

社員の定着やエンゲージメント向上に「社内イベント」続々復活 開催企業の 75%がギフトも用意 不参加者にカタログギフトを贈呈する例も



人材不足の時代、社員の定着やエンゲージメント向上を目的に「社内イベント」を復活させる動きが目立っています。リンベル株式会社(本社:東京都中央区、代表取締役会長 CEO:東海林秀典)が6月に実施した「社内イベントに関するアンケート」では、社内イベントを実施している企業が約96%にのぼり、そのうち約75%の企業で社員にギフトを贈っていることが分かりました。

一方、働き方改革が浸透し、会社との関わり方も多様化する中、イベントを欠席した社員へのフォローが新たな課題となっていますが、欠席者にリンベルのカタログギフトを贈呈し、高い満足を得た実例をご紹介します。

■ イベントの欠席者に“好きなものを選べるギフト”を贈呈

TOPPAN ホールディングスの管理職の親睦会である「TOPPAN 要会」(会員約400名)が昨年11月に行った年次懇親会において、欠席者への配慮としてリンベルのカタログギフトを採用しました。

担当者は、こう振り返ります。

「『TOPPAN 要会』では以前は旅行を実施しており、欠席者にはお土産を配布していました。ですが、会員のニーズも多様化していることから懇親会に変更するとともに、性別・年代問わず喜んでもらえる贈り物を探していました。私自身、15年前に結婚式でリンベルのカタログギフトを利用した経験があり、先方に好きなものを選んでもらえる安心感がありました」

実際に購入したのは、約200冊のカタログギフト(約5,000円)。懇親会を欠席した会員に自宅直送で届けたところ、非常に高い評価が寄せられました。

「ちょうど予算通りにおさまる金額でしたし、受け取った方からも『自分が好きなものを選べるので、とても良かったです』という声が多く寄せられました。贈る側も受け取る側も非常に満足しました」

さらに、カタログの発注から納品もスムーズで、担当者の業務負担軽減にもつながったといいます。

「TOPPAN 要会」では懇親会の継続を決定しており、引き続きカタログギフトの活用を検討されています。

■ 約 96%が社内イベントを実施、うち約 75%でギフト贈呈あり

リンベルが全国の企業の福利厚生担当者 16,210 名を対象に、2025 年 6 月に実施した「社内イベントに関するアンケート」(回答数 117 名)では、社内イベントを実施している企業は約 96%にのぼり、その約 75%で社員にギフトを贈っていることが分かりました。

■ 調査結果のポイント

①社内イベントの復活、予算は1人1万円未満

社内イベントを実施している企業は約 96%。具体的には、打ち上げ・歓送迎会・永年勤続表彰などが実施されている。1人あたりの予算は「5,000-10,000 円未満」が 45.9%で最多。

②ギフト贈呈の定着

実施したイベントの約 75%で、花束・記念品・カタログなど、何かしらのギフトを贈呈している。

③「選べるギフト」が人気

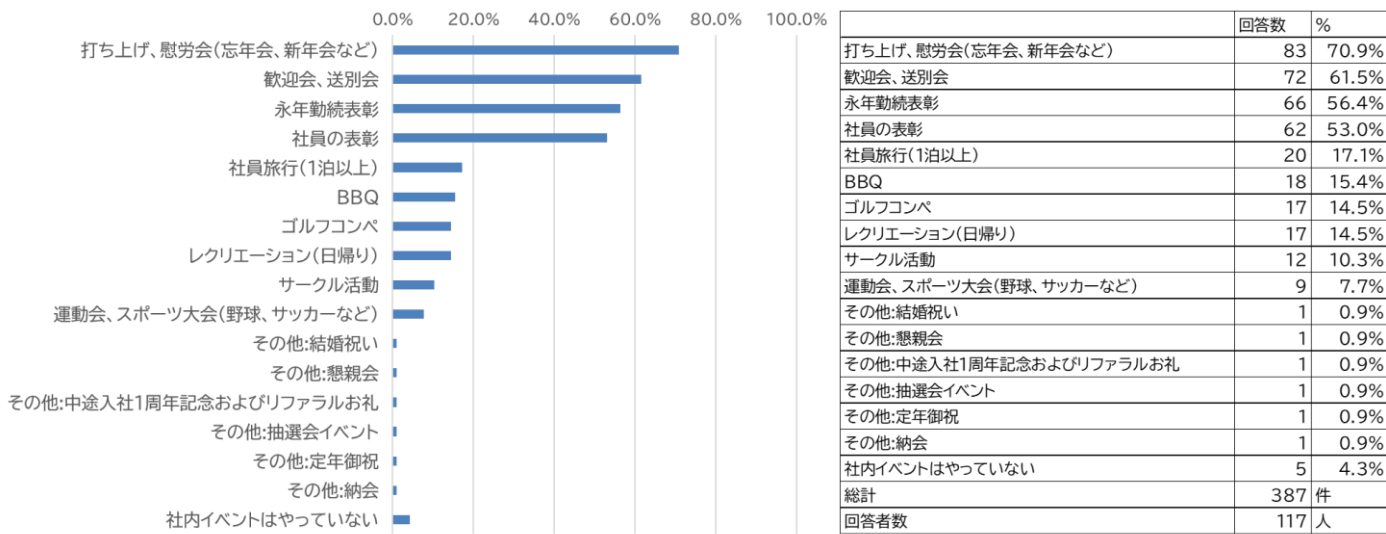
カタログギフトを選ぶ理由は「相手が欲しいものを選べるから」(84.8%)が圧倒的。商品選定や配送業務の手間を省ける点も、カタログギフト導入の決め手に。

