

報道関係者各位  
プレスリリース

2017年11月29日  
ソフトブレン・フィールド株式会社

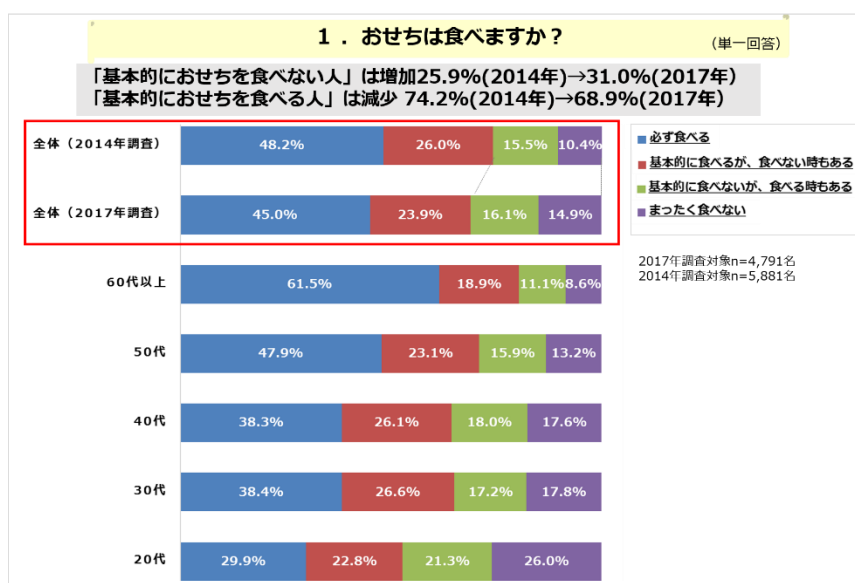
## 「おせち料理」必ず食べる人は減少、一方で単品購入やお取り寄せは増加

～「おせちに関するアンケート結果報告」～

### [調査結果のポイント]

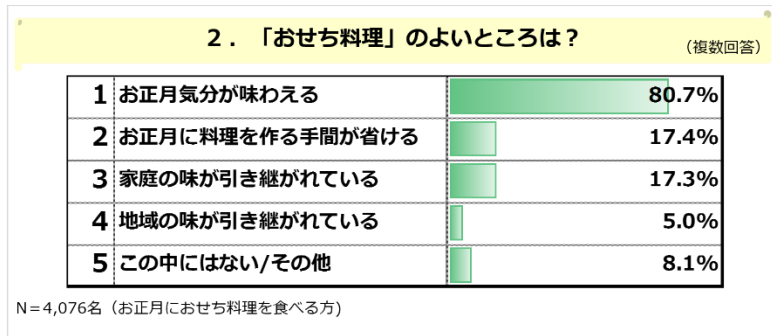
- ・2014年調査と比較すると「基本的小せちを食べない人（25.9%→31.0%）」は、増加し、「基本的小せちを食べる人は」（74.2%→68.9%）減少傾向であり、全年代でおせち離れが進む結果となったが、日本特有のおせち文化や習慣によさを感じている人は多い。
- ・おせち料理のタイプは、「自家製+単品購入」が55.7%でもっとも多く、「すべて自家製」はわずか10.6%と大きく引き離す結果に。「お取り寄せおせちを購入」は、2014年調査の20.9%から、22.5%となり増加傾向となり、手間をかけずに特別感のある華やかなおせちを楽しむ傾向が伺える。価格帯は5,000～20,000円未満で購入する人が、6割を超え、スーパーや百貨店などの店頭購入者が4割以上を占め、ネット購入を上回る。

フィールド・クラウドソーシング事業を展開するソフトブレン・フィールド株式会社（本社：東京都港区、代表取締役社長：木名瀬博）は、「レシーポ」（<https://recepto.com/>）および、株式会社クレディセゾンと共同事業で運営する「レシートで貯める」（<https://aqfpob.com/>）の、「Point of Buy®購買理由データ」（以下POB会員）アンケートモニター（N=4,791名男女）を対象に、「おせちに関する調査」を2017年11月14日（火）～11月19日（日）にかけて実施しました。その結果をご報告いたします。（調査概要は資料3Pに記載）

