

2024年7月全社展示会 ご提案資料



24年 ギフト市場推移

- ◆ ギフト市場全体は2020年以降拡大基調。
2023年は前年比**102.7%**の**10兆8,190**億円の見込み。
- ◆ 儀礼的な要素の強いフォーマルギフトは、ライフスタイルや人付き合いに対する志向の変化など、時代の流れと共に縮小傾向にあるものの、「ギフト」を贈るというコミュニケーション手段は受け継がれており、よりカジュアル、パーソナル、親密な間柄において重要度を増している。

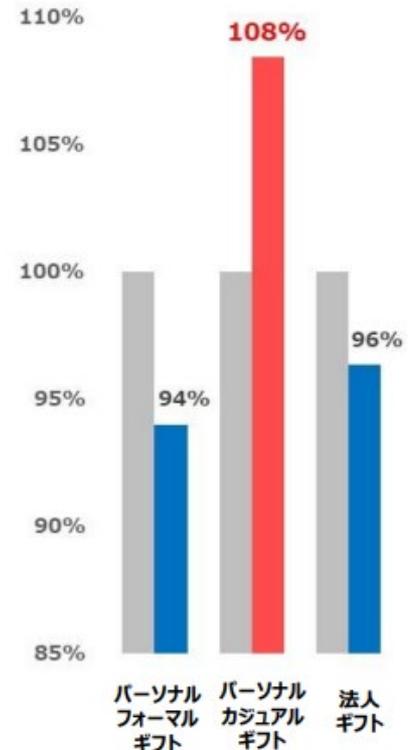
ギフト市場規模推移と予測



注1.小売金額ベース
注2.2023年は見込値、2024年は予測値

矢野経済研究所調べ

※19年を100とした推移

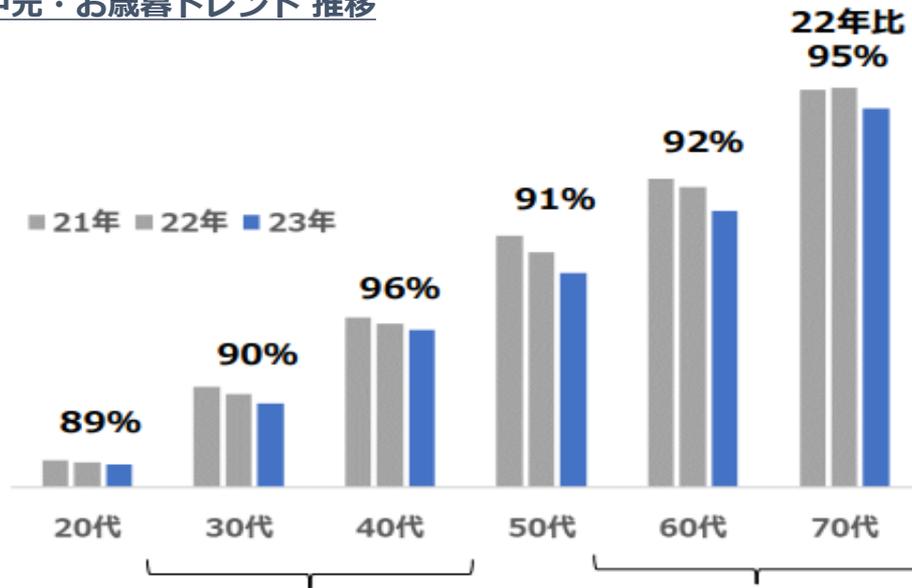


※出典: 矢野経済研究所

23年歳暮 ギフト市場推移

- ◆トレンドを比較すると、年齢層高め（50～70代）は決まったものを贈る安定志向。
一方、若年層は比較検討したり、自身もギフト選びを楽しむことを重視する積極志向。
- ◆若年層へ向けて“選ぶことが楽しい”購買意欲の上がるアイテム提案が重要。

お中元・お歳暮トレンド 推移



贈答特徴

- ✓ 色々なものを比較検討して贈る
- ✓ 選ぶことが楽しい

- ✓ 毎年同じものを贈る

ハム・ソーセージ

若年層取り込みに注力

「ハム・ソーセージ」は、お中元・お歳暮の定番ギフトとして、幅広い年齢層から支持されています。特に若年層への取り込みが注力されており、様々なフレーバーやパッケージングが提案されています。

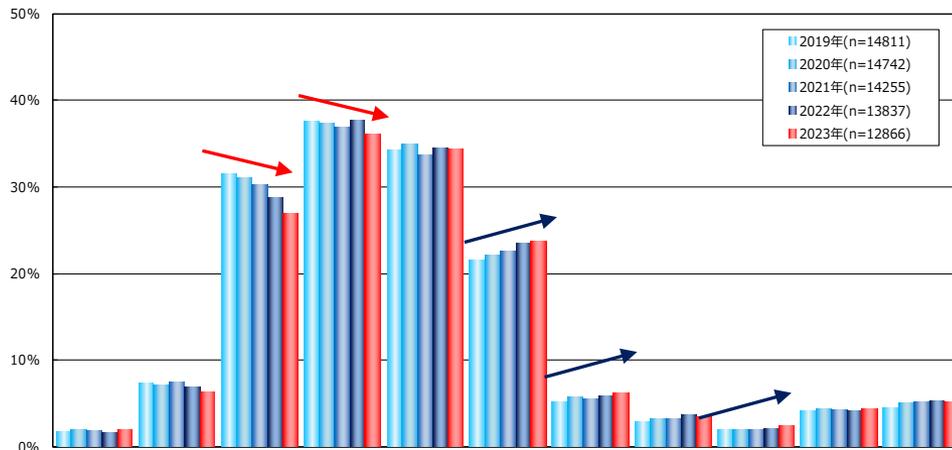
ハムメーカーでは若年層の取り組みに注力。日本ハムではギフト限定シャウエッセンや宝幸とのコラボギフトも販売

