

既婚者が受ける親からの援助に関する
マーケティングデータ

～コミュニケーション・外食・誕生日祝い編～

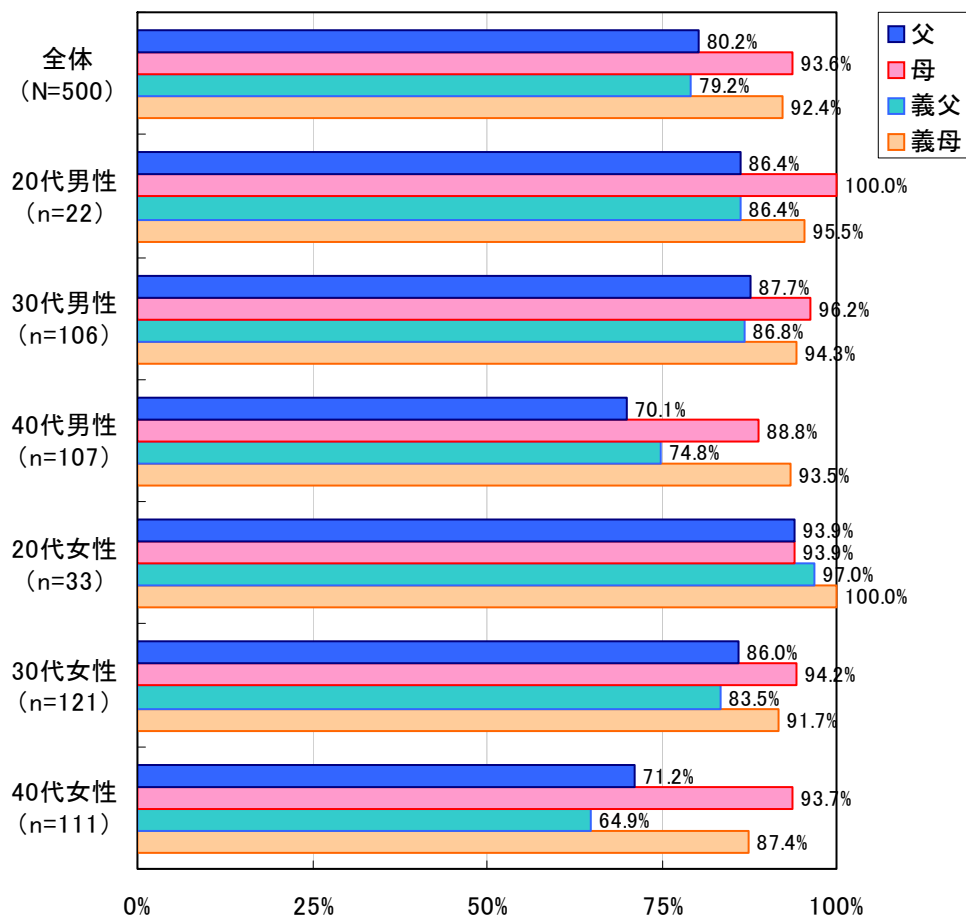
朝日大学マーケティング研究所

調査概要

- 調査方法 Webアンケート
- 調査期間 2009年7月31日（金）～8月4日（火）
- 調査対象 首都圏在住の20歳～49歳の既婚男女で下記の条件にあてはまる人
 - ・自分の父か母、または配偶者の父か母のいずれかが存命である
 - ・自分、あるいは配偶者のどちらの親とも別家計である
- 有効回答 合計500名
 首都圏の20～49歳既婚者の人口比に沿うように
 各サンプルを割付けた（平成17年国勢調査より）

年代	男性	女性	合計
20代	22名	33名	55名
30代	106名	121名	227名
40代	107名	111名	218名
合計	235名	265名	500名

