

## 既婚・恋人がいる会社員の男女724人に聞く今年のクリスマスプレゼント 女性は「実用的」、「キレイになれる」ものを選んでほしい 男性の9割弱が女性へのプレゼント選びで「困ったことがある」

これからクリスマス商戦が本格化します。男性にとってプレゼント選びは悩みの種です。今までに「困ったことがある」と答えた人は87.6%に達しています。そこで、女性にプレゼント選びの際に重視してほしい要素を尋ねると、「実用的なもの」(63.8%)、「キレイになるもの」(56.8%)が上位となりました。これは、既婚者もしくは恋人がいる三大都市圏の20~40代1200名を対象にアンケート調査を行い、そのうち会社員である724人分のデータを分析した結果から明らかになりました。

コミュニケーションデザイン総合研究所が行ったアンケート調査によると、次のことが分かりました。

男性の87.6%がプレゼント選びに「困ったことがある」

女性は「実用的なもの」、「キレイになれるもの」を重視してプレゼントを選んでほしい

プレゼントの予算 女性は男性の予算より1,000円多い金額のプレゼントを期待している

女性は男性が期待する金額より4,000円多い予算のプレゼントをあげたい

男性の約半数はプレゼントに欲しいものを妻や彼女に直接聞いている

女性への狙い目(もらったことがない、もらえるとうれしい)プレゼントの上位回答は

「美容家電・エステ機器」、「腕時計」、「バッグ」、「IT機器・AV機器」いずれも3割以上が回答

### 【主な結果】

#### 男性の87.6%がプレゼント選びに「困ったことがある」

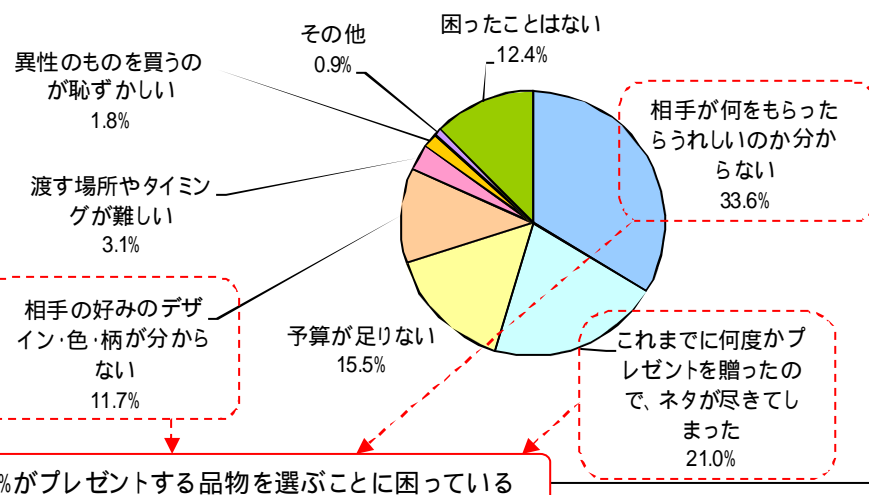
プレゼント選びに「困ったことがない」以外の選択肢を挙げた人は87.6%います。

そのうち66.3%の人がプレゼントする品物を選ぶことに困っていると答えています。

「相手が何をもらったらうれしいのか分からない」33.5%、「何度かプレゼントしたのでネタが尽きてしまった」21.4%、「相手の好みのデザイン・色・柄が分からない」11.7%がこれに該当します。

#### <男性の回答>

配偶者や恋人に贈るクリスマスプレゼントを選ぶ際に、どんなことに困りますか。以下の中から最もあてはまるものを1つ選んでください。(n=452)

