

報道関係者各位
プレスリリース

2021年12月3日
ソフトブレイン・フィールド株式会社

<コロナ禍のクリスマス食卓事情>チキンはスーパーやKFC ケーキは自宅近くの専門店が「買い場」として選ばれる

今年自宅でクリスマスパーティをする全国2707人調査結果

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イン・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、全国のアンケートモニター（以下、POB会員）から月間1100万枚のレシートを収集する国内最大規模の（提携サイト含める）、日本初のレシートによる購買証明付き・購買理由データベース「マルチプルID-POS購買理由データPoint of Buy®（以下、POBデータ）」を活用し、生活者の購買行動を分析しています。

今回は、クリスマス商戦に向けて「おうちで過ごすクリスマスの食卓事情」をテーマに、2021年11月12日～14日に、全国のアンケートモニター会員を対象にアンケートを実施しました。

「今年自宅でクリスマスパーティをする」と回答した人（N=2707人；平均年齢51歳）の「クリスマスの食卓事情」に関するアンケート結果を報告いたします。

==== 調査概要 =====

・クリスマスパーティでチキンを食べると回答した2099人の「購入場所や準備方法」は、4割が「スーパーで購入（41.7%）」となり最も多く、「ケンタッキーフライドチキン（23.3%）」がそれに次ぎ、「手作り（12.0%）」を上回り、クリスマスケーキを食べると回答した2452人の「購入場所や準備方法」は、「ケーキ屋さんなどの専門店で購入（55.0%）」が半数を超え、「スーパーで購入（15.0%）」、「デパ地下などのケーキ屋さん（10.3%）」が続く。「チキン」は普段から利用しているスーパーが買い場として選ばれ、「ケーキ」は自宅近くの専門店で購入する人が多い傾向がうかがえる。

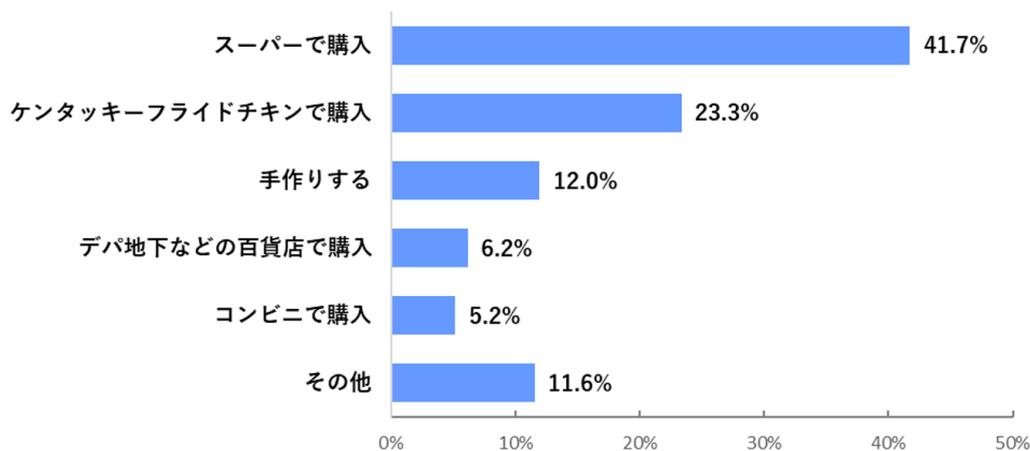
・今年自宅でクリスマスパーティをすると回答した2707人の、「クリスマスパーティの飲食にかかる1人あたりの予算」は、半数近くが「2,000円未満（48.4%）」と回答し、「2,000円以上～3,000円（30.9%）」、「3,000円以上～5,000円未満」がそれに続く。

・「クリスマスパーティでケーキ以外に用意する品数」は、およそ6割が「～3品（57.3%）」と回答。食べたい料理は、定番の「クリスマスケーキ（67.5%）」や「フライドチキン（51.8%）」が

半数を超え、「サラダ/マリネ（38.1%）」、「ローストチキン（35.8%）」、「ピザ（34.0%）」が続く。その他、クリスマスの過ごし方に関するコメントを紹介。

