

報道関係者各位
プレスリリース

2024年3月21日
株式会社 mitoriz

お花見は“家族と一緒に”が最多も、20代・30代の男性は1人花見も多い!? 食べ物はおにぎりが全世代で定番も、20代は「サンドイッチ」がトップ!

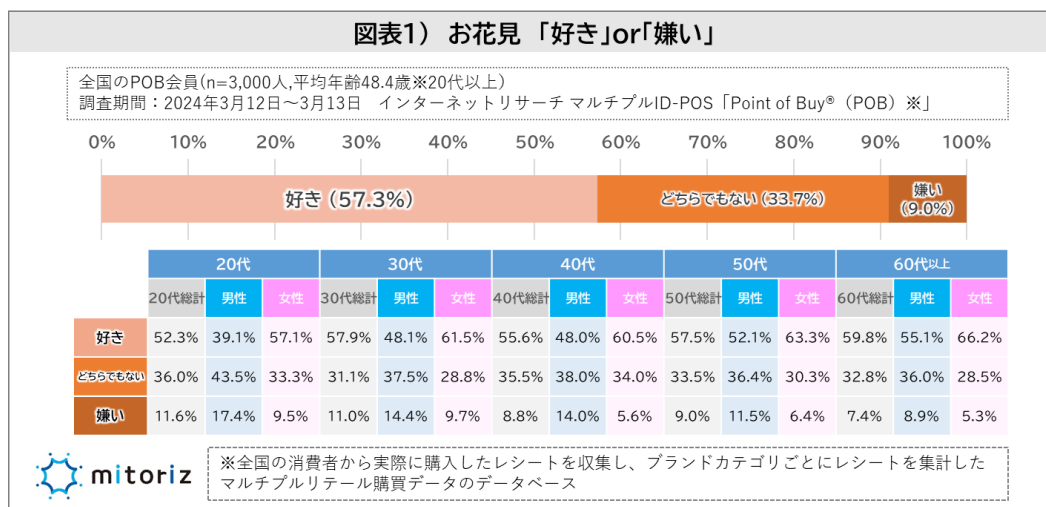
株式会社mitoriz（本社：東京都港区、代表取締役社長：木名瀬博）は、消費者購買行動データサービス「Point of Buy®（以下、POB）」の会員3,000人に「お花見と飲食に関する調査」を実施致しました。

春の行楽の定番「お花見」に関して、昨年から感染症による制限も解除され2年目を迎える中で、2024年のお花見予定、誰と一緒にするか、お花見で楽しむ定番の食べ物、そして飲酒の状況などを調査しました。

《調査サマリー》

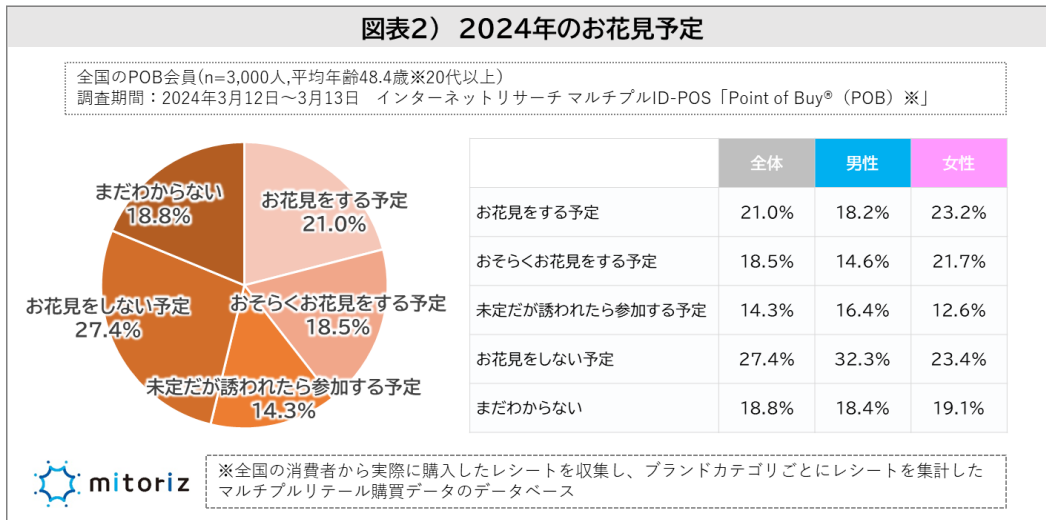
- ・日本人の約6割はお花見が「好き」な一方、「嫌い」と答えたのは20代の男性が最多に
- ・2024年は4割の人が“お花見をする予定”で、誘われたら参加するも含めると5割越え
- ・一緒にお花見をする人は「家族」が最多となる一方で、20代・30代の男性は1人花見も多い!?
- ・お花見グルメは「おにぎり」が全世代で人気も、20代は「サンドイッチ」60代は「弁当」がトップ
- ・お花見でお酒を飲む人は3割程度で「ビール」が圧倒的な人気！日本酒は世代が上がるほど上位に