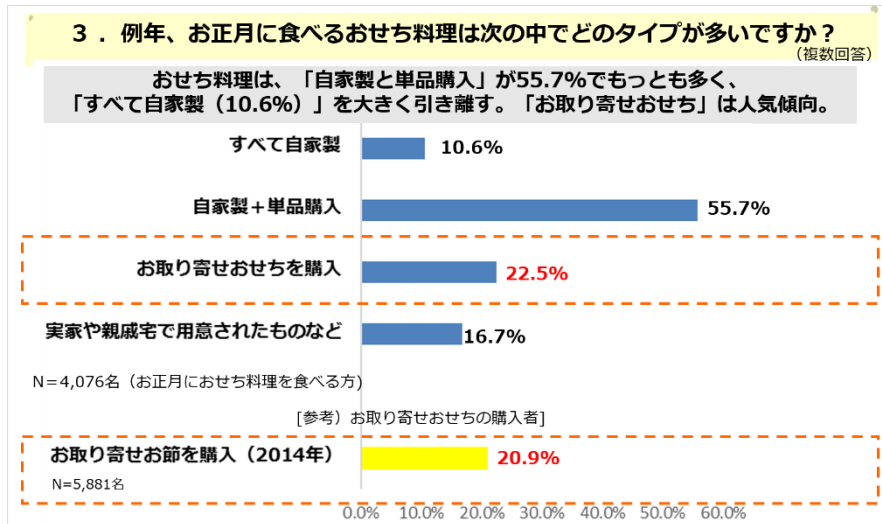


■前回の調査（2014年）と比較すると、お正月に「基本的小せちを食べない」人は、増加し、「基本的小せちを食べる」人は、縮小していることから、おせち離れが進む結果となった。（図参照）

参考）おせちに関するアンケート調査 2014年 <https://wp.me/p8j27x-1Ah>

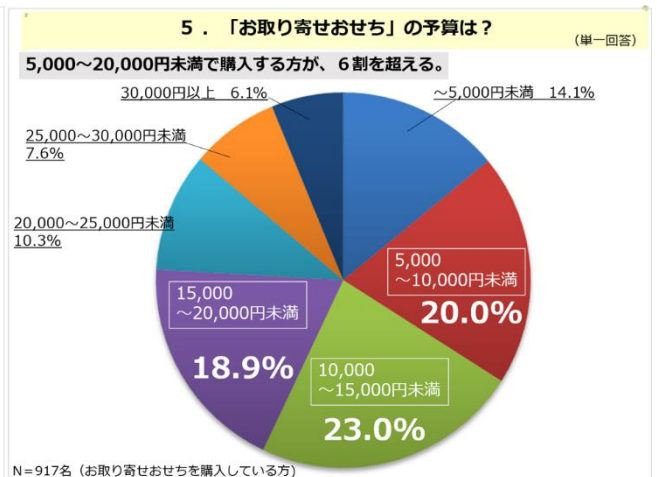
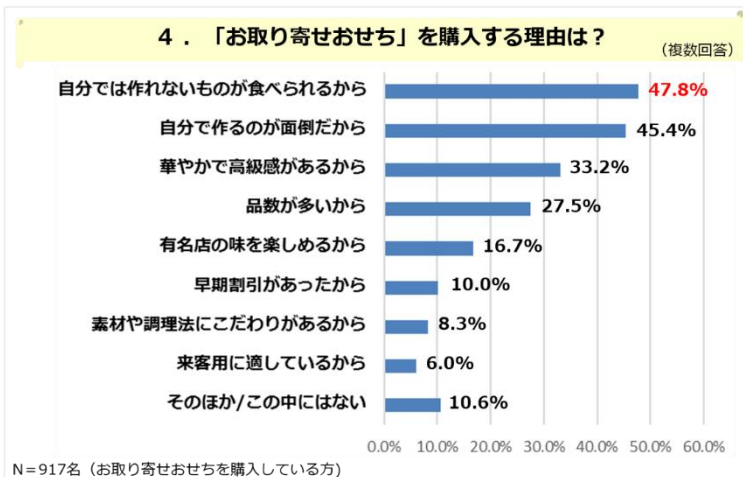