23年歳暮 ギフト市場推移

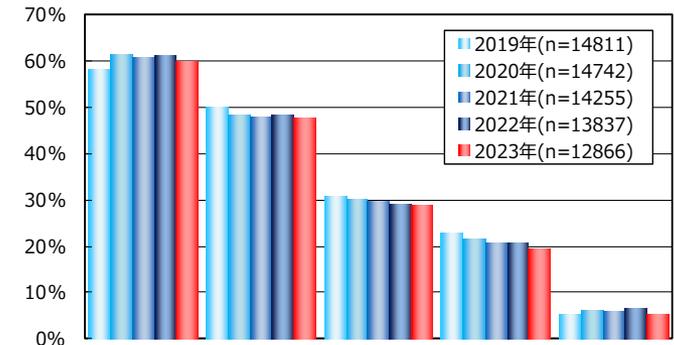
- ◆ ギフト購入価格帯（売価ライン）は、3,000～5,000円が中心。
3,000円、4,000円が落ち込んでいる。
- ◆ 節約志向から総じて低下しているが、6,000円以上の売価帯は微増もあり贈り物にお金をかける“メリハリ消費”も見られる。

購入価格帯推移 (MA) (%)

- ◆ 贈り手は「両親・兄弟・子供」の身内の贈答割合が高い



n	～1000円	～2000円	～3000円	～4000円	～5000円	～6000円	～7000円	～8000円	～9000円	～10000円	10001円以上
2019年(n=14811)	1.7	7.3	31.5	37.6	34.2	21.6	5.2	2.9	1.9	4.1	4.4
2020年(n=14742)	1.9	7.1	31.0	37.3	34.9	22.1	5.8	3.3	2.0	4.3	5.0
2021年(n=14255)	1.8	7.5	30.3	36.8	33.6	22.6	5.5	3.3	2.0	4.2	5.2
2022年(n=13837)	1.6	6.9	28.7	37.7	34.5	23.5	5.9	3.7	2.1	4.1	5.3
2023年(n=12866)	1.9	6.4	26.9	36.1	34.4	23.7	6.3	3.5	2.4	4.3	5.2



n	両親・兄弟・子供	親戚	友人知人	個人その他	自宅用に購入
2019年(n=14811)	58.2	50.0	30.8	22.7	5.3
2020年(n=14742)	61.3	48.2	30.2	21.5	6.1
2021年(n=14255)	60.8	47.8	29.6	20.8	5.9
2022年(n=13837)	61.1	48.4	29.1	20.6	6.5
2023年(n=12866)	60.0	47.7	28.9	19.4	5.4

2024年 歳暮ギフト方向（店置き）

2024年歳暮ギフトは、変化する生活者ニーズに沿った以下のテーマで商品をご提案します。

【ご当地商品】

「各地の食材・素材」を使った独自性のあるスイーツ・食品をラインアップ

【有名シェフコラボ】

有名店・有名シェフが監修した本格商品を詰め合わせ

【調味料・オリーブ】

食品高騰の中、生活者を応援する実用性・バラエティに富んだ商品

【嗜好品タイアップ】

メーカーギフト販売が縮小する中、嗜好品メーカーとタイアップし得意先、お客様のニーズに応える商品

2024年 歳暮ギフト方向（店置き）

【ご当地商品】

各地の独自色ある商品や産地産の味わいをラインアップ。

DAN-30
堂島ジョワイユ
リッチフルーツプリンギフト

OIM-30
紅はるか&鳴門金時菓子詰合せ

MMK-30M
愛媛みかんジュースと
みかんプリン

KLL-30A
マロンスイーツギフト

PM-35
岡山清水白桃ぷりん&
青森桃ジュースギフト

KSZ-30M
北海道産あずき使用
絹白玉ぜんざい詰合せ

2024年 歳暮ギフト方向 (店置き)

【名店・有名シェフコラボ】

有名店・有名シェフが監修した本格商品を詰め合わせ



KNM-30
 笠原将弘&野崎洋光監修
 味噌バラエティと和の食卓ギフト



野崎 洋光



074
 鶴舞屋&磯じまん珍味詰合せ



076
 浅草今半牛肉佃煮&
 ニッスイバラエティギフト

2024年 歳暮ギフト方向 (店置き)

【調味料・オリーブ・嗜好品タイアップ】

物価高で生活者の防衛意識が高まる中、
メーカーとも協力し、実用性・嗜好のバラエティに富んだ商品を企画。

NMD-30、NMD-50 ネスレ&コーヒーバラエティギフト

P-30、40、50 バラエティ調味料セット
AJM-30、50 厳選の調味料ギフト

コーヒーの
バラエティ

調味料の
バラエティ



029 **ネスレ&コーヒーバラエティギフト** 電話No.417624 ケース入数:8
 本体価格 **3,000円** (税込価格 **3,240円**)
 JAN:4550668146658 / 7 8 02310 * VV 334 * H177mm

030 **ネスレ&コーヒーバラエティギフト** 電話No.417628 ケース入数:6
 本体価格 **5,000円** (税込価格 **5,400円**)
 JAN:4550668146665 / 7 8 02317 * VV 308 * H177mm