参考：性年代別 父母(義父母)の存命率



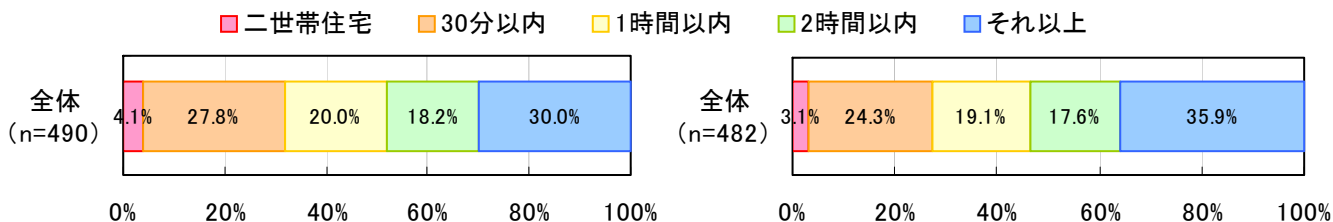
1. 実家との距離と、実家への訪問頻度

自分の実家が30分以内にある女性の50.6%は週1日以上、実家に行っている。

- 自分の実家までの距離は、全体としては「二世帯住宅(4.1%)」「30分以内(27.8%)」「1時間以内(20.0%)」「2時間以内(18.2%)」「それ以上(30.0%)」となっている。配偶者の実家に関する結果となっている。
- 自分の実家に行く頻度を、自分の実家までの距離別に見ると、自分の実家が30分以内にある女性の50.6%が週に1回以上実家に行くと考えているのが目立つ。
- 同じ距離であっても配偶者の実家に行くよりも自分の実家に行く頻度の方が高く、自分の実家に関して言えば、男性よりも女性の方が実家に行く頻度が高い。

自分の実家までの距離(性・年代別)

配偶者の実家までの距離(性・年代別)

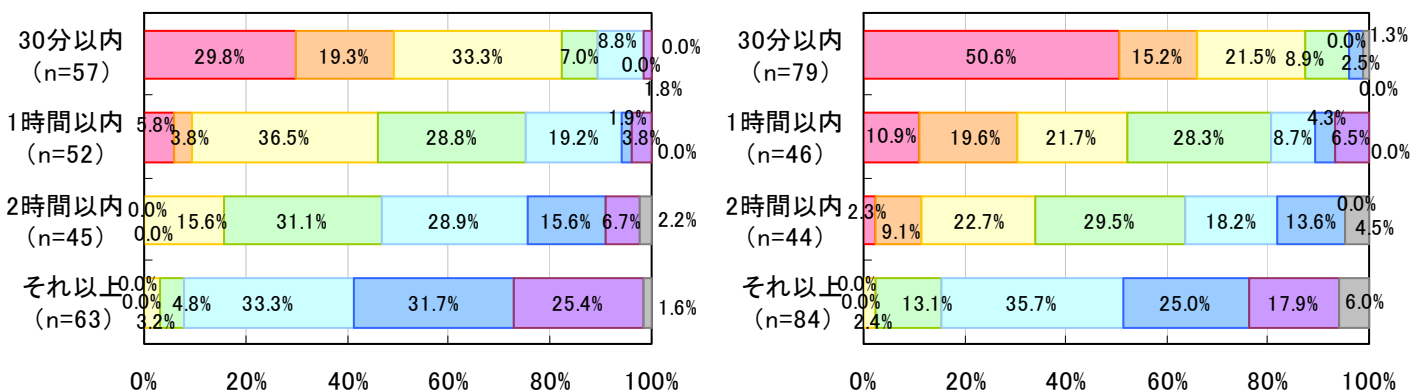


男性

自分の実家に行く頻度(自分の実家までの距離別)

女性

■週1回以上 ■月2~3回程度 ■月1回程度 ■3ヶ月に1回程度 ■半年に1回程度 ■年に1回程度 ■それ未満 ■行かない

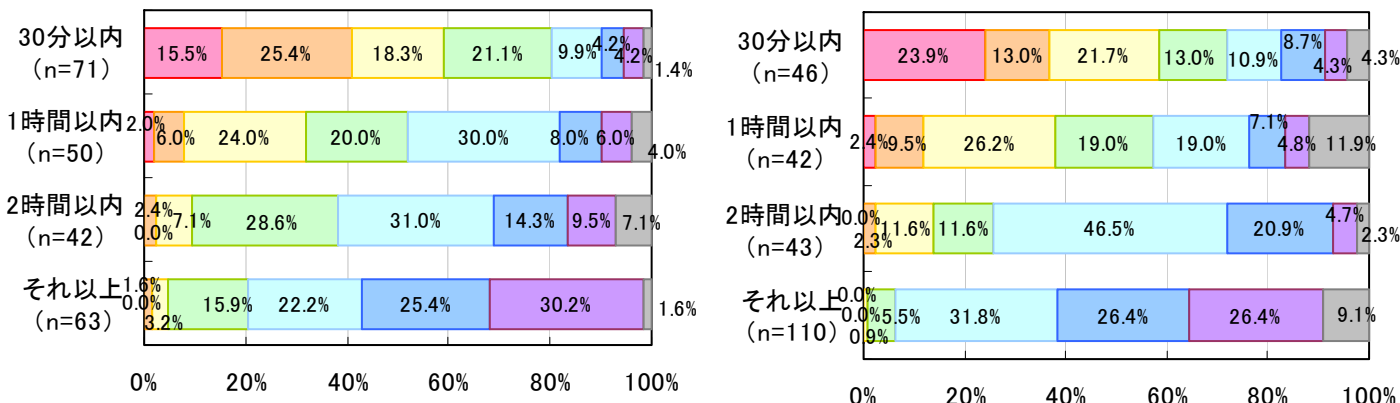


男性

配偶者の実家に行く頻度(配偶者の実家までの距離別)

