

2020年12月10日



バンダイこどもアンケートレポート Vol.258



「今年のクリスマスに関する意識調査 2020」結果

～サンタさんへのプレゼントの願いは手紙に書いて枕元に～

TOPIC① : 親から子どもへのクリスマスプレゼント平均予算は 8,192 円(昨年比 494 円減)。

TOPIC② : 新型コロナウイルスの影響に関して

- ◆クリスマスプレゼントの予算に新型コロナウイルス感染拡大の影響を受けたと回答した人は 14.6%。「影響を受けた」人の内訳は「増額予定」が「減額予定」より多い結果に。
- ◆プレゼントの購入場所は「店頭」派と「ネット通販」派が半々に。

TOPIC③ : 欲しいクリスマスプレゼントの認知経路は

- 1位「友達」、2位「店頭」、3位「テレビ番組(アニメ)」。
- 前回同設問の調査(2016年)では4位の「友達」が今回1位に。

TOPIC④ : サンタさんにプレゼントをお願いする方法は「手紙」が 65.6%、「親への伝言」が 30.6%。

- ◆親に聞いた、子どもからのプレゼントのリクエストで困ったこと  
子:「本物の新幹線が欲しい！」親:「大きくて重すぎるからサンタさん運べないよ。」

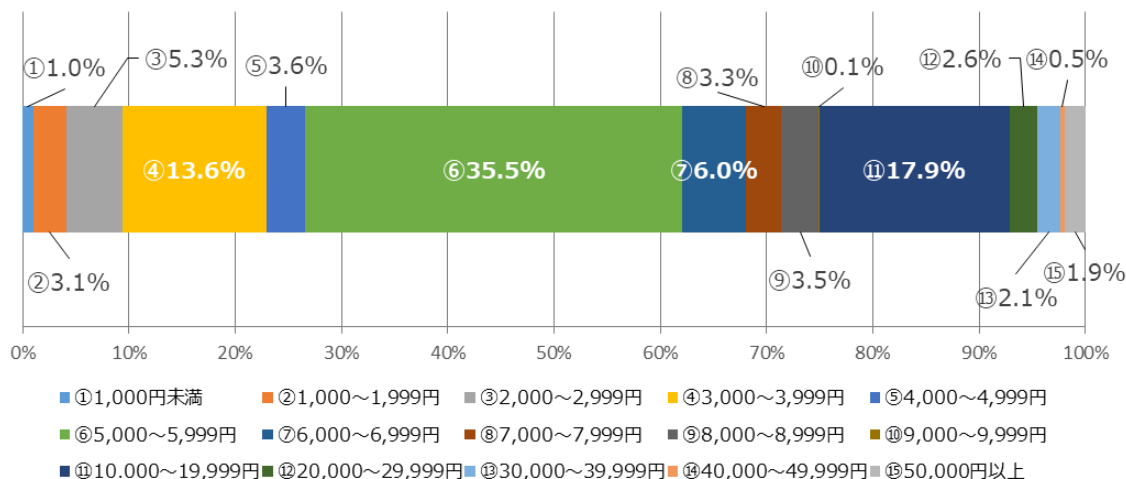
総括 : バンダイからのコメント

株式会社バンダイ(代表取締役社長:川口勝、本社:東京都台東区)は、クリスマスシーズンにあわせ0～12歳の子どもを持ち、クリスマスプレゼントの購入予定があり、プレゼントの選定に関与する予定がある親800人を対象に、「今年のクリスマスに関する意識調査2020」を実施しました。調査結果を以下の通り発表します。(実査期間:2020年11月6日(金)～9日(月))

TOPIC①:親から子どもへのクリスマスプレゼント平均予算は 8,192 円(昨年比 494 円減)。

親から子どもへのクリスマスプレゼントの予算の平均金額は 8,192 円で、昨年の 8,686 円から 494 円減額となり、昨年比から減額したのは 5 年ぶりとなりました。一方で、一昨年の平均金額 7,624 円と比較すると 568 円増額しています。予算のボリュームゾーンは、「5,000 円～5,999 円」が 35.5%で最も多く、次いで「10,000～19,999 円」(17.9%)という結果になりました。

