

既婚・恋人がいる男女1200人に聞く今年のクリスマスプレゼント 狙い目のプレゼントは男女とも実用的な「家電製品」

プレゼントの平均予算 男性21,000円、女性14,000円

これからクリスマス商戦が始まろうとしていますが、毎年プレゼントに何を贈ればよいのか悩んでいる人も少なくありません。当研究所は、三大都市圏の既婚・恋人がいる20～40代、1200人にアンケート調査を実施し、クリスマスプレゼントの傾向を探りました。その結果、「男女ともプレゼントには「日常的に使える、実用的なもの」を選んで欲しいと考えている」ことや、「男女とも今までにももらったことがない、もらえると嬉しい「狙い目」のプレゼントは「家電製品」である」ことが分かりました。

消費者動向に詳しい、電通総研の大屋洋子氏は、「人との繋がりを強く求め、また決して無理をしない“身の丈消費”を好む今の生活者」の傾向が表れていると解説します。

アンケート調査の主な結果

クリスマスプレゼントの平均予算 男性 21,000 円、女性は 14,000 円

相手に期待するプレゼントの平均金額 女性 18,000 円、男性 13,000 円

クリスマスプレゼントには、男女とも「日常的に使える、実用的なもの」を選んで欲しい

10年前のクリスマスと比べて6割前後が「実用的なものをプレゼントする」、「イブを家で過ごす」傾向

狙い目のプレゼント(今までにももらったことがないもので、もらえると嬉しいもの)は男女とも「家電製品」

男性は「IT機器・AV機器」、女性は「美容家電」が人気



男性に狙い目のプレゼントは
「IT機器・AV機器」
その中で今年の注目商品の例「iPad」
<http://store.apple.com/jp/> より



女性に狙い目のプレゼントは
「美容家電」
その中で今年の注目商品の例「ナノケア」
<http://panasonic.jp/face/> より

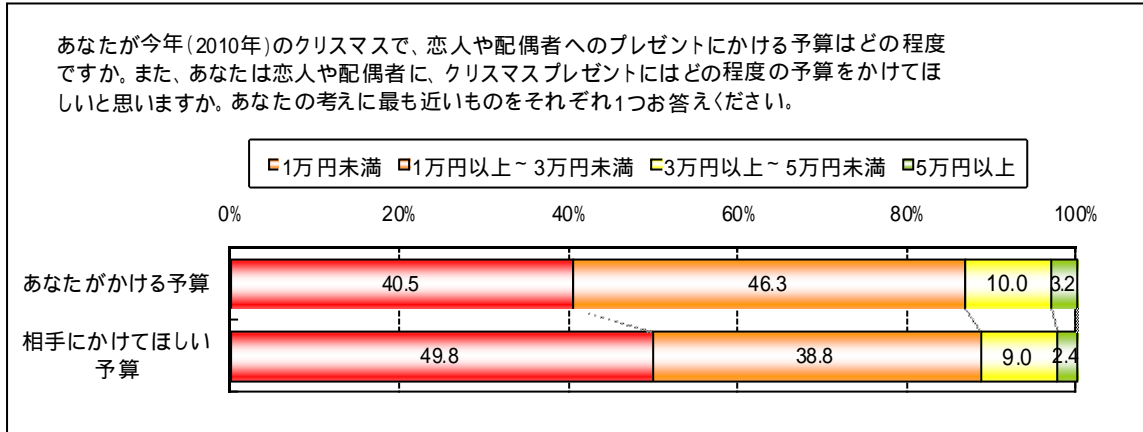
【主な結果】

プレゼントの平均予算 男性 21,000 円、女性 14,000 円

相手に期待するプレゼントの平均金額 男性 13,000 円、女性 18,000 円

女性がもらうプレゼントの方が、男性より5000円～6000円程度高くなると予想されます。

相手に期待する金額の方が、男女とも自分が予定している予算よりも安くなっています。これは、不景気の中で、相手の懐事情を察した無理のない期待をしているためだと考えられます。

