

日本マーケティング研究所グループ  
株式会社マーケティング・コミュニケーションズ  
URL: <http://www.mcto.co.jp>  
Email: [support@mcto.co.jp](mailto:support@mcto.co.jp)

「52週のMD研究」では主要なイベントの際に、ショッパー(店頭での購買者)は何をどんな理由で買ったのか、また、店頭ではどんなMDで訴求したのかをまとめています。  
今回は「敬老の日」です。皆さんはどんなプレゼントを敬老の日に贈ったのでしょうか。その結果をまとめました。

## 調査結果のポイント

### Point.1 プレゼントしたものの傾向

「お菓子・スイーツ類」が多い。  
「お花」は「女性」に、「お酒」は「父・義父」に

### Point.2 プレゼント理由

「定番品だから」という理由が多いが、  
商品別に見ると違った理由も…

### Point.3 長寿を祝うタイミング

「男性」は結婚、「女性」は出産を機に  
親に対し、長寿を祝う

## 調査概要

調査対象:  
弊社管理オピネット会員  
「オピネット URL:<http://www.opi-net.com>」

調査期間: 2012年9月24日～10月1日  
調査方法: インターネット調査

敬老の日	
回収数	1998名
調査内容	①敬老の日にプレゼントしたもの ②プレゼントした相手 ③プレゼントした相手の年齢 ④プレゼントした理由 ⑤プレゼントした時の様子 ⑥親に対し敬老のお祝いをするタイミング ⑦5年以内に、親と宿泊を伴う旅行に行ったかどうか