女性

■週1回以上 ■月2~3回程度 ■月1回程度 ■3ヶ月に1回程度 ■半年に1回程度 ■年に1回程度 ■それ未満 ■行かない

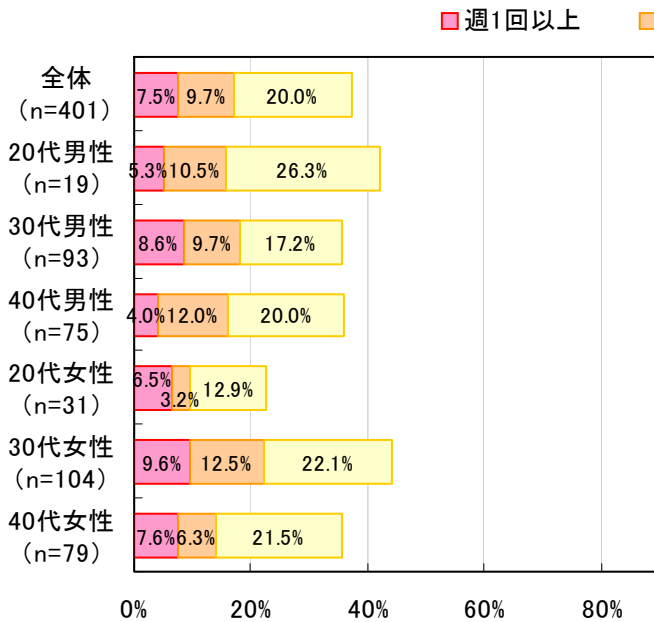


2. 自分の親への電話・メールの頻度

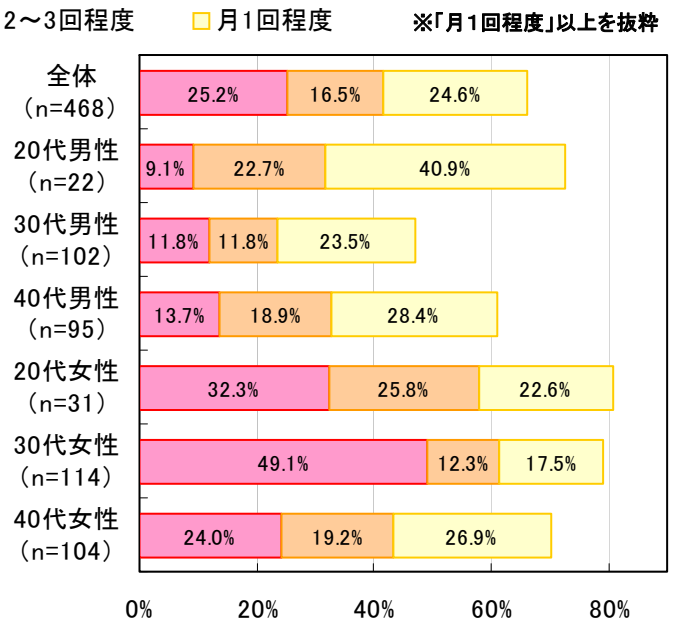
母娘のつながりが強い。20代女性はメールで、30代女性は電話で自分の母と頻繁に連絡を取っている。

- 自分の父に対する電話とメールの頻度を見ると、電話に関しては性年代に傾向が見られないのに比べ、メールに関しては年代が若いほど頻度が高いことがわかる。
- 自分の母に対する電話とメールの頻度を見ると、両者とも女性の方が母への連絡の頻度が高く、電話では30代女性の49.1%が週1回以上電話をしており、最も高い。一方、メールでは20代女性の64.5%が週1回以上メールをしており、最も高い。
- 母娘のつながりの強さと、若い年代のメールでのコミュニケーションが明確となった。