【クリスマスプレゼントの予算】(数値回答 n=800)



**TOPIC② :新型コロナウイルスの影響に関して**

- ◆クリスマスプレゼントの予算に新型コロナウイルス感染拡大の影響を受けたと回答した人は14.6%。「影響を受けた」人の内訳は「増額予定」が「減額予定」より多い結果に。
- ◆プレゼントの購入場所は「店頭」派と「ネット通販」派が半々に。

クリスマスプレゼントの予算に、新型コロナウイルス感染拡大の影響を受けたと回答した人は14.6%でした。また、影響を受けたと回答した人の予算の増減は「増額予定」が65.2%で、「減額予定」の34.8%より多い結果となりました。増額の理由として多かったものは、「長い自粛期間を耐え、がんばったご褒美にしたいから」「レジャーや旅行の支出が減ったから」(各19.7%)で、自粛期間中に旅行や遊びなどを我慢した子どもにご褒美をあげたいという親の気持ちが見受けられました。

**【新型コロナウイルス感染拡大の影響によるクリスマスプレゼントの予算の増減の理由】**

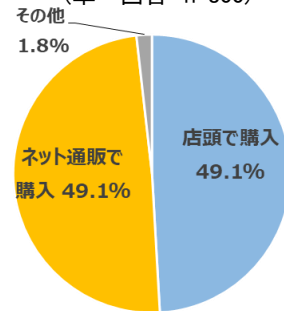
(単一回答 n=66)※新型コロナウイルス感染拡大の影響を受けたと回答した人で予算が増減する予定の人ベース

増額の理由	
長い自粛期間を耐え、がんばったご褒美にしたいから	19.7%
レジャーや旅行への支出が減ったから	
生活スタイルが変わり、貯蓄に余裕ができたから	9.1%
収入が増えたから	7.6%
「特別定額給付金」(1人当たり10万円)が給付されたから	
祖父母や親戚からのサポートがあるから	1.5%

減額の理由	
収入が減ったから	19.7%
在宅時間が増え、生活費が増えたから	6.1%
自粛期間中、子どものための出費を増やしたから	4.5%
レジャーや旅行への支出を増やしたから	3.0%
今後の先行きが見えず、家計に不安を感じるから	1.5%

**【クリスマスプレゼントの購入方法】**

(単一回答 n=800)



また、クリスマスプレゼントの購入方法について聞いたところ、「店頭で購入」と回答した人と「ネット通販で購入」と回答した人がいずれも49.1%でした。昨年の購入方法についての回答(店頭:51.9%、ネット通販:47.1% ※後述:4頁参考データ②)と比較しても、ほとんど変化は見られませんでした。

**TOPIC③ :欲しいクリスマスプレゼントの認知経路は1位「友達」、2位「店頭」、3位「テレビ番組(アニメ)」前回同設問の調査(2016年)では4位の「友達」が1位に。**

**【欲しいクリスマスプレゼントの認知経路】**

(複数回答 n=503)※何かしら欲しいがっているクリスマスプレゼントがある人ベース

欲しいプレゼントの認知経路 全体 TOP5			0~2歳 TOP3			6~8歳 TOP3		
1位	友達	17.7%	1位	テレビ番組(アニメ)	24.6%	1位	友達	17.9%
2位	店頭	13.9%	2位	父母がすすめた	14.5%	2位	店頭	16.7%
3位	テレビ番組(アニメ)	12.9%	3位	店頭	10.1%	3位	テレビ番組(アニメ) YouTube	10.9%
4位	YouTube	9.7%	3~5歳 TOP3			9~12歳 TOP3		
5位	テレビCM	9.1%						
			2位	店頭	16.2%	2位	YouTube	13.4%
			3位	友達 テレビCM	11.0%	3位	店頭	10.6%

