



広がる孫関連マーケット
祖父母からの金銭援助 40代母にも4割

家計の子供費が削られるなか、それを補うポケットとして注目されるのが祖父母の存在。今回の調査では、もらったお年玉総額に対し祖父母からの割合が5割近くを占め、年間では平均2.3回のプレゼントを受け取っていた。

祖父母からのプレゼントが最も多いのは長子の年齢が0～6歳の世代で年3回以上が4割に上る。さらにこうしたプレゼント以外に、祖父母からお小遣い、家計補助など何らかの金銭援助を受けている世帯は37%(図1)。50代母はさすがに26%と少なかったが、40代母までは一貫して4割がお小遣いなどをもらっていた。

孫の日知っている56%

感謝はしているけど...母と祖父母の気持ちはすれ違う

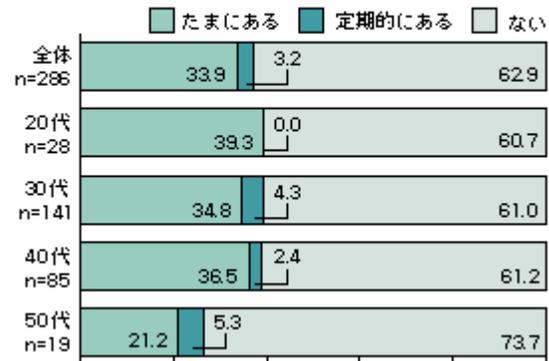
また、一昨年、日本百貨店協会が提唱した「孫の日」は全体で56%が認知(図2)。特に20代、30代では7割近くが知っていた。祖父母からのプレゼントや金銭援助について、多くの主婦(母)は「感謝している」(33%)のだが、中には「物を大事にしなくなるので与えすぎないで」(28%)といった困惑も伺えた。

また、「誕生日などイベントのときだけにして」(21%)という意見もあった。こうした点から考えると、与えたいけれど何が喜ばれるかわからない祖父母と、感謝しているけれど必要でないものは困るという母世代の気持ちのすき間に、ビジネスの入る余地がありそうだ。三世代で一緒に行動できて、母世代からも誘いやすい企画の提案が「孫の日」を広げていこう。

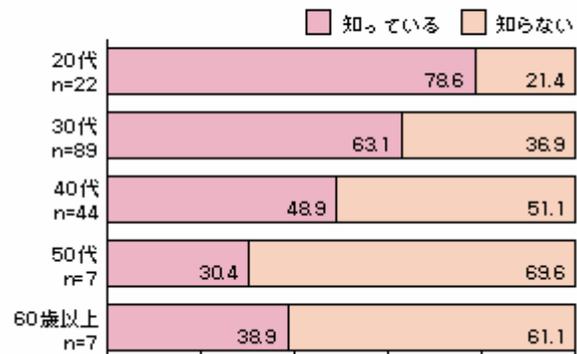
調査概要

リビング新聞2001年1月6日付紙面掲載アンケート(首都圏5版)
年代 20代9.3%、30代47.0%、40代30.0%、50代7.7%、60代以上6.0%

祖父母からの金銭援助/母親の年代別 (%)



孫の日を知っているか (%) 年代別



リビングくらしHOW研究所 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

【問い合わせ】 TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430



< 調査項目 >

- 1.孫の有無(年代別)
- 2.子供にとっての祖父母はいるか(年代別)
- 3.祖父母の同居の有無(年代別)(子供の人数別)
- 4.未就学児のお年玉の妥当金額(年代別)(子供の人数別)
- 5.小学校低学年のお年玉の妥当金額(年代別)
- 6.小学校高学年のお年玉の妥当金額(年代別)
- 7.中学生のお年玉の妥当金額(年代別)
- 8.高校生のお年玉の妥当金額(年代別)
- 9.大学生のお年玉の妥当金額(年代別)
- 10.今年お年玉をあげたか(年代別)(子供の人数別)
- 11.あげた子供の続柄(年代別)(子供の人数別)
- 12.未就学児にあげた金額(年代別)
- 13.小学校低学年にあげた金額(年代別)
- 14.小学校高学年にあげた金額(年代別)
- 15.中学生にあげた金額(年代別)
- 16.高校生にあげた金額(年代別)
- 17.大学生にあげた金額(年代別)
- 18.あげたお年玉の総額・昨年との比較(年代別)(子供の人数別)
- 19.自分の子供がもらったお年玉の金額の把握の有無(年代別)(子供の人数別)
- 20.長子のもらった総額(年代別)(子供の人数別)(長子の年齢別)
- 21.末子のもらった総額(年代別)(子供の人数別)(末子の年齢別)
- 22.<祖父母がいる>祖父母からもらった総額
(年代別)(子供の人数別)(長子の年齢別)(末子の年齢別)
- 23.祖父母以外でもらった相手の続柄(年代別)(子供の人数別)
- 24.お年玉で1万円以上のものを買ったか(長子の年齢別)(末子の年齢別)
- 25.「孫の日」の認知度(年代別)(子供の有無別)(長子の年齢別)(末子の年齢別)
- 26.<祖父母がいる>昨年1年間の祖父母からのプレゼント回数
(年代別)(子供の人数別)(長子の年齢別)(末子の年齢別)
- 27.<祖父母がいる>どんな時もらったか
(年代別)(子供の人数別)(長子の年齢別)(末子の年齢別)
- 28.<祖父母がいる>子供の塾・習い事費で祖父母の援助の有無
(年代別)(子供の人数別)(祖父母の同居の有無別)
- 29.<祖父母がいる>プレゼント・習い事費以外で祖父母の援助の有無(長子の年齢別)
(末子の年齢別)
- 30.<祖父母がいる>祖父母から孫へのプレゼントなどについて思うこと(年代別)
(子供の人数別)(プレゼント・習い事費以外の援助の有無別)

リビングくらしHOW研究所 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

【問い合わせ】 TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430