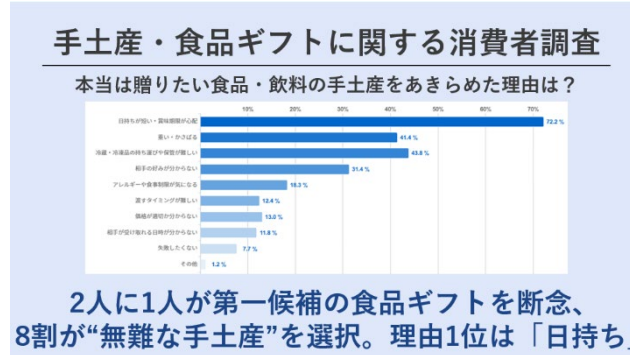


## “本当は贈りたい食品ギフト”の高いハードル

### 8割超が失敗しないための“無難な手土産”を選択

～理由1位は「日持ち」への不安、6割がギフト選びにストレス オンワードグループの(株)大和が実態調査～

株式会社大和（本社：長野県安曇野市、東京都中央区 代表取締役社長：川島 豊）は、全国の10代～60代の男女326人を対象に、「手土産・食品ギフトに関する消費者調査」を実施しました。



本調査では、食品・飲料ギフトに対する消費者の意識や、手土産選びにおける悩み・実態に関するアンケートを行いました。その結果、2人に1人が“本当は贈りたい食品ギフト”を断念しているほか、8割超が“失敗しないための無難な手土産”を選択している実態が明らかになりました。また、約6割がギフト選びにストレスや負担を感じており、「相手の好み分からない」「ありきたりになってしまう」など、“失敗したくない”心理が、手土産選びに大きく影響していることが分かりました。

父の日やお中元、帰省など、食品ギフト需要が高まる夏シーズンを前に、食品の“日持ち”や冷蔵・冷凍品の持ち運び、保存への不安、荷物負担など、手土産選びにおける実用面の課題が明らかになりました。特に近年は、猛暑が続く中で、食品を持ち歩く際の温度管理や相手の受け取りタイミングへの配慮も、より重要になっています。

#### <主な調査トピックス>

##### ① 2人に1人（51.8%）が“本当は贈りたい食品ギフト”を断念

理由は「日持ちが短い・賞味期限が心配」が72.2%で最多。次いで「冷蔵・冷凍品の持ち運びや保管が難しい（43.8%）」「重い・かさばる（41.4%）」が上位。

##### ② 8割超（82.8%）が“失敗しないための無難な手土産”を選択

本当は「産地直送グルメ（28.2%）」「アイス・冷凍スイーツ（21.5%）」「お酒（11.7%）」などを贈りたい一方、現実には“日持ち重視”の手土産選びに。

##### ③ 約6割（59.8%）がギフト選びにストレスや負担を実感

「価格帯に迷う（46.0%）」「相手の好み分からない（42.9%）」「ありきたりになってしまう（35.9%）」など、“失敗したくない”心理が負担になっている実態が明らか。

##### ④ 自分が貰いたいもの Best3「産直グルメ」「アイス・冷凍スイーツ」「肉・魚介類」

「産地直送グルメ（39.3%）」「アイス・冷凍スイーツ（29.1%）」「肉・魚介類（27.0%）」が上位となり、受け取る側においても、鮮度や温度管理が求められる“特別感のある食品”へのニーズが高い結果に。

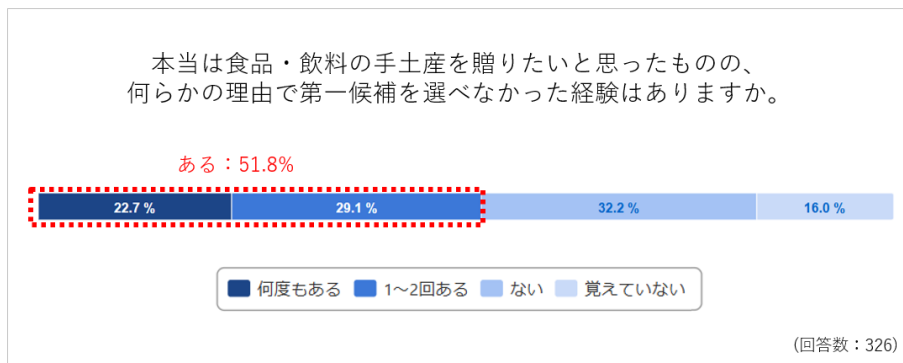
##### ⑤ “自分で選べる食品ギフト”への期待も

「相手が好きなものを選べる（50.9%）」「日持ちを気にしなくてよい（36.2%）」「冷蔵・冷凍品も贈りやすい（23.9%）」など、従来の手土産課題を解決する新しいギフトスタイルへの支持が集まった。