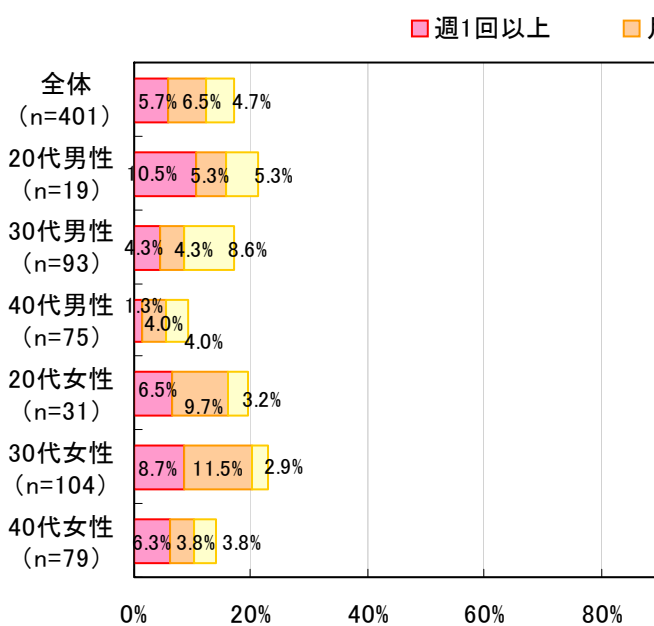
自分の【父】に電話する頻度(性・年代別)



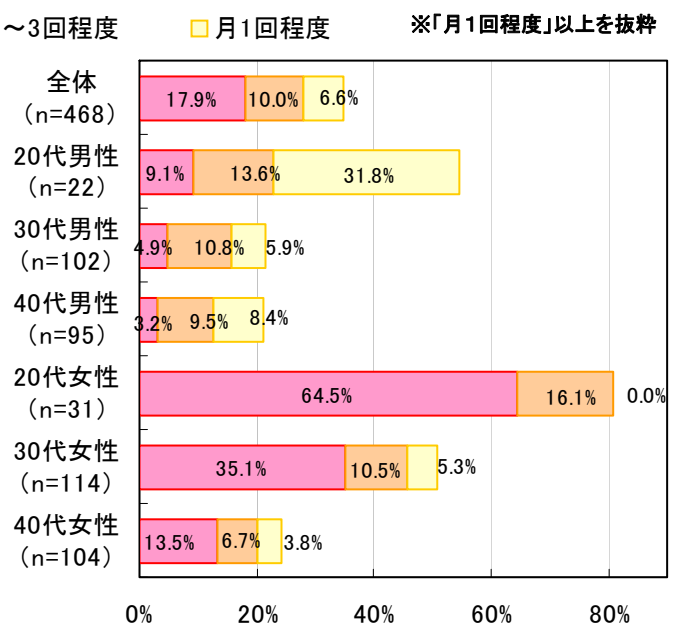
自分の【母】に電話する頻度(性・年代別)



自分の【父】にメールする頻度(性・年代別)



自分の【母】にメールする頻度(性・年代別)

