

バラエティ豊かなラインナップ
チョコエッグ

本物のおいしさ
セコイヤチョコレート

フルタ製菓株式会社
〒544-0023 大阪市生野区林寺6-7-22

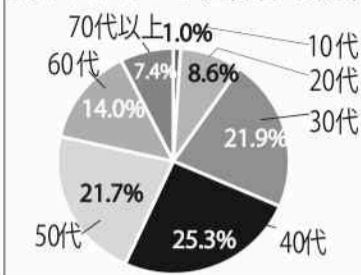
菓業食品新聞
The Journal of confectionery

URL: http://okashi.info e-mail: ks-news@okashi.info

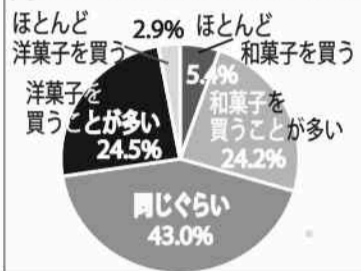
発行所 〒564-0053 大阪府吹田市江の木町11-38-618
TEL 06(6385)1717 FAX06(6385)0150

株式会社 菓業食品新聞社
支社・京都
発行人 狩野 智子 一ヵ年 8,400円

問1 アンケート回答者の割合

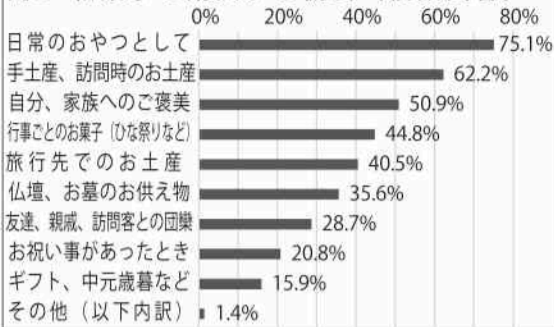


問4 和菓子と洋菓子の購入頻度



和菓子の特集
8面 八ッ橋業界検校偲ぶ
6面 首都圏チョコレート発表会
5面 全国半生菓子総会

問5 和菓子を購入する機会(複数回答)



和菓子と洋菓子の購入頻度(性別・年代ごとの全回答者中の回答割合)
総計 男性 女性 不明
ほとんど和菓子を買う 5.4% 6.4% 4.8% 8%
和菓子を買うことが多い 24.2% 27.0% 22.9% 17%
同じぐらい 43.0% 41.7% 43.8% 33%
洋菓子を買うことが多い 24.5% 22.4% 25.4% 33%
ほとんど洋菓子を買う 2.9% 2.6% 3.0% 8%
各項目の回答者数 1,360 456 892 12

和菓子の日は「嘉祥(嘉男女別にみると65%が女の割合)について質問(問の方が多)は、沖縄県、購入率は低い。女性の方が様々なシーンで和菓子を活用している。男性は日常のおやつとして買っている率は高いが、女性に比べ他の機会での購入率は低い。女性の方が様々なシーンで和菓子を活用している傾向が現れている。

弊社独自調査 消費者アンケート

6月16日は「和菓子の日」。今回、弊社では和菓子に関するアンケートを5月30日〜6月12日の期間、ツイッター、懸賞サイト等で告知して実施したところ、1364件(有効数)の回答をいただいた。回答者には抽選で弊社が選んだ和菓子が当たるというキャンペーンも行ったので、和菓子好きな人が回答している傾向があるが、興味深いデータが集まった。

質問した。回答数の多い順から日常のおやつとして75.1%と、4分の3以上の人が日常的に和菓子に親しんでいる。次に手土産・訪問時のお土産が62.2%と、6割以上がおもたせとして和菓子を活用している。男性は日常のおやつとして買っている率は高いが、女性に比べ他の機会での購入率は低い。女性の方が様々なシーンで和菓子を活用している傾向が現れている。

6月16日は和菓子の日

和・洋菓子の購入割合、ほぼ同数

和菓子特集
8面 八ッ橋業界検校偲ぶ
6面 首都圏チョコレート発表会
5面 全国半生菓子総会

Table with columns for age groups (10代 to 70代以上) and purchase frequency categories (e.g., ほとんど和菓子を買う, 同じぐらい).

和菓子を購入する機会(問5)は、複数回答でのおやつは60・70代以上では80%を超え、年齢と共に増える傾向があるが、自分・家族へのご褒美は高齢者比較的低く、40代以下では5割を超える。行事のお菓子では、年代の差は大きくなかったが、予想に反し70代以上が比較的少なかった。核家族化が進み、高齢者が孫などと共に行事を楽しむ機会が減っているのかもしれない。(次頁へ続く)

Large advertisement for Puchi Island campaign. Includes title 'あげちゃう!! プチクマキャンペーン', date '6月24日はプチクマの日', and details for prizes A (Puchi Kumabear) and B (QUO card).

応募締切: 2022年6月30日(木)

プチシリーズ