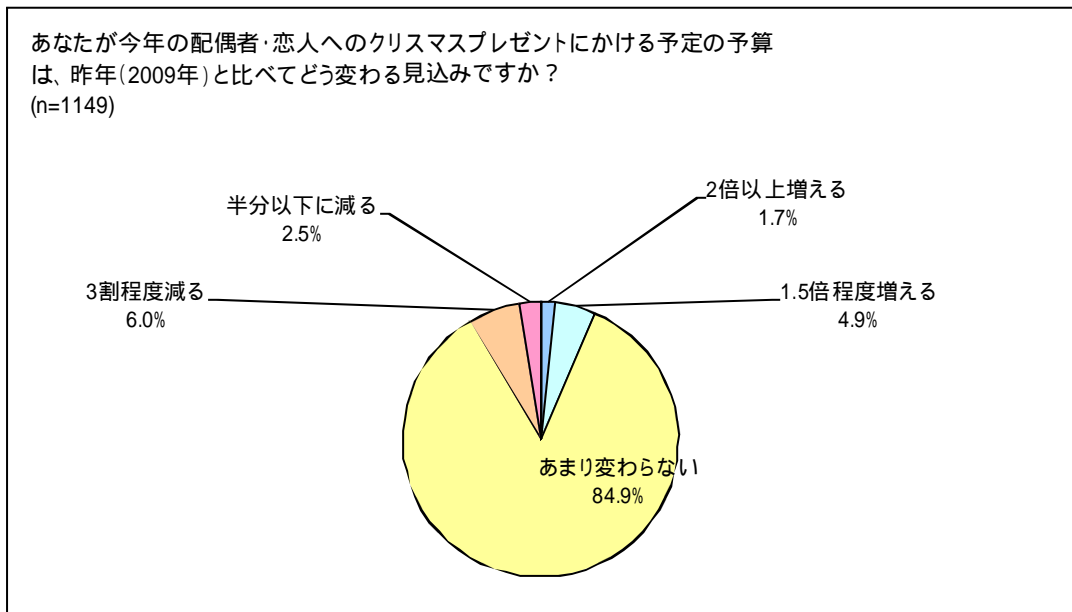


各選択肢の中央値(1万円未満 5千円、1万円以上～3万円未満 2万円、3万円以上～5万円未満 4万円、5万円以上 6万円)から平均値を割り出した。

プレゼントの予算は「昨年とあまり変わらない」

プレゼントの予算は昨年と比べてほとんど変化がありません。これは、昨年と比べて景気が上向いていないからだと考えられます。

「2倍以上増える」と「1.5倍程度増える」の合計は6.6%、「半分以下に減る」と「3割程度減る」の合計は8.5%、その差はわずか1.9%であることから、差し引きで全体としては「あまり変わらない」と言えます。