図表1) 今年のクリスマスパーティで食べる「チキン」の購入場所や準備は

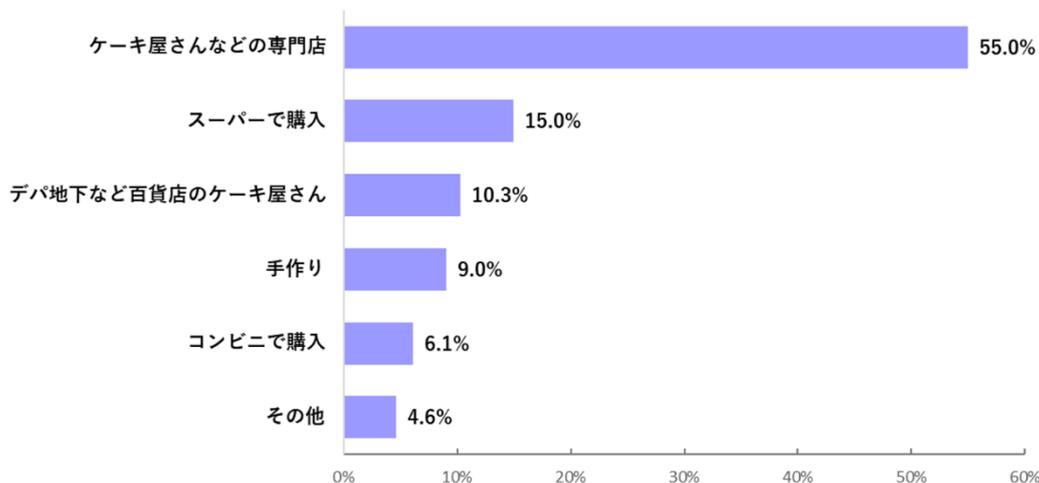
N= 2099人、今年のクリスマスパーティでチキンを食べると回答した全国POB会員男女
 調査期間：2021年11月12日~11月14日 インターネットリサーチ ソフトブレン・フィールド調べ
 マルチプルID-POS「Point of Buy® (POB) ※」



※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、実際の飲食店ごとのレシート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

図表2) クリスマスパーティで食べる「ケーキ」の購入場所

N= 2452人、今年のクリスマスパーティでケーキを食べると回答した全国POB会員男女
 調査期間：2021年11月12日~11月14日 インターネットリサーチ ソフトブレン・フィールド調べ
 マルチプルID-POS「Point of Buy® (POB) ※」



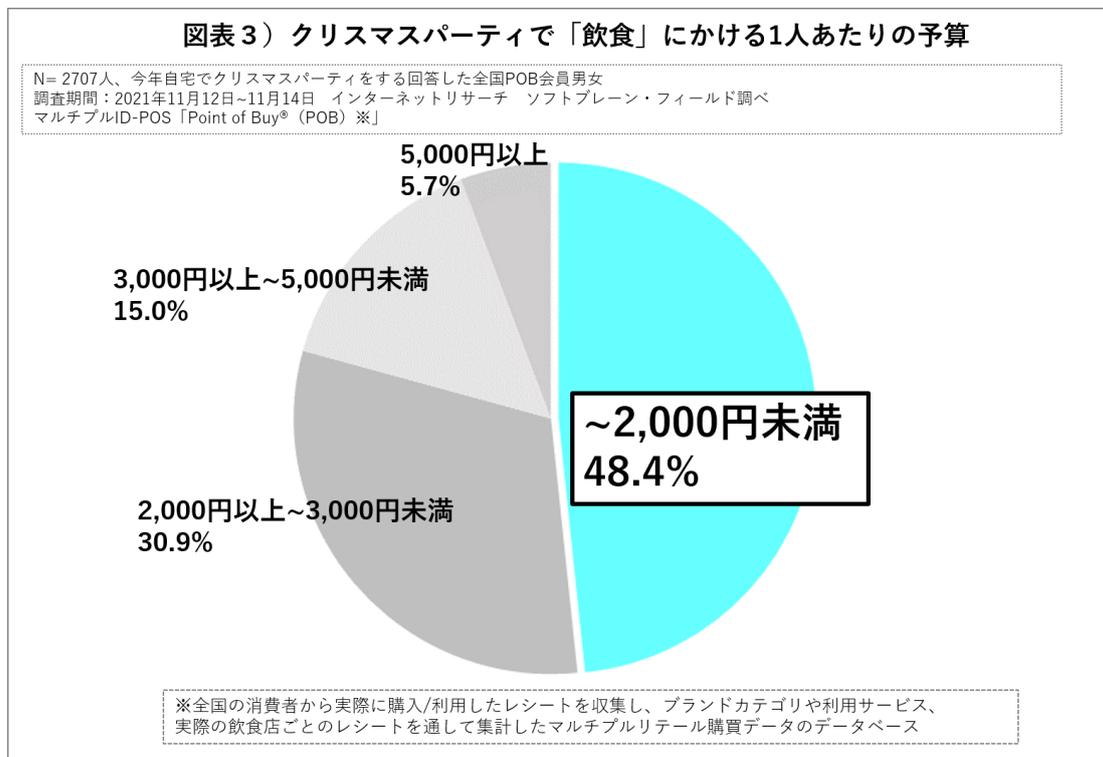
※全国の消費者から実際に購入/利用したレシートを収集し、ブランドカテゴリや利用サービス、実際の飲食店ごとのレシートを通して集計したマルチプルリテール購買データのデータベース

