

報道関係各位

 2025年12月17日
 株式会社クロス・マーケティング

今年の年末年始、帰省予定がある人は2割 帰省土産を選ぶポイントは「日持ちがして保存しやすい」こと

- 帰省土産に関する調査（2025年）-

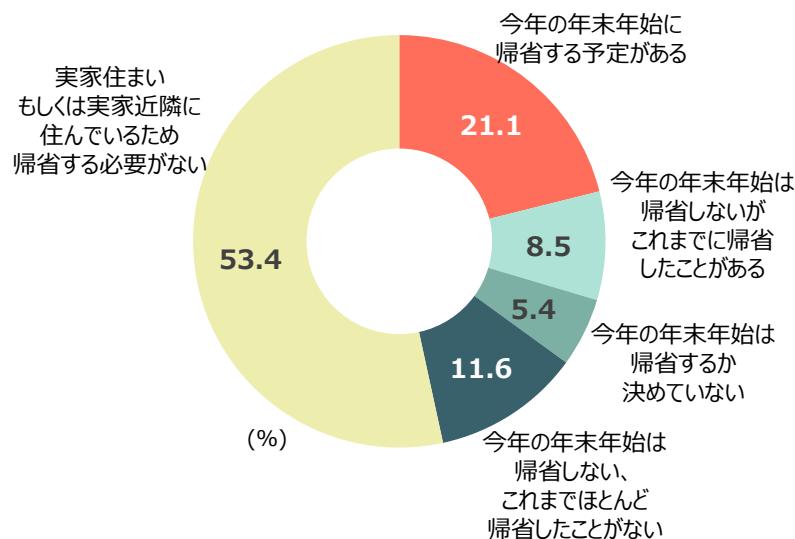
株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、全国20歳～69歳の男女を対象に「帰省土産に関する調査（2025年）」を実施しました。慌ただしい年の瀬を迎える、最大9連休となる年末年始の休暇を待ちにしている方も多いことでしょう。今回は「今年の年末年始の帰省予定」「帰省時の手土産にかける予算」「手土産を選ぶ際に重視する要素」「手土産で悩んでいること」「年末年始に帰省しない理由」について聴取しました。

◆調査結果の続きはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/trend-eye/20251217kiseimiyage>

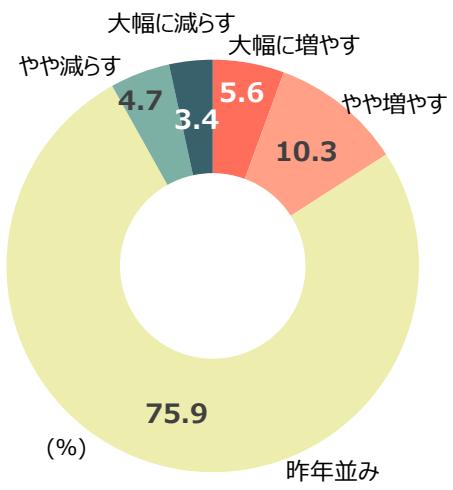
■調査結果

- ✓ 「今年の年末年始に帰省する予定がある」人は**21.1%**。
半数以上が「実家住まい、もしくは実家近隣に住んでいるため帰省する必要がない」と回答。<図1>
- ✓ 帰省時の手土産予算は、「**昨年並みの予定**」が**75.9%**と圧倒的に多い。
手土産の出費で大きな変化を予定しているのは少数派ではあるが、減らすよりも増やすがやや多い。<図2>
- ✓ 帰省時の手土産を選ぶ際に重視するのは、「**日持ちがして保存がしやすいこと**」（27.8%）が「**価格帯**」（24.4%）を上回りトップ。
3番手以降は「相手の好きなもの」「自分で食べてみたいと思っていたもの」が続く。<図3>
- ✓ 帰省時の手土産の悩みは、「何を買えばよいか分からない、思い浮かばない」「毎年同じ商品は渡せないため、新しいものを探すのが面倒」「手土産が荷物になり、移動中に持ち運ぶのが大変」「おいしさと値段のどちらをとるか板挟みになる」「相手の好みがわからず、本当に喜ばれているか不安になる」が上位。<図4>
- ✓ 今年の年末年始に帰省しない理由は、「**自宅でゆっくり過ごしたいから**」が**31.1%**と高く、休息を優先させたい意向が強い。<図5>