毎日の食卓に欠かせない 定番調味料。



060 **バラエティ調味料セット** P-30M 電話No.397079
 本体価格 **3,000円** (税込価格 **3,240円**)
 ケース入数 6 JAN:4550668142407 / 7 8 02317 * VV 085 * H163mm



063 **厳選の調味料ギフト** AJM-30M 電話No.396935
 本体価格 **3,000円** (税込価格 **3,240円**)
 ケース入数 6 JAN:4550668142360 / 7 8 02317 * VV 085 * H163mm



064 **厳選の調味料ギフト** AJM-50M 電話No.397051
 本体価格 **5,000円** (税込価格 **5,400円**)
 ケース入数 5 JAN:4550668142377 / 7 8 02477 * VV 032 * H163mm



061 **バラエティ調味料セット** P-40M 電話No.397078
 本体価格 **4,000円** (税込価格 **4,320円**)
 ケース入数 5 JAN:4550668142391 / 7 8 02315 * VV 072 * H163mm



062 **バラエティ調味料セット** P-50M 電話No.397076
 本体価格 **5,000円** (税込価格 **5,400円**)
 ケース入数 4 JAN:4550668142384 / 7 8 02312 * VV 010 * H163mm

2024年 歳暮ギフト方向（宅配）

【トレンドを押さえた新企画】

押しブーム、人気インスタグラマーコラボ商品、お取り寄せミールキットなど
今の生活者動向を踏まえた企画を打ち出しました。

冬の押し あなたはどっち押し？

りんご	みかん
<p>押しポイント 贈り物に最適な定番の押しりんご。ギフトにも人気の押しりんごです。</p> <p>数量 A12-1 JAなかの産地地区 サンふじりんご 本体価格 3,500円 税込価格 3,780円</p>	<p>押しポイント 贈り物に最適な定番の押しみかん。ギフトにも人気の押しみかんです。</p> <p>数量 Y13-6A 愛媛みかん 本体価格 3,500円 税込価格 3,780円</p>

ProMama's
「プロママ集団」MOTHERS編集部監修

こだわり厳選メニュー

MOTHERS編集部は、
新時代の生き方を提案する「プロママ集団」です。
ママたちから圧倒的な支持を集める人気のプロママが、
ママと子どもたちの明日をHAPPYにする
情報や知恵を発信しています。

Premium Meal Kit
感動の美味

予約を取るの難しい、
名店のメニューがずり勢揃い。
名店だけの感動をご家庭にどうぞ。

2024年 歳暮ギフト方向（宅配）

【人気企画の進化】

選べるごちそう三段重、当社オリジナル商品の人気企画はさらにアイテムを拡充し、進化しました。

一段ごとにおいしさをセレクト。
選ぶ時、開いたときに、楽しさが重なります。

選べるごちそう
三段重

商品番号 99
商品名 ごちそう三段重
型番 GOC-3Y
※ [包装不可] 冷蔵・冷凍商品

冬の
オリジナル
商品

2024年 歳暮ギフト方向（宅配）

【季節催事と連動した企画】

冬季の大きなイベントであるクリスマス、お正月に喜ばれるパーティーグルメ、ごちそうや迎春用品など、お客様の需要に応える品揃えをしました。



みんなで楽しく HOME PARTY ローストビーフ
冬のパーティに欠かせない こだわりのローストビーフを厳選！
イメージ撮影中 画像未入

商品名	「ラ・ロシェル」坂井実行監修 こだわりのローストビーフ	商品名	「ラ・ロシェル」坂井実行監修 サーロインのローストビーフステーキ
商品番号	0001	商品番号	0002
価格	5,000円(税込)5,400円+	価格	10,000円(税込)10,800円+
内容	ローストビーフ250g、サラダ、ソース、パン	内容	サーロインステーキ150g×4、ポテト、ソース

画像未入

HOME PARTY パーティグルメ
家族や、気の合う仲間と楽しく ホームパーティ！
イメージ撮影中 画像未入

商品名	名古屋コーチンもも焼き	商品名	「フラワービクニックカフェ」お花のクリスマスカップケーキセット
商品番号	1001	商品番号	1002
価格	6,800円(税込)7,040円+	価格	4,700円(税込)5,070円+
内容	名古屋コーチンもも焼き	内容	クリスマスカップケーキ、お花のクリスマスカップケーキ

画像未入

2023年 歳暮商戦の動向 - インテージ -

◆ 推定マーケットサイズ

金額: **2,566** 億円
(前年比 86%)

件数: **5,836** 万件
(前年比 85%)

マーケットサイズは、金額、件数いずれも大幅に減少しています。

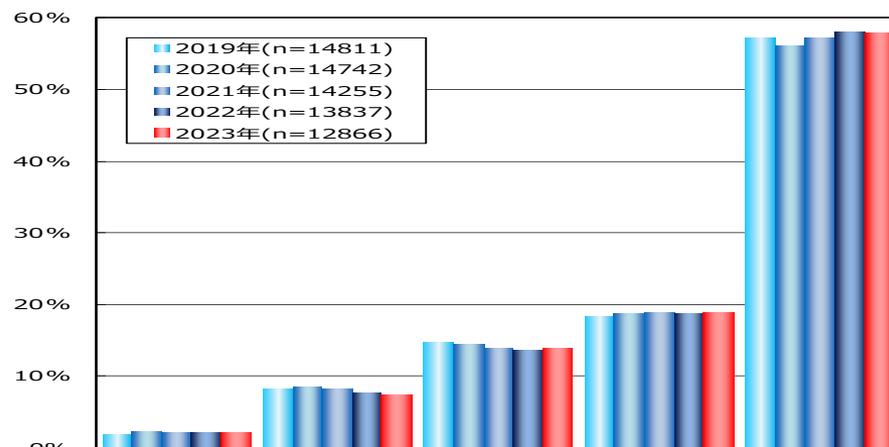
◆ 贈答世帯率と1人あたりの平均単価/件数

贈答世帯率: **42.9** %
(前年 46.1%)

