News Release

Onward Corporate Design Co., Ltd.

2026 年 11 月 24 日
株式会社オンワードコーポレートデザイン

好きな IP が入った福袋、8 割が「買いたくなる」と回答

～普段接点のない企業・ブランドでも 4 割が購入のきっかけに。満足度を左右するのは「価格以上の価値」～

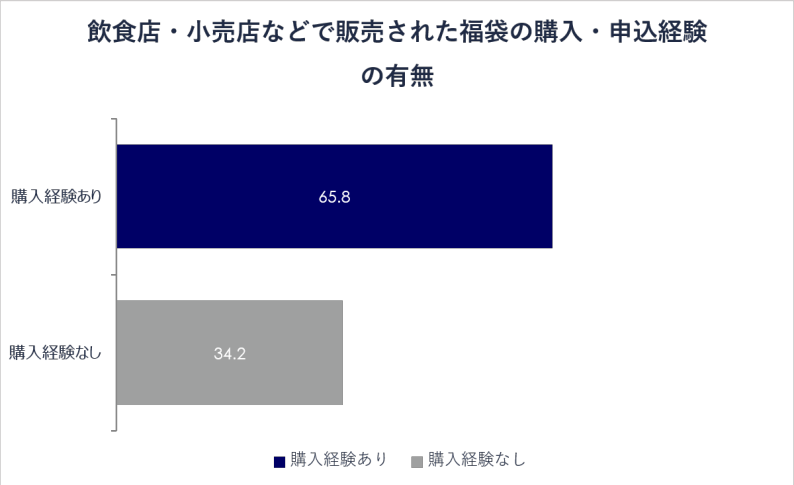
株式会社オンワードコーポレートデザイン（本社：東京都千代田区 代表取締役社長：村上 哲）は、飲食店や小売店向けの福袋企画・製作で、数多くの実績を有しています。近年の福袋市場の盛り上がりを背景に、購入者の実態を把握するべく全国の男女 515 名を対象に「福袋・IP コラボに関する調査」を実施しました。

- **福袋の「購入・申込経験」は 6 割超。3 人に 2 人が楽しむ、年末の定番イベントへ。**
- **好きな IP のアイテムが入ると、福袋の購入意欲が「高まる」人は 80.4%（経験者は 93.5%）**
- **普段接点のない企業・ブランドでも購入のきっかけになる人は 40.4%**
- **満足の理由は IP より「価格以上の価値」。IP は購入のきっかけをつくる要素**

■ トピック 1：福袋の「購入・申込経験」は 6 割超。3 人に 2 人が楽しむ、年末の定番イベントへ。

直近 5 年間に飲食店・小売店などで販売された福袋について、購入または購入申込み（予約・抽選応募等）を行ったことがあると答えた人は全体の 65.8%にのぼりました。3 人に 2 人が何らかの形で福袋にアプローチしており、消費者の楽しみとして深く浸透している実態が明らかになりました。

Q. 飲食店・小売店などで販売された福袋の購入または購入申込み（予約・抽選等）をしたことがありますか？

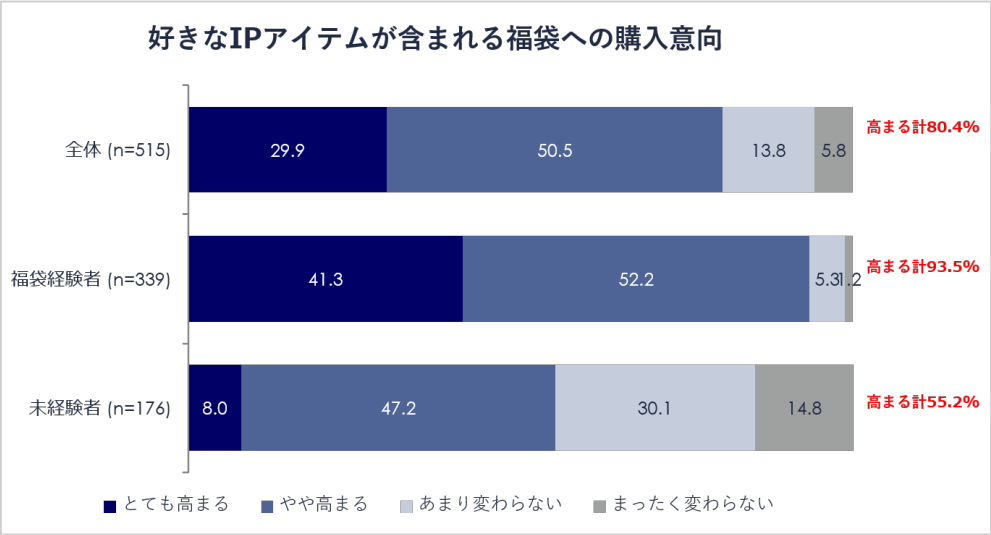


■ このリリースに関するお問い合わせは下記までお願いいたします
㈱オンワードコーポレートデザイン 広報担当 三島
TEL：03-5226-1333 E-mail：pr-sj@onward.co.jp