## TOPIC① 2人に1人（51.8%）が“本当は贈りたい食品ギフト”を断念

### 理由1位は「日持ち」、次いで「冷蔵・冷凍品の持ち運び」

「本当は食品・飲料の手土産を贈りたいと思ったものの、何らかの理由で第一候補を選べなかった経験はありますか。」という設問では、「何度もある（22.7%）」「1～2回ある（29.1%）」を合わせると、2人に1人（51.8%）が“本当は贈りたい食品ギフト”を断念した経験があると回答しました。



断念理由としては、「日持ちが短い・賞味期限が心配（72.2%）」が最多となり、次いで「冷蔵・冷凍品の持ち運びや保管が難しい（43.8%）」「重い・かさばる（41.4%）」が上位に。食品ギフトでは、“美味しそう”“特別感がある”だけでなく、“持ち運びやすさ”や“保存性”といった実用面も重視されていることが分かりました。自由回答では、

「美味しそうなものがあったても日持ちしないので送るのをやめた」

「要冷蔵で持ち歩くのも重くて大変なので諦めた」

「暑い季節に生ものを長時間運ぶのは難しいと思った」

など、“本当は贈りたい食品”を断念する声が多く見られました。

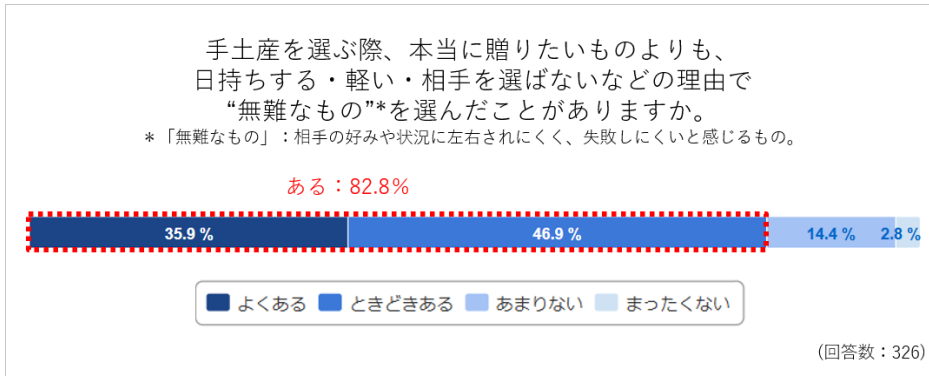
順位	第一候補の食品・飲料の手土産をあきらめた理由 (複数回答)	%
1位	日持ちが短い・賞味期限が心配	72.2%
2位	冷蔵・冷凍品の持ち運びや保管が難しい	43.8%
3位	重い・かさばる	41.4%
4位	相手の好み分からない	31.4%
5位	アレルギーや食事制限が気になる	18.3%
6位	価格が適切分からない	13.0%
7位	渡すタイミングが難しい	12.4%
8位	相手が受け取れる日時が分からない	11.8%

(回答数：169)

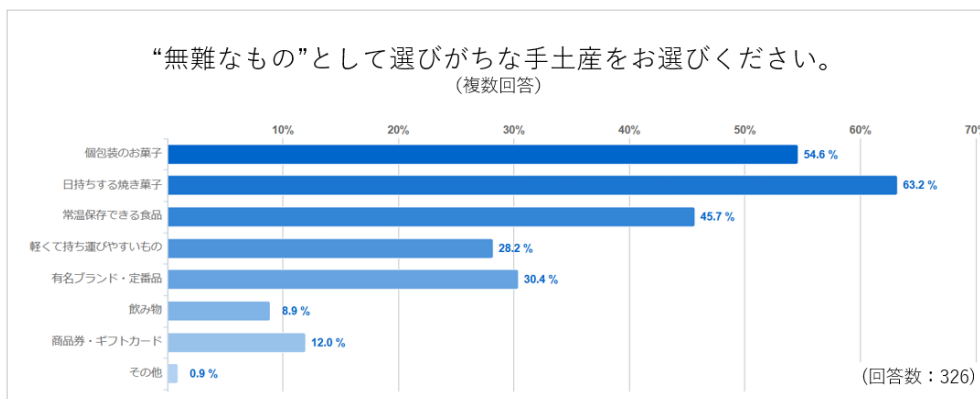
## TOPIC② 8割超（82.8%）が“失敗しないための無難な手土産”を選択