件数: **3.4**件 金額: **4,401** 円
(前年 3.6件) (前年 4,303円)

贈答世帯率は**42.9%**と前年歳暮の46.1%と比べ低下しました。
件数は減少、平均単価は増加しました。

◆ 贈り手分析 (年代)



n	20代	30代	40代	50代	60・70代
2019年(n=14811)	1.9	8.2	14.6	18.3	57.1
2020年(n=14742)	2.2	8.4	14.4	18.8	56.2
2021年(n=14255)	2.1	8.1	13.9	18.9	57.1
2022年(n=13837)	2.0	7.7	13.6	18.7	58.0
2023年(n=12866)	2.0	7.4	13.9	18.9	57.8

- ・30代、60・70代の構成比が縮小しました。
- ・50代、60・70代の割合が高く、50代の構成比も拡大しました。

	2019年度 歳暮	2020年度 歳暮	2021年度 歳暮	2022年度 歳暮	2023年度 歳暮
贈答世帯率 (%)	49.4%	49.1%	47.5%	46.1%	42.9%
贈答世帯あたり平均贈答件数 (件)	3.7	3.6	3.6	3.6	3.4
贈答世帯あたり平均贈答金額 (円)	15,390	15,636	15,293	15,493	14,964

マーケットサイズ: 件数ベース	7,572万件	7,458万件	7,083万件	6,865万件	5,836万件
マーケットサイズ: 金額ベース	3,179億円	3,196億円	3,044億円	2,978億円	2,566億円