■ トピック２：好きな IP 入りの福袋、８割が購入意欲「高まる」

好きな IP のアイテムが含まれている場合、購入意欲が「高まる」と答えた人は全体で 80.4%、福袋の購入申込経験者では 93.5%でした。「とても高まる」に絞ると、福袋経験者は 41.3%で、未経験者（8.0%）を大きく上回ります。一方、福袋未経験者でも「高まる」は 55.2%と過半数を占め、購入未経験者にも普及していく可能性を示唆しています。

Q. 福袋に好きなキャラクター・作品・ブランド等（IP）のアイテムが含まれている場合、購入意欲は高まりますか。（単一回答）

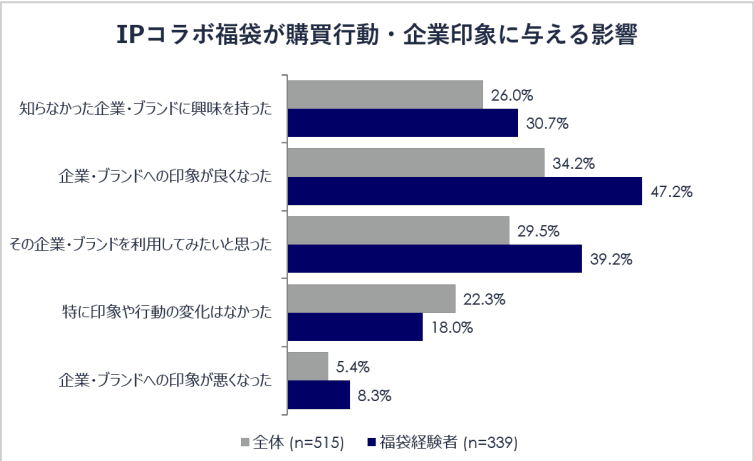


■ トピック３：初めてのブランドでも購入のきっかけに。企業の印象も高まる

IP コラボ福袋は、普段購入しない、または利用したことのない企業・ブランドでも購入のきっかけになると答えた人が全体の 40.4%にのぼりました。似たような福袋があればコラボしている方を選ぶ人も 35.9%います。

企業・ブランドへの印象でも、福袋経験者の 47.2%が「印象が良くなった」、39.2%が「利用してみたいと思った」と回答しました。「印象が悪くなった」は経験者でも 8.3%にとどまり、IP コラボ福袋は企業・ブランドとの最初の接点として機能していることがうかがえます。

Q. IP コラボ福袋が購買行動に与える影響（複数回答）／IP コラボ福袋を通じた、販売企業・ブランドへの印象（複数回答）

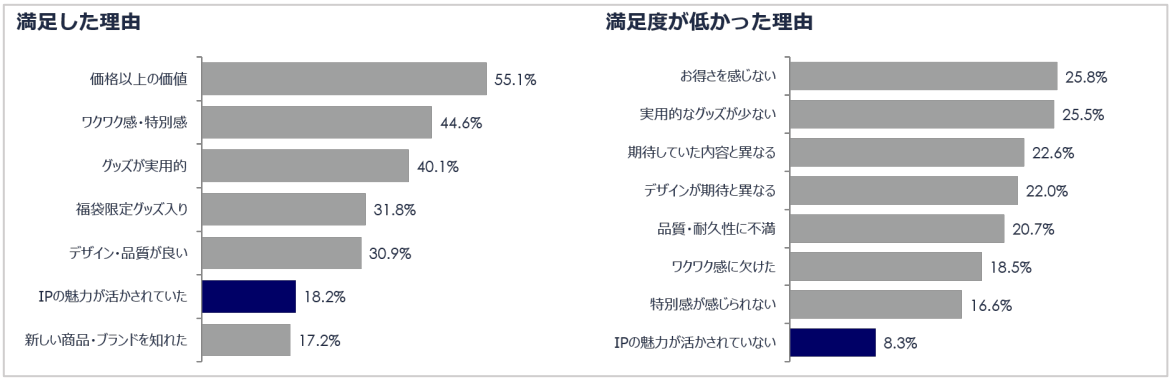


■ このリリースに関するお問い合わせは下記までお願いいたします
㈱オンワードコーポレートデザイン　広報担当　三島
TEL：03-5226-1333　E-mail：pr-sj@onward.co.jp