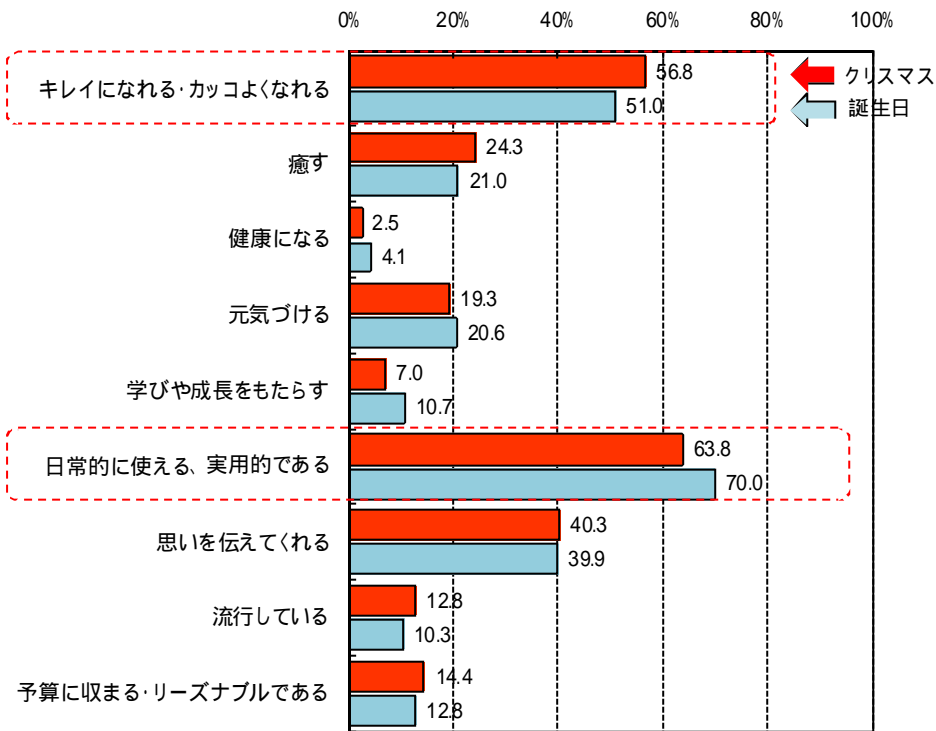


**女性は「実用的なもの」、「キレイになれるもの」を重視してクリスマスプレゼントを選んでほしい**

- ・女性が、夫や彼氏が自分へのクリスマスプレゼントを選ぶ際に重視してほしい要素の上位は、「実用的なもの」63.8%、「キレイになれるもの」56.8%、ともに半数以上の方が回答。
  - ・クリスマスの方が誕生日よりも「キレイになれる」プレゼントを重視する割合が5.8%高い。
- 【プレゼント選びのヒント】「実用的なもの」「キレイになれるもの」から選ぶことをお勧めします。

<女性>

あなたは「配偶者」や「恋人」が自分へのクリスマスプレゼントを選ぶ際に、どのような点を重視して選んでほしいと思いますか。重視するものを上位3つまでお選びください。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=243)



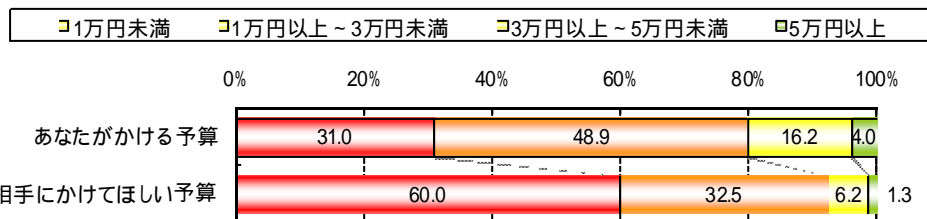
**プレゼントの予算 女性は男性の予算より1,000円多い金額のプレゼントを期待している**  
**女性は男性が期待する金額より4,000円多い予算のプレゼントをあげたい**