前年比

93.1%

94.4%

96.6%

85.0%

86.2%

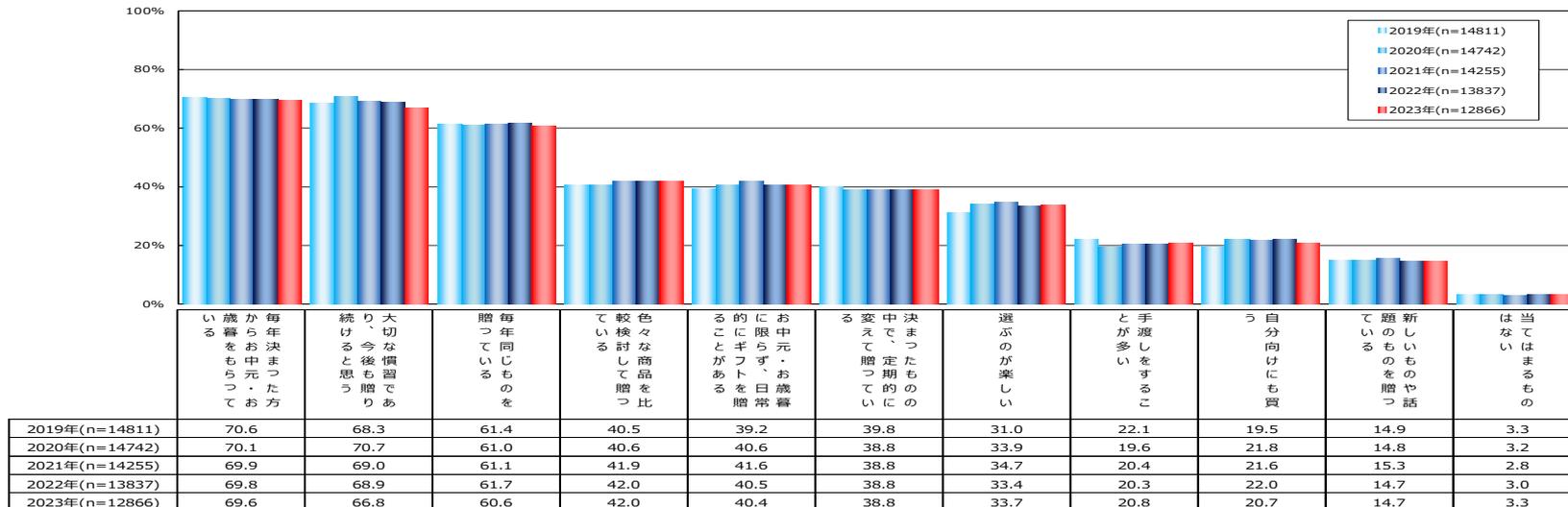
2023年 歳暮商戦の動向 - インテージ -

◆ お中元・お歳暮に対する意識

出典：インテージ贈答調査

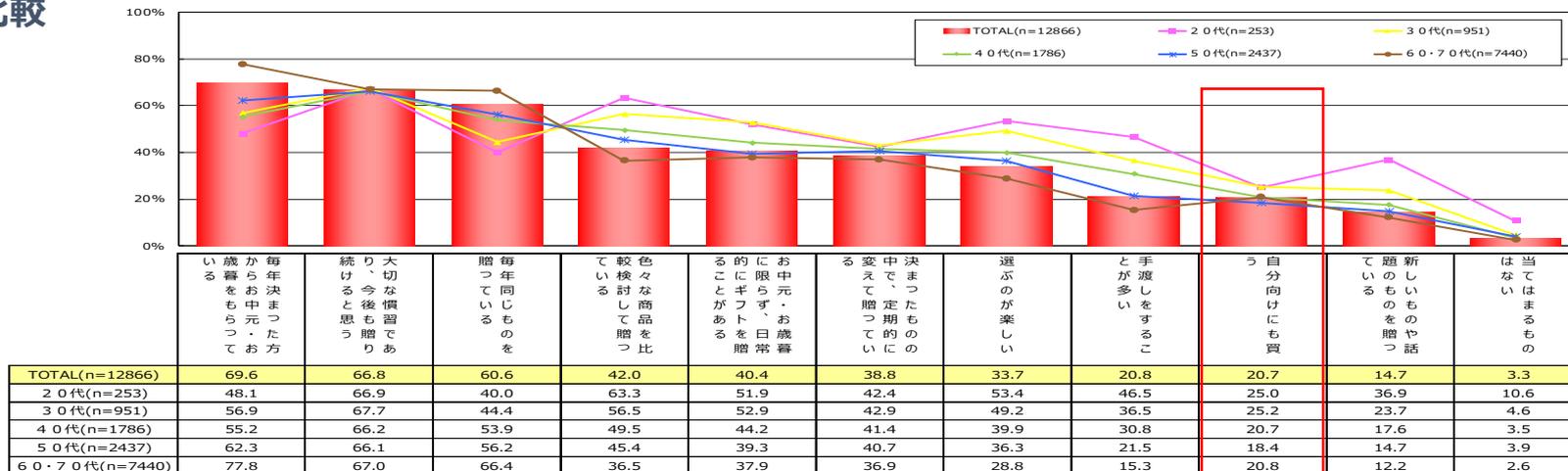
トレンド比較

※2023年で降順に並べ替え



年代別比較

※TOTALで降順に並べ替え

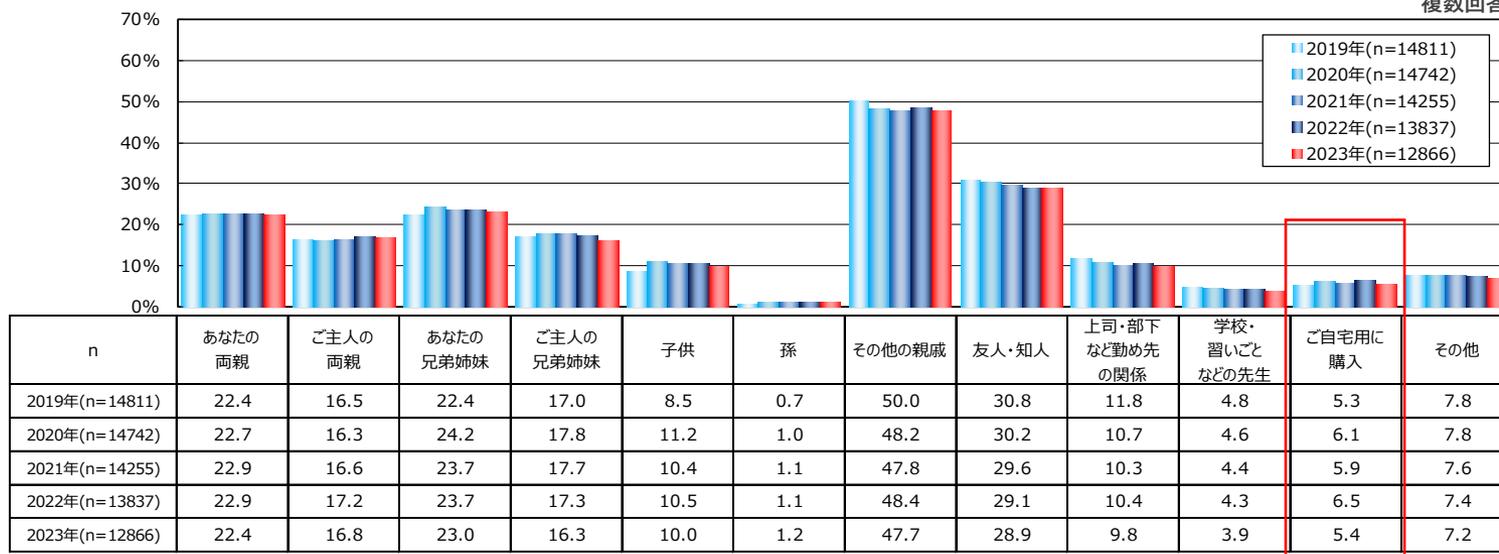


- ・中元歳暮は大切な習慣として全世代に根付いている。
- ・“毎年同じもの”や“決まったものの中で定期的に変えて”贈るという意識は全世代に共通している。
- ・約2割が“自分向け”にも買っている。