■おせち料理のよいところは、なんとと言っても「お正月気分が味わえること」が80.7%がダントツであるが、「お正月に料理を作る手間が省ける(17.4%)」や、「家庭の味が引き継がれている(17.3%)」や「地域の味が引き継がれている(5.0%)」など、基本的におせち料理を食べる人は減少傾向であるが(問1)、日本古来の習慣や、食文化によさを感じている人は多い。



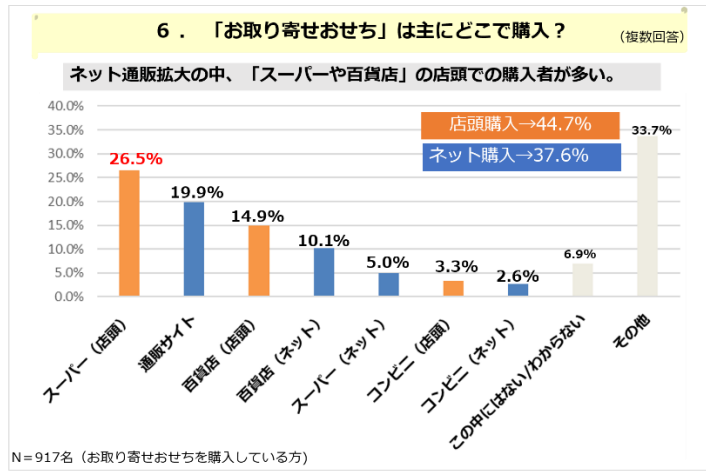
■おせち料理のタイプは、「自家製と単品購入」が55.7%で最も多く、「すべて自家製」はわずか10.6%という結果となった。また、「お取り寄せおせちを購入」は、20.9%(2014年調査)から、22.5%(2017年調査)となり増加傾向となった。

次からは、お取り寄せおせちを購入している方(N=917名)に、購入する理由や予算、購入場所について聞きました。



■お取り寄せおせちを購入する理由としては、「自分では作れないものが食べられるから(47.8%)」、「自分で作るのが面倒だから(45.4%)」、「華やかで高級感があるから(33.2%)」と続き、手間をかけずに、特別感のある華やかなおせち料理を味わいたい意識が伺える。

■予算は、「10,000~15,000円未満(23.0%)」が最も多く、次に「5,000~10,000円(20.0%)」、「15,000~20,000円未満(18.9%)」と続いた。5,000~20,000円未満で購入する方が、6割を超える。

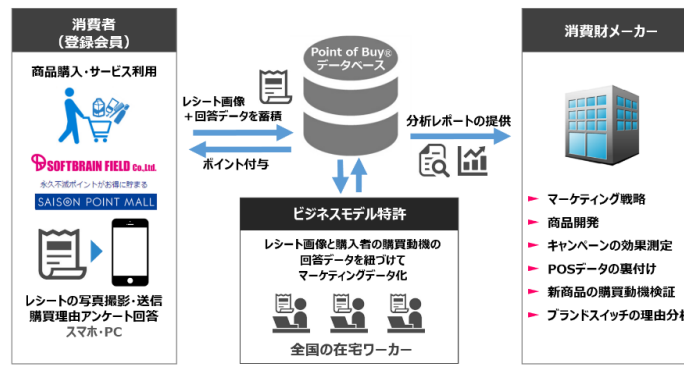


■お取り寄せおせちの購入業態は、「スーパー（店頭）」が26.5%、「通販サイト」が19.9%、「百貨店（店頭）」が14.9%と続き、ネット通販が拡大する中、全体的にみて店頭での購入者がネット購入者を上回る結果となった。