### “本当に贈りたい”は産直・冷凍系、現実には焼き菓子に集中

「手土産を選ぶ際、本当に贈りたいものよりも、日持ちする・軽い・相手を選ばないなどの理由で“無難なもの”（相手の好みや状況に左右されにくく、失敗しにくいと感じるもの）を選んだことがありますか。」という設問では、「よくある（35.9%）」「ときどきある（46.9%）」と回答した方が8割を超えました。多くの方が無難な手土産へ流れている実態が明らかになりました。

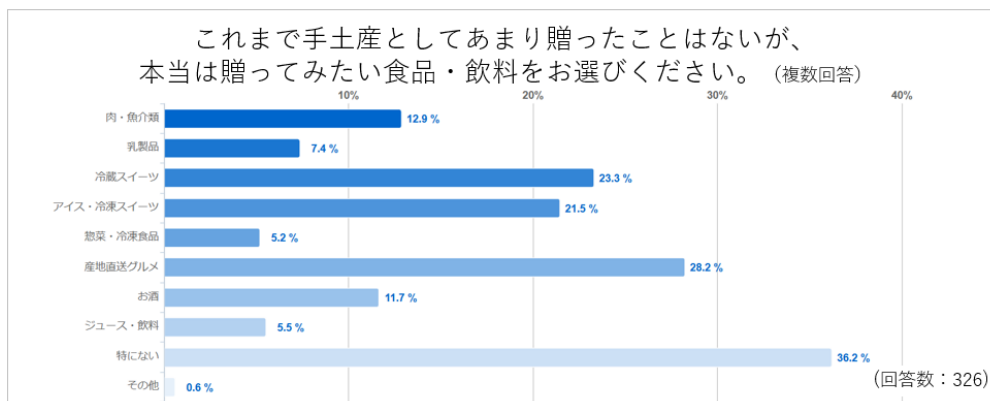


“無難なもの”としては、「日持ちする焼き菓子（63.2%）」「個包装のお菓子（54.6%）」「常温保存できる食品（45.7%）」という回答が上位に。保存性や渡しやすいといった実用性が重視されていることがうかがえます。



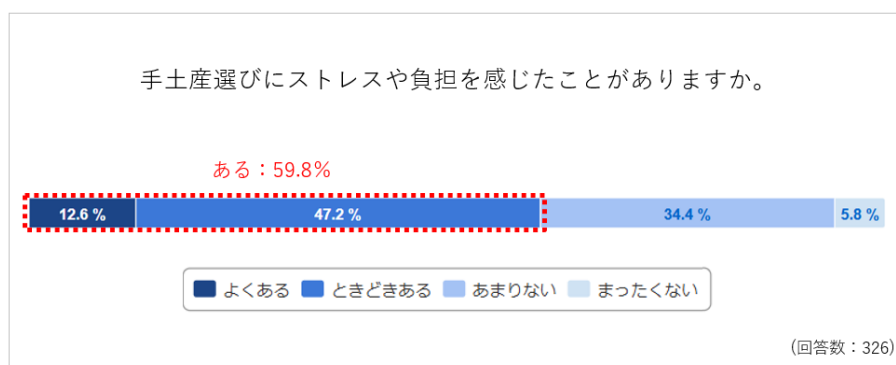
また、“本当は贈ってみたい食品・飲料”としては、「産地直送グルメ（28.2%）」「冷蔵スイーツ（23.3%）」「アイス・冷凍スイーツ（21.5%）」など、鮮度や温度管理が求められる“特別感のある食品”が上位となりました。

一方で、「特になし（36.2%）」も最多となっており、手土産に対して“強いこだわりを持たない”層も一定数存在することが分かりました。背景には、「失敗したくない」「選ぶのが難しい」といった心理もあると考えられ、手土産選びが“無難さ重視”に固定化している実態もうかがえます。