最初に、今年のクリスマスパーティでチキンを食べると回答した2099人の「購入場所や準備方法」は、4割が「スーパーで購入（41.7%）」となり最も多く、「ケンタッキーフライドチキン（23.3%）」がそれに次ぎ、「手作り（12.0%）」を上回りました<図表1>。

また、クリスマスケーキを食べると回答した2452人の「購入場所や準備方法」は、「ケーキ屋さんなどの専門店で購入（55.0%）」が半数を超え、「スーパーで購入（15.0%）」、「デパ地下などのケ

ーキ屋さん（10.3%）」、「手作り（9.0%）」がそれに続きました<図表2>。

消費者からは、「チキンはスーパー、ケーキは近くの評判がよい洋菓子店で購入予定」、「チキンはKFCでケーキは専門店で購入予定」、「チキンは近所のジョナサン・ケーキは地元のケーキ屋さん予約済」といったコメントが挙がり、コロナ禍の影響で、デパ地下などに出向き購入するよりも、「チキン」は普段から利用しているスーパーが買い場として選ばれ、「ケーキ」は自宅近くの専門店で購入する人が多い傾向がありました。



図表4) クリスマスパーティで「ケーキ以外に用意する品数」

N= 2707人、今年自宅でクリスマスパーティをする回答した全国POB会員男女
 調査期間：2021年11月12日~11月14日 インターネットリサーチ ソフトブレン・フィールド調べ
 マルチプルID-POS「Point of Buy® (POB) ※」

クリスマスケーキ以外の品数	全体 2707人	20代-30代 469人	40代-50代 1829人	60代以上 409人
~3品	57.3%	61.0%	58.4%	52.6%
4品	23.1%	23.0%	22.7%	23.7%
5品以上	19.5%	16.0%	18.9%	23.7%

※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、実際の飲食店ごとのレシート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

次に、今年自宅でクリスマスパーティをすると回答した2707人の、「クリスマスパーティの飲食にかかる1人あたりの予算」は、半数近くが「2,000円未満（48.4%）」と回答し、「2,000円以上~3,000円（30.9%）」、「3,000円以上~5,000円未満」がそれに続きました。

また、「ケーキ以外に用意する品数」は、およそ6割が「~3品（57.3%）」で、「4品（23.1%）」を大きく上回り、年代別でみると60代以上のうち、「5品以上（19.5% 全体平均）用意す

る人の割合が、（23.7%）と平均を上回り、最も多くなりました。

図表5）クリスマスパーティで食べたい料理（複数回答）

N=2707人、今年自宅でクリスマスパーティをする回答した全国POB会員男女
 調査期間：2021年11月12日～11月14日 インターネットリサーチ ソフトブレン・フィールド調べ
 マルチプルID-POS「Point of Buy®（POB）」※

選択肢	全体 2707人	20代-30代 469人	40代-50代 1829人	60代以上 409人
ケーキ	67.5%	68.7%	68.9%	65.0%
フライドチキン	51.8%	56.9%	51.9%	46.5%
サラダ/マリネ	38.1%	35.6%	40.7%	37.9%
ローストチキン	35.8%	30.5%	38.4%	38.6%
ピザ	34.0%	36.2%	34.6%	31.1%
ローストビーフ	26.0%	24.7%	27.9%	25.4%
フライドポテト	23.7%	25.6%	24.7%	20.8%
生ハムやハムの盛り合わせ	23.1%	17.9%	23.5%	27.9%
アイスクリーム	16.2%	13.9%	17.8%	16.9%
果物	15.6%	11.3%	15.4%	20.0%
握り寿司	14.3%	11.5%	15.9%	15.4%
チーズ	14.0%	14.7%	15.3%	12.0%
スープ	12.2%	12.8%	13.0%	10.8%
ビーフシチュー	12.0%	12.4%	12.7%	10.8%
グラタン	11.1%	14.5%	11.5%	7.3%