■ 調査概要

- ・ 調査期間: 2025 年 5 月 22 日～6 月 4 日
- ・ 調査対象: 全国の企業の福利厚生担当者 16,210 名
- ・ 回収数: 117 名
- ・ 調査方法: インターネット調査

■ 調査結果の詳細

【社内イベントの実施状況】



- 社内イベントで最も多いのは「打ち上げ・慰労会」(70.9%)、次いで「歓送迎会・送別会」(61.5%)
- 永年勤続表彰(56.4%)、社員の表彰(53.0%)も半数以上の企業が実施

【景品・ギフトの贈呈実態ー約 75%はプレゼント／ギフトを贈呈】

Q4. Q2の問いで回答された社内イベントで贈られているものを教えてください。(複数回答可)

Q2.最も回数の多いもの

打ち上げ、慰労会(忘年会、新年会など)

Q2.最も回数の多いもの

歓迎会、送別会

	人数	%
プレゼント/ギフトなどは使わない	20	25.0%
カタログギフト(食品や雑貨などが選べる)	13	16.3%
ギフトカード、商品券	12	15.0%
菓子などの食べられる贈り物	11	13.8%
花束	8	10.0%
カタログギフト(レストランでの食事やエステ、旅行などが選べる)	6	7.5%
タオル等の食べられない贈り物(花以外)	5	6.3%
デジタルクーポン(スマホやパソコンで使える形のクーポン)	3	3.8%
表彰状やトロフィーなど	1	1.3%
防災グッズ	1	1.3%
総計	80	100.0%

	人数	%
花束	13	24.1%
ギフトカード、商品券	10	18.5%
菓子などの食べられる贈り物	9	16.7%
カタログギフト(食品や雑貨などが選べる)	7	13.0%
タオル等の食べられない贈り物(花以外)	5	9.3%
プレゼント/ギフトなどは使わない	4	7.4%
カタログギフト(レストランでの食事やエステ、旅行などが選べる)	3	5.6%
その他:備蓄品	1	1.9%
表彰状やトロフィーなど	1	1.9%
防災グッズ	1	1.9%
総計	54	100.0%

- **打ち上げ・慰労会では 75%が何らかのプレゼントやギフトを用意**
- ギフトを贈る場合、最も選ばれているのは「カタログギフト(食品や雑貨などが選べる)」(16.3%)
- 歓迎会・送別会では「花束」(24.1%)に次いで「ギフトカード・商品券」(18.5%)、「カタログギフト」(13.0%)の順

【予算規模】

回答者数 85人を母数として%を計算

	回答数	%
5,000円未満	14	16.5%
5,000-10,000円未満	39	45.9%
10,000円-20,000円未満	20	23.5%
20,000円-50,000円未満	8	9.4%
50,000円以上	4	4.7%
(空白)	32	-
総計	117	-