日本人の約6割はお花見が「好き」な一方、「嫌い」と答えたのは20代の男性が最多に！



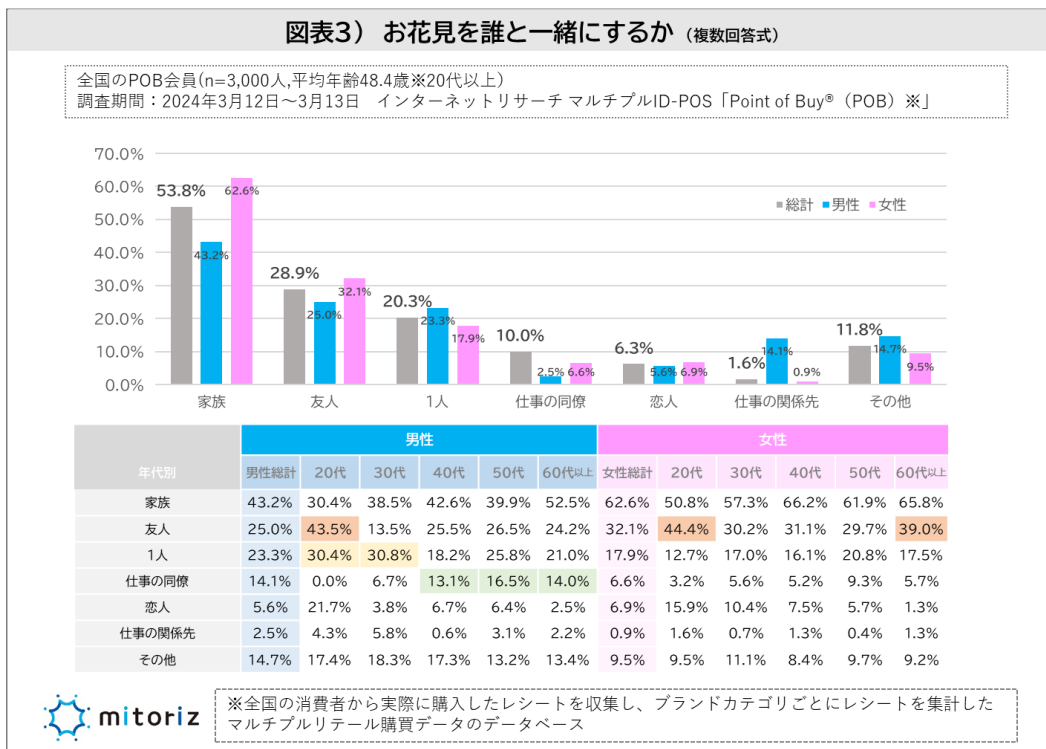
「お花見が好きか嫌いか」を調査したところ、全体では「好き（57.3%）」で約6割の人が“お花見が好き”と回答しました。世代・男女別で見た場合、20代の男性のみ「好き」が4割を下回りましたが、「嫌い」は最も多い20代でも1割ほどで、40代以上は1割を下回ります。どの世代も女性の方が好きの比率が高く、男女とも世代が上がるに連れ比率が高い傾向があります（図表1）。