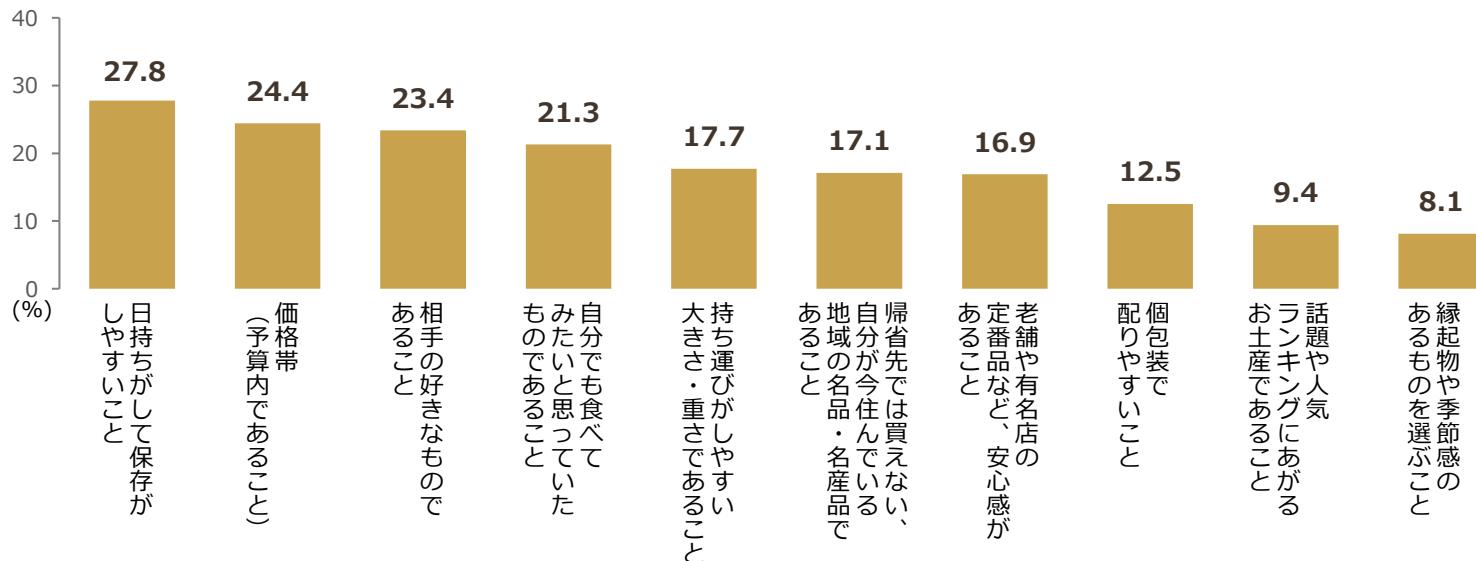
<図1> 今年の年末年始の帰省予定
(単一回答：n=1,100)



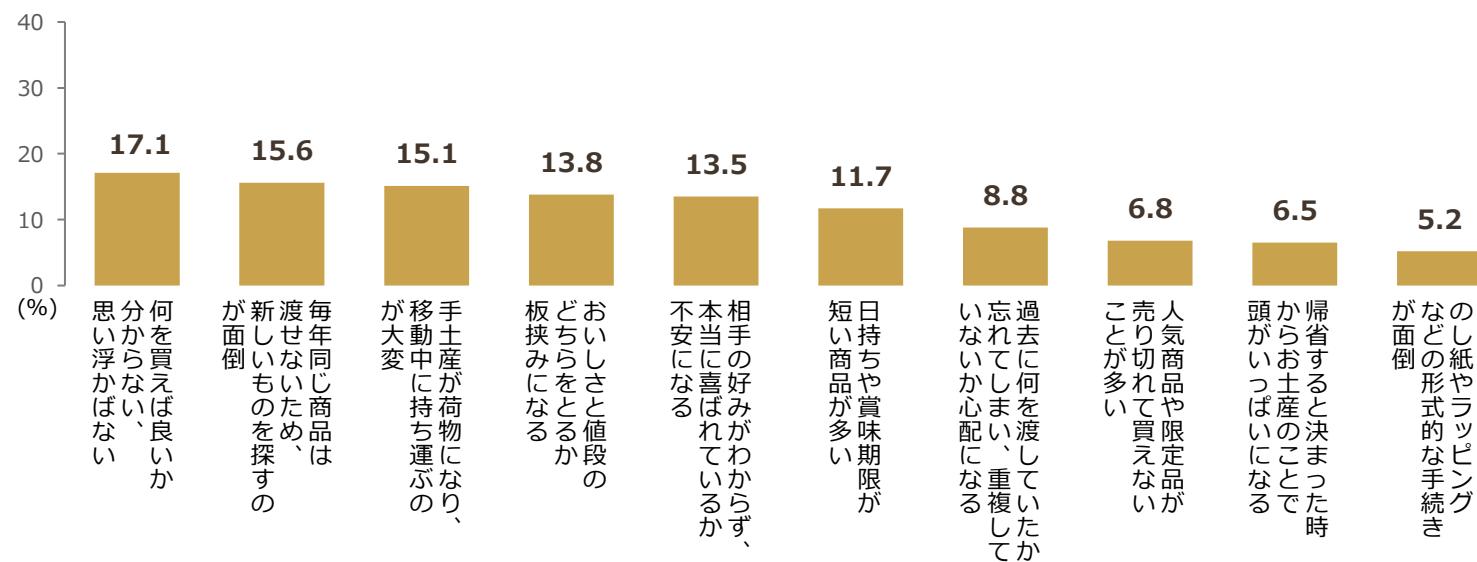
<図2> 帰省時の手土産にかける予算の変化
(単一回答：n=232)
※今年の年末年始に帰省する予定の人ベース



