

クリスマスプレゼントについて

クリスマスプレゼントの起源は、イエス誕生の際に東方の三賢人が3種の贈り物を捧げたのが始まりとされ、その3種とは黄金とフランキンセンス(乳香)とミルラ(没薬)と言われています。また、日本では12月の中頃、北米では11月下旬がいわゆるクリスマス商戦と言われる消費意欲が向上する期間であり、期間を挟んだ前後1月で、年間に対して北米では実に4割超日本でも2割超のセールスが集中すると言われています。

今回は「総合嗜好調査」を利用して、クリスマスプレゼントに関するデータを見ていきます。

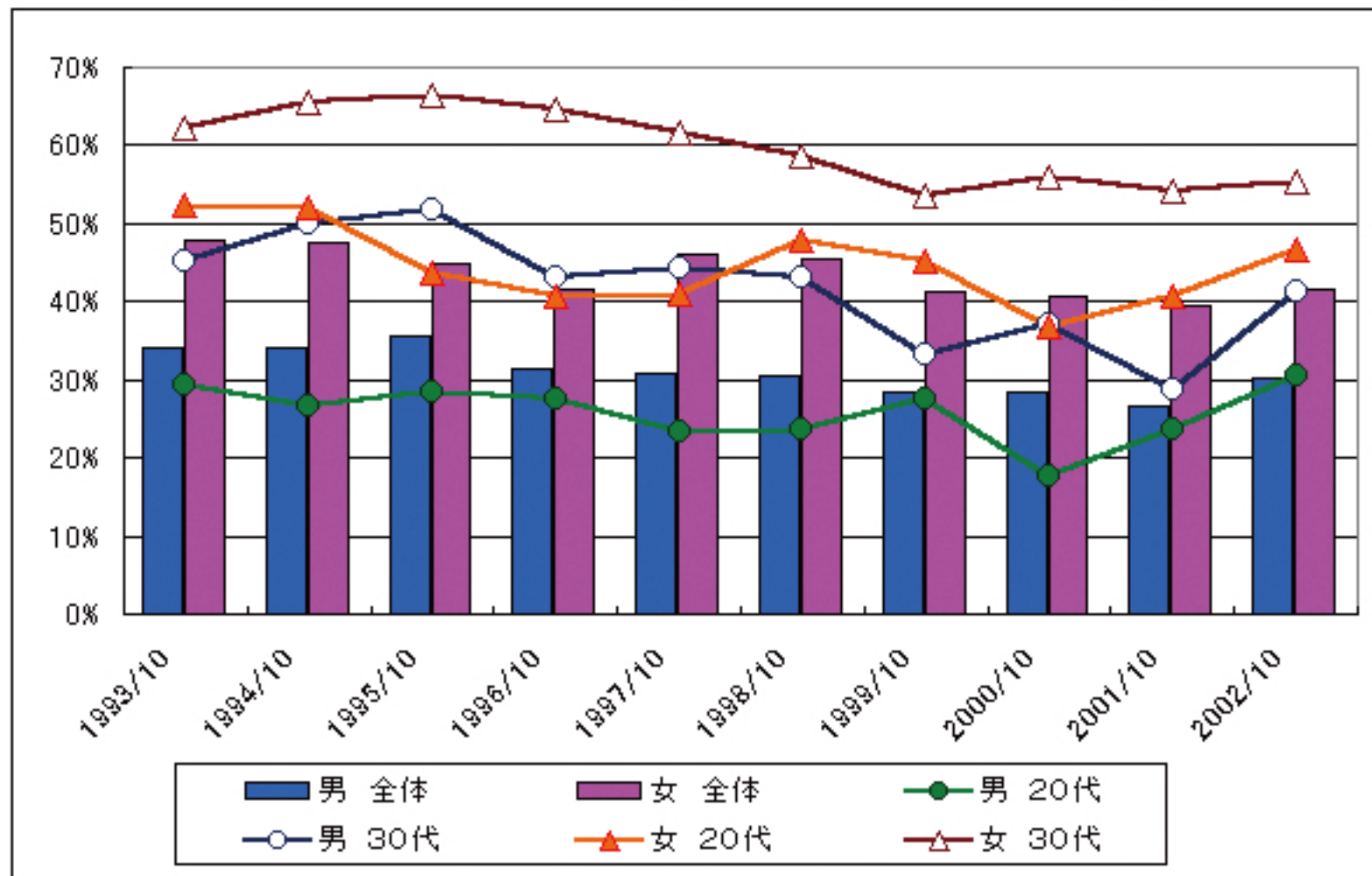
- ★ クリスマスプレゼントをする人の過去20年間における変化は？
- ★ 性・年代別に見たクリスマスプレゼントをする人の時系列変化は？
- ★ クリスマスプレゼントをかかさず行う人のプロフィールは？

