

オリジナルWEB調査「おやゆびアンケート」レポート パッケージが価値になる、 パケ買いの実態。

商品を「保護する」「必要な情報を伝える」パッケージ。その役割は増え、企業姿勢やブランドを表し、パッケージが価値の一部となる場合も。今回は「パッケージ」について、生活者の声を拾いました。

ここ1年で全体の3～4人に1人がパケ買い。特に女性の割合が高い。

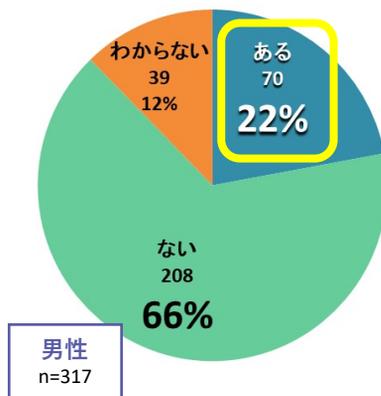
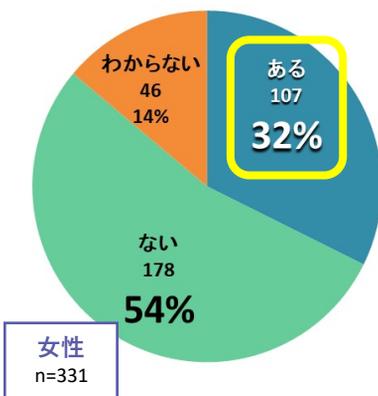
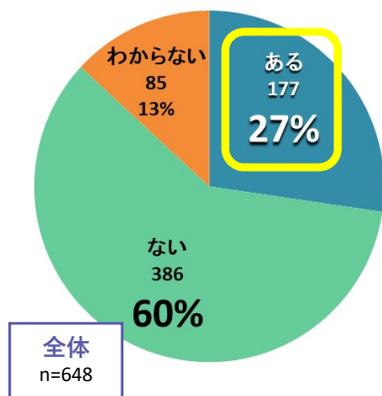
第一紙行では、全国の様々な年代648名に「パッケージ」に関するウェブアンケートを行った。ここ1年で、商品の

パケ買い（商品の購入動機がパッケージデザイン）をした人は全体で約27%。男女別では女性の割合が高く、女性は

約32%。男性は約22%だった。年間3～4人に1人はパケ買いを経験しているという、少なくない結果となった。

■ここ1年ぐらいで、「パケ買い」をしたことがありますか？

※パケ買いとは、商品の中身自体ではなく、パッケージのデザインにひかれて商品を購入すること（商品の購入動機がパッケージデザイン）とお考え下さい。



「パッケージに関するアンケート」期間：2021年10月23日～2021年10月31日、回答者数：648名

パケ買いは食品・飲料関係が圧倒的に多い。

パケ買いをしたことが「ある」と回答した177名に、どのようなジャンルの商品を購入したか尋ねたところ、全体で最も多かったのは「菓子・スイーツ（79.1%）」だった。男女別では、男性は67.1%だが女性

は86.9%と、20ポイント近い差があった。続いて「食品・調味料（全体56.5%）」「飲料（全体49.7%）」となっており、食べ物関連のパケ買い実施率が高い結果となった。日用品やコスメ・雑貨などが約2割に