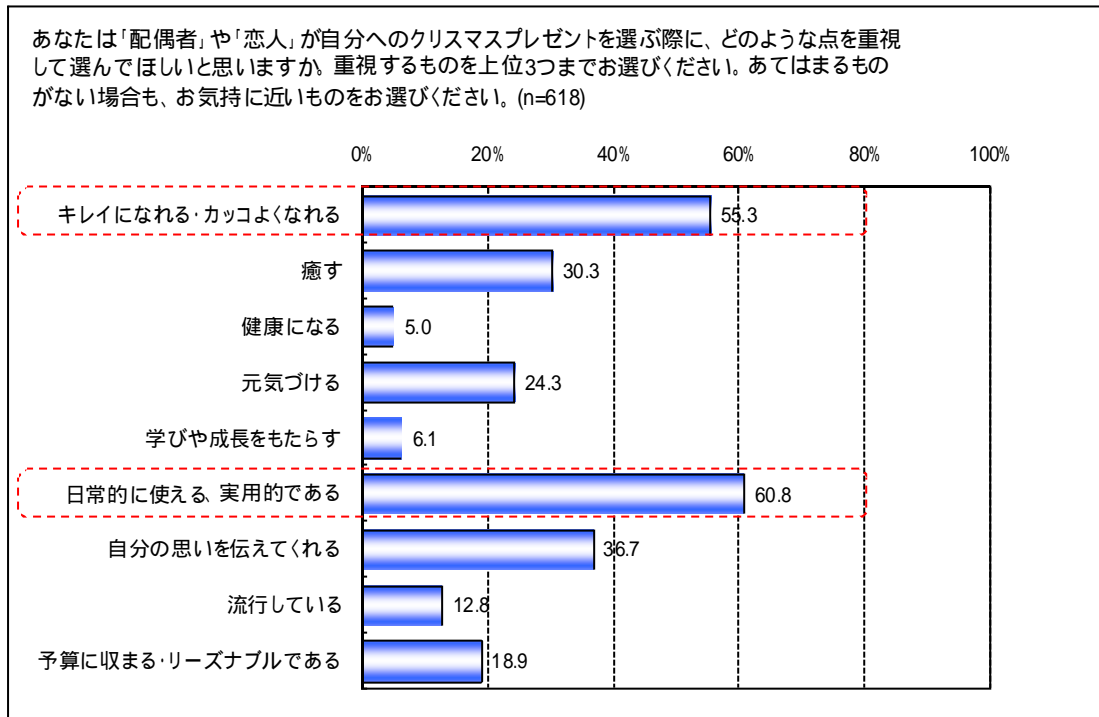


クリスマスプレゼントには男女とも「日常的に使える、実用的なもの」を選んで欲しい

女性に聞いた、夫や彼が自分へのプレゼントを選ぶ際に重視してほしい要素

「日常的に使える、実用的である」60.8%、「キレイになれる」55.3%

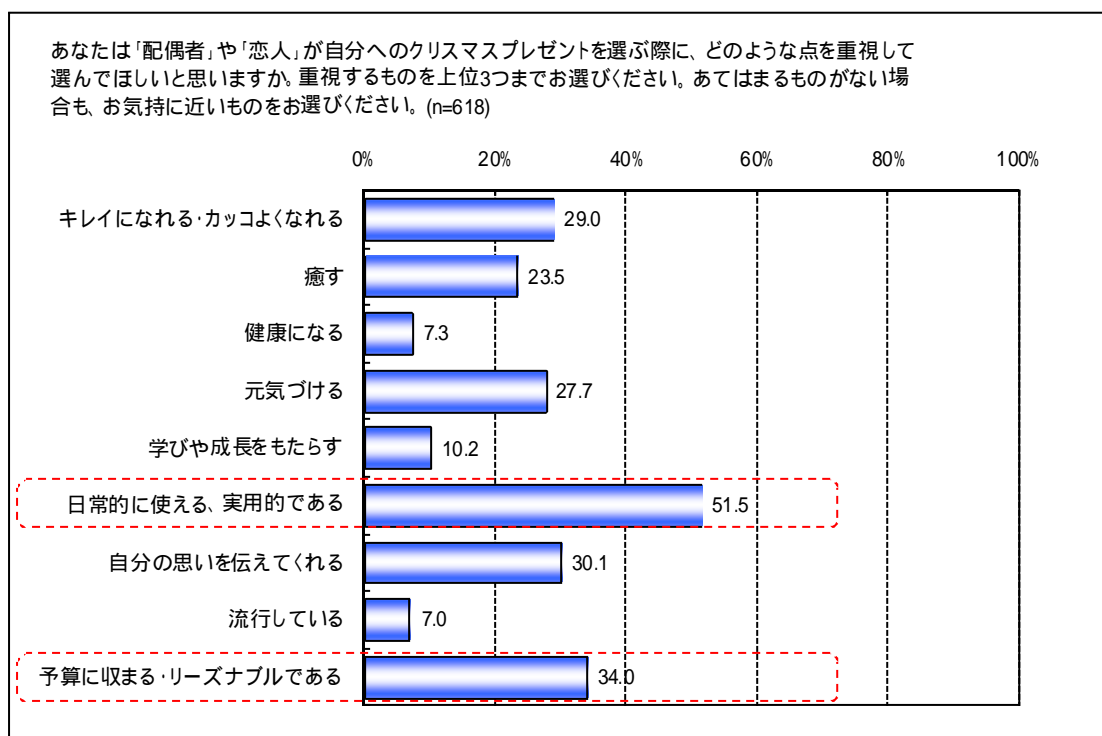
半数以上が「日常的に使える、実用的である」「キレイになれる」の要素を選んでいきます。



