

震災を機に、高まる「親孝行」意欲。「プレゼント予定ナシ」は、女性の1割弱！

今年の「母の日」、人気は「花」「スイーツ」、女性は「コト」ギフトも盛ん 震災後、「親孝行」意欲も高まるが、その概念には変化が?!

～「母の日&親孝行アンケート2012」結果発表【第1弾】～

このたび、マーケティング会社(有)インフィニティ(東京都港区/代表取締役社長 牛窪恵※)は、ネットリサーチ・アンケート調査会社の(株)クロス・マーケティング(東京都中央区/代表取締役社長 五十嵐幹)とともに、20～40代男女300人に対して、「母の日&親孝行アンケート2012」を実施しました。

今年の母の日、「プレゼントを贈る予定がない」女性は、わずか1割弱。男女とも、贈る内容は「花」が6割前後、「スイーツ」が2～3割と人気でしたが、それ以外にも、女性の「コト」ギフト傾向が強いことも分かりました。

また、震災後の「親孝行」意欲の高まりが表れた一方で、「家事をしてもらうのも親孝行」と感じる男女が少なからずいるなど、親孝行の概念が変わったことも判明。追って、調査結果の第2弾を分析・公表致します。

※牛窪恵とは……マーケティングライター。05年に著書『おひとりさま(マーケット)』が、09年に「草食系」が新語・流行語大賞に最終ノミネート。昨年は「年の差婚」の著書も注目された。5月、『「ゆるオタ君」と結婚しよう!』(講談社)が発売に。「終活」を議論する、経産省「ライフエンディングPJ」にも参加協力

1. 今年の母の日のプレゼント、人気のトップは「花」。女性は「コト」ギフトも多い傾向に

- ・今年の母の日、「プレゼントを贈る予定はない」は、男性で4人に1人、女性では1割弱しかいなかった。
- ・贈る内容は、男女とも「花」が圧倒的にトップ(ともに6割弱)、続く第2位も「スイーツ」だった。
- ・全般的には、男性で食品や服飾小物など「モノ」ギフトが多いのに対し、女性は「外食」「旅行」「手料理」などの「コト」ギフトが多い。「メール」も、女性の約1割に及んだ。
- ・プレゼント金額は、「5000円未満」のプチプラが、6割以上。一方で「8000円以上」も4人に1人いた。

2. 震災後、若い世代の「親を大切に」の気持ち高まる。「母を尊敬している」は、約9割

- ・昨年の東日本大震災を経て、「親を大切にしようと思うようになった」の声は、牛窪が「親ラブ族」と呼ぶ若い20代ほど多く、男性で4割弱(38.0%)、同女性で5割弱(47.0%)にのぼった。
- ・母親を「尊敬している(まあ尊敬している)」男女は、87.0%。「尊敬していない」は、3.7%しかいなかった。

3. 8割強が「親孝行」を実感。ただ、「親に家事をしてもらうのも親孝行」が、2～3割

- ・男女とも8割以上が、なんらかの「親孝行」をしていると自認している。親孝行の対象は、「母親(のほう)」の回答が、男性では4人に1人(26.0%)、女性では5割弱(47.3%)と、約2倍にのぼった。
- ・ところがその内容では、「親に家事をしてもらうのも(ときには)親孝行」と考える人が、男性で3割、女性で2割に及ぶなど、昭和の親孝行とは概念が変わっていきそう。彼らなりの平成版・ネオ親孝行があるようだ。

調査の実施概要 調査対象 : 全国の20～40代男女 300人
調査期間および方法 : (株)クロス・マーケティングのアンケートモニターへのインターネット調査
調査日 : 2012年3月28日(水)～30日(金)