子どもが「今年プレゼントに欲しい」と言っているプレゼントをどこで知ったかについて聞いたところ、1位「友達」(17.7%)、2位「店頭」(13.9%)、3位「テレビ番組(アニメ)」(12.9%)という結果になり、前回の同設問である2016年の調査(※後述:4頁参考データ③)では4位だった「友達」が1位にランクインしました。学齢別で見ると、学齢が上がるにつれて「友達」や「YouTube」から知ったという人が多くなる傾向にある一方で、「店頭」で知ったという人はどの学齢においても一定数いることが分かりました。

TOPIC④ : サンタさんにプレゼントをお願いする方法は「手紙」が 65.6%、「親への伝言」が 30.6%。

◆親に聞いた、子どもからのプレゼントのリクエストで困ったこと

子:「本物の新幹線が欲しい！」親:「大きくて重すぎるからサンタさん運べないよ。」

クリスマスにサンタさんに欲しいプレゼントをお願いしている子どもに、お願いをする方法を聞いたところ、1位「手紙を書く」(65.6%)、2位「親に代理で伝えてもらう」(30.6%)という結果になりました。最も多い方法の「手紙」は、書いたものを「枕元に置いておく」「クリスマスツリーの近くに置いておく」などの回答が多く見られました。

#### 【サンタさんにプレゼントをお願いする方法】

(単一回答 n=340)※サンタさんへお願いをしている人ベース

サンタさんへプレゼントをお願いする方法		
1位	手紙を書く	65.6%
2位	親に代理で伝えてもらう	30.6%
3位	電話をする	0.6%
4位	メールをする	0.3%
	SNSで伝える	

また、子どもからのクリスマスプレゼントのリクエストで困ったものについて聞いたところ、さまざまな回答がありましたので、その中からバンダイ広報がほほえましいと感じた回答を一部ご紹介いたします。「本物の恐竜が欲しい」など子どもの無邪気なお願いに、親が頭を悩ませながらも、工夫して答えている様子が見受けられました。

子どもからのプレゼントのリクエストで困ったものを一部紹介(原文ママ)	
子どものリクエスト	親の返答
「本物の新幹線が欲しい！」	「大きくて重すぎるからサンタさん運べないよ。」
「本物の恐竜を飼って、飼育してみたい！」	「今は恐竜は絶滅してしまったから、おもちゃの恐竜を買って一緒に遊ぼう。」
「本物の車が欲しい！」	「パパママの方が欲しい。」
「終了してしまった番組のグッズが欲しい」	「(主人公が)星に帰っちゃったからもうサンタさんも会えないんだよ。」
「弟が欲しい」	「サンタさんは忙しいので、お店に売ってる、分かりやすいものをお願いしないと、間違えて違うものを届けてしまうかもしれないよ。」
「朝起きたら身長180cmになる」	「体に変化はないと思うよ。プレゼントは、もらえるかも。」

#### 【バンダイからのコメント】

1995年から実施している「クリスマスに関する調査」は今年で26年目を迎えました。今年は新型コロナウイルスの感染拡大によって、生活が大きく変わった年でしたので、お子さんのクリスマスにも何か影響があるのではないかと考えていましたが、例年と変わらず、1年間頑張ったご褒美として、お子さんが欲しいものを買ってあげたいという親御さんの気持ちが伺える結果となりました。

また、「子どもがクリスマス直前に欲しいプレゼントを買ってもらうために何か頑張っていることはあるか」という調査では、「お手伝いをする」「宿題を率先してやる」「習い事を頑張る」などの回答が多く見られ、お子さんが欲しいプレゼントを買ってもらうように、親御さんやサンタさんへアピールしている様子が見受けられました。