【調査概要】

調査対象	全国のPOB会員（「レシーボ」および「レシートで貯める」のアンケートモニター）					
調査方法	インターネットリサーチ					
年代	20代	30代	40代	50代	60代以上	総計
女性	93	558	1072	728	301	2,752
男性	34	174	590	701	540	2,039
総計	127	732	1662	1429	841	4,791
調査日時	2017/11/14～11/19					
調査機関	ソフトブレン・フィールド株式会社					

## ■ Point of Buy® 購買理由データ提供サービス



Point of Buy®データベースは、全国の消費者から実際に購入/利用したレシートを収集し、ブランドカテゴリや利用サービス、実際の飲食店利用者ごとのレシート（利用証明として）を通して集計したマルチプルリテール購買データのデータベースです。

同一個人（シングルソース）から「消費行動」に関する複数種類のデータを収集しており、ショッパーの行動結果からリアルなショッパーの実態に直接迫り、マーケティング戦略に不可欠なデータを、“より精度を高く”を企業・メーカーに提供します。

集計対象は、消費財カテゴリ 64 種類 約 6,000 ブランド、飲食利用カテゴリ 10 種類約 200 チェーン（2017 年 4 月現在）。全ての利用証明に購入/利用理由（フリーコメント）がデータ化されています。

### ■ 当事業の特長：

- 日本初のレシートによる購買証明付き購買理由データ
- 「セゾンポイントモール」会員と「履歴書情報」のある当社登録会員「キャスト」で構成された約 20 万人のネットワークに基づく本人認証度の高いデータを提供
- 週次 POS データとの連動分析を可能とする週次購買理由データ

### ■ サービス詳細参照ページ：

- ・「Point of Buy® 購買理由データ提供サービス」 <https://www.sbfield.co.jp/multi-idpos>
- ・レシートで貯める <https://aqfpob.com/>
- ・レシーボ <https://receipo.com/>

### 【ソフトブレン・フィールド株式会社 会社概要】

ソフトブレン・フィールド株式会社は、ソフトブレン株式会社（市場名：東証1部・4779、本社：東京都中央区、設立年月日：1992年6月17日、代表取締役社長：豊田浩文）のグループ会社として、全国の主婦を中心とした登録スタッフ約70,000名のネットワークを活用し、北海道から沖縄まで全国のドラッグストアやスーパー、コンビニ、専門店など120,000店舗以上をカバーし、営業支援（ラウンダー）や市場調査（ミステリーショッパー、店頭調査など）を実施しています。当社代表の木名瀬博は、2004年にアサヒビールの社内独立支援制度に応募し、合格第1号事業として独立しました。

「木名瀬 博のフィールド虎の巻」 URL：<https://www.sbfield.co.jp/toranomaki>

本社所在地：東京都港区赤坂3-5-2 サンヨー赤坂ビル5階

設立：2004年7月 / 資本金：151,499,329円

代表取締役社長：木名瀬 博

URL：<https://www.sbfield.co.jp/>

### 【サービスに関するお問い合わせ先】

ソフトブレン・フィールド株式会社 マーケティングソリューション部 山中（やまなか） / 神谷（かみたに）

TEL：03-6328-3883 FAX：03-5561-8599 お問い合わせフォーム：<https://www.sbfield.co.jp/contact/contact-corporation>

### 【報道関係お問い合わせ先】

ソフトブレン・フィールド株式会社 経営企画部 広報担当 坂本（さかもと） / 石井（いしい）

TEL：03-6328-3630 FAX：03-6328-3631 MAIL：[press@sbfield.com](mailto:press@sbfield.com)

当社調査リリースに取材協力していただける企業を募集しています。くわしくは、[press@sbfield.com](mailto:press@sbfield.com) よりお気軽にお問合せください。