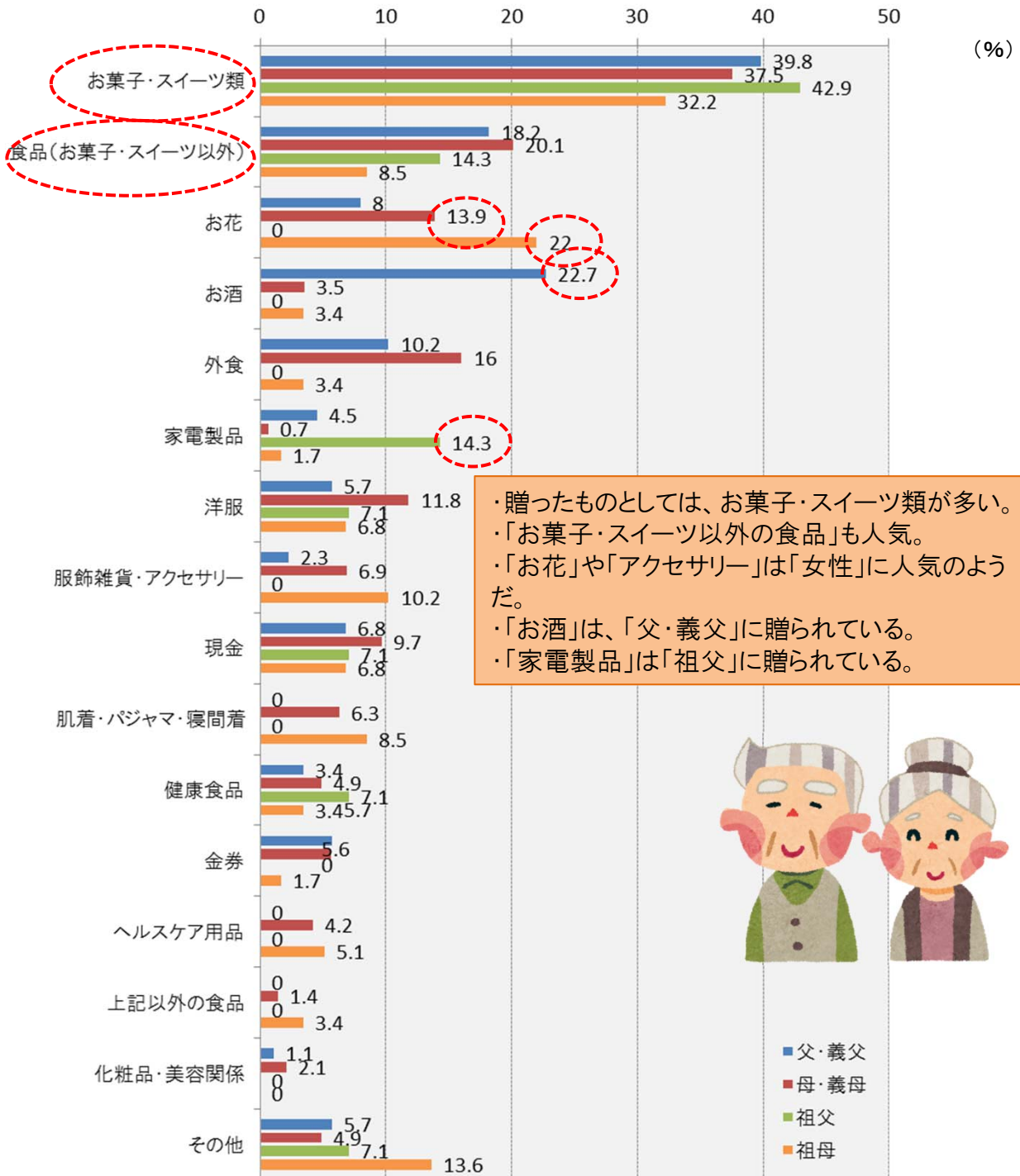
## アンケート編

Q1. 今年の敬老の日には何を贈りましたか？  
Q2. 相手は誰ですか？

【単数回答】

※プレゼントを贈った方のみを対象としています。

n=305



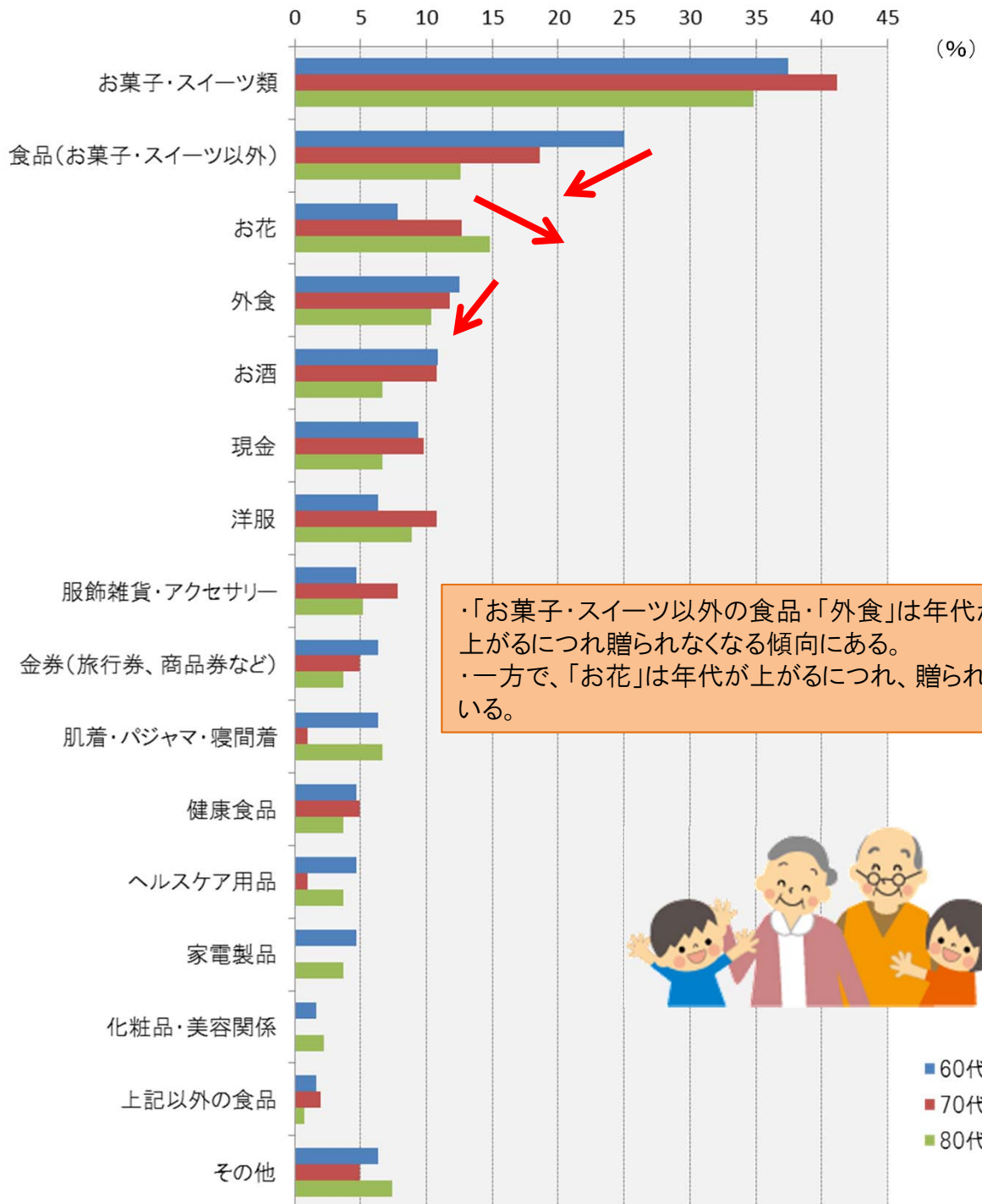
## アンケート編

Q1. 今年の敬老の日には何を贈りましたか？  
Q3. 贈った相手の年齢を教えてください

【単数回答】