**配偶者・恋人に贈るプレゼントの予算：男性 20,000円、女性 17,000円**

**配偶者・恋人に期待するプレゼントの金額：男性 13,000円、女性 21,000円**

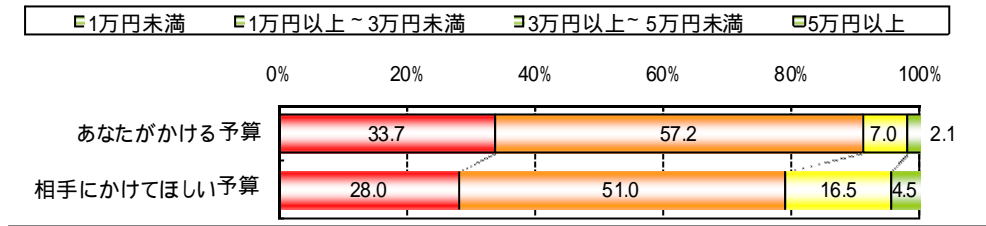
<男性>

あなたが今年(2010年)のクリスマスで、恋人や配偶者へのプレゼントにかかる予算はどの程度ですか。また、あなたは恋人や配偶者に、クリスマスプレゼントにはどの程度の予算をかけてほしいと思いますか。あなたの考えに最も近いものをそれぞれ1つお答えください。



< 女性 >

あなたが今年(2010年)のクリスマスで、恋人や配偶者へのプレゼントにかかる予算はどの程度ですか。また、あなたは恋人や配偶者に、クリスマスプレゼントにはどの程度の予算をかけてほしいと思いますか。あなたの考えに最も近いものをそれぞれ1つお答えください。



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。

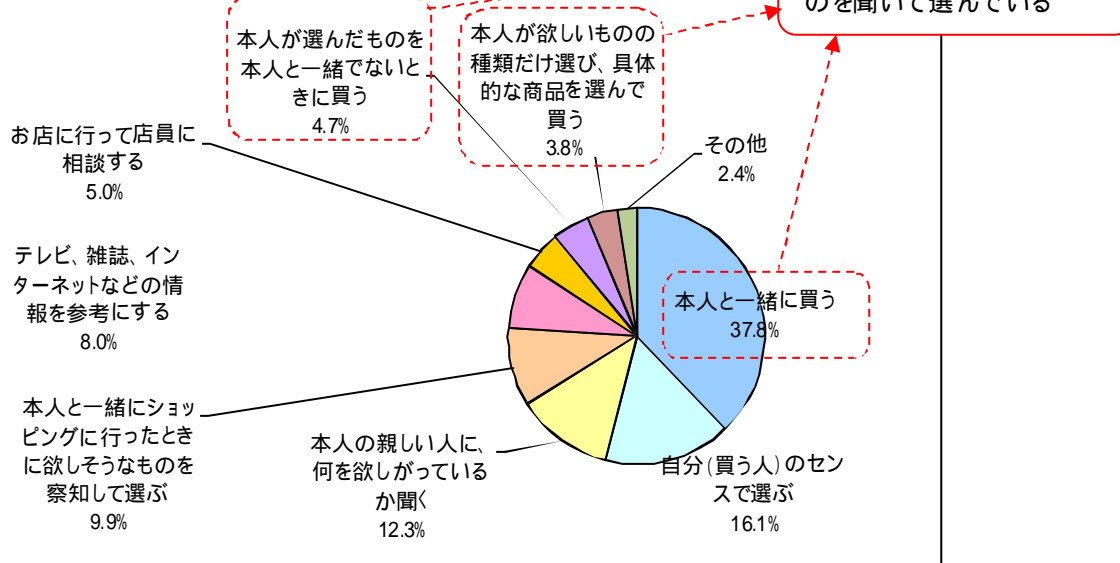
**男性の約半数はプレゼントに欲しいものを妻や彼女に直接聞いている**

- ・約半数の男性が妻や彼女に直接欲しいものを聞いてプレゼントを選んでいきます。「本人と一緒に買う」37.8%のほか、「本人が選んだものを本人と一緒にでないときに買う」4.7%、「本人が欲しいものの種類だけ選び、具体的な商品を選んで買う」3.8%を合計して、46.3%と5割弱に達します。
- ・本人に直接聞かない人でも、「本人の親しい人に、何を欲しがっているか聞く」12.3%、「本人と一緒にショッピングに行ったときに欲しそうなものを選ぶ」9.9%のように、何らかの方法で本人が欲しいものを探ろうとしていることが伺えます。

