

桜のシーズン到来！ 2人に1人は今年のお花見実施意向あり “桜並木をお散歩”するスタイルが人気！

＜お花見に関するアンケート＞

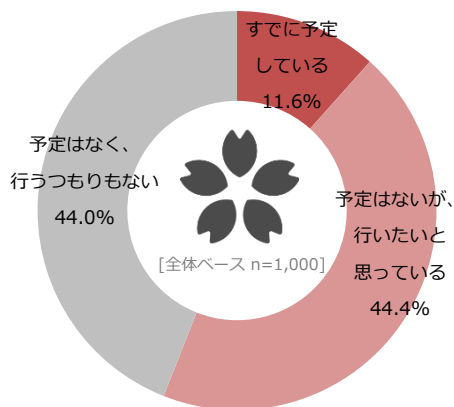
株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、東京・神奈川・千葉・埼玉に在住する20歳～69歳の男女を対象に「お花見に関するアンケート」を実施しました。

◆自主調査レポートの続きはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/cromegane/hn20170321/>

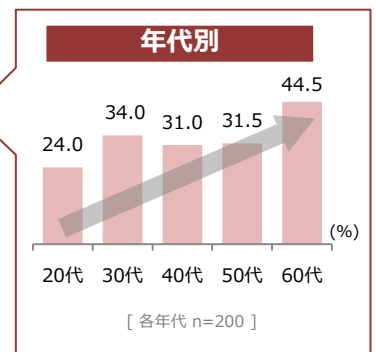
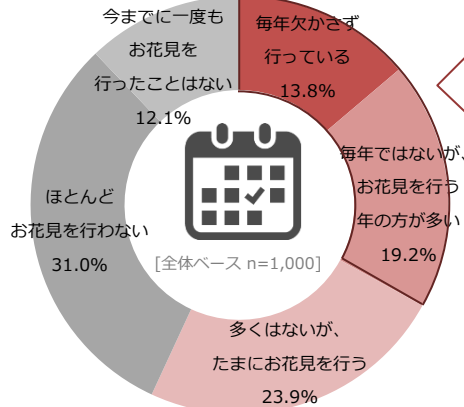
■ 調査結果（一部抜粋）

- ☑ 今年お花見を予定している人は12%、行いたいと思っている人は44%となり、半数以上にお花見の実施意向がみられました。お花見を行う頻度では「毎年欠かさず行っている」が14%、「毎年ではないがお花見を行う年の方が多い」が19%とお花見を定番イベントとしている人も多く、特に年代が上がるほどその傾向が強くなる結果に。＜図1-1,1-2＞
- ☑ 今年する予定・したいと思うお花見のスタイルは「桜並木をお散歩」が71%で圧倒的に人気。次いで「シートを敷いて桜を楽しむピクニック花見」が31%、「桜が見られる飲食店で食事」が21%となりました。＜図2＞
- ☑ お花見をする理由は「桜を見たいから」が76%、「季節を感じたいから」が55%となり、“春の訪れ”や“桜”を楽しむ意識がつかがえました。お花見をしない理由では「人混みが苦手だから」が34%、「花粉症だから」が19%などが挙がるなか「特に理由はない」が36%を占めるなど、お花見をする意識自体があまりない声も目立ちました。＜図3-1,3-2＞