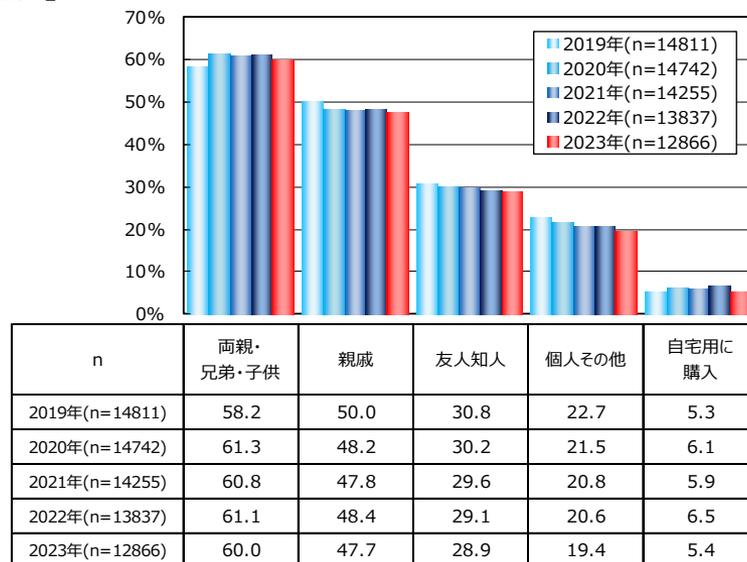
2023年 歳暮商戦の動向 - インテージ -

◆ 贈り先

※贈答世帯ベース
複数回答



◆ 「贈り先5区分」 サマリー



- ・ 「身近な親族（両親）、親戚」への贈答が高い傾向は続いています。
- ・ 自宅用購入も約5%で安定しています。

2023年 歳暮商戦の動向 - インテージ -

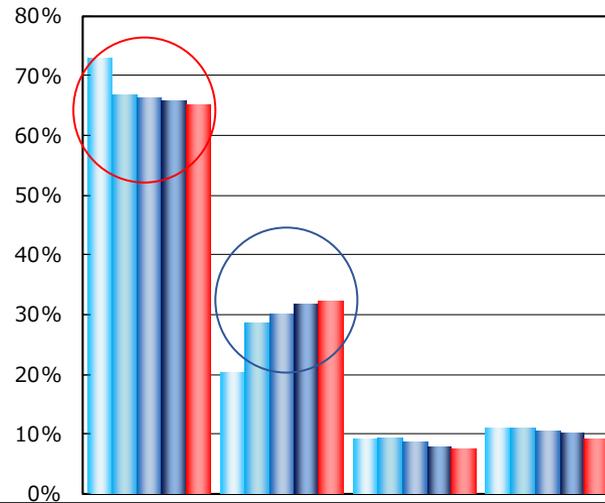
◆ ギフトの購入方法／場所

※ 複数回答

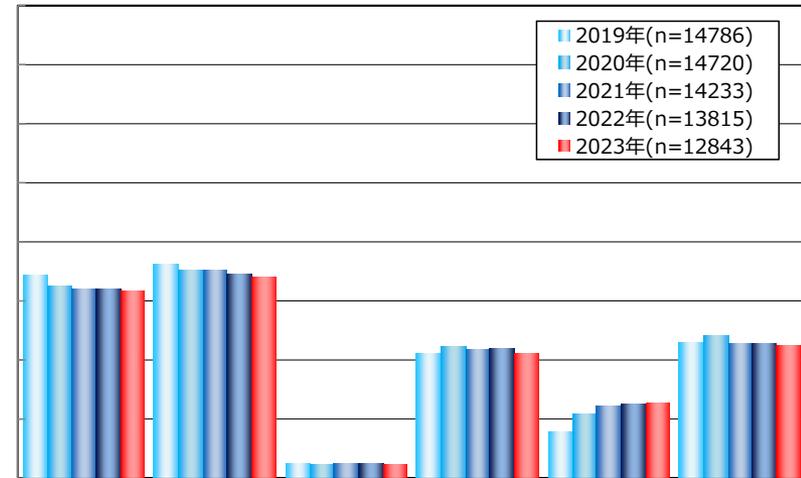
購入方法

<詳細>

購入ルート6区分



n	店頭で購入	インターネットで購入	電話/FAX/外商で購入	その他
2019年(n=14786)	72.9	20.4	9.2	11.1
2020年(n=14720)	66.8	28.6	9.5	11.1
2021年(n=14233)	66.3	30.1	8.6	10.5
2022年(n=13815)	65.7	31.6	7.8	10.1
2023年(n=12843)	65.2	32.3	7.4	9.1



購入ルート	2019年(n=14786)	2020年(n=14720)	2021年(n=14233)	2022年(n=13815)	2023年(n=12843)
デパート	34.4	32.5	31.9	31.9	31.6
スーパー	36.1	35.1	35.1	34.6	34.2
ギフト専門店	2.4	2.1	2.3	2.3	2.2
一般店・酒店・生協・農協など	21.1	22.2	21.8	22.0	21.1
ネット上のショッピングサイト	7.8	10.8	12.3	12.5	12.6
その他	22.9	24.0	22.8	22.7	22.6