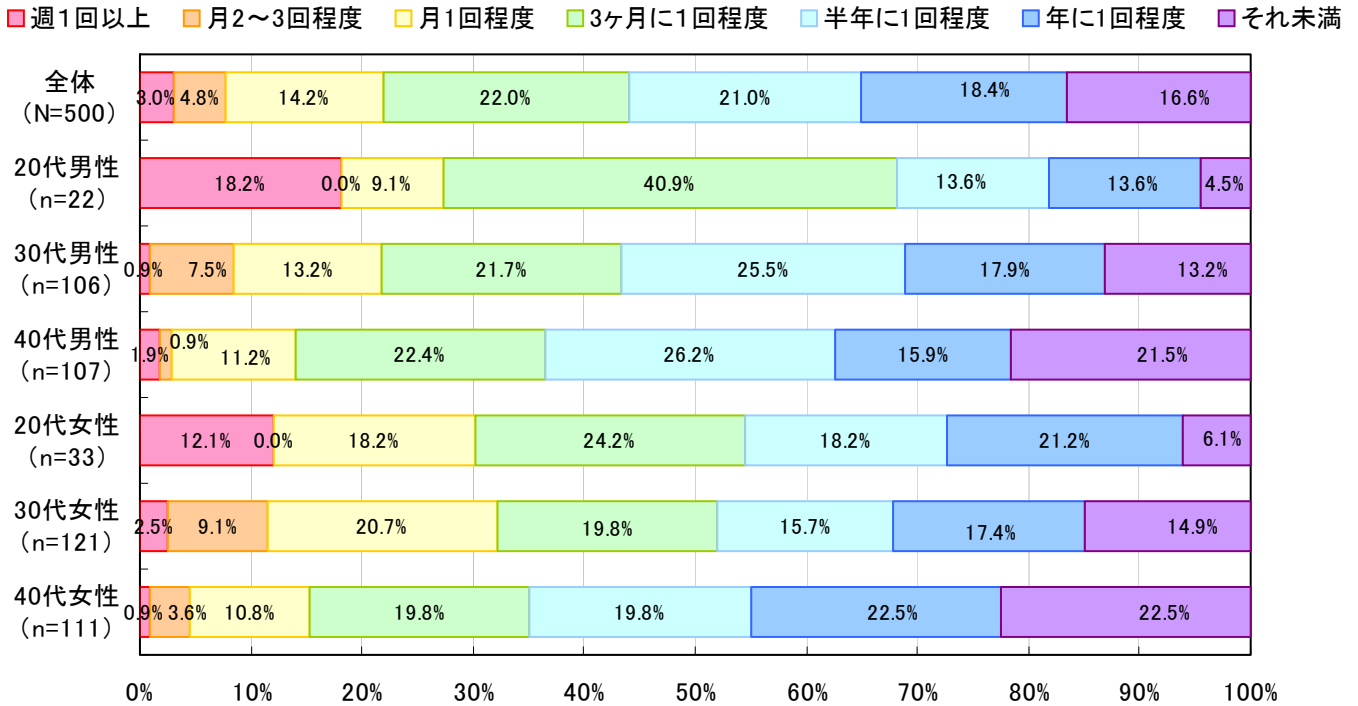


3. 親と外食に行く頻度、代金を支払う人

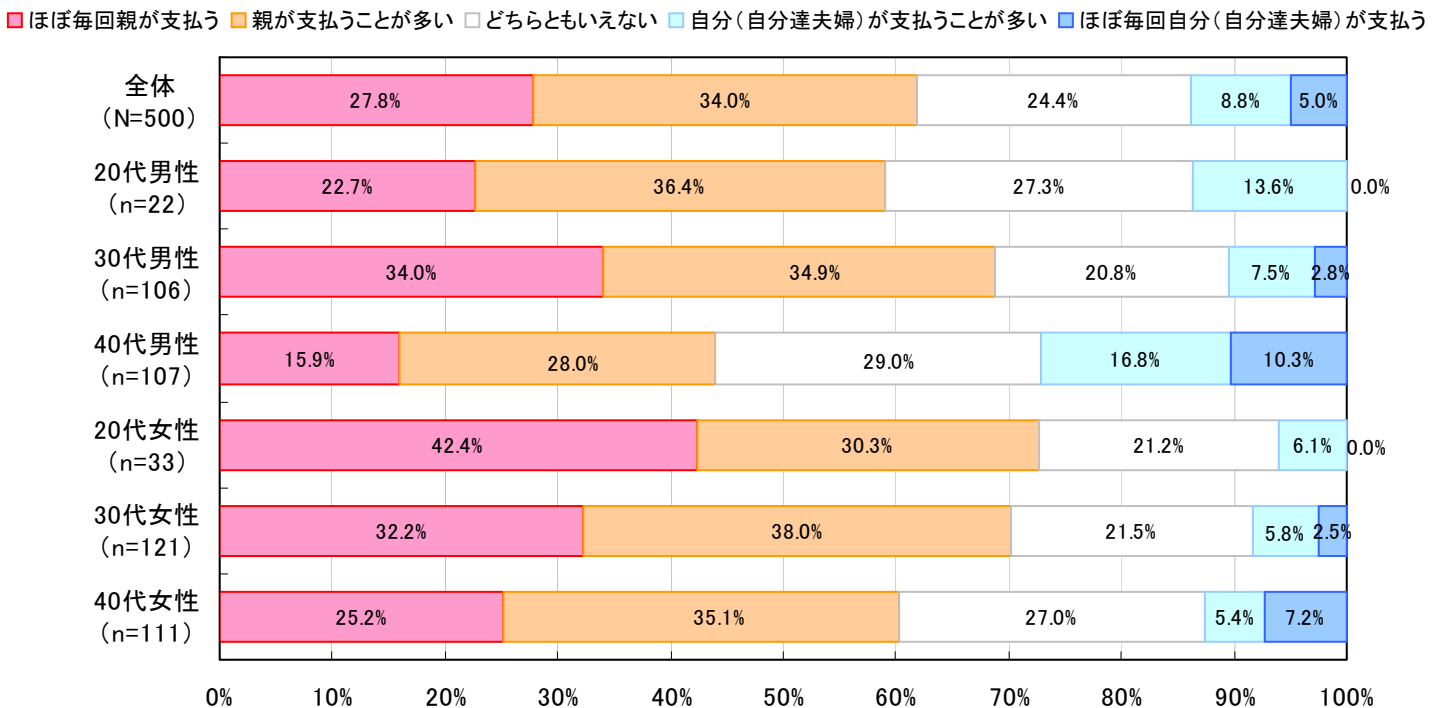
親と外食に行った場合、全体の27.8%は、ほぼ毎回親が代金を支払っている。

- 親と外食に行く頻度を見ると、若い世代ほど頻度が高い傾向が見られる。
- 親と外食に行った際に代金を支払う人を見ると、全体の27.8%が「ほぼ毎回親が支払う」としており、「親が支払うことが多い」と合わせると、61.8%の人は、親のほうで代金をよく支払っているということがわかる。