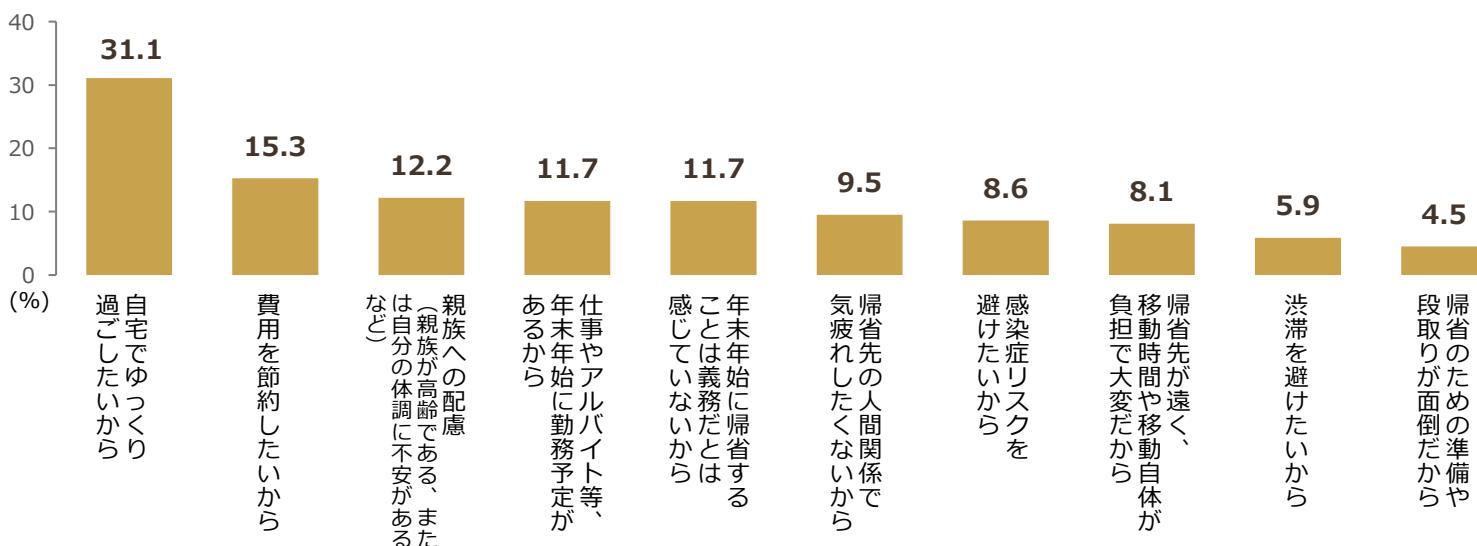
＜図3＞帰省時の手土産を選ぶ際に重視する要素 TOP10 (複数回答 : n=385) ※年末年始に帰省したことがある人ベース



＜図4＞帰省時の手土産で悩んでいること TOP10 (複数回答 : n=385) ※年末年始に帰省したことがある人ベース



＜図5＞今年（2025年）の年末年始に帰省しない理由 TOP10 (複数回答 : n=222) ※今年の年末年始に帰省しない人ベース



■調査項目

- 属性設問
- 帰省時の手土産を選ぶ際に重視する要素
- 今年（2025年）の年末年始に帰省予定
- 帰省時の手土産で悩んでいること
- 例年と比較した今年の手土産平均予算の変化
- 今年（2025年）の年末年始に帰省しない理由

◆クロス集計表のダウンロードはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/trend-eye/20251217kiseimiyage>

■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 セルフ型アンケートツール「QiQUMO」使用）

調査地域 : 全国47都道府県

調査対象 : 20～69歳の男女

調査期間 : 2025年12月12日（金）～12月14日（日）

有効回答数 : 本調査1,100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、マーケティング・リサーチに関わるコンサルテーション

◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当 : マーケティング部 TEL : 03-6859-1192 FAX : 03-6859-2275

E-mail : pr-cm@cross-m.co.jp

«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・・・」