※プレゼントを贈った方のみを対象としています。

n=305

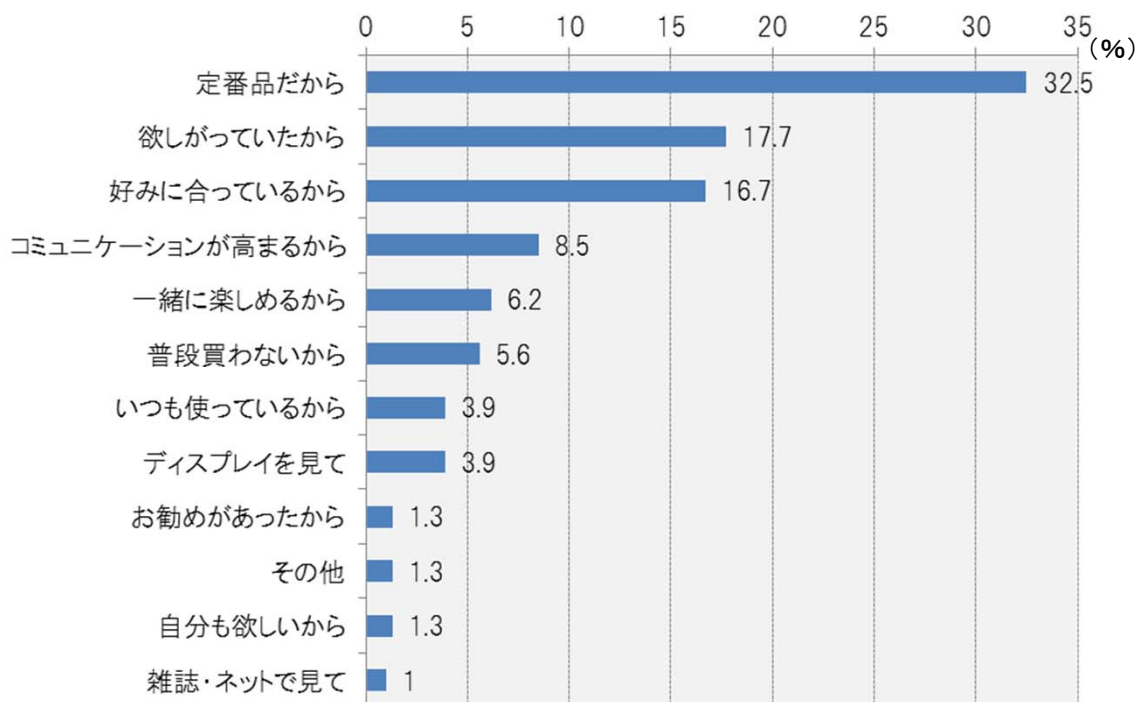


## Q4. それを贈ったのはなぜですか？

【単数回答】

※プレゼントを贈った方のみを対象としています。 n=305

- ・定番品だからという理由が最も多い
- ・「アクセサリ」は「本人の好みに合っているから」という理由で選ばれている
- ・「家電製品」は「本人が欲しがっていたから」という理由で選ばれている。