一方で「自分(自分達夫婦)が支払うことが多い」「ほぼ毎回自分(自分達夫婦)が支払う」の合計は13.8%である。
- 外食の代金を支払う人についても、若い世代ほど親が支払うという傾向が強い。

親と外食に行く頻度(性・年代別)



親と外食に行った際に代金を支払う人(性・年代別)

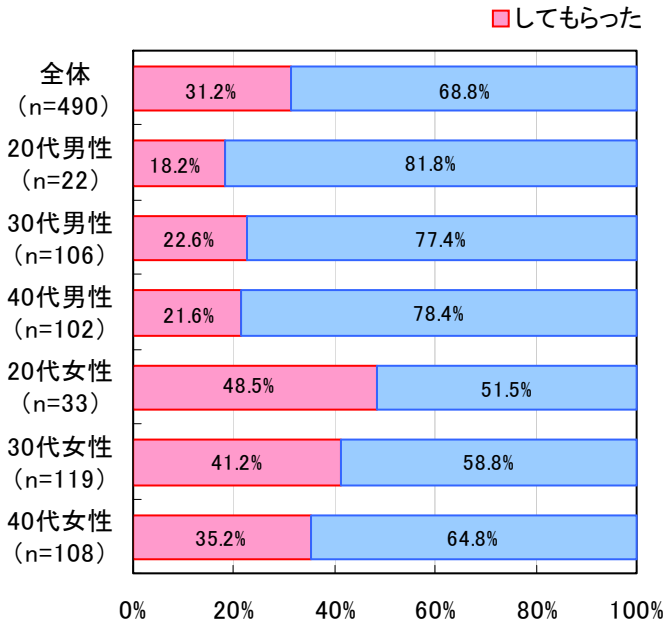


4. 親からの誕生日祝い

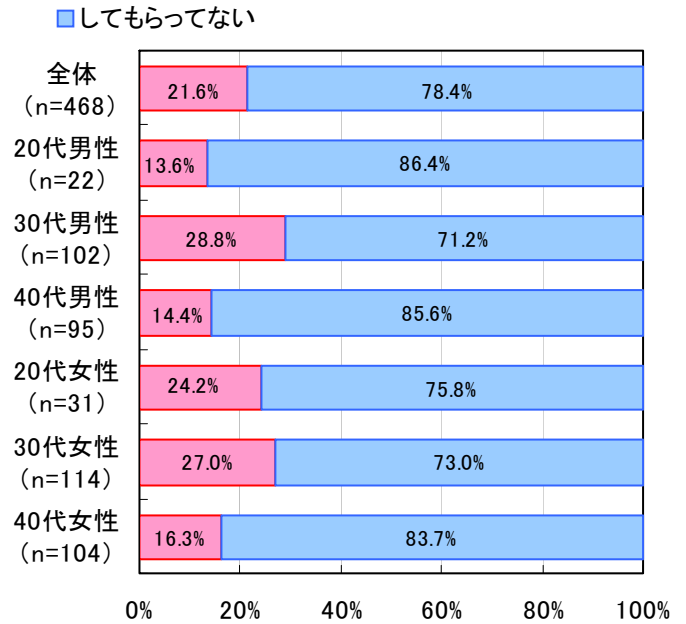
全体の31.2%は、去年の誕生日に自分の親に誕生日祝いをしてもらっている。その平均金額は、12,330円。