■　トピック４：満足を決めるのは「価格以上の価値」。IP は購入のきっかけ

過去に購入して満足度が高かった理由は、「価格以上の価値があると感じた」が 55.1%で最も高く、「ワクワク感や特別感があった」44.6%、「セットに含まれていたグッズが実用的だった」40.1%が続きました。「IP の魅力が活かされていた」は 18.2%です。一方、満足度が低かった理由で「IP の魅力が十分に活かされていなかった」は 8.3%と、最も低くなりました。

Q. 過去に購入して満足度が高かった／低かった福袋について、あてはまるもの（複数回答）　※実際に購入できた経験者 314 名



今回の調査結果から、IP は「福袋を買ってみよう」という購入のきっかけをつくる一方で、買ったあとの満足は「価格以上の価値」「実用性」「ワクワク感」といった中身で決まることがわかりました。好きな IP の福袋は、購入意欲を高め、新しいお客様と企業・ブランドを結び、印象も高めます。その効果を一度きりの購入で終わらせず、満足とファン化につなげるには、IP の力を活かしつつ、価格以上の価値と実用性、開けるワクワク感を備えた福袋づくりが重要です。

当社は、企業ニーズ、市場トレンド、生活者インサイトを総合的に捉え、最適なセールスプロモーションへと結び付けることを強みとしています。ファッションで培った「人をワクワクさせるデザイン力」と、確かな「生産・品質管理体制」で、企業の課題解決と新たな顧客接点の創出に貢献してまいります。

当社のセールスプロモーションについてのお問い合わせはこちらから：https://solution.onward-cd.co.jp/

■　2027 年のキャラクター・コンテンツ福袋のご紹介

・眼鏡市場×ひつじのショーン「2027 福袋」

オンライン限定と店舗限定の 2 種類。いずれも 2,200 円分がお得になるメガネ券と「ひつじのショーンブランケット（オンライン）」、「ひつじのショーントートバッグ（店舗）」がセットになっています。
詳細は以下よりご確認ください。
https://www.meganeichiba.jp/lp/fukubukuro2027/



■　このリリースに関するお問い合わせは下記までお願いいたします
㈱オンワードコーポレートデザイン　広報担当　三島
TEL：03-5226-1333　E-mail：pr-sj@onward.co.jp

・「ステーキ宮」2027 年福袋

オリジナルグッズに加え、人気の「宮のたれ」、割引クーポン券がセットになっています。初めて福袋に自社キャラクター「も～たろー」ぬいぐるみチャームが登場。

詳細は以下よりご確認ください。

https://fuku-atom.com/





・フジオフードの 2027 年福袋

「まいどおおきに食堂」「串家物語」「さち福や」「麺乃庄つるまる」「はらドーナッツ」など約 700 店舗で利用可能なお食事割引券と、鳥獣戯画コラボのオリジナルグッズ、国産米をセットにした福袋です。

詳細は以下よりご確認ください。

https://fujiogroup.com/company/news/2026/10/2027.html





・ココイチ福袋 2027

ココイチオリジナルキャラクター「NeCo 壱」のグッズが初登場。

2027 年は今回新登場となる「プレミアム福袋」と、「福袋」の 2 種類があり、オリジナルグッズに加え、お食事補助券、レトルトカレーがセットになっています。

詳細は以下よりご確認ください。

https://www.ichibanya.co.jp/cp/fukubukuro2027/





■株式会社オンワードコーポレートデザイン 概要

オンワードグループにおいて法人領域を担う株式会社オンワードコーポレートデザインは、ユニフォーム、セールスプロモーション、空間づくりを通じて企業のブランド価値向上と組織文化の醸成を支援しています。創業 60 年以上、2,000 社を超える企業への支援実績とグループのモノづくりの知見を活かし、企業の“らしさ”や“ありたい”をかたちにする価値提供を行っています。

代表者：代表取締役社長　村上 哲
所在地：〒102－8115 東京都千代田区飯田橋二丁目 10－10
設立：1962 年（昭和 37 年）4 月 23 日
URL：https://www.onward-cd.co.jp

【その他の各サービスサイト】
企業向けユニフォーム：https://uniform.onward-cd.co.jp/
学生服：https://school.onward-cd.co.jp/
メディカルウェア：https://medical.onward-cd.co.jp/

■ このリリースに関するお問い合わせは下記までお願いいたします
㈱オンワードコーポレートデザイン　広報担当　三島
TEL：03-5226-1333　E-mail：pr-sj@onward.co.jp