男性に聞いた、妻や彼女が自分へのプレゼントを選ぶ際に重視してほしい要素

「日常的に使える、実用的である」51.5%、「予算に収まる・リーズナブル」34.0%

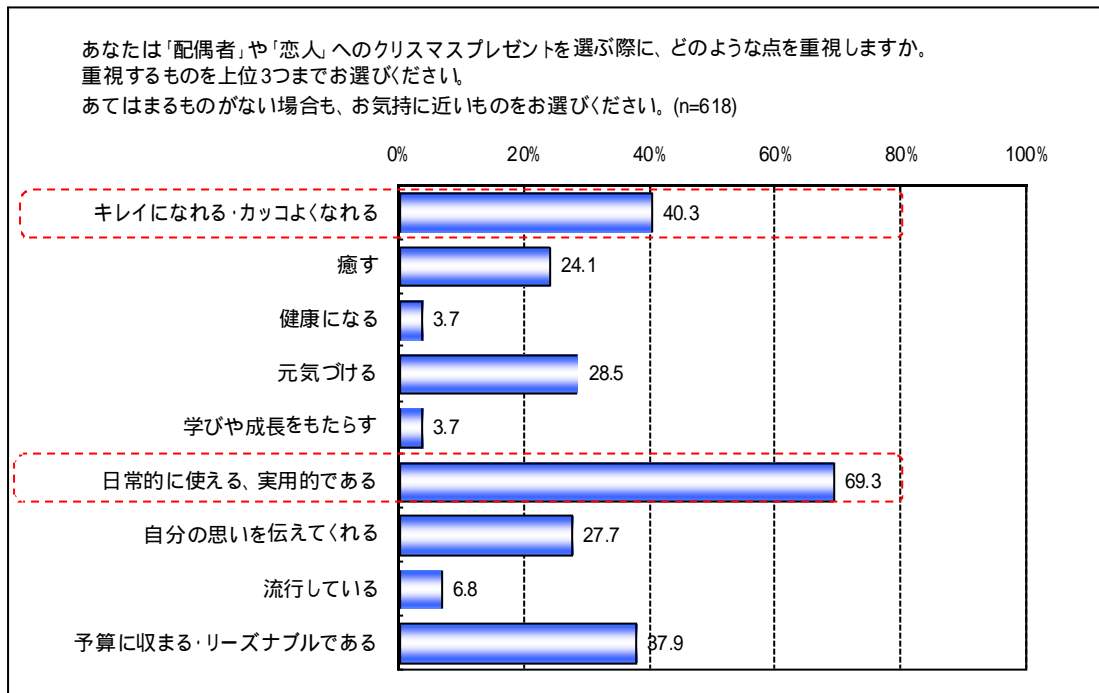
半数以上が「日常的に使える、実用的である」を選んでいきます。



女性に聞いた、自分が夫や彼へのプレゼントを選ぶ際に重視する要素

「日常的に使える、実用的である」69.3%、「カッコよくなれる」40.3%

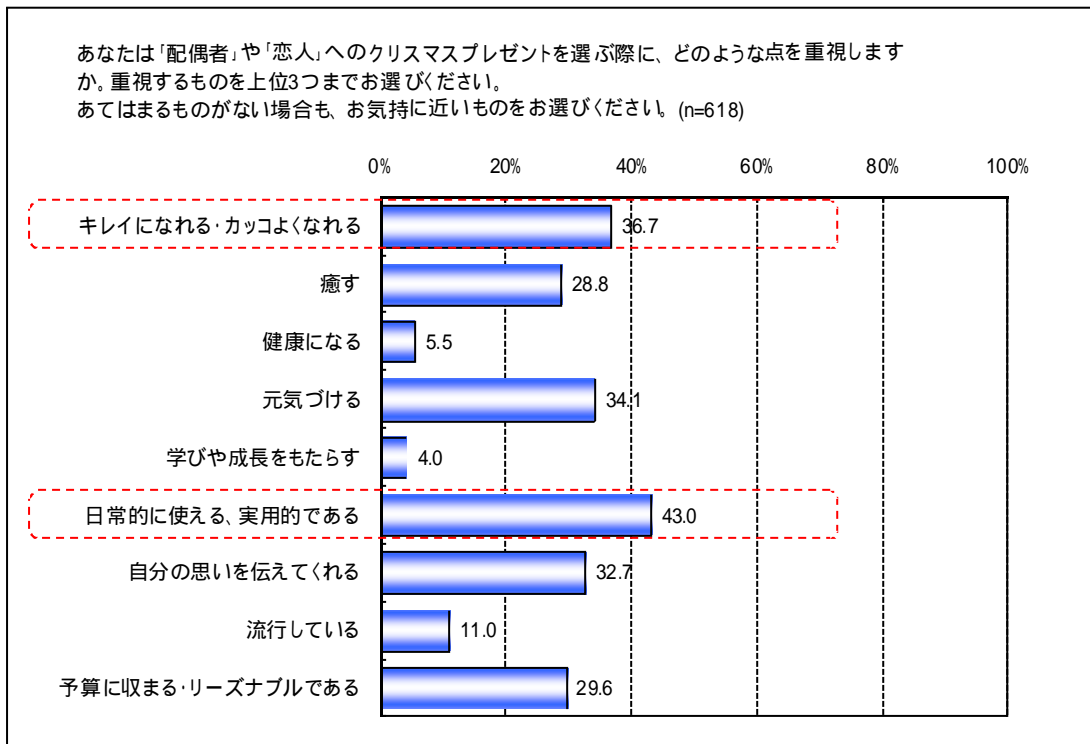
7割弱の人が「日常的に使える、実用的である」を選んでいきます。



男性に聞いた、自分が妻や彼女へのプレゼントを選ぶ際に重視する要素