2024年は4割の人が“お花見をする予定”で、誘われたら参加するも含めると5割越え！



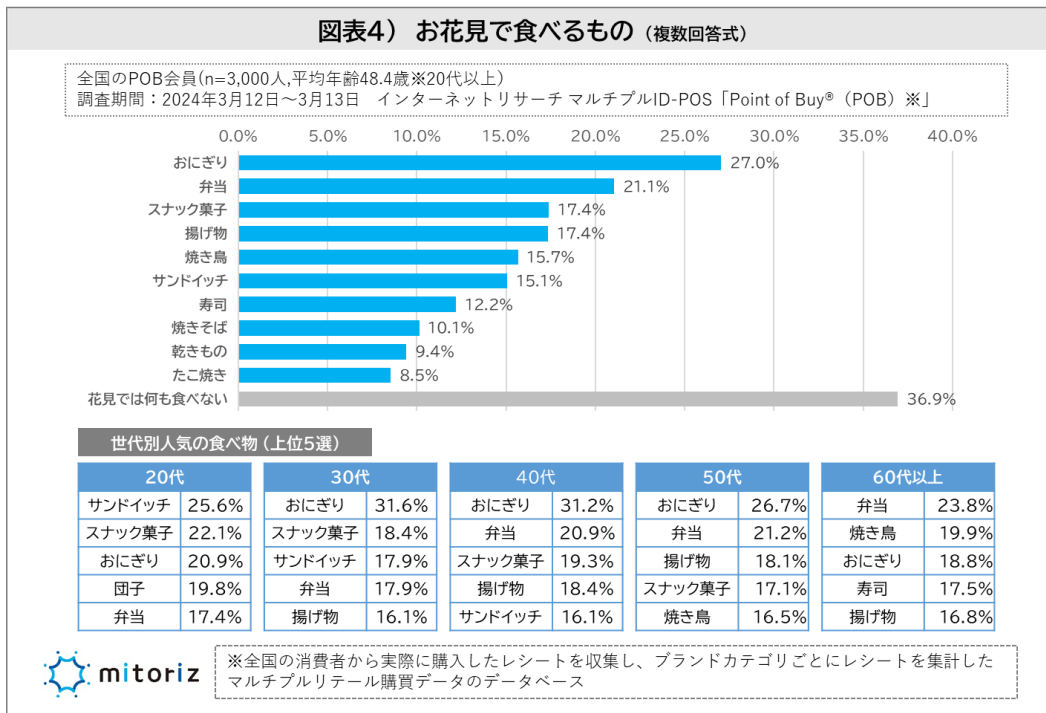
「2024年のお花見予定」を調査したところ、全体で「お花見をする予定（21.0%）」「おそらくお花見をする予定（18.5%）」を合わせて39.5%という結果でした。男女別では、おそらくする予定まで含め、男性が32.8%に対して、女性は44.9%と女性の方がお花見に積極的な様子がわかります。男性は「お花見をしない予定（32.3%）」が3割を超えています。また、「未定だが誘われたら参加する予定（16.4%）」も一定数おり、若い世代ほど数値が高い傾向がありました（図表2）。

一緒にお花見をする人は「家族」が最多となる一方で、20代・30代の男性は1人花見も多い!?