- 自分の親、配偶者の親から去年の誕生日にお祝いをしてもらったかどうかを見ると、自分の親からは全体の31.2%が、配偶者の親からは全体の21.6%が、お祝いをしてもらったと答えている。(参考: 自分と配偶者の両方の親から誕生日を祝ってもらった人の割合は12.0%)
- 自分の親からのお祝いに関しては、若い女性ほど、お祝いをしてもらっている割合が高い。
- 自分の親からもらった誕生日祝いの金額は、全体では12,330円となっており、40代女性が最も高く20,579円となっている(サンプルが少ない属性については参考とされたい)。お祝いの内容としては現金や商品券が多い。

去年の誕生日に自分の親からお祝いをしてもらった割合

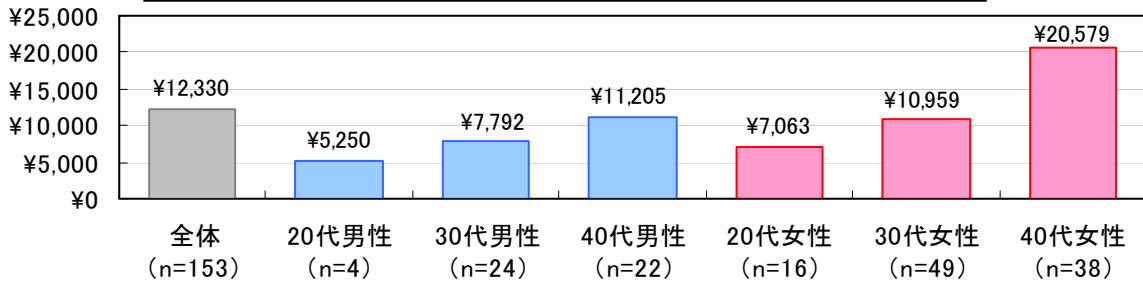


去年の誕生日に配偶者の親からお祝いをしてもらった割合



自分の親からもらった誕生日のお祝いの金額換算(してもらった人のみ)

各属性の母数が少ないため参考値

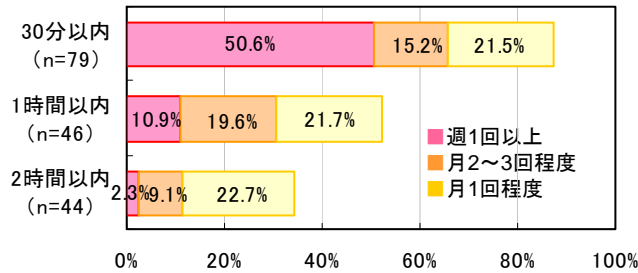


誕生日のお祝いにもらったもの(自由回答より)

	20代男性	30代男性	40代男性	20代女性	30代女性	40代女性
自分の親から	<ul style="list-style-type: none"> ・外食 ・本 ・ケーキ 	<ul style="list-style-type: none"> ・現金、商品券 ・洋服 ・外食 	<ul style="list-style-type: none"> ・現金、商品券 ・ゴルフウェア ・ネクタイ ・外食 	<ul style="list-style-type: none"> ・外食 ・アクセサリー ・洋服 	<ul style="list-style-type: none"> ・現金、商品券 ・洋服 ・ケーキ ・外食 ・花 ・バッグ 	<ul style="list-style-type: none"> ・現金 ・花 ・洋服 ・外食 ・財布
配偶者の親から	<ul style="list-style-type: none"> ・パソコン ・ラーメン 	<ul style="list-style-type: none"> ・現金、商品券 ・洋服 ・外食 	<ul style="list-style-type: none"> ・現金、商品券 ・食材 	<ul style="list-style-type: none"> ・ディズニーランドのチケット ・外食 ・花 ・ハンドクリーム 	<ul style="list-style-type: none"> ・現金、商品券 ・置物 ・洋服 ・外食 	<ul style="list-style-type: none"> ・現金 ・花 ・調味料セット ・バッグ ・お菓子