※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、実際の飲食店ごとのレシート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

最後に、今年のクリスマスパーティで食べたい料理を尋ねると（選択肢・複数回答）、定番の「クリスマスケーキ（67.5%）」や「フライドチキン（51.8%）」が半数を超え、「サラダ/マリネ（38.1%）」、「ローストチキン（35.8%）」、「ピザ（34.0%）」が続きました。

自宅でクリスマス当日の過ごし方については、「豪華な食事をお取り寄せして、家族で過ごす（30代、3人家族）」、「家族でいつものようにチキンとスパークリングワインとケーキを食べる予定（40代、3人家族）」、「夫婦2人なので、チキンやケーキを食べる以外は特に何もしない（50代）」、「夫婦2人でケーキ、ワインを飲みながらチキン、ピザ、フルーツなどを食べる（60代）」といったコメントが挙がりました。次回は、「年末年始の食卓事情」を12/7に配信予定です。

【調査概要】 N=2707人、今年のクリスマスに自宅でクリスマスパーティをすると回答した男女

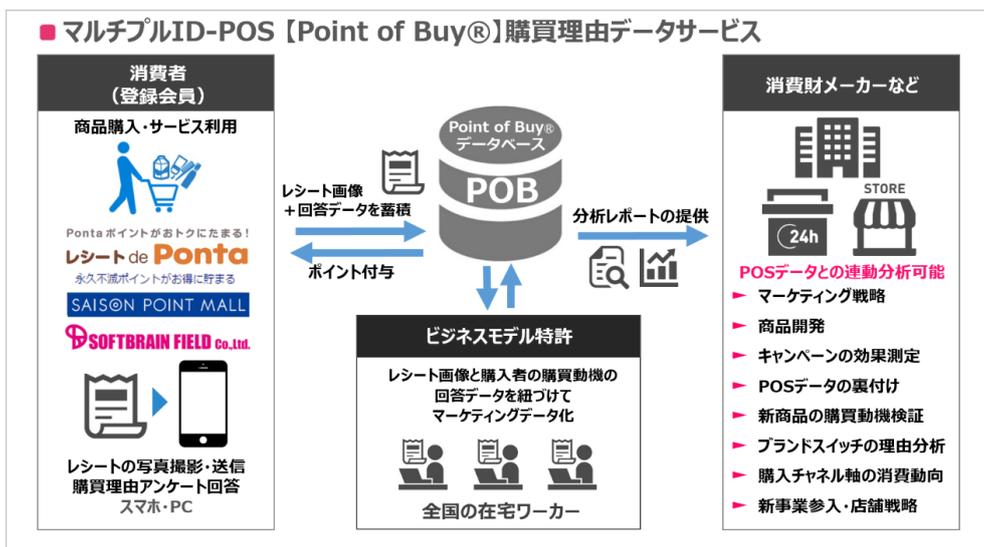
	~30代	40代	50代	60代以上	計
女性	370	573	502	150	1595
男性	99	318	436	259	1112
男女計	469	891	938	409	2707
(%)	17.3%	32.9%	34.7%	15.1%	100.0%

調査期間：2021年11月12日～11月13日
 インターネットリサーチ エリア：全国
 調査機関：ソフトブレン・フィールド

【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 広報担当 石井（いしい） / 山室（やまむろ）

TEL：03-6328-3883 FAX：03-6328-3631 MAIL：press@sbfield.co.jp



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です。同一個人(シングルソース)から「消費行動」に関わ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”企業・メーカーに提供します。

集計対象は、消費財カテゴリ68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(2018年1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、「Ponta Web」会員、「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80万人

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

- 700企業以上のチェーン情報を公開
- ビジネスモデル特許による全チェーン共通オリジナルブランドマスター(※JICFS/IFDBベース)を生成
詳細はこちら <https://www.sbfield.co.jp/press/20170222-10722>

※JICFS/IFDB：JANコード統合商品データベース (一財)流通システム開発センター

■ サービス詳細参照ページ：

- ・「マルチプルID-POS購買理由データPoint of Buy®」 <https://www.sbfield.co.jp/multi-idpos>
- ・「O2Oマーケティング マストバイ」 <https://www.sbfield.co.jp/must-buy/>

【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(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96,611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222,828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/>