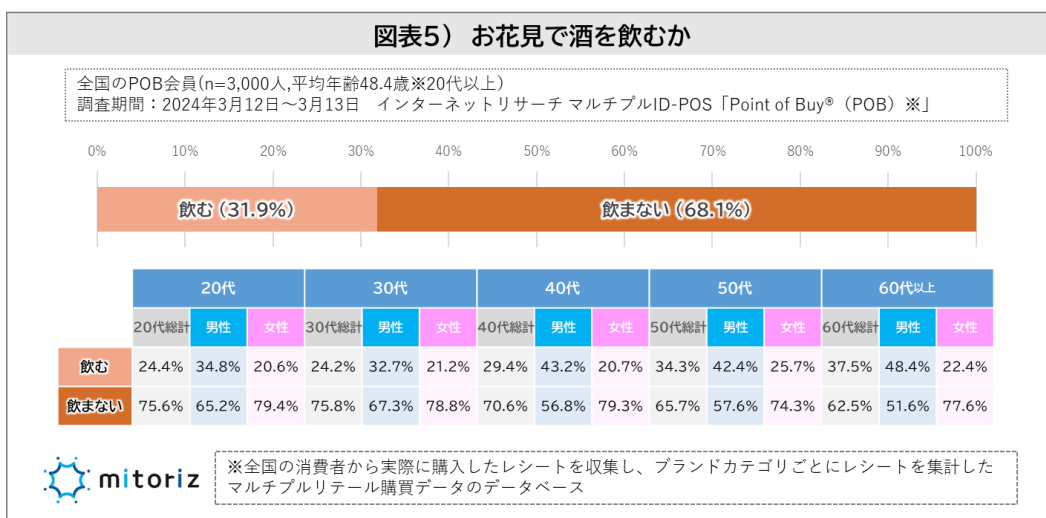
「お花見を誰と一緒にするか」を調査したところ、全体で最も多かったのは「家族（53.8%）」で、「友人（28.9%）」「1人（20.3%）」と続きました。世代・男女別では、女性は全世代で「家族」の選択率が5割を超えている一方で、男性は全体的に選択率が低く、20代はギリギリ3割という結果でした。男女とも20代は「友人」が4割を超え、30代以降は下がっていますが、女性の60代以上は「友人」が4割に迫りました。「1人」に関しては男性20代・30代の選択率が突出して高く3割を超えています。全体で4番目に多かった「仕事の同僚（10.0%）」は男性40代～60代以上のみ1割を超えており、世代や性別で特徴が出ています（図表3）。

お花見グルメは「おにぎり」が全世代で人気も、20代は「サンドイッチ」60代は「弁当」がトップ！



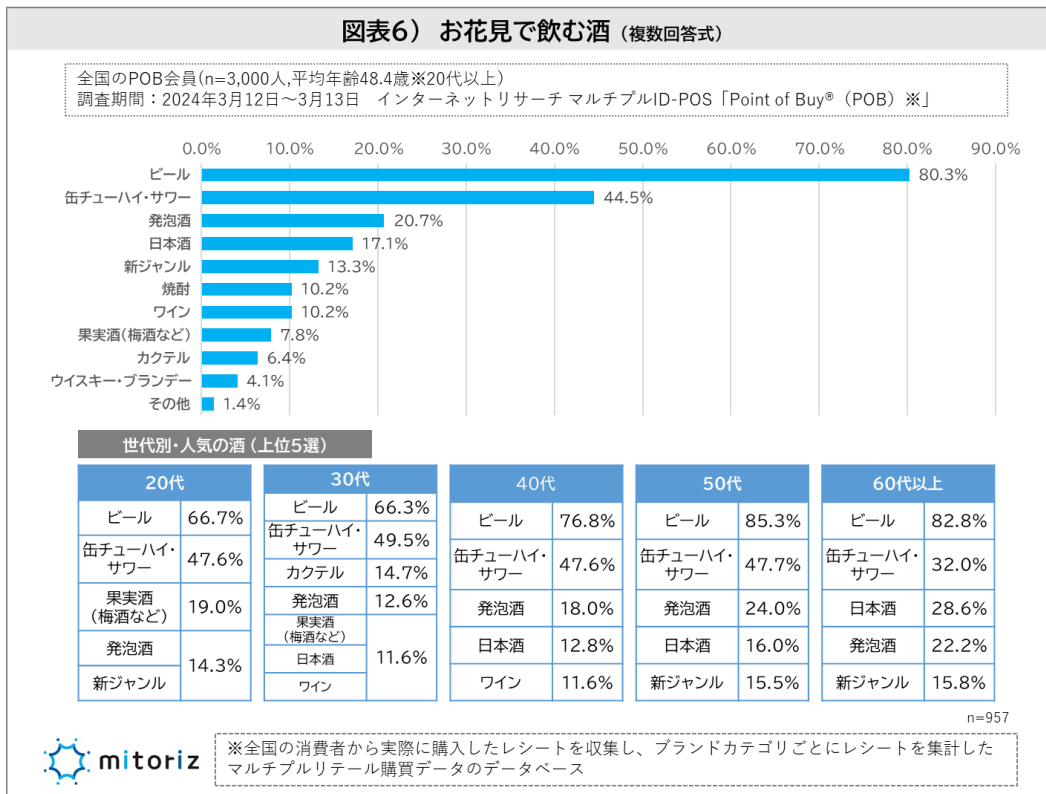
「お花見で食べるもの」を調査したところ、お花見で「何も食べない(36.9%)」と回答した人を除くと、6割強がお花見の際に何かしらを食べていることがわかりました。最も人気なのは「おにぎり(27.0%)」で「弁当(21.1%)」「スナック菓子(17.4%)」「揚げ物(17.4%)」と続きました。世代別で見ると、全体1位のおにぎりは全世代で3位まで入っており安定した人気の一方で、若い世代はサンドイッチも上位に入っており、20代では一番人気という結果でした。全体2位の弁当は世代が上がるにつれて順位を上げており、60代以上では1位となっています。全体3位のスナック菓子は若い世代の支持が厚く、世代が上がるにつれて順位を下げています。(図表4)。

