

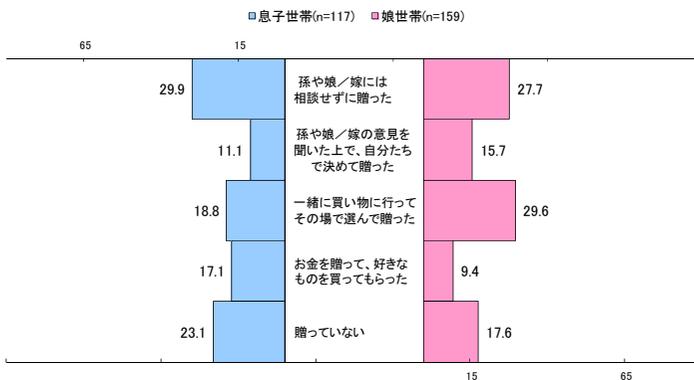


ママ(娘や嫁)に配慮しながら、孫にプレゼントを贈る祖母 娘側の孫には「リクエストを聞く」、息子側の孫には「お金を贈る」

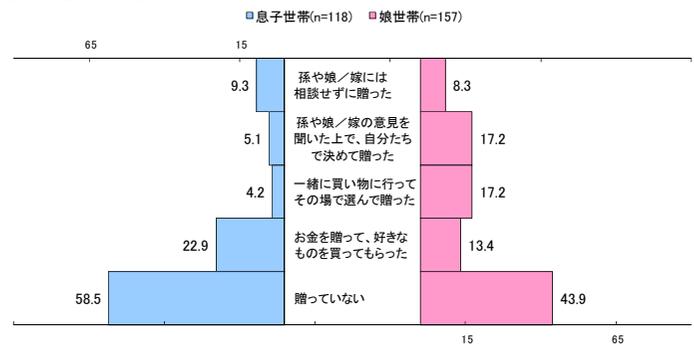
- 孫や娘・嫁に相談せずに贈っている物の上位は、「乳児服」「子どもの普段着」「知育玩具」。同じ衣類でも、高額な「おでかけ着」は、相談せずに贈ることはあまり多くない。全般に娘世帯の方が、「一緒に買いに行く」が多い。
- クリスマス・誕生日プレゼントは、娘世帯では「リクエストを聞く」、息子世帯では「お金を贈る」が高ポイントと、はっきり分かれた。
- 孫のために飲食物を買う際、「お菓子」「ジュースなど飲料」は、4割近くがママの希望を聞いている一方、「特に希望は聞かない」祖母も4割近くおり、二分している。ママ側の調査では「祖母が子どもにお菓子を与え過ぎる」という意見が多く見られ、希望を聞かない祖母に対しては不満が高いようだ。
- 孫が遊びに来るときの食事は、「孫が喜ぶ料理」がトップ。祖母が腕を振るう様子が浮かぶ。注目は「普段は食べない高めの外食」が、息子世帯が娘世帯より10ポイント以上高い点。お嫁さんとの味の違いにも気を遣うし、外食で普段食べないおいしいものを食べた方がラクというのが、義母としての本音か。