※一部、クロス・マーケティング自主調査「親孝行に関する調査」(2011年9月実施/一都三県の15～49歳男女800サンプル)を引用

■このリリースに関するお問い合わせ、アンケートデータの詳細版ご希望の方は…■

インフィニティ 広報PR担当 君嶋ひろ子/石田 美穂

TEL: 03-5921-0747 FAX: 03-5921-0748 e-mail: info@hachinoji.com

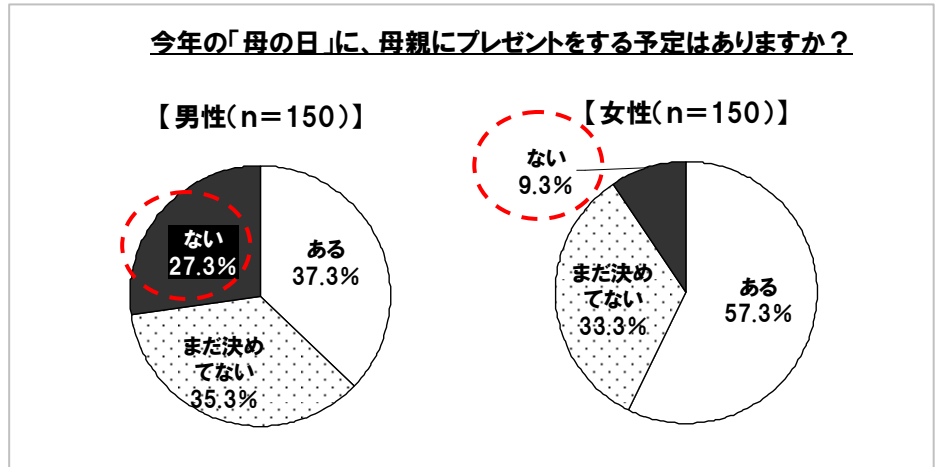
1、今年の「母の日」のプレゼント、「贈らない」は少数派。プレゼント内容は、男女で異なる傾向に

■「贈る予定ナシ」は、女性の1割弱

・今年の母の日、「プレゼントを贈る予定がある」と答えた人が、3月の調査時点ですでに、男性の約4割(37.3%)、女性の約6割(57.3%)にのぼった。

・逆に「贈る予定はない」と決めている人は、男性で4人に1人(27.3%)いるものの、女性では1

割弱(9.3%)しかいない。改めて、母の日のプレゼント意欲の強さを感じさせる結果となった。



■男女ともダントツ人気は「花」。男性は「モノ」を、女性は「コト」を贈る傾向に

・「プレゼントするとしたら、何を贈りますか？」(複数回答可)の質問には、「花」が、男女とも圧倒的にトップ(6割弱)。続く第2位も「ケーキ、お菓子(スイーツ)」で、男女共通だった。

・ただ、3位以下は男女で差が出た。男性は、「食品、お酒」(14.7%)や「ハンカチ、スカーフ、ストール」(10.1%)など「モノ」ギフトが多いのに対し、女性は「レストランでの外食」(16.9%)や「旅行」(11.8%)、「手料理」(8.1%)などバラエティに富んだ「コト」ギフトが多かった。「メール」の回答も、女性の約1割(9.6%)に及んだ。

■プレゼント金額は「5000円未満」のプチプラが6割以上。一方で、「8000円以上」も4人に1人

・プレゼント予算を聞いたところ、男女や年代で大きな差は見られなかった。最も多かったのは「3001円～5000円」(32.7%)、続いて「1001円～3000円」(29.0%)で、いずれも3人に1人ほどいた。高価なプレゼントより、5000円ぐらいまでの「プチプラ」で感謝を示そうとする男女が多い様子が見てとれる。

・一方で、「8001円～1万円」の回答も2割強(21.6%)、「1万円以上」も1割弱(7.3%)いて、計4人に1人は、多少値の張るプレゼントを検討しているようだ。

2. 震災後、若い世代に「親を大切にしよう」の気持ち高まる。「母を尊敬している」は、約9割

■20代男性の4～5割が「親ラブ」度のアップを自認。ただ尊敬理由は、予想以上にユニーク

・昨年(2011年)の東日本大震災を経て「親に関しての意識」がどのように変わったかを聞くと(※ア)、男女とも若い20代ほど「親を大切にしようと思うようになった」の回答が目立ち、男性で4割弱(38.0%)、同女性で5割弱(47.0%)にのぼった。20代男女は、もともと親と仲がいい「親ラブ族」。その表れかもしれない。

・母親について「尊敬していますか？」と聞くと、男女や年代での大差はなく、「尊敬している(まあ尊敬している)」が87.0%と9割近かった。逆に、「尊敬していない」は、3.7%しかいなかった。

・ただし、尊敬の理由は、全年代を通じて「よくこんない子が育ったものだと思うから」、「父と夫婦だから」、「天然(ボケ)だから」など、予想以上にライトでユニークなもの。母親とのカジュアルな関係性が伺える。