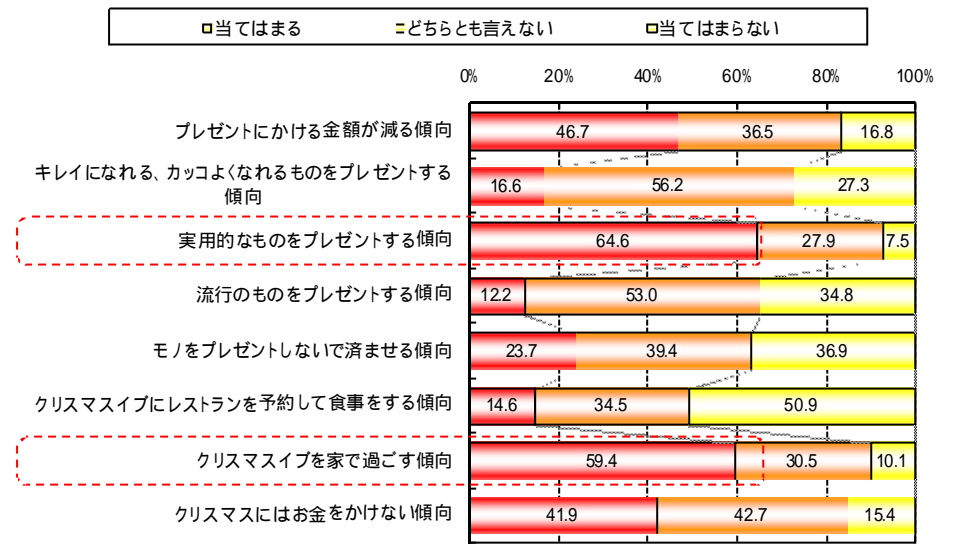
「日常的に使える、実用的である」43.0%、「キレイになれるもの」36.7%

4割の人が「日常的に使える、実用的である」を選んでいきます。



10年前のクリスマスと比べて6割前後が「実用的なものをプレゼント」「イブを家で過ごす」傾向
10年ぐらい前と比べて周りの人のクリスマスの過ごし方について、6割前後が「実用的なものをプレゼントする傾向」(64.6%)、「クリスマスイブを家で過ごす傾向」(59.4%)があると答えました。

あなたは昨年(2009年)のクリスマスと、10年ぐらい前(2000年前後)のクリスマスと比べて、周りの人のクリスマスの過ごし方はどのように変化していると感じていますか。当てはまると思うものを選んでください。