	(%)					
	定番品だから	欲しがっていたから	本人が普段買わないから	好みに合っているから	いつも使っているから	自分も欲しいから
お菓子・スイーツ類	37.7	22.8	4.4	21.1	2.6	-
食品	28.8	21.2	1.9	23.1	5.8	1.9
健康食品	46.2	23.1	7.7	-	15.4	-
お酒	44.4	29.6	7.4	14.8	-	-
上記以外の食品	75.0	-	-	-	-	-
洋服	37.0	22.2	7.4	22.2	-	-
アクセサリ	5.6	11.1	11.1	50.0	5.6	-
肌着・パジャマ	21.4	28.6	7.1	-	-	-
化粧品・美容関係	25.0	25.0	-	25.0	25.0	-
ヘルスケア用品	33.3	33.3	-	11.1	-	-
家電製品	25.0	37.5	25.0	-	-	-
お花	45.0	15.0	7.5	12.5	-	2.5
金券	42.9	14.3	7.1	-	21.4	-
現金	44.0	12.0	-	12.0	4.0	4.0
外食	23.5	11.8	-	8.8	-	-
その他	14.3	19.0	4.8	4.8	-	9.5

外食：一緒に楽しめるから(32.4%)

**Q5. 贈った時の様子を、具体的に教えてください[自由回答] 【抜粋】****父・義父にプレゼントを贈った方の自由回答**

- ・義父が好きなパズルの本をプレゼントしました。暇つぶしに良いようです。
- ・プレミアムビールなので普段買わないから喜んでた。
- ・孫と会えたことが一番のプレゼントだったようです。
- ・日常食べるものが一番だと言われます。
- ・子どもを連れて遊びに行き、「来てくれただけで嬉しい」と喜んでくれた。

**母・義母にプレゼントを贈った方の自由回答**

- ・義母に思い切って今まで着たことのないと思われる洋服をプレゼントしたところ、意外と好評でした。
- ・夕食を作り子供たちと一緒に過ごす喜んでくれる。
- ・母を囲んで家族みんなで、夕食を近く中華料理屋に出かけて食べた。久しぶりにゆっくり食事を楽しみながら、会話が弾んで和やかなひと時を過ごせた。

**祖父にプレゼントを贈った方の自由回答**

- ・普段買わないデンキシェーバーを贈るととてもよろこんでくれた。
- ・本人の好きな和菓子をプレゼントしたので、とても喜んでくれた。
- ・足が悪いので、休憩用に椅子をプレゼントすると早速使ってくれて喜んでました。
- ・涙ぐんでいた。