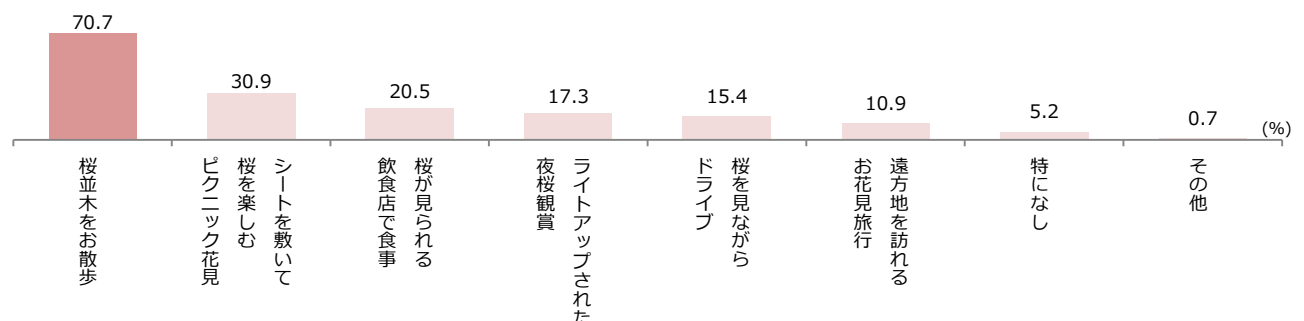
＜図1-1＞ お花見実施意向



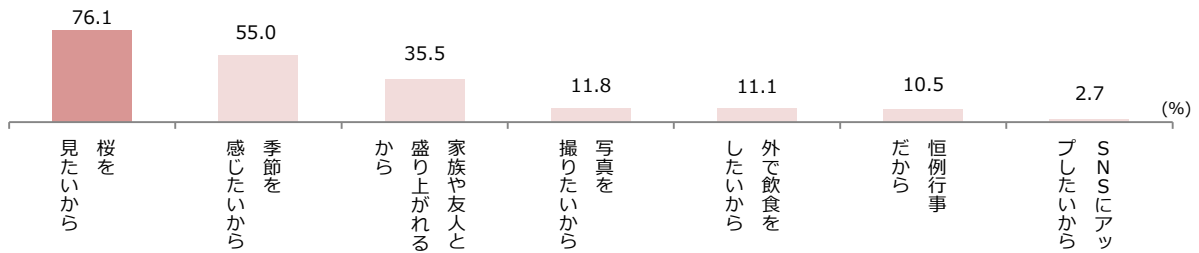
＜図1-2＞ お花見実施頻度



＜図2＞ 今年行う／行いたいお花見のスタイル

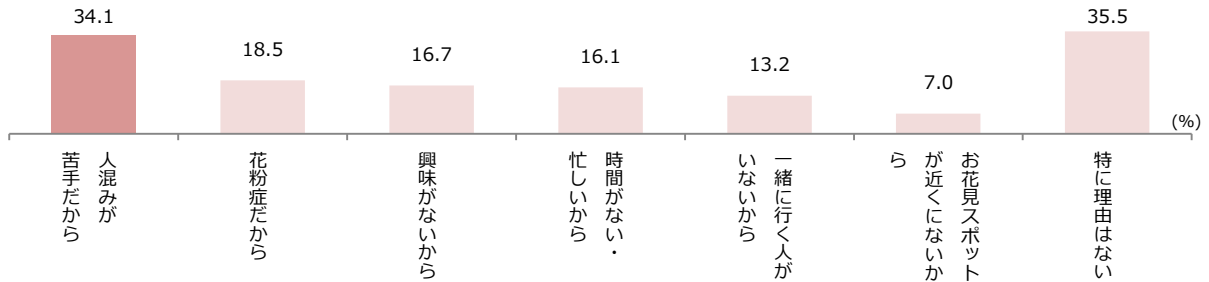


<図3-1> お花見をする・したい理由



[今年お花見をする予定がある・お花見をしたいと思っている人ベース n=560]

<図3-1> お花見をしない・しなかった理由



[これまでにお花見をしてこなかった・今年お花見をしたいと思っていない人ベース n=372]

■ 全調査内容

- 属性設問 (性別・年代・居住地・婚姻状況・子の有無・恋人の有無・職業・同居者・個人年収・世帯年収)
- お花見の実施頻度 (SA)
- 今年のお花見実施予定 (SA)
- 行きたいお花見スポットのタイプ (MA)
- 今年行く・行きたいと思うお花見のスタイル (MA)
- お花見をする・したい日や時間帯 (MA)
- 今年行く・行きたいと思うお花見スポット (MA)
- お花見の時に食べたいもの (MA)
- お花見の時に飲みたいもの (MA)
- お花見に掛ける一人あたりの予算 (SA)
- 今年お花見をする・したいと思う理由 (MA)
- 今年のお花見と一緒に行く予定の人 (MA)
- 今年のお花見と一緒にいきたい人 (MA)
- お花見の時にすること (MA)
- お花見をしない・しなかった理由 (MA)
- お花見での印象的なエピソード (FA)

■ 調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ (クロス・マーケティング アンケートモニター使用)
 調査地域 : 東京・神奈川・千葉・埼玉
 調査対象 : 20~69歳の男女
 調査期間 : 2017年3月15日(水)
 有効回答数 : 1,000サンプル

※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

■ 会社概要

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <http://www.cross-m.co.jp/>
 所在地 : 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F
 設立 : 2003年4月1日
 代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹
 事業内容 : マーケティングリサーチ事業

◆ 本件に関する報道関係からのお問い合わせ先 ◆

広報担当 : 東海林(しょうじ) TEL : 03-6859-2252 FAX : 03-6859-2275
 E-mail : pr-cm@cross-m.co.jp お問い合わせ : https://www.cross-m.co.jp/cromegane/cromegane_media/
 <<引用・転載時のクレジット表記のお願い>>
 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> 「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」