費行動研究室について

消費行動研究室は、様々な情報を多岐に渡る制作物(印刷物、パッケージ、映像、Web サイトなど)で表現してきた凸版印刷のマーケティング・リサーチ部門として 1968 年に設立。生活者の声を的確に捉えて、多くの業界のクライアントからの委託調査、および自主調査を行っています。

URL:<https://www.toppan.co.jp/biz/mrl/>

* 本ニュースリリースに記載された商品・サービス名は各社の商標または登録商標です。

* 本ニュースリリースに記載された内容は発表日現在のものです。その後予告なしに変更されることがあります。

以 上