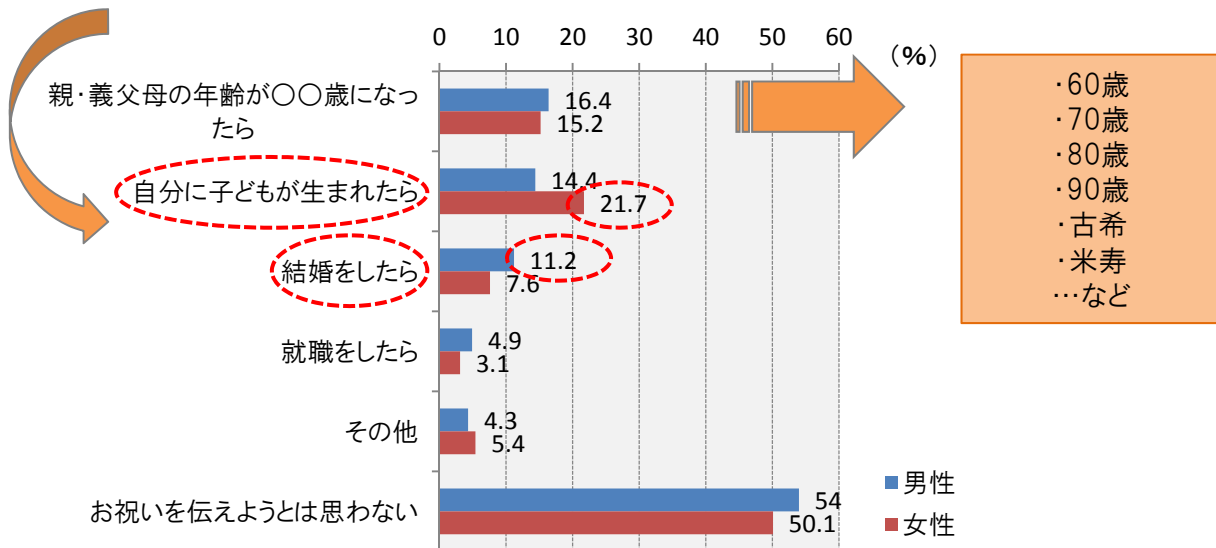
**祖母にプレゼントを贈った方の自由回答**

- ・「体に気を付けて」と伝えたところ、大変喜んでくれた。
- ・介護してあげたらすごく喜んでくれた。
- ・何が必要かを考えて毛布と長い座布団を贈ったら、使い心地がいいととても喜んでくれました。
- ・地元でしか売っていない珍しいお菓子を持って行ったところ、喜んでくれた。