●孫への物をどのように選びましたか？

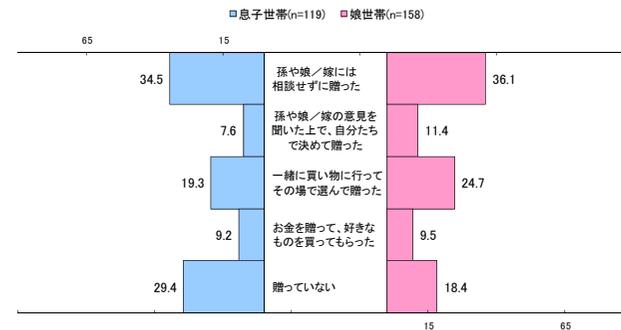
【乳児服】



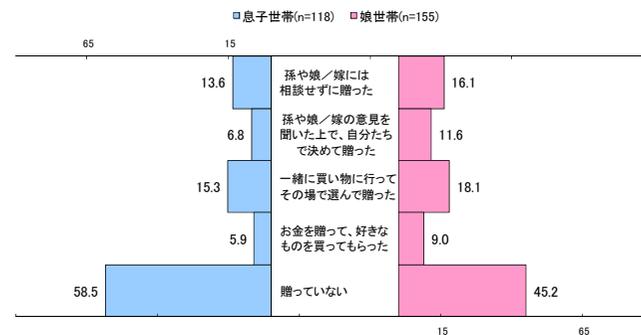
【節句人形】



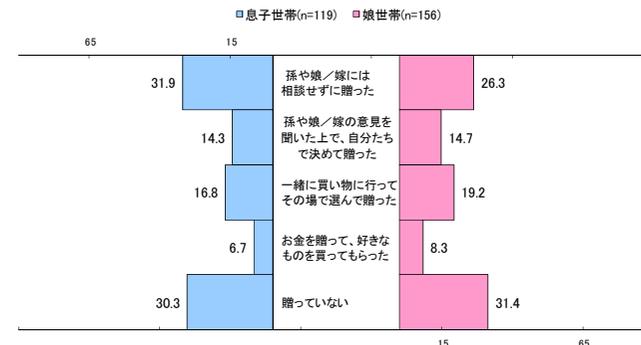
【孫の普段着】



【孫のおでかけファッション】



【知育玩具】



●児とママの情報誌「あんふあん」

私立幼稚園に通う園児とママのための情報誌。子育て情報はもちろん、地域密着情報を発信し子育てライフをサポートしています。

(あんふあんサイト
<http://www.enfantliving.jp>)

リビングくらしHOW研究所

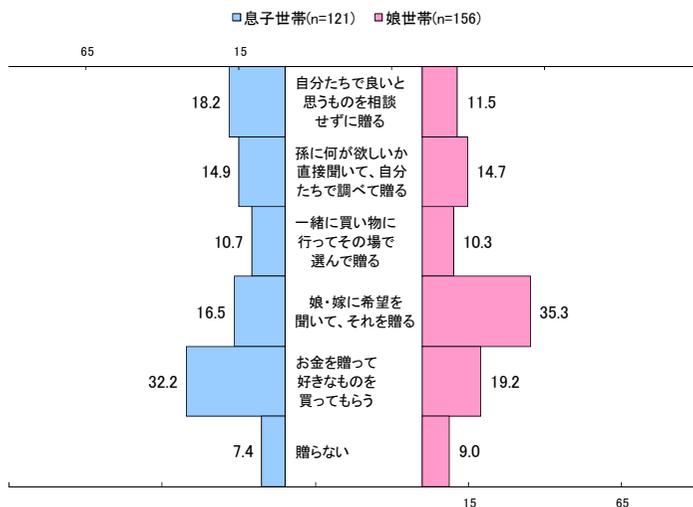
女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

ウェブサイト
<http://www.kurashihow.co.jp>

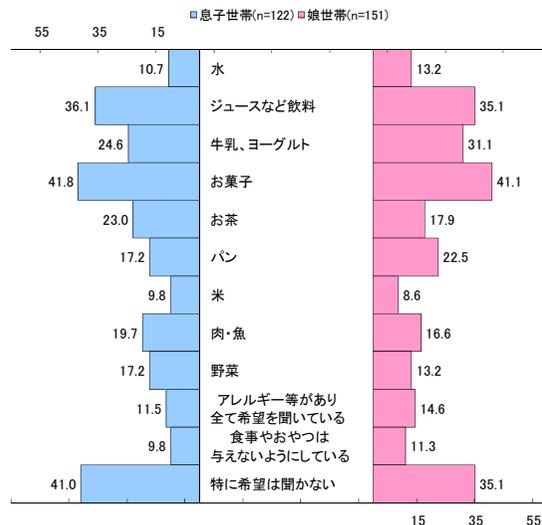
問い合わせ
TEL03-5216-9420
FAX03-5216-9430



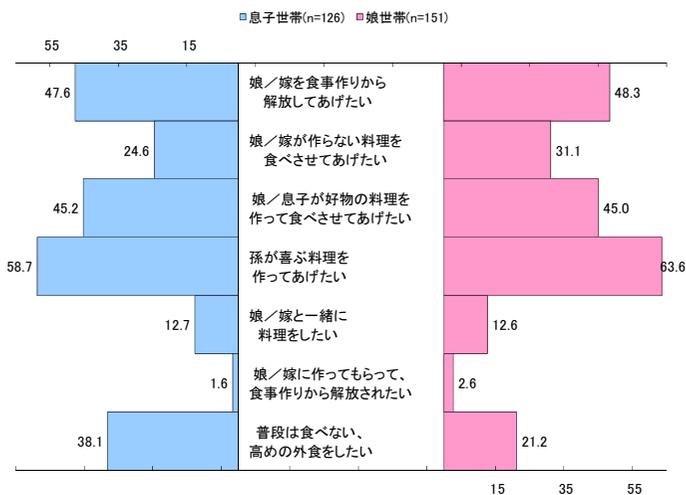
●クリスマスや孫の誕生日にどのように贈りますか?



●孫のための飲食物で用意・購入する際、娘・嫁の希望を確認するものは?