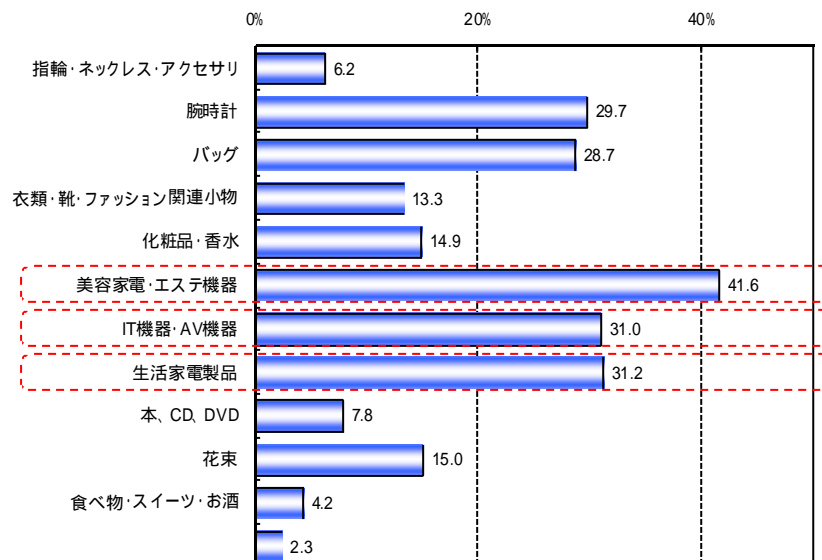


狙い目のプレゼントは「家電製品」。女性は「美容家電」、男性は「IT機器」。

プレゼント選びに悩む人には、相手がもらったことがないもので、かつ相手が喜ぶものをプレゼントすることをお勧めします。そのような「狙い目」のプレゼントは男女とも「家電製品」です。

- 女性が今までに夫や彼からプレゼントされたことがないもののうち、もらえると嬉しいもの
「美容家電」41.6%、「生活家電製品」31.2%、「IT機器・AV機器」31.0%

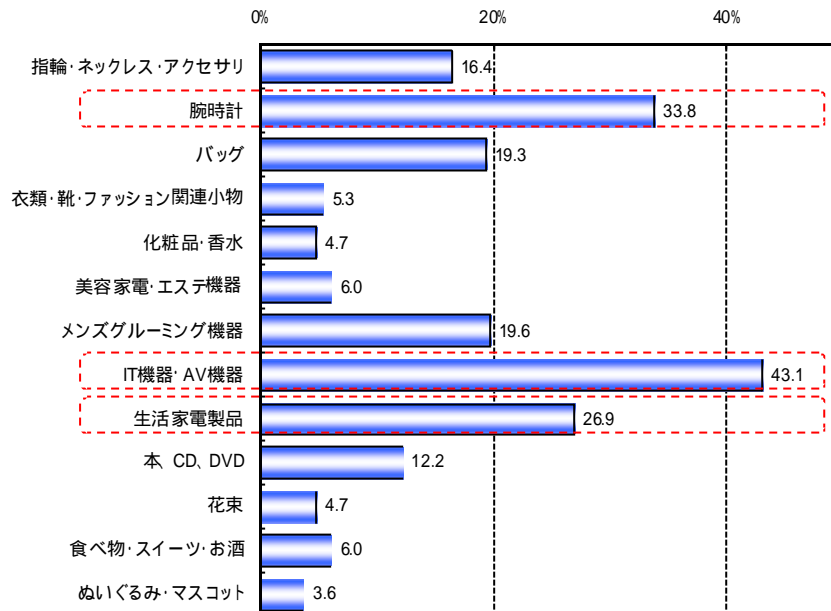
あなたが今までに配偶者や恋人からプレゼントしてもらったことがないもののうちで、プレゼントしてもらえたら嬉しいものは何ですか。以下の中から上位3つまで選んでください。当てはまるものがない場合も、お気持ちに近いものをお選びください。(n=565)



・男性が今までに妻や彼女からプレゼントされたことがないもののうち、もらえるとうれしいもの

「IT機器・AV機器」43.1%、「腕時計」33.8%、「生活家電」26.9%

あなたが今までに配偶者や恋人からプレゼントしてもらったことがないもののうちで、プレゼントしてもらえたら嬉しいものは何ですか、以下の中から上位3つまで選んでください。あてはまるものがない場合も、お気持ちに近いものをお選びください。(n=550)



消費者動向に詳しい電通総研・主任研究員の大屋洋子氏のコメント

当研究所は本調査結果の分析について、消費者動向に詳しい電通総研・大屋洋子氏に協力を依頼しました。報道の中で下記コメントをお使いいただけます。なお、大屋氏へのご取材をご要望の場合はご連絡ください。