結果① 実家が近くにある女性は頻繁に実家に行っている。

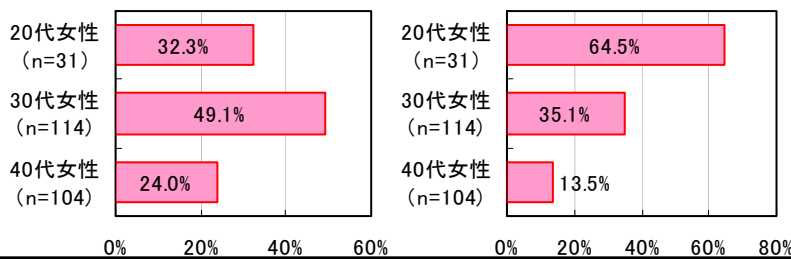
【女性】自分の実家に行く頻度(実家からの距離別)※一部抜粋



男性に比べ、女性の方が頻繁に実家に行く傾向があり、実家からの距離が近いほどその傾向が顕著になる。特に30分以内の距離に実家がある場合は、50.6%の女性が週1回以上実家に行っている。
配偶者の実家に関しては、自分の実家ほどではないが、近くにあるほど行く頻度も増える。

結果② 母娘のコミュニケーションは密接。30代女性は電話、20代女性はメールで。

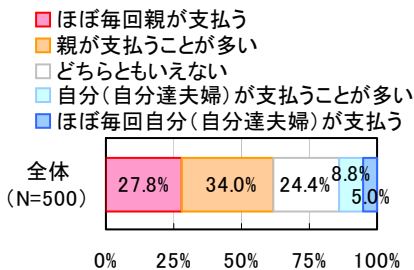
自分の母親に週1回以上電話する割合 自分の母親に週1回以上メールする割合



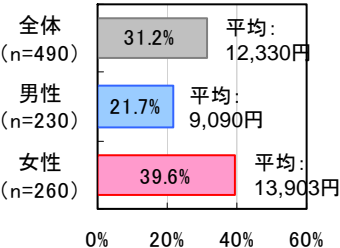
女性が自分の母親と連絡を取る頻度は高く、30代女性は主に電話で、20代女性は主にメールで、母親と連絡をとっている様子が見える。20代男性も女性ほどではないが、自分の母親にメールをする傾向がある。
今後、携帯電話やパソコンを使う世代が既婚者の親になる時代を迎えると、メールを使って連絡を取り合う場面が一般化してくるだろう。

結果③ 親と一緒に外食にいけば親が代金を支払い、誕生日も祝ってもらっているという既婚者像。

親と一緒に外食に行った際に代金を支払う人



去年の誕生日に自分の親から誕生日を祝ってもらった割合と、その金額



親と一緒に外食に行く際の代金について、全体の27.8%は「ほぼ毎回親が払う」と答えており、「親が払うことが多い(34.0%)」と合わせて考えると親が代金を支払うのが一般的といえる。
20代~40代の既婚者全体の31.2%は自分の親に誕生日祝いをしてもらっている。女性の方が祝ってもらった割合が高く、その金額も高い。
また、配偶者の親からも全体の21.6%は誕生日を祝ってもらっている。自分と配偶者の両方からお祝いをしてもらった人の割合は12.0%であった。

結果から推測される仮説

■ 団塊ジュニア以降の世代が結婚し子育てをする時期を迎え、これらの世代の動向が社会的にも経済的にも注目されている。今回の調査では、まず第一に、妻とその実家のつながりの強さを示すデータが得られた。妻は実家に行く頻度が高く、母と連絡を頻繁にとっている。特に20代の妻はメールによるコミュニケーション頻度が高い。娘の結婚後も続いている母娘のつながりが新しい消費スタイルを生み出しており、「結婚した娘とその母」というダブルターゲットへのアプローチはこれからますます重要視されよう。また、携帯電話やパソコンを使う世代の台頭によって、親子間のコミュニケーションはインターネットを通してさらに日常化するだろう。

■ 第二に、親子の経済的な扶養関係が結婚後も続いていることを示すデータが得られた。20代~40代既婚者の多くが親と外食に行った際には「おごってもらって」おり、30%以上は自分の親から誕生日祝いを受けている。子供が初任給で父母にご馳走するという話はよく聞かれるが、日常では結婚後も親が外食の代金を支払うことが常態化している。また、誕生日祝いは未婚・未成年の子供に対して贈られるものというイメージが一般的であるが、子供が成人し結婚した後でも、誕生日は祝われている。子育てを終え、経済的にゆとりのある団塊以上の世代から「大人になった息子・娘」への生活支援・援助は、生活の中に既に取り込まれている。

トピックスリサーチ

既婚者が受ける親からの援助に関する

マーケティングデータ

～コミュニケーション・外食・誕生日祝い編～

発行日 2009年 8月17日

発行・調査分析 朝日大学 マーケティング研究所
〒460-0002
愛知県名古屋市中区丸の内3-21-20
朝日丸の内ビル2F
TEL : 052-961-4576

お問い合わせ apost@dance.ocn.ne.jp