会社従業員数							総計
	10人未満	10人-50人未満	50人-100人未満	100人-500人未満	500人-1000人未満	1000人-	
5,000円未満	4	2	2	2	-	4	14
5,000-10,000円未満	1	11	5	9	6	7	39
10,000円-20,000円未満	1	6	3	6	2	2	20
20,000円-50,000円未満	1	3	2	2	-	-	8
50,000円-	1	2	-	1	-	-	4
(空白)	6	9	3	7	1	6	32
総計	14	33	15	27	9	19	117

会社従業員数						
	10人未満	10人-50人未満	50人-100人未満	100人-500人未満	500人-1000人未満	1000人-
5,000円未満	4.7%	2.4%	2.4%	2.4%	-	4.7%
5,000-10,000円未満	1.2%	12.9%	5.9%	10.6%	7.1%	8.2%
10,000円-20,000円未満	1.2%	7.1%	3.5%	7.1%	2.4%	2.4%
20,000円-50,000円未満	1.2%	3.5%	2.4%	2.4%	-	-
50,000円-	1.2%	2.4%	-	1.2%	-	-

- **1人あたり予算は「5,000-10,000円未満」が 45.9%で最多**
- 総額では「5万円未満」(31.4%)と「5万円-10万円未満」(29.1%)がほぼ同率

【カタログギフト選択理由】

Q5.カタログギフトを選んだ理由を教えてください

	人数	%
贈られた相手が好きなものを自分で選べるのが良い	39	84.8%
贈り物を選ぶのが楽	18	39.1%
複数の人に贈るときに扱いやすい	10	21.7%
カード型だと持ち運びやすい	7	15.2%
総計	74 件	
	46 人	

- 「贈られた相手が好きなものを自分で選べるのが良い」(84.8%)が圧倒的 1 位
- 「贈り物を選ぶのが楽」(39.1%)、「複数の人に贈るときに扱いやすい」(21.7%)と続く

■ ビジネスギフトの課題と求められるサービス

【贈る側の最大の悩みは「相手の好みかわからない」】

	回答数	%
相手の好みかわからない	71	60.7%
商品を探すのが手間	40	34.2%
相場かわからない	25	21.4%
贈る相手が複数の時、贈るのが手間	14	12.0%
贈るタイミングかわからない	5	4.3%
相談相手がいらない	2	1.7%
その他:カタログギフトでも選択肢が少ない	1	0.9%
その他:受け取ってもらえるかわからない	1	0.9%
その他:予算範囲内で良いものを探すこと	1	0.9%
その他:会長の担当	1	0.9%
その他:特になし	4	3.4%
その他:困ったことはありません	1	0.9%
その他:贈らない/贈る機会はない	3	2.6%
その他(コメント未記入)	1	0.9%
総計	171	-
回答者数	117	-

ビジネス上でギフトを贈る際の課題として、「相手の好みかわからない」が 60.7%で最も多く、これは多様な社員に対する配慮の難しさを示しています。続いて「商品を探すのが手間」(34.2%)、「相場かわからない」(21.4%)が上位に入り、ギフト選択における実務的な負担の大きさが浮き彫りになりました。

■ 「選べる」が生む、新しい社内コミュニケーション

今回の調査と「TOPPAN 要会」の事例から見てきたのは、イベントにおけるギフトの新しい役割です。また離職防止策として、交流のきっかけとして、「受け取る人が選べる」カタログギフトの仕組みは、多様化する社員のニーズに寄り添いながら、担当者の負担軽減や予算管理の簡便化も実現できます。

■ リンベル株式会社について

リンベル株式会社は1987年の創業以来、カタログギフトのパイオニアとして、人生の様々なシーンでの贈り物文化を支えてまいりました。近年では、防災用品に特化したカタログギフト「RING BELL SONAE」の展開や、法人向けギフトサービスの拡充を通じて、多様化する贈り物ニーズにお応えしています。

■ 会社概要

商 号：リンベル株式会社

代 表 者：東海林 秀典

本社所在地：東京都中央区日本橋3丁目13番6号

設立年月日：1987年7月3日

資 本 金：608,935,000円(資本準備金含む)

事 業 内 容：ギフトの企画・販売、卸売業

E C サイト：<https://www.ringbell.co.jp/>

----- 本件に関するお問い合わせはこちらまで -----

●報道関係の方からのお問い合わせ先

MAIL:ringbell_press@ringbell.co.jp / TEL:03-3246-1148 広報担当:庄司・上杉・秀平

●お客様からのお問い合わせ先

TEL:03-3246-1122