



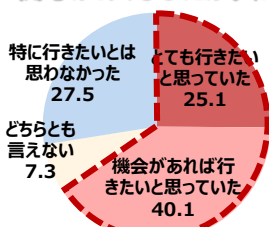
春の恒例イベント、「お花見」についてアンケートを行いました。

最近では多様なお花見スタイルを楽しむ方が増えたようですが、どのくらいの方がお花見を楽しんだのでしょうか。

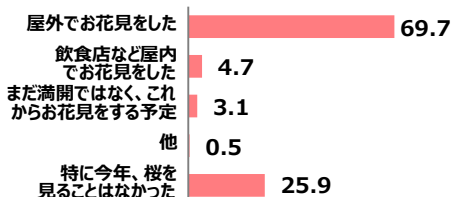
POINT

1. お花見に関心があった人は6割。お花見をした人は7割。
2. お花見の際に食べたものは購入したお花見弁当やおにぎり。
3. お花見の情報を得たのはテレビが4割。お花見と一緒に出かけたのは家族。

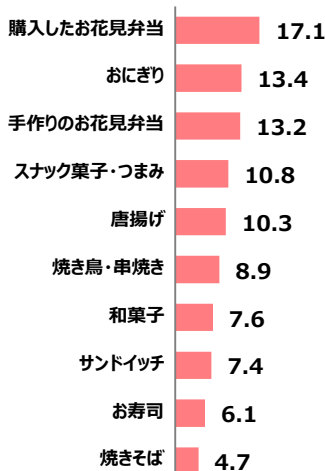
Q. 今年のお花見について、どのくらい関心がありましたか。(N=1,203)



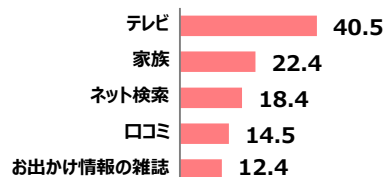
Q. 今年、お花見をしましたか。(N=1,203)



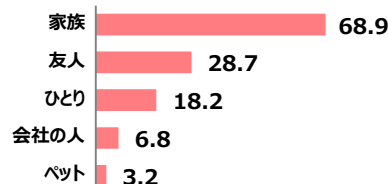
Q. お花見の際に食べたものは何ですか
(お花見に出かけた人 N=380)



Q. お花見の情報はどこで得ましたか。
(お花見に出かけた人 N=380)



Q. お花見は誰と一緒にに行きましたか。
(お花見に出かけた人 N=380)



Q. 今年の花見に関わる身の回りのトレンドや楽しみ方は？【自由回答から】

SNSの影響で舟遊びをしながら桜を愛でました。映え！を意識した写真撮りました。

30代女性

普段入ることが出来ない皇居に出かけて、花見だけではなく周りの景色も楽しんだ。

40代男性

去年の台風で桜並木が被害を受け、少し寂しいお花見でした。例年の桜に戻ることを祈り募金しました。

60代女性

<調査項目>

- Q 今年のお花見について、どのくらい関心がありましたか。
Q 花見についての関心は、昨年に比べて高まりましたか。低くなりましたか。
Q 今年、花見について、どの程度話題に触れましたか。メディア別にお答えください。
Q 今年、花見をしましたか。もしくは花見に関連して何かをしましたか。
Q 花見の際に食べたものは何ですか。
Q 花見の際に飲んだものは何ですか。

- Q 屋外での花見や宴会、家の中での花見パーティの際の、あなたにとっての必需品は何ですか。
Q 今年のお花見は、誰と楽しみましたか
Q お花見の様子を、SNSやブログなどに投稿しましたか。
Q 今年、花見に関連して使用したお金の総額をお答えください。
Q 花見についての消費は、昨年に比べて増えましたか。減りましたか。

調査対象	弊社管理オピネット会員 オピネット : http://opi-net.com
調査期間	2019年4月25日～5月9日
調査方法	インターネット調査
有効回答数	1,203人

Information

【会社概要】

- 商号 株式会社マーケティング・コミュニケーションズ
- 創業 1958年 (日本マーケティング研究所グループ 略称 JMR)
- 創立 1973年
- ホームページ 会社案内 <https://ssl.mcto.co.jp/>
生活者サイト <http://www.opi-net.com>
- 個人情報の取り扱いについて
株式会社マーケティング・コミュニケーションズはプライバシーマークを取得しています。



禁無断掲載 (情報の掲載・引用は下記にお問い合わせください)
【レポートのお問い合わせ】

編集・発行 : 株式会社マーケティング・コミュニケーションズ
〒102-0094
東京都千代田区紀尾井町3-23
文藝春秋新館
TEL:03-3222-4250 FAX:03-3222-4258

お問い合わせ先 <https://ssl.mcto.co.jp/contact>