・店頭での購入が減少し、インターネットでの購入が微増しています。

2023年 歳暮商戦の動向 – インテージ –

◆ 主要カテゴリー別のマーケットサイズ

品群	〈万件〉			〈億円〉		
	2022年	2023年	前年比	2022年	2023年	前年比
食用油	191	138	72%	64	48	75%
調味料等	109	97	89%	38	33	88%
麺類(うどん・そば・パスタ・ラーメン等)	250.0	217.9	87%	92.9	80.1	86%
アイス・シャーベット	77.4	63.7	82%	34.3	28.2	82%
洋菓子	813.5	712.1	88%	295.2	262.0	89%
和菓子	285.2	261.7	92%	103.1	95.5	93%
クールデザート(水ようかん、ゼリーなど)	60.3	53.2	88%	20.3	18.4	91%
精肉	195.3	165.0	84%	133.3	112.4	84%
魚介類(海藻・魚卵)	500.4	422.8	85%	290.5	253.5	87%
果物	663.6	561.3	85%	310.4	271.2	87%
ハム・ソーセージ	737.1	590.0	80%	311.0	249.6	80%
海苔	116.3	81.6	70%	42.9	31.7	74%
乳酸飲料	10.0	11.7	117%	3.5	3.7	104%
ジュース(フルーツ・野菜)	112	97	87%	38	33	88%
コーヒードリンク(液体)	15.0	17.3	116%	4.9	5.6	115%
インスタントコーヒー	108.5	85.8	79%	36.4	28.9	79%
レギュラーコーヒー	97.0	72.5	75%	35.6	26.2	73%
紅茶・緑茶・日本茶	62.1	51.7	83%	22.9	18.5	81%
ビール・発泡酒	514.4	409.0	80%	217.7	175.4	81%
洗濯洗剤・住居用・台所洗剤	92	75	82%	33	26	81%
商品券・ギフトカード・カタログギフト	148	129	87%	102	87	85%

・各カテゴリー前年割れとなる中、規模は小さいもののコーヒードリンク、乳酸飲料の飲料系が比較的好調でした。

カテゴリー別では嗜好品は「季節感」や「プレミアム感」を大切にしながら多様化する生活者インサイトに対応する商品で活性化を図る。

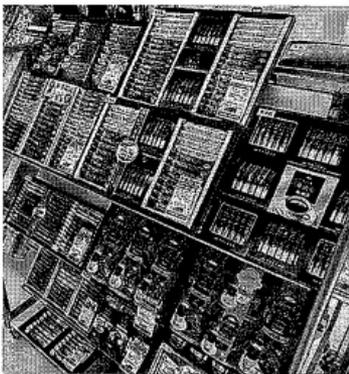
洋菓子はクリスマスやハロウィーンなど菓子そのものの需要期とも重なることから、多様なニーズに応える商品を提案。人気パティシエ・老舗洋菓子店監修ギフトやこだわりの素材使用ギフトなど、若者の需要発掘も含め取り組み。

生活者インサイトに対応

コーヒー

コーヒーギフトで案外活性化を図る。は、スティックギフト。味の素AGFの「A」が伸長している。味の素AGFによると、スティック特有の個包装の利便性やおいしさを活かした若年ユーザーの流入・拡大が伸長要因の一つだという。ギフト特有の「プレミアム感」や「季節感」を大切にしながら、カジュアルギフトなど、多様な生活者のインサイトに対応する製品提供に注力する。

ネスレ日本は、ギフト限定カジュアルシー



ン向けパッケージの「ふわふわ」種類をソートした「ネスカフェ」など、伸長するカセットや「ネスカフェ」ギフト市場も意識した製品を展開する。

ゴールドブレンド「ふわふわ」種類をソートした「ネスカフェ」など、伸長するカセットや「ネスカフェ」ギフト市場も意識した製品を展開する。

今年発売45周年を迎えた「トアルコトラ」や「スベシャルブレンド」を詰め合わせた「ドリッポン」シリーズなど、20アイテムをラインアップする「キーコーヒー」、UCCの独自技術「フレッシュキユー」で真空パックした「プレミアムコーヒーギフト」や「The Coffee Box Luxury Edition」を数量限定で投入した「ユーシーフードサービスシステムズ」など、各社の英知が結集している。

(本吉卓也)

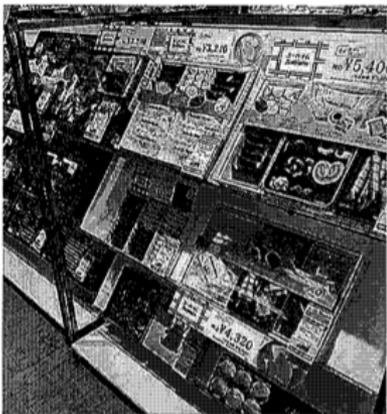
若年層掘り起こしに注目

洋菓子

洋菓子（一部和菓子含む）ギフトにおける歳暮期商戦は、クリスマスやハロウィーンなど洋菓子そのものの需要期とも重なることから、中元期と比較して積極的かつ多彩な取り組みが行われる。ホリデーシーズンに位置付けられる。通常の歳暮需要に加え、「プチ贅沢」などの自家消費がニーズとして生まれている。VSでも取り扱いには

然強化傾向にあり、専門的な差別性の一つに、門外サイトや路面店（個人店含む）も存在感が高める。

洋菓子ギフトの決定動機案による話題喚起



策が挙げられる。これらの限定ギフトは予約開始後即売のケースも多く、若者層の歳暮・中元需要発掘の側面からも重要な役割を担う。当然ながらこれらの喚起策は作り手の技術向上や素材の進化、チルド・冷凍を含む温度帯での保管・流通性が背景にある。子を持つ家族世帯を中心とした幅広い層で定番ギフトとしての地位を構築してきた洋菓子ギフトだが、新消費層の掘り起こしにも今後、注目したい。

(村岡直樹)