**参考データ①**

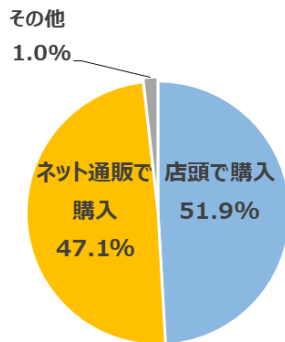
・クリスマスプレゼントの平均予算(過去7年)

年	2019年	2018年	2017年	2016年	2015年	2014年	2013年
平均予算	8,686円	7,624円	6,971円	6,815円	6,512円	6,905円	6,253円

**参考データ②**

・昨年のクリスマスプレゼントの購入方法

(単一回答 n=769) ※昨年プレゼントをあげた人ベース



**参考データ③**

・プレゼントの認知経路(2016年)

(複数回答 n=388) ※何かしら欲しがっているプレゼントがある人ベース  
※2020年調査と一部選択肢の変更あり

子どもが欲しがるプレゼントの認知経路		
1位	テレビ番組(アニメ)	29.4%
2位	テレビCM	21.9%
3位	店頭	19.1%
4位	友達	11.6%
5位	YouTubeなどの動画サイト	10.8%

**参考データ④**

【今年購入予定のクリスマスプレゼント】(単一回答 n=800)

今年子どもに購入予定のクリスマスプレゼント 総合TOP5		
1位	ゲームソフト	14.9%
2位	ブロック・積み木・パズル	10.6%
3位	人形・フィギュア	7.6%
4位	ぬいぐるみ	6.3%
5位	キャラクターのなりきり・変身玩具本	5.8%

0~2歳 TOP3		
1位	ブロック・積み木・パズル	26.5%
2位	ぬいぐるみ	11.0%
3位	車玩具	10.0%

3~5歳 TOP3		
1位	人形・フィギュア	13.0%
2位	キャラクターのなりきり・変身玩具	11.0%
3位	おままごとセット・調理玩具	10.5%

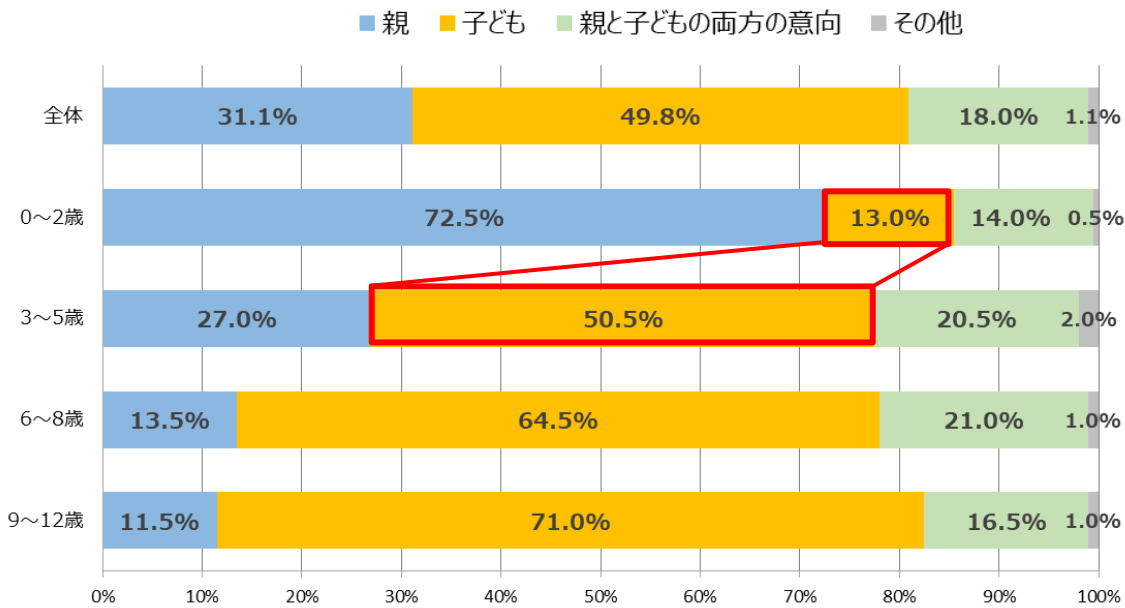
6~8歳 TOP3		
1位	ゲームソフト	20.0%
2位	人形・フィギュア	10.0%
3位	ブロック・積み木・パズル	9.0%