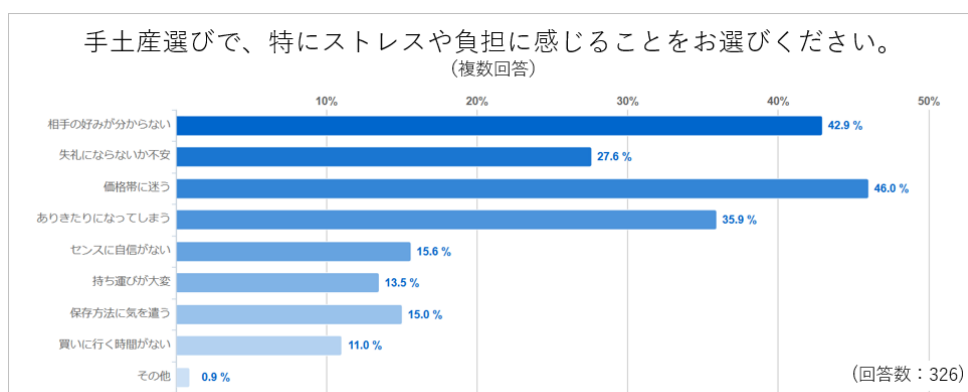
### TOPIC③ 約 6 割 (59.8%) がギフト選びにストレスや負担を実感

「手土産選びにストレスや負担を感じたことはありますか。」という設問では、「よくある (12.6%)」「ときどきある (47.2%)」と回答した人が約 6 割でした。手土産選びに対する心理的負担を感じていることが分かりました。



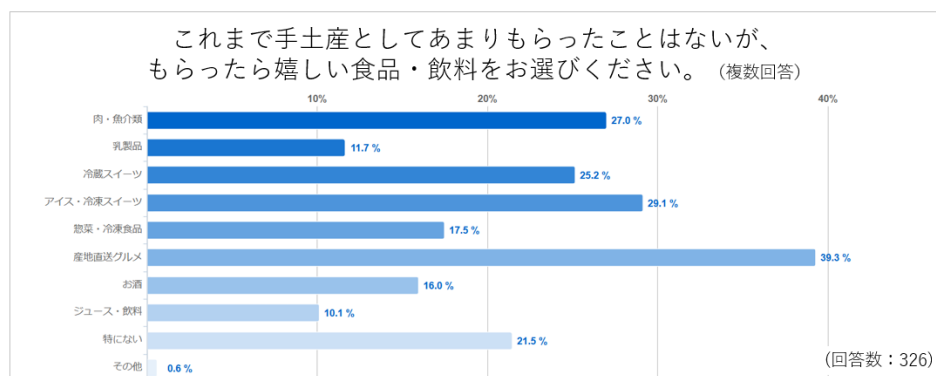
その原因としては、「価格帯に迷う (46%)」「相手の好み分からない (42.9%)」「ありきたりになってしまう (35.9%)」「失礼にならないか不安 (27.6%)」という回答が上位にみられました。

手土産選びでは、相手への配慮や“失敗したくない”という心理が大きく影響しており、多くの人が「無難さ」と「特別感」の間で悩みながら選んでいる実態が明らかになりました。



### TOPIC④ 自分が買いたいもの Best3 「産直グルメ」「アイス・冷凍スイーツ」「肉・魚介類」

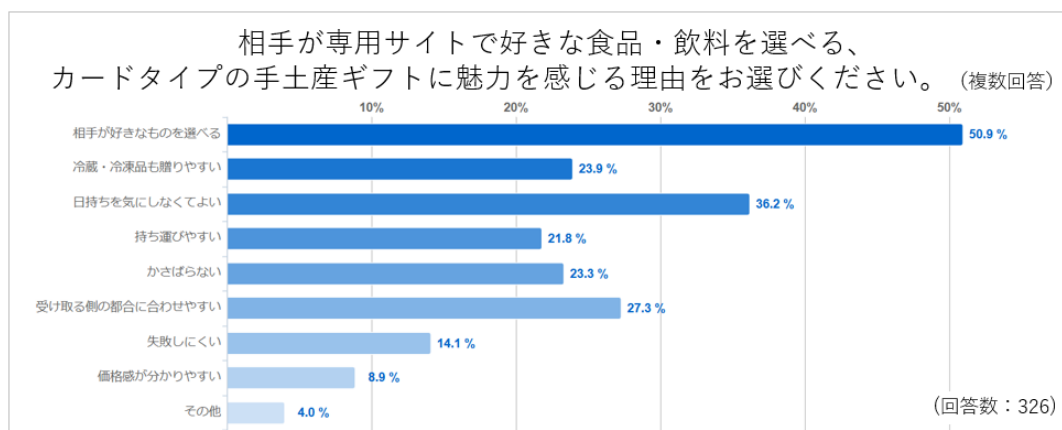
「これまで手土産としてあまりもらったことはないが、もらったら嬉しい食品・飲料をお選びください。」という設問では、「産地直送グルメ (39.3%)」「アイス・冷凍スイーツ (29.1%)」「肉・魚介類 (27.0%)」「冷蔵スイーツ (25.2%)」という回答が上位となりました。受け取る側においても、鮮度や温度管理が求められる“特別感のある食品”へのニーズが高いことがわかりました。