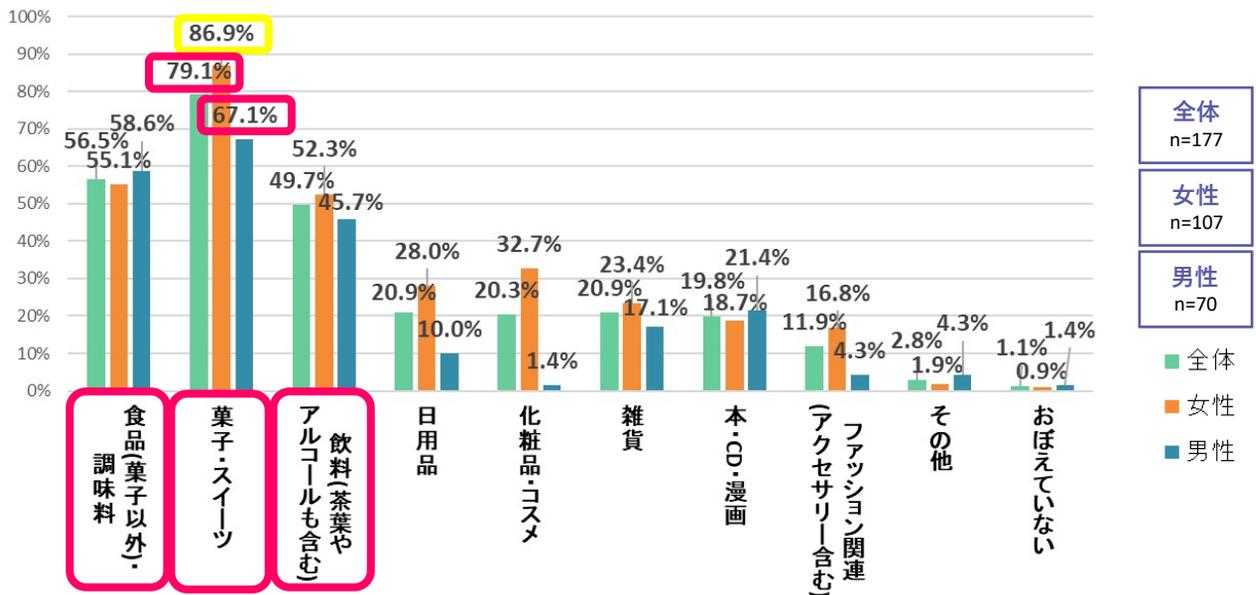
とどまることから、購入機会が多く、商品単価が低い食品・飲料はパケ買いに適していることが伺える。新商品開発のみならず、既存商品のテコ入れにも「パケ買い」需要は意識したい。

[グラフ次ページへ>>](#)

パッケージが価値になる、パケ買いの実態。

■ここ1年ぐらいでパケ買いしたことがある商品のジャンルをお教えてください。

※「ここ1年でパケ買いしたことがある」と回答した177人に質問。



「パッケージに関するアンケート」期間：2021年10月23日～2021年10月31日、回答者数：648名

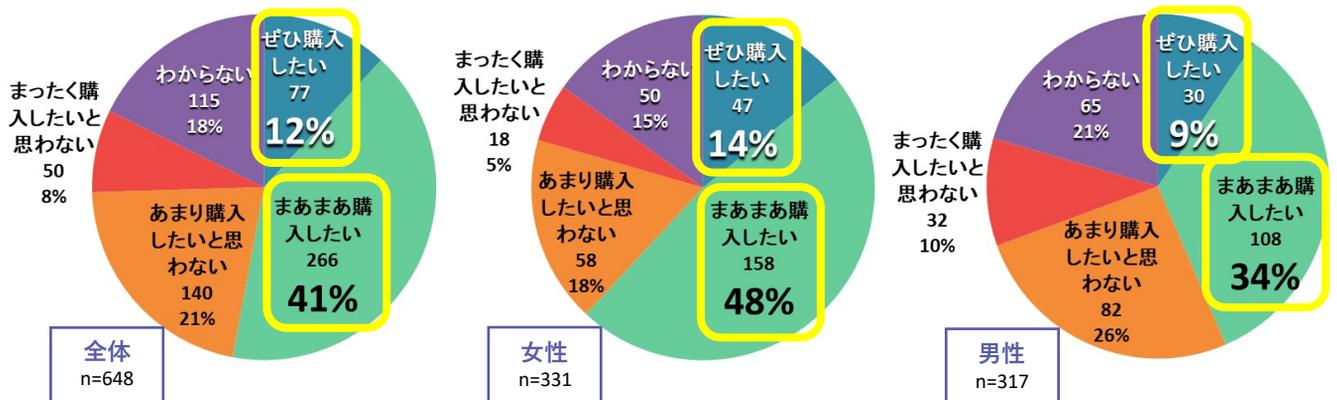
身の回りに置くもののパッケージデザインにも興味関心は高い。

食品や調味料・日用品など、生活空間に置くもののパッケージがオシャレなデザインのものをご購入したいか尋ねたところ「ぜひ」「まあまあ」

を合わせた「購入したい」層は全体で約53%と半数を超えた。男女別では女性約62%、男性約43%と、こちらも女性の意欲が高い。近年は商品や

インテリアをSNSで公開・目にする場面が増えており、今後もその流れは継続し、オシャレなパッケージの需要は高まると予想される。

■食品や調味料、日用品など、身の回りに置いておくもので、パッケージデザインがオシャレな商品があれば購入したいですか？



「パッケージに関するアンケート」期間：2021年10月23日～2021年10月31日、回答者数：648名