9~12歳 TOP3		
1位	ゲームソフト	36.5%
2位	本	10.0%
3位	衣服・服飾雑貨・コスメ	7.0%

**参考データ⑤**

**【購入するプレゼントの決定意向者】** (単一回答 n=800)

子どもに今年購入予定のクリスマスプレゼントの決定は、「**子どもの意向**」が49.8%、「**親の意向**」が31.1%。  
3～5歳以降から子どもの意向で決める家庭が増える傾向に。

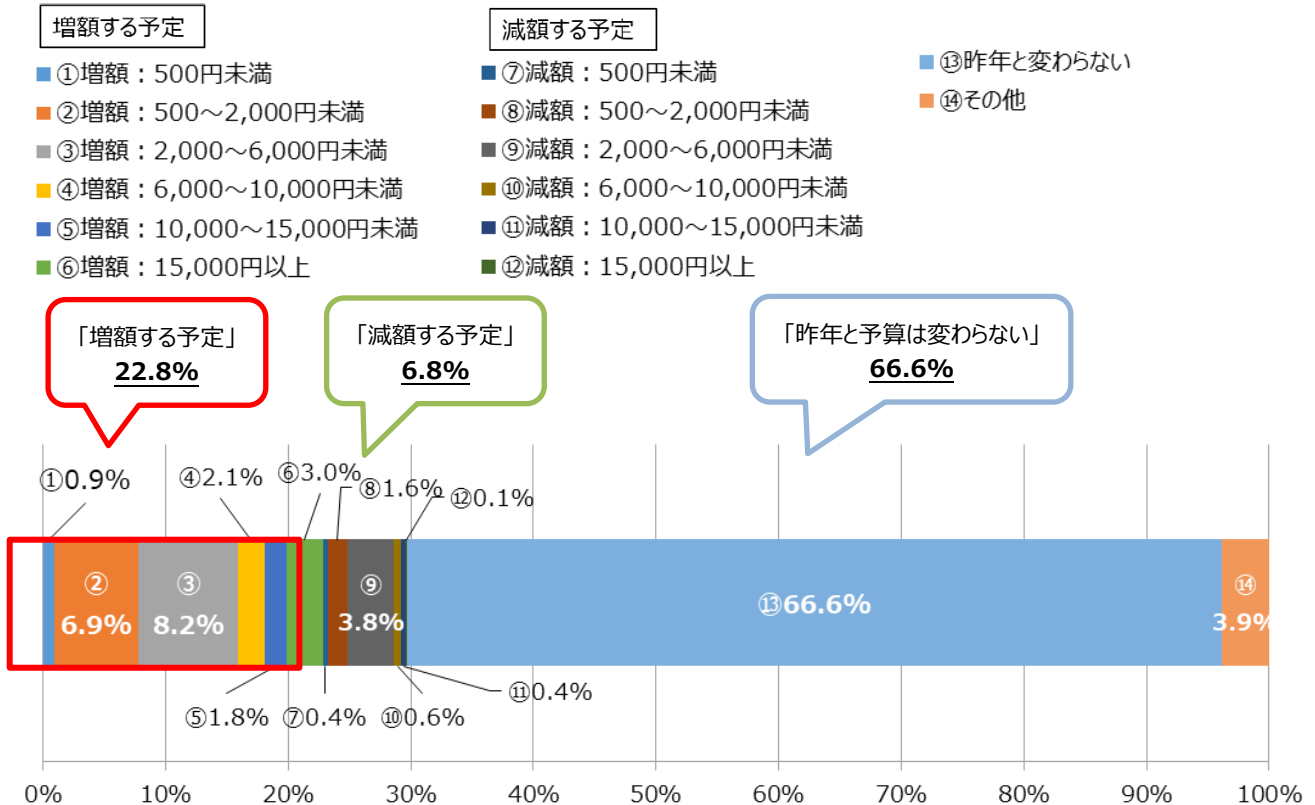


**参考データ⑥**

**【プレゼントの予算の昨年と比較した増減予定】** (単一回答 n=800)

クリスマスプレゼントの予算を昨年から「**増額する**」と回答した人が22.8%。

増額する金額のボリュームゾーンは「2,000～6,000円未満」(8.2%)が最も多い結果に。



### 参考データ⑦

#### 【予算の増減予定の理由】

予算の増減予定の理由は、増額・減額いずれも **1位「子どもの欲しいといったものの価格に合わせたため」**。  
 予算よりも子どもの欲しいものを優先していることが伺える結果に。

(単一回答 n=182) ※増額する人ベース

(単一回答 n=54) ※減額する人ベース

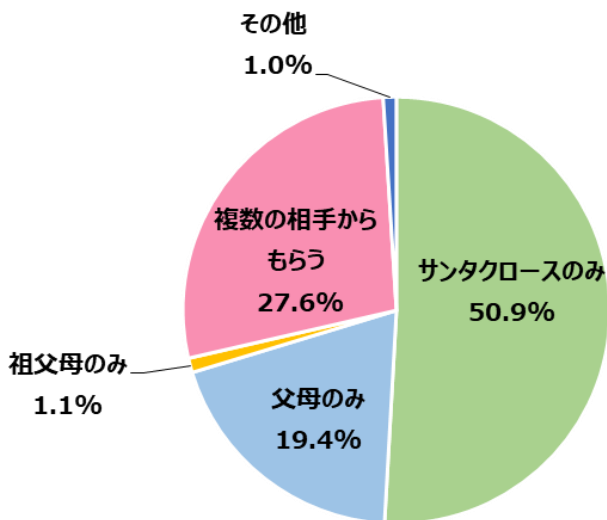
増額する理由 TOP5			減額する理由 TOP5		