人との繋がりを強く求め、また決して無理をしない“身の丈消費”を好む今の生活者にとって、大事な人へのプレゼントが相手にとって常に近くにある存在であり、役立つものであってほしいと思うのは当然の結果といえるでしょう。そもそも、いまや年に一度くらいしか使えないものを持つ余裕は環境的にも経済的にもありませんし、“使わないもの＝無駄なもの＝ゴミ”というエコ意識も働きます。男女ともに重視したい・重視して欲しいポイントとして「日常的に使えるもの」が一位という結果は、まさに今の時代を反映していると言えます。

とはいえ、クリスマスという“ハレの日”のプレゼントに“実用的”なもの、というチョイスは、けっこう悩ましいのも事実。本人に直接リクエストをもらうのが一番ですが、それが難しい場合、「プレゼントされたことがないので、もらえる嬉しいもの」という視点は役立ちそうです。結果をみると、女性では「美容家電」、男性では「IT機器・AV機器」といずれも家電製品がトップ。そういえばキャンペーンなどのプレゼント商品でも、「温泉旅行」といった旅行ものに加え、スマートフォンなどの最新デジタル機器や美顔スチーマーなどの美容家電が並んでいることが多いですね。おそらく、自分では持っていないけれどももらえる嬉しいもの、自分で買うには高価だけれどももらえる嬉しいもの、という視点が似ているからでしょう。

クリスマスプレゼントに家電製品というとちょっと違和感を覚えそうですが、イブを家で過ごす傾向や予算額から考えると、じつは狙い目のプレゼントなのかもしれません。今年のクリスマスは、プレゼント選びを兼ねたデートを電気屋さんでするカップルが随所でみられるかもしれませんね。

大屋洋子氏プロフィール

1992年、株式会社電通に入社。クライアントのマーケティング、コミュニケーション戦略立案、商品開発等を経て、2004年より消費者研究センター、2008年より電通総研にて、消費者研究に携わる。昨年、全国1万人を対象に実施した調査から導かれた仮説をもとに「いま20代女性はなぜ40代男性に惹かれるのか」(講談社)を執筆し、出版。現在はシングル(独身)層を中心に生活者のライフスタイルや意識・価値観などの研究に携わりながら、講演、メディア取材などに対応。4月よりシティリビング「OL3分ニュース」で、ライフスタイルをテーマにコラムを連載中。「真相報道バンキシャ!」(日本テレビ系列)でも、コメンテーターとして出演。

調査概要

調査名:クリスマスプレゼントに関する調査(20代~40代、1200名)

調査方法:インターネット調査

調査期間:2010年10月22日(金)~23日(土)

調査対象:20~40歳男女、三大都市圏在住、

事前スクリーニング:配偶者または恋人がおり、その人にクリスマスプレゼントを贈る予定がある人

有効回答者数:計1236名

調査主体:コミュニケーションデザイン総合研究所

当研究所者は株式会社コミュニケーションデザイン内に設置され、ユニークな視点に立った独自の調査・研究を行い、その結果を公開することにより、世の中に「気付き」や「新しい価値基準」を提供。企業の経済活動や、一般市民がより豊かな日常生活をおくる事に貢献・寄与することを目的としている。

URL: <http://www.cd-s.info>

<株式会社コミュニケーションデザイン:概要>

住所:〒106-0032 東京都港区六本木3-5-27六本木山田ビル1F

設立:2003年4月

電話:03-5545-1661 FAX:03-5545-1662 URL: <http://www.cd-j.net>

<データのご利用について>

報道目的の利用は自由ですが、必ず「コミュニケーションデザイン総合研究所調べ」など、調査主体名を明記してください。またその際は下記連絡先までご一報いただくと幸いです。

【お問い合わせ先・調査主体】 コミュニケーションデザイン総合研究所

住所:東京都港区六本木3-5-27六本木山田ビル1F(株式会社コミュニケーションデザイン内)

電話:03-5545-1661 FAX:03-5545-1662 URL: <http://www.cd-s.info>

担当:門脇 純、岩淵あゆみ、油屋祐輝 kadowaki@cd-j.net iwabuchi@cd-j.net aburaya@cd-j.net