## TOPIC⑤ “自分で選べる食品ギフト”への期待も

相手が専用サイトで好きな食品・飲料を選べるカードタイプの手土産ギフトに魅力を感じる理由を質問したところ、「相手が好きなものを選べる（50.9%）」が最も多く、次いで「日持ちを気にしなくてよい（36.2%）」「受け取る側の都合に合わせやすい（27.3%）」「冷蔵・冷凍品も贈りやすい（23.9%）」という回答が上位となりました。

特に、“相手が好きなものを選べる”という回答が最多となったことから、手土産選びにおいては「失敗したくない」「相手に喜んでもらいたい」というニーズが強いことがうかがえます。また、「日持ち」「冷蔵・冷凍品の贈りやすさ」「受け取りタイミング」などへの支持も多く、従来の“持参する手土産”で課題となっていた保存性や持ち運び負担を解決する、新しいギフトスタイルへの期待も見られました。



## 総括・考察

今回の調査では、2人に1人が“本当は贈りたい食品ギフト”を断念している一方、8割超が“失敗しないための無難な手土産”を選択している実態が明らかになりました。

背景には、「日持ち」「冷蔵・冷凍品の持ち運び」「重さ」といった実用面への不安や、「相手に失礼にならないか」「好みに合うか分からない」といった心理的負担が存在しており、手土産選びでは“本当は贈りたいもの”よりも、“失敗しないこと”が優先される傾向が見られました。

一方で、「産地直送グルメ」「アイス・冷凍スイーツ」「お酒」など、“特別感のある食品”を贈りたいニーズも一定数存在しており、“無難さ”と“特別感”の間で悩む生活者像が浮かび上がっています。

また、「父の日・お中元・帰省など、6～8月のギフトシーズンに食品・飲料ギフトを贈りたいと思う」と回答した人は5割超（53.3%）となり、夏の食品ギフト需要そのものは引き続き高いことも分かりました。

今後は、“その場で持参する”だけでなく、“相手が好きなタイミングで受け取れる”など、利便性や柔軟性を備えた新しい食品ギフトスタイルへのニーズが高まっていく可能性がうかがえます。

## ■アンケート調査 概要

調査主体:株式会社大和

調査方法 : インターネットアンケート

調査システム : Questant

調査対象 : 全国の 10 代から 60 代の男女 326 名

調査期間 : 2026 年 5 月 12 日 (火) ~5 月 20 日 (水)

## ■株式会社大和について

オンワードグループにおいてギフト事業を担う株式会社大和は、カタログギフトを中核に、幅広いギフトサービスを展開する企業です。贈る人と贈られる人双方の気持ちに寄り添い、企画・制作・販売・運営を一貫して手がける体制と豊富な実績を強みに、法人・個人の両領域に向けた多様なギフトサービスを提供しています。近年では、自治体と連携したふるさと納税やソーシャルギフト領域にも取り組み、事業の拡張を進めています。

HP : <https://www.ymt-yamato.co.jp/>

- ・ 商号 : 株式会社大和 (やまと)
- ・ 長野本社 : 〒399-8204 長野県安曇野市豊科高家 1178 -11
- ・ 東京本社 : 〒103-0027 東京都中央区日本橋 3-10-5 オンワードパークビルディング 7F
- ・ 大和直営店 (高輪ゲートウェイ・二子玉川・渋谷など全国 6 店舗)  
店舗一覧 (<https://www.ymt-yamato.co.jp/service/#diregt>)
- ・ 代表者 : 代表取締役社長 川島 豊
- ・ 事業内容 : ギフト商品・カタログギフトの企画、制作、販売、運営

## ▼本件についてのお問い合わせ先

株式会社大和 広報 鈴木

- ・ TEL : 03-6629-1505
- ・ WEB からの問い合わせ : <https://www.ymt-yamato.co.jp/contact/>