1位	子どもの欲しいといったものの価格に合わせたため	35.2%	1位	子どもの欲しいといったものの価格に合わせたため	40.7%
2位	子どもの学年が上がったから	16.5%	2位	収入が減ったから	25.9%
3位	親が与えたいものの価格に合わせたため	9.3%	3位	親が与えたいものの価格に合わせたため	9.3%
4位	長い自粛期間を耐え、がんばったご褒美にしたいから	7.1%	4位	在宅期間が増え、生活費が増えたから	7.4%
	レジャーや旅行への支出が減ったから		5位	自粛期間中、子どものための出費を増やしたから	5.6%

### 参考データ⑧

#### 【クリスマスプレゼントをもらう相手】 (単一回答 n=800)

子どもがクリスマスプレゼントをもらう相手で最も多いのは「**サンタクロース**」(50.9%)。

複数の相手からプレゼントをもらう子どもは **27.6%**。



#### ■調査概要

【調査目的】 今年のクリスマスに関する意識・実態を探る

【調査地域】 全国

【対象者条件】 0～12歳の子どもの持ち、クリスマスプレゼントの購入予定があり、プレゼントの選定に関与する予定の親 ※子どもと一緒に回答できる方

【調査手法】 インターネット調査(協力:株式会社クロス・マーケティング)

【実査期間】 2020年11月6日(金)～9日(月)

【サンプル数】 800人

【構成】

	0～2歳	3～5歳	6～8歳	9～12歳
男子	100人	100人	100人	100人
女子	100人	100人	100人	100人