

ビデオリサーチのシニアマーケティングプロジェクト「エイジングラボ」では、
「敬老の日」を9月17日に控え、プレゼントに関する調査を実施しました

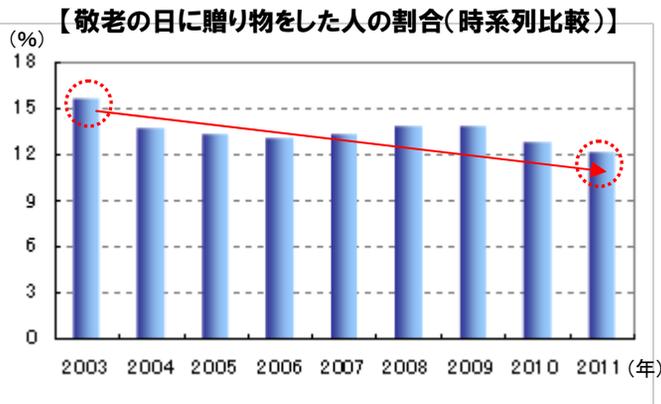
やっぱり嬉しいのは、家族とのふれあい

敬老の日に・・・		【贈りたいもの】		【贈られたいもの】	
①食べ物	22%	①なし・不要	48%	②一緒に食事	13%
②一緒に食事	21%	③何でも嬉しい	7%	③気持ちで充分	7%
③お花	15%				
ふれあい系計 34%		ふれあい系計 33%		モノ系計 19%	
モノ系計 54%		モノ系計 19%			
n=834		n=54(60歳以上で集計)			

※自由回答結果をコーディング処理

来週17日は「敬老の日」ですね。プレゼントに何を贈ろうかと迷っている方も多いのではないのでしょうか？

祝う側が、敬老の日のプレゼントに考えているものベスト3は「食べ物」22%、「一緒に食事」21%、「お花」15%という結果でした。他にも「衣類」「健康グッズ」などの「モノ系」を贈りたいと考えている人が多くなっています。それに対し、祝われる側は「なし・不要」がトップ、「一緒に食事」13%、「何でも嬉しい」「気持ちで充分」7%と、上位に具体的なモノは挙がっていません。食事の他にも「遠距離在住の孫からの電話」「会話」「手紙」といった、「ふれあい系」が「モノ系」を上回っています。形あるモノよりも、敬老の日をきっかけにした子や孫との交流に喜びを感じている様子が見えられます。



さて、その「敬老の日」ですが、2003年のハッピーマンデー制度実施以降、それまで9月15日だった「敬老の日」は9月の第3月曜日となり、「独立した祝日」から「三連休の一部」へと暦の上で変わりました。ビデオリサーチが実施しているACR調査では、制度変更の2003年以降、「敬老の日」に贈り物をする人の割合は減少傾向にあります。日にちが固定でなくなったことで、単なる連休となりお祝いする意識も薄れつつあるのかもしれませんが、また、いつまでも若くアクティブなシニアが増えていることで敬「老」という響きに抵抗感を感じて特に何もしない、という方もちらほら・・・。せつかくの祝日、家族の気持ちを通わす一日にしてみてもいかがでしょうか？

《調査概要》

<プレゼントに関する調査>

■調査方法: インターネット調査 ■調査地域: 全国 ■調査期間: 2012/9/1-5 ■調査対象者: 有効回答者2355s

<ACR調査>



ACR調査は、ひとりの生活者に対して媒体接触状況と、消費・購買状況を同時に測定した調査です。生活意識など含む約1200項目をランダム抽出による代表性のあるサンプル8,700s(主要7地区計)で測定した日本最大規模のシンジケートデータです。約40年に渡る継続調査のため、生活者の変化を長期に渡り捉えることが可能です。

■調査方法: 質問紙訪問留置調査 ■調査地域: 全国7エリア(関東・関西・名古屋・北部九州・札幌・仙台・広島)
■調査期間: 毎年5月実施 ■調査対象: 男女12~69才 約8700s ■標本抽出法: エリア・ランダム・サンプリング

※ビデオリサーチ「ACR」の詳細については以下をご参照ください

<http://www.videor.co.jp/service/media/acr/index.htm>

アクティブシニア研究を推進する「エイジングラボ」について

ビデオリサーチでは、外部有識者・専門家の方も交えた横断型のシニアマーケティングプロジェクト「**エイジングラボ**」を立ち上げ、「元気な生活者であるシニア(アクティブシニア)」について、生活行動や日常意識、消費のきっかけを探る取り組みを行っております。

エイジングラボでは、誰もが経験する「加齢(エイジング)」に着目し、「エイジングイベント(=加齢による身体的変化を意識するきっかけ)」と「ライフイベント(=出産・進学・結婚・住宅取得などの人生における生活上の大きな変化を伴う出来事)」の両視点に世代特性を加味した独自の切り口から、アクティブシニア研究を進めております。

このプロジェクトでの研究結果と、当社の豊富なデータ、独自のノウハウを活用し、シニアマーケティング戦略をサポートしていきます。研究結果は随時ご報告していきますので、ぜひご注目ください。