●娘や息子が孫を連れて自宅に来る時の食事について



●飲食物以外で孫のために用意・購入する際に娘・嫁の希望を確認するものは? (FA抜粋)

- オムツ、お尻拭き、ボディシャンプーは娘の選んだ銘柄を購入している。大きな玩具はその都度相談する。(神奈川・57)
- 洋服はすべて別居しているお姑さんが送ってくれています。みごとにすべてが、パジャマまでブランド品です。こちらの出る幕はございません。(千葉・61)
- 嫁自身がこれというものを言わないので、こちらで買うのは止めている。衣料品でも気に入らないものは、孫が気に入っても着せないでしまっているらしいから。全て一緒に買いに行くか、お金を渡して購入してもらう(これが一番良い方法みたい)。(香川・61)
- 靴を買うときにはデザイン、メーカーは聞くようにしている。(神奈川・62)
- 本は興味を持っているものを聞いて選ぶ。衣類も今、必要としているものを聞く。(神奈川・62)
- 洋服は嫁の好みがあるので、一切買わない。おもちゃ等は孫が選んだ物を買ってあげる。(兵庫・67)
- 婿の親とはちがうものをリクエストされて言われるものを贈る このたびの誕生日はプラレール。(兵庫・53)
- ジュース、お菓子(チョコレート、キャンディ)は与えていいのか?と聞く。(東京・61)

育児とママの情報誌「あんふぁん」 私立幼稚園に通う園児とママのための情報誌。子育て情報はもちろん、地域密着情報を発信し子育てライフをサポートしています。(あんふぁんサイト <http://www.enfantliving.jp>)

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

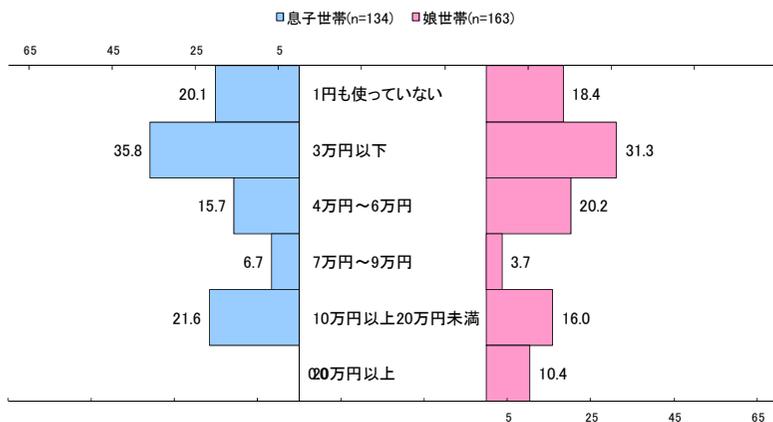


5割が孫のためにネットで情報収集。4人に1人はスマホ使用
「子・孫消費」は娘や嫁の意見を聞く人が半数

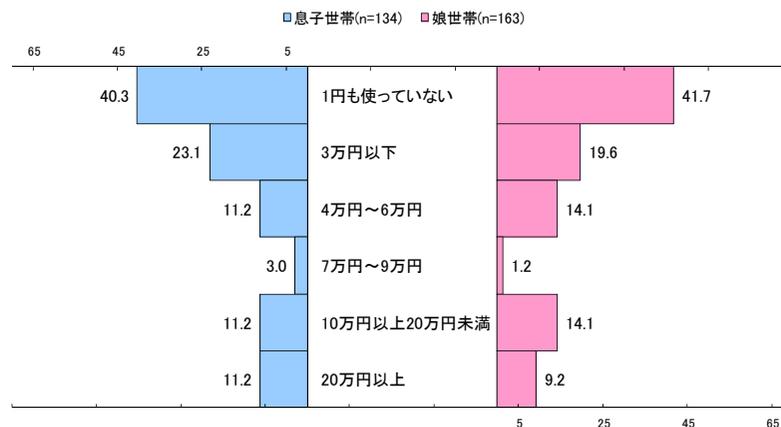
- 孫に対する消費金額も娘世帯の方がすべての項目において高くなっている。
- 半数の祖母は、孫のために商品やサービスについての情報収集をしている。フリーアンサーでは、ネット利用が多く見られた。祖母とはいえ、50～60代の多い世代は、ネット利用も当たり前なのだ。祖母の4人に1人はスマホ利用者でもある。
- 「セダン型から8人乗りのワンボックスへ」「孫が倒れても平気なようにコルクマット」を—など、孫や娘・嫁のために購入したものは多岐にわたる。購入する際、娘・嫁の意見を参考にした人は5割。孫のために何かしたいが、孫のことはよく分からない。そのため、祖母の孫消費は、娘・嫁(=ママ)の意見に左右される。

●孫のために1年間どれくらいお金を使っていますか?