【プレゼント選びのヒント】妻や彼女に欲しいものを「おねだり」してもらえば、失敗することは減ることでしょう。

< 男性 >

あなたは昨年(2009年)の配偶者や恋人へのクリスマスプレゼントを、どのようにして選びましたか、1つ選んでください。(n=452)

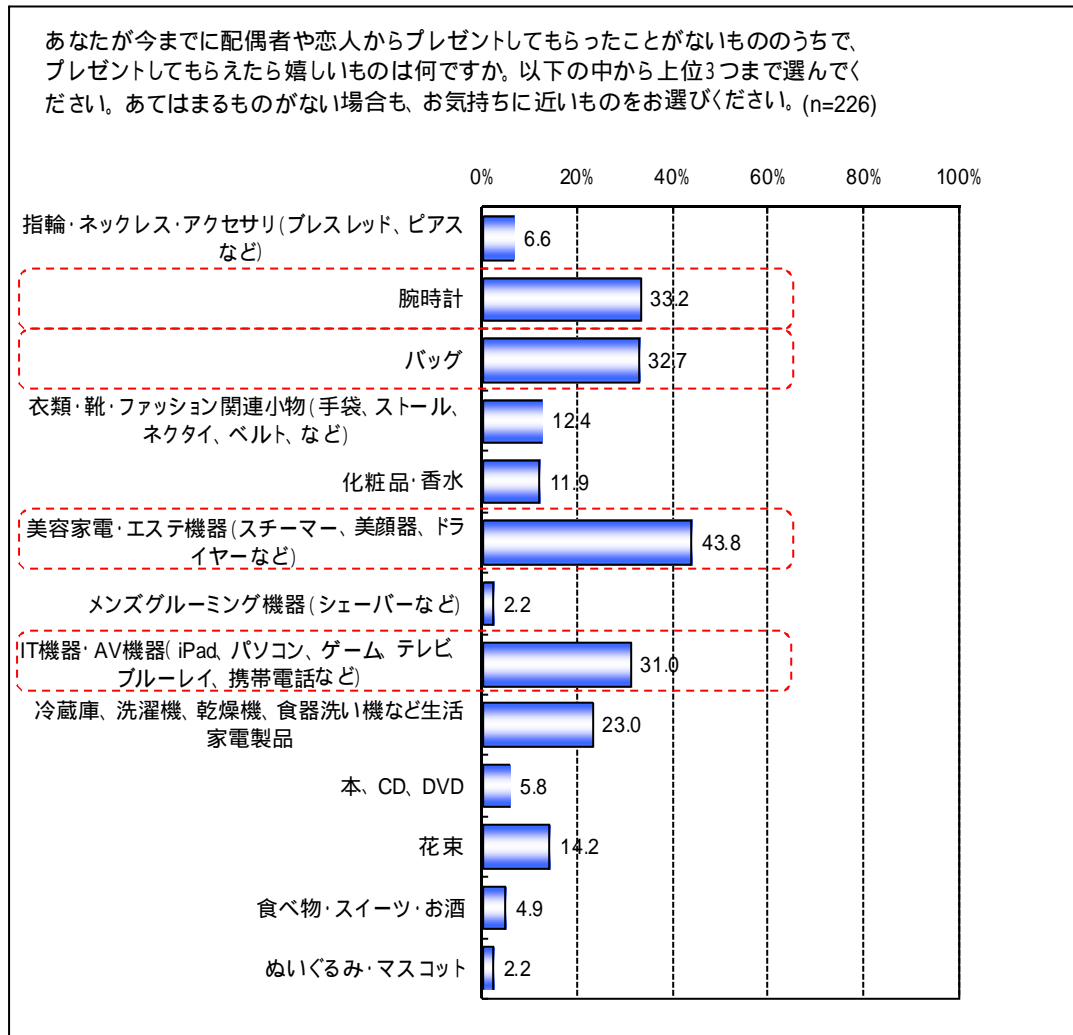


**女性への狙い目（もらったことがない、もらえと嬉しい）のプレゼントは「美容家電」など**

・女性が今までに夫や恋人からプレゼントされたことがないもので、もらえと嬉しいものは、上位から「美容家電・エステ機器」43.8%、「腕時計」35.2%、「バッグ」32.7%、「IT 機器・AV 機器」31.0%であり、3割以上の女性がこれらを選んでいきます。

【プレゼント選びのヒント】何をかうか迷っている方は、これらのプレゼントが狙い目です。

< 女性 >



美容家電の例  
「スチーマー  
ナノケア」



美容家電の例  
「ヘアードライ  
ヤーナノケア」



腕時計の例  
「SKAGEN  
Revival 1990」



バッグの例  
「AneCan x  
Samantha Titty  
ベリー」



IT機器・AV機器の例「ipad」

商品写真の出典はリリース末尾に記載

## 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引用される場合は、「電通総研・大屋洋子によると…」などのクレジットを入れていただくようお願いいたします。大屋氏へのご取材をご要望の場合はご連絡ください。

「若年層収入 女性が上回る」という見出しが日本経済新聞の一面を飾ったことは記憶に新しいと思います。昨年の単身世帯を対象とした総務省調査によると、30歳未満の女性の可処分所得が男性を上回ったのだとか。女性の収入が男性を上回ったのは、過去40年以上で初めてのことだそうです。そういった実態を反映してか、今年のクリスマスプレゼントにかけられる金額は、わずかながらも男性の予算額を女性の期待額が上回る結果に。若年世代においては、ちょっと厳しい結果かもしれません。

かつてのバブルの頃のような派手さはないとはいえ、今でもクリスマスはカップルにとって大事なイベントとも言える日。おのずとプレゼント選びにも気合が入ります。しかしながら、会社員の男性の9割近くが「プレゼント選びに困ったことがある」と回答。付き合いが浅いと「相手の喜ぶものがわからない」し、付き合いが長ければ「ネタ切れ」となる。その結果、プレゼントは「本人と一緒に買う」男性が多いのは必然の結果ともいえるでしょう。