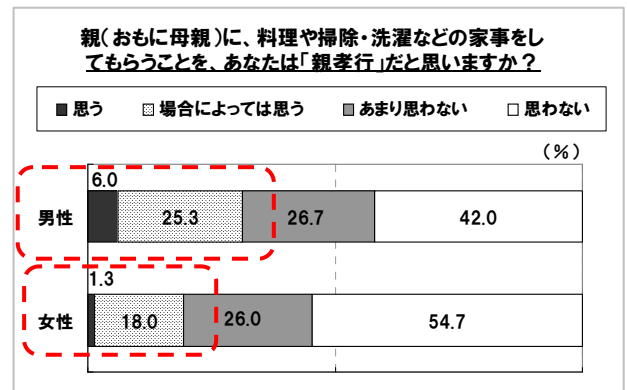
※ア=本リリースの設問3のみ、クロス・マーケティングによる「親孝行に関する調査」(2011年9月実施/一都三県の15～49歳男女800サンプル)の調査結果を引用

3. 8割強が「親孝行」実感。ただ、「親に家事をしてもらうのも親孝行」が、2～3割

■女性の親孝行対象は「母親」が半数近く。ただ、「親に〇〇してもらうのも親孝行」？

・「親孝行していない」との回答は、男性 17.3%、女性が 16.0%のみ。8割以上の男女が、なんらかの「親孝行」をしていると自認している。親孝行する対象は、「母親(のほう)」の回答が、男性では4人に1人(26.0%)、女性では5割弱(47.3%)と、約2倍にのぼった。

・ただし、「親(おもに母親)に、料理や掃除・洗濯などの家事をしてもらうことを、あなたは「親孝行」だと思いますか？」と聞いたところ、「思う」「場合によっては思う」が、男性の3割強(31.3%)、女性の2割弱(19.3%)にのぼった。ちなみに、別の20～40代へのインタビューでは、「そのほう(家事をやってもらうほう)が、親が喜ぶから」「せっかく嬉々としてやってくれるから」と話す男女が多い。



・昭和の「親孝行」と言えば、「家や墓を建てる」「親の面倒をみる」、あるいは「結婚・出産して孫の顔を見せる」との概念が圧倒的だったが、どうやら現代の男女はもっと幅広い概念で「親孝行」を捉えていそう。

今後インフィニティでは、平成の「ネオ親孝行」についても、20～40代男女の価値観を調査・分析していく。

「親孝行って そうだったんだ！」を、全国 1100 人以上の皆さまと共に…

今回の調査でも明らかになったように、現代の20～40代男女が考える「親孝行」は、昭和の時代と、かなり概念が変わっていきそう。でも一方で、永遠に変わらない、そして誰の胸にもきっとある、普通の親孝行もあるはず……。そこで本書では、マーケティングライターで経済産業省「ライフエンディングPJ」にも参加協力させていただいた、牛窪恵とインフィニティのスタッフたちが、日本全国1100人以上の男女の皆さまから寄せられた「親孝行」への声を丹念に広い、追加調査やグループインタビューを実施。さらにプチ親孝行や話題の「終活」も含めた、明日からの「平成版・ネオ親孝行」のカタチを、皆さまと共に考えます。

8月末、
出版
予定

☆Facebook ページ「親孝行ってそうだったんだ！会議」☆

<http://www.facebook.com/pages/親孝行ってそうだったんだ！会議/385873194768553>

※親孝行アイデア・募集期間 = 2012年4月23日(月)～2012年5月31日(木)(予定)

※マーケティングライター 牛窪 恵(インフィニティ代表取締役)とは？

1968年、東京生まれ。日大芸術学部映画学科卒業後、大手出版社に入社。2001年、インフィニティを設立。財務省財政制度等審議会専門委員。ほか経産省、農水省の委員等も兼務。12年4月より、東京女学館大学講師。

著書に、『草食系男子「お嬢マン」が日本を変える』(講談社)、『男が知らない「おひとりさま」マーケット』『独身王子に聞け！』(いずれも日本経済新聞出版社)ほか多数。5月、新刊『「ゆるオタ君」と結婚しよう！』(講談社)が発売に。『ホンマでっか!?TV』(フジテレビ系)、『キャスト』(朝日放送)はじめ、テレビの各番組でコメンテーター(準レギュラ)も務める。

■このリリースに関するお問い合わせ、アンケートデータの詳細版ご希望の方は…■

インフィニティ 広報PR担当 君嶋ひろ子/石田 美穂

TEL:03-5921-0747 FAX:03-5921-0748 e-mail: info@hachinoji.com