■性年代別にクリスマスプレゼントの時系列変化を見る

集計ソフトCV21で集計できる1994年以降について、性年代別にクリスマスプレゼントをする人の時系列変化を見る。

性別では、女性の方が多いが、若干減少傾向が見られる。

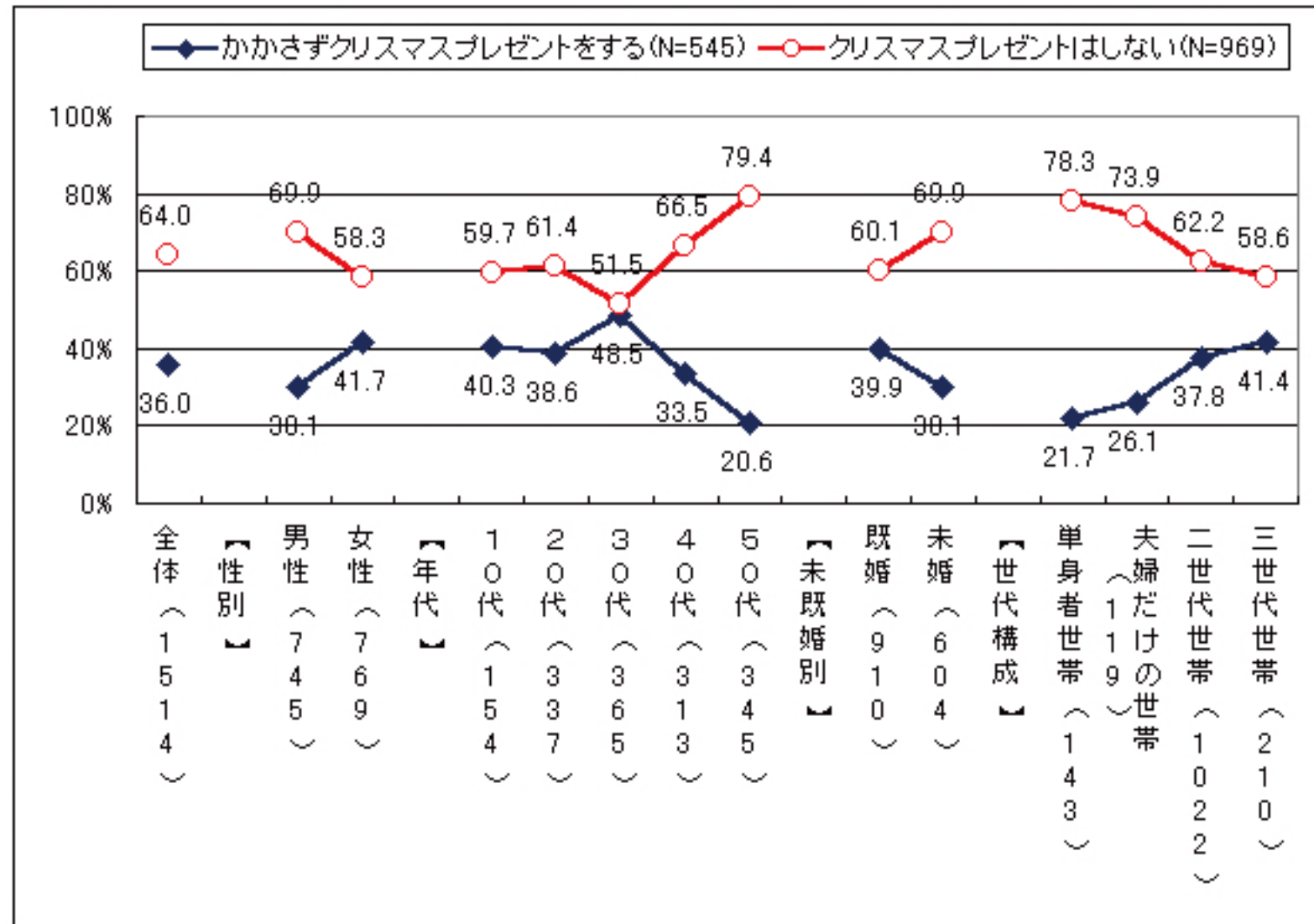
年代別では、男女とも20代は2001年から再び数値が上がるが、30代はクリスマスプレゼントをする人が年々減っていることが分かる。



■クリスマスプレゼントをする人のプロフィールを見る

かかさずする行事として、クリスマスプレゼントをあげた人のプロフィールを見る。

性別では、男性より女性の方が多。年代別では30代が最も多く、次いで10代、20代。世代構成で見ると、単身者より、子や孫がいる世帯の方がクリスマスプレゼントをよくしていることが分かる。



■クリスマスプレゼントとお年玉を比較する

かかさずする行事として、「クリスマスプレゼント」と「お年玉」の数値の比較をすると、全体的にお年玉が高い傾向となった。

年代別では、お年玉の「もらう」10代、「あげる」40～50代の数値が非常に高くなっている。また世代構成は、クリスマスプレゼントもお年玉も同居世代が多くなるほど数値が高くなり、特にお年玉の数値の上がり方が目立つ結果となっている。