## Q6. 自分の親に対して、敬老の日に長寿のお祝いを伝えようと思うようになるのは、どのようなタイミングからですか？[複数回答]

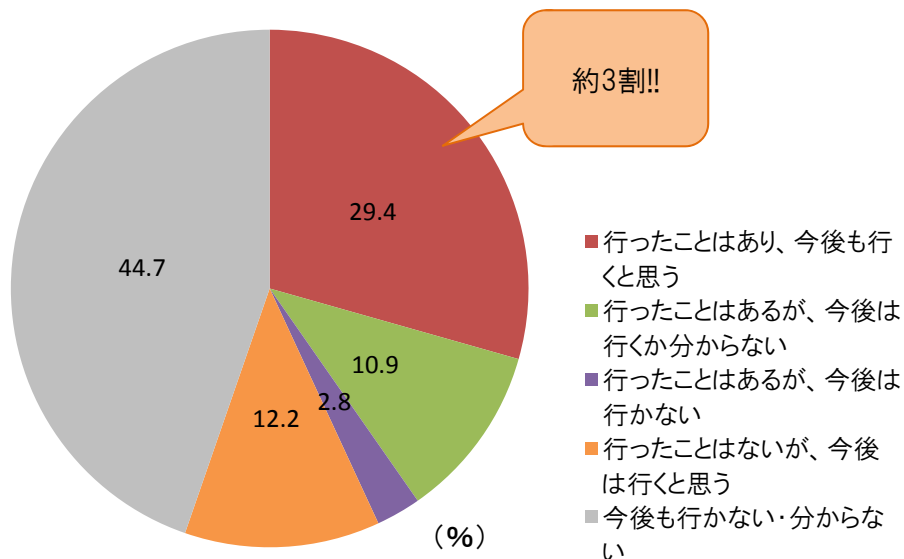
※家族に父母・祖父母がいる方のみ対象。 n=1610

・男性は結婚を機に、女性は出産を機に「自分の親に長寿のお祝い」を伝えようと思うようになるようだ。



## Q7. この5年以内に、自分の親と一緒に宿泊を伴う旅行に行ったことはありますか？ [単数回答]

※家族に父母・祖父母がいる方のみ対象。 n=1610



敬老の日に関するトレンドレポート編

「敬老の日に贈ったプレゼント」と「贈る相手」との関係



・全体としては、「お菓子・スイーツ類」が敬老の日のプレゼントとして人気だが、**贈る相手**によって違いが見られた！！



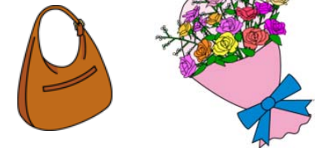
父・義父には「お酒」



母・義母、祖母には「服飾雑貨・アクセサリ」「お花」



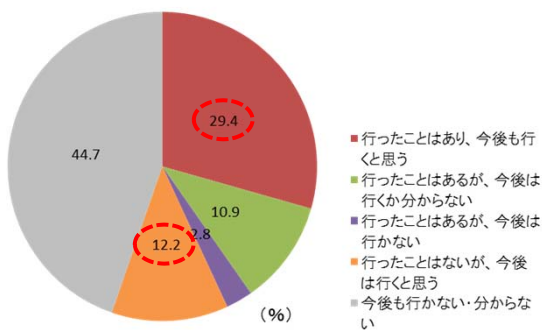
祖父には「家電製品」



敬老の日に、「旅行」をプレゼント!!

Q7.この5年以内に、自分の親と一緒に宿泊を伴う旅行に行ったことはありますか？ [単数回答]

※家族に父母・祖父母がいる方のみ対象。 n=1610



・今後、自分の親と「宿泊を伴う旅行を考えている人」が全体の4割を超えている！！

敬老の日に「旅行」をプレゼント！！  
 してみてもいいかもしれません。

例えば…

郵船トラベルは、敬老の日に合わせて、「ばしふいっくびいなすで行く、伊勢志摩クルーズ3日間」を運行！！  
 「真珠の町 鳥羽」や「城下町 松坂」を巡るツアーを提供しています！！



## マーケティング・コミュニケーションズのショッパー・リサーチサービス



## 適切なモニターをご用意いたします

- お客様の立場に立ち率直な意見を言えるモニター  
鋭い視点を持ったモニターをご用意いたします。

## トータルでのサポートをいたします

- お店の強みと課題がわかりやすい、報告書をご提案いたします。
- 店舗クリニックと合わせた、総合的なご提案を致します。

## ミステリーショッパー

- 徹底的にサポート致します
- ショッパーの視点、専門家の視点からの改善案を提案いたします
- ショッパー・リサーチを基に、プランニングのご提案、実施のサポートを致します
- 改善点が一目瞭然な報告書をご用意いたします
- 課題解決に向けた実践的な店舗改善の店頭強化メニューを提案いたします



## 店舗クリニック

- ショッパーの視点、専門家の視点からの改善案を提案いたします

## 【お客様モニター】

- 覆面で来店。模擬購買など接客を受けて、診断項目に従って評価。  
その評価に至った具体的な理由や印象など「生の声」も記入。

## 【専門家】

- お客様では評価の難しい、店舗環境やVMDなどの診断を項目に従い実施。



リサーチ&コンサルティング・サービス(RCS) 企画立案、調査から戦略提案、実施展開まで

**Relationship**

生活者、市場、クライアントとの“対話”と“絆”

**Customize**

“個別課題”に合わせた“最適解”をご提案

**Satisfaction**

企画から展開まで“一貫した”サービスにより“満足価値”を実現

## Information

## 【会社概要】

- 商号 株式会社マーケティング・コミュニケーションズ
- 創業 1958年(日本マーケティング研究所グループ 略称JMR)
- 設立 1973年
- ホームページ 会社案内 <http://www.mcto.co.jp>  
生活者サイト <http://www.opi-net.com>

- 個人情報の取り扱いについて  
株式会社マーケティング・コミュニケーションズは  
プライバシーマークを取得しています。



## 【レポートのお問い合わせ】

- 発行年月日: 2012年11月30日
- 編集・発行: 株式会社マーケティング・コミュニケーションズ  
〒102-0094  
東京都千代田区紀尾井町3-23  
文藝春秋新館  
TEL: 03-3222-4250 FAX: 03-3222-4258  
URL: <http://www.mcto.co.jp>  
<http://www.opi-net.com>  
Email: [support@mcto.co.jp](mailto:support@mcto.co.jp)

編集担当: 52週のMDチーム (担当: 伊藤)