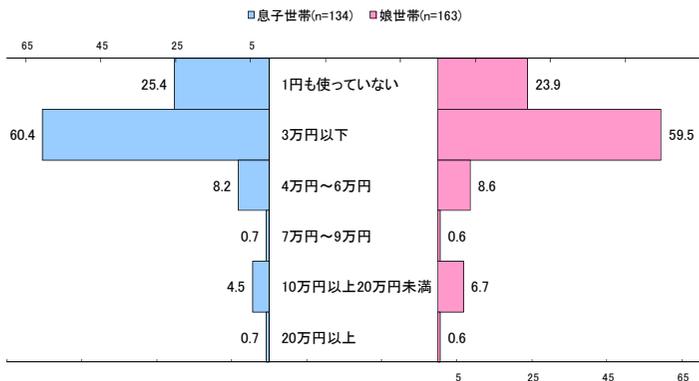
【節句や新入学、誕生日やクリスマスプレゼント】



【孫を連れて3世代の旅行やレジャー】



【おやつや玩具】



■**児とママの情報誌「あんふぁん」** 私立幼稚園に通う園児とママのための情報誌。子育て情報はもちろん、地域密着情報を発信し子育てライフをサポートしています。(あんふぁんサイト <http://www.enfantliving.jp>)

■**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。

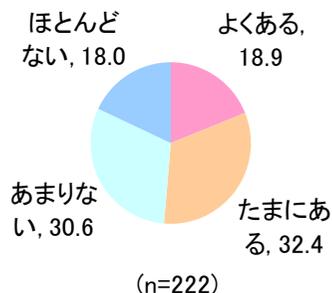
ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430

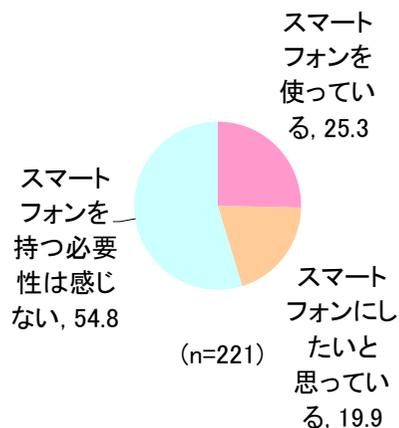


●孫のための情報収集

【孫のための情報を自分で調べることはありますか?(娘・嫁に聞く以外で)】



【スマートフォンの使用について】



●どうやって調べていますか?(FA抜粋)

- 子どもたちが幼いころはそれほどベビーブランドが充実していなかったけれど、今はビックリするくらいの種類があるので、ネットでベビー・ブランド・〇〇(欲しい商品名)と検索してそこから一つ一つの口コミレビューで商品を選んでいる。会員制の通販ではベビーや幼児の衣類・アイテムなども扱っているの、聞いた事のないブランドは同じく検索で評判を見て、よかったらそこで購入している。(東京・55)
- 男の子が好みそうなキャラクターなどをネットで調べたりしている。(東京・59)
- 常にネットでおもちゃやゲーム、洋服などのチェックをしている。おもちゃ売り場なども一人でうろろして、どんなものがあるのか見たりしている。孫が来たときに喜ぶ、テレビ番組やゲームも一緒に見て次は何を買ってあげようか楽しんでいる。(京都・59)
- 子ども売り場に行き 実際に商品を見て回る。孫を口実にカジュアルショップなどを 堂々と最近見て回れるので楽しい。もともとサンリオショップなど好きだったけど 孫が生まれる前はさすがに抵抗があったので、入りづらかったけれど主人とも相談しながらあれこれ見て回るのが楽しみになっている。自分の子どもは男の子だったので女の子の孫の洋服なども 選ぶのが楽しい。幸い安い服でも喜んで着せてくれるのでありがたい。(千葉・60)
- 年齢相応の知育玩具などをデパートのおもちゃ売り場で店員に教えてもらう。(東京・55)

●祖父母世帯の物で娘・嫁や孫を意識して購入したのは何ですか?(FA抜粋)

- セダン型から8人乗りのワンボックスカーへ。(熊本・64)
- 車・夫婦2人だけだったら軽自動車でもいいが孫たちも一緒に思いワゴン車を購入。(東京・62)
- 車を買替える時にスライドドアの車種にした。(宮城・67)
- ウォーターサーバー。粉ミルク用。(大阪・50)
- コルクマット・カーペット/埃がたまらなく転んでも痛くなく、カーペット自体に抗菌防臭などの機能があるものを選んだ。ミネラルウォーター/外国製でミルク用に最適と言われているミネラルウォーターを頼んでいる。(東京・55)
- プラレールで作ったレールをそのままに出来る、プラレールルーム。(東京・58)
- 家を建てる計画だが、孫が危なくないような設計にしようと考えている。(千葉・53)

■**児とママの情報誌「あんふぁん」** 私立幼稚園に通う園児とママのための情報誌。子育て情報はもちろん、地域密着情報を発信し子育てライフをサポートしています。(あんふぁんサイト <http://www.enfantliving.jp>)

■**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