お花見でお酒を飲む人は3割程度、全世代とも男性の比率が高く、世代が上がると数値も上昇



「お花見でお酒を飲むか」を調査したところ「飲む(31.9%)」は3割強という結果で、お花見ではお酒を飲まない人の方が多いことがわかりました。全体的に世代が上がると「飲む」の比率が上がっており、また、全ての世代を通して女性より男性の方が飲む比率が高い傾向があります(図表5)。

お花見で飲む酒は「ビール」が圧倒的な人気！日本酒は世代が上がるほど上位に



お花見でお酒を飲むと回答した957人を対象に「お花見で飲む酒」を調査したところ、「ビール（80.3%）」が8割を超え、圧倒的な人気となりました。以下「缶チューハイ・サワー（44.5%）」「発泡酒（20.7%）」「日本酒（17.1）」と続いています。世代別でも全世代で「ビール」「缶チューハイ・サワー」の上位2つは変わりませんが、ビールは世代が上がるに連れ、選択率が高くなっています。梅酒などの果実酒は20代では3位はいるなど若い世代では上位に入っている一方で、日本酒は逆に世代が上がるにつれて順位を上げており、60代以上では3位に入っており、世代ごとの特徴がみて取れます（図表6）。

【アンケート調査概要】

調査期間：2024年3月12日～3月13日

調査対象：mitorizの消費者購買行動レポートデータサービス「Point of Buy®」の登録会員（POB会員）

POB会員（平均年齢48.4歳）※20代以上

調査方法：インターネットによる自社調査（有効回答数：3,000件）

消費者購買行動データサービス「Point of Buy®」

国内最大級の消費者購買DBを活用し、メーカーや小売りなどのマーケティングを支援するサービスです。レシートに記載された購買情報を活用しているため、POSやID-POSデータで開示されていない小売りチェーンのデータや、個のユーザー（シングルソース）に紐づいた、業態を横断した購買行動や併売商品など断続的な購買行動を把握できます。

Point of Buy®：<https://www.mitoriz.co.jp/lp/pob/>

サービスページ：<https://www.mitoriz.co.jp/business/service/digitalmarketing-multi-idpos/>

【転載・引用に関する注意事項】

本レポートの著作権は、株式会社mitorizが保有します。調査レポートの内容の一部を転載・引用される場合には、事前に弊社までご連絡ください。

お問い合わせの際には、以下の内容をお知らせください。

1. 転載・引用したい調査レポートとその範囲

2. 用途・目的 なお、内容によっては、転載・引用をお断りする場合がございます。

※本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます

例：「株式会社mitorizが実施した調査によると…」

※以下の行為は禁止いたします。

- ・データの一部または全部を改変すること
- ・本レポートを販売・出版すること
- ・出所を明記せずに転載・引用を行うこと

【報道関係お問い合わせ】

コーポレート本部 経営管理部 田中（たなか）

TEL : 03-6328-0052 FAX : 03-6328-3631 MAIL : press@mitoriz.co.jp

【会社概要】

会社名：株式会社mitoriz

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：1億円

代表取締役社長：木名瀬 博

HP：<https://www.mitoriz.co.jp/>

全国の主婦を中心とした60万人を超える登録スタッフネットワーク（アンケート会員含む）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227,537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。

キャスト・データ・ネットワークを活用して、新たなつながりを創出し、人やモノの潜在価値を顕在化させ、社会に新たな価値を提供し、ビジネスを通じて社会課題を解決していきます。