・食用油ギフトは生活必需品としての特性に加え、ギフトならではのプレミアム感を実現するアイテムとして定着。

・ギフト専用のオリーブオイルは特別感・高級感のある付加価値アイテムとして不動の人気となっている。

・海苔ギフトは23 中元は前年比微増。人口減や食習慣の変化、贈答文化の衰退で需要は減少基調にあるが、高品質なギフトとして長年日他紙まれている。

必需とプレミアムを両立

食用油



食用油ギフトは近年、禮品としての特性に加え、従来の生活必需品としての特性に加え、ギフトならではのしさと健康を兼ね備える定番ギフトとして人気のオリーブオイルギフトを核に、アマニ油やごめ油、トクホオイルなど豊富なラインアップを揃えている。

プレミアム感を実現するカテゴリーとして定着。「かける」用途の浸透も後押しし、おいしさと健康を兼ね備える定番ギフトとして人気のオリーブオイルギフトを核に、アマニ油やごめ油、トクホオイルなど豊富なラインアップを揃えている。

化、調味料や缶詰、飲料などのギフトギフトやギフト専用アイテムなどで構成。いずれも特別感や高級感、こだわり感が特徴だ。

をつなぐギフトで、高い需要を抱える。味の素AGF「味の素ランドギフト」では、オリーブオイルを核に「AIONOMOTO」ブランドのオイル鮮度を厳選して詰め合わせ、グループ展開の調味料のアンソールギフトも特別感を添える。昭和菓業は一番搾りの「エクストラバージンオリーブオイルセレクト」やオレイン酸豊富な「エアひまわり油」をラインアップ。「おいしさと健康への願いを込めて。」をキャッチフレーズに多くのニーズに応える。

弱で、アップー商材を多く揃えながら海苔本場の魅力、ユニット単価の引き上げという業界の課題解決を担う。海苔は軽量で持ち運びしやすく、高品質なギフトとして長年親しまれてきた。海苔がギフトの定番となつて、背景には、希少価値が高く縁起が良いとされ、いたことが挙げられる。また、日持ちしやすいため、贈り物として求められる「健康と感謝

を実施している。コロナ禍で韓国海苔や卓上海苔が好調な一方で、コンビニエンスストアなどでは海苔を使わない商品が増えている。国内の海苔消費が減少基調をたどる中、生産・流通の技術的な見直しや海苔の消費拡大につながる商品開発が求められている。

不作も消費の拡大に期待

海苔

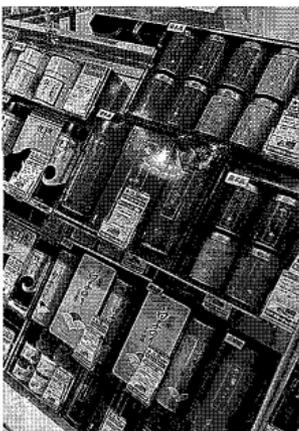
22年の海苔ギフトは微減で着地したものの、減少基調にある。かつて海苔市場を支えたギフトは現在シニア5%、コロナ禍で苦戦した仏事は回復傾向がみられる。

23年中元ギフトは前年比微増となった。アソートが伸長、瓶海苔は前年の自家需要増の反動がみられる。仏事は回復傾向にある。人口減や食習慣の変化、贈答文化の衰退を

22年度の海苔業界は有明海の歴史的な不作で相場が高騰。メーカーは6月からの値上げ

23年歳暮ギフトでは、上位企業の自らが高品質ギフトを拡充する一方、1000円程度の手土産として気軽に使える商品を拡充するなど、昨年発売したギフトの拡充に注力する方針。

23年中元ギフトは前年比微増となった。アソートが伸長、瓶海苔は前年の自家需要増の反動がみられる。仏事は回復傾向にある。人口減や食習慣の変化、贈答文化の衰退を



23年歳暮ギフトでは、上位企業の自らが高品質ギフトを拡充する一方、1000円程度の手土産として気軽に使える商品を拡充するなど、昨年発売したギフトの拡充に注力する方針。

(三井物産)

カジュアルギフトに関するアンケート

◆身近になるカジュアルギフト

9割以上の女性が日常的にギフト消費。
親しい間柄へのシーズン・イベント・プチギフト機会は増えている。

ギフト交流消費は約9割

Q. 直近一年間に、何回程度
プレゼント・贈り物をしますか。



一年以内に**9割以上**の女性たちは
贈り物をしている。

シーズンプレゼントで「母の日」、ライフイベントプレゼントでは「誕生日」、
日常生活におけるプレゼントでは「旅行のお土産」がそれぞれ1位

Q. 直近一年に、どのようなプレゼント・贈り物をしましたか。当てはまるもの全てを教えてください。

シーズンプレゼント (季節もののプレゼント)	ライフイベントプレゼント (ライフイベントに関するプレゼント)	日常生活におけるプレゼント
1 母の日のプレゼント 58.6%	1 誕生日のプレゼント 79.1%	1 旅行のお土産 59.1%
2 クリスマスのプレゼント 57.1%	2 出産祝い 24.0%	2 訪問時、外で会うときの土産 39.6%
3 バレンタインデーのプレゼント 53.8%	3 結婚祝い 20.2%	3 日常的なプチギフト 37.6%
4 父の日のプレゼント 43.6%	4 合格、入学祝 17.9%	4 帰省土産 37.3%
5 お中元、夏のお祝い 28.5%	5 還暦、長寿のお祝い 9.1%	5 送別、送別のプレゼント 16.1%

カジュアルギフトが伸長。

中元・歳暮の儀礼ギフトの実施率は30%弱に。

シーズンイベントでは誕生日、母の日、クリスマスの母の日が贈答率が高い。

日常的なギフトも人気で、旅行や帰省の土産、お持たせ、プチギフトなど手軽に贈りあう文化が根付いている。