最近“女子力消費”という言葉をよく耳にするとおり、まさに自分磨きのための投資に余念がないイマドキの女性たち。「実用的」で「キレイになれるもの」がほしいという願望は、クリスマスだからこそ彼氏やご主人に自分がキレイになるための投資をしてほしい、という思いゆえかもしれません。「これまでプレゼントされたことがないもので、もらえると嬉しいもの」の一位は、「美容家電」という結果。男性にとっては、意外と思いつかないアイテムではないでしょうか。あれこれ自分で考えて失敗するよりは、ストレートに「予算はこれくらいなだけで、なにが欲しい？」と聞いて一緒に買いに行くのは、お互いの好みや価値観などを知りあうチャンスにも繋がり、今の時代らしい賢いプレゼント選びといえるかもしれません。

## 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:全1236名、(うち職業が会社員のみ集計)

**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 [kadowaki@cd-j.net](mailto:kadowaki@cd-j.net) [iwabuchi@cd-j.net](mailto:iwabuchi@cd-j.net)

商品写真の出典URL

スチーマー ナノケア : <http://panasonic.jp/face/>

ヘアードライヤー ナノケア : <http://ctlg.panasonic.jp/product/lineup.do?pg=3&scd=00003703> より

SKAGEN Revival 1990 : [http://www.skagen.jp/003/limi\\_revival4\\_1.html](http://www.skagen.jp/003/limi_revival4_1.html) より

AneCan × Samantha Titty ベリー :

<http://www.wvcity.co.jp/top/detail/asp/detail.asp?gcode=STY10387089&hyoujiflg=17089&hyoujifl>

ipad : <http://store.apple.com/jp/>