

## ニッセイ インターネットアンケート ～「父の日」について～

日本生命保険相互会社(社長:清水博)は、「ずっともっとサービス」のサンクスマイルメニューの一つとして、ホームページ(<http://www.nissay.co.jp>)内の「ご契約者さま専用サービス」にて、「父の日」に関するアンケートを実施しました。

### 《アンケート概要》

- 実施期間 : 2022年5月6日(金)～5月16日(月)
- 実施方法 : インターネットアンケート(「ずっともっとサービス」のサンクスマイルメニュー)
- 回答者数 : 8,159名(男性:4,143名、女性:3,943名、その他・未回答:73名)

### ＜年代別回答者数＞

[名]

年代							合計
	～20代	30代	40代	50代	60代	70代～	
男性	289	514	827	1,295	815	403	4,143
女性	327	595	762	1,147	693	419	3,943
合計	616	1,109	1,589	2,442	1,508	822	
占率	6.8%	13.8%	20.4%	30.1%	18.6%	10.2%	

### 《アンケート結果のポイント》

#### ポイント①

質問 1～4

#### 【父の日にプレゼントを贈るか】

- プレゼントを「贈る」と回答した方は **64.8%**となり、「母の日」にプレゼントを贈る割合と比較して、**10.1ポイント**低かった。
- プレゼントを「贈る」と回答した方が最も多かった都道府県は、**鹿児島県(84.0%)**。
- プレゼントを贈らない理由は、「贈る習慣がないため」と回答した方が **37.8%**と最も多く、「コロナ禍で会えないため」と回答した方は **3.8%**であった。

#### ポイント②

質問 5～8

#### 【プレゼントの内容と予算】

- プレゼントの内容は、贈る方・贈られる方ともに「**食事・グルメ**」と回答した方の割合が最も高かった。
- 贈る方のプレゼントの予算は「**3,000円～5,000円未満**」が **37.1%**と最も多く、贈られる方の希望金額は「**金額にこだわらない**」が **34.1%**と最も多かった。

#### ポイント③

質問 9～11

#### 【コミュニケーション】

- 父親と週に **1回以上コミュニケーション**を取ると回答した人は、**41.8%**となり、母親とのコミュニケーション頻度と比較して **12.1ポイント**低かった。
- コミュニケーションを取るのには「**父親の体調や様子が心配なとき**」と回答した方が **33.8%**と最も多く、「**仕事の相談をしたいとき**」が **4位**となった。
- コミュニケーションの方法としては「**直接会う**」と回答した方が **27.8%**と最も多く、「**音声通話(電話)**」が **9.4%**と **2位**となった。

#### ポイント④

質問 12～13

#### 【父親になってほしい著名人】

- 父親になってほしい著名人は**所ジョージさん**が **13.7%**で **2年連続1位**となった。

- 質問 1 今年の「父の日」はプレゼントを贈りますか？ (回答者数：3,790名)  
 質問 2 昨年の「父の日」はプレゼントを贈りましたか？ (回答者数：3,847名)  
 質問 3 「父の日」にプレゼントを贈らない理由は何ですか？ (回答者数：2,416名)  
 質問 4 昨年は贈っていなかったが、今年は「父の日」にプレゼントを贈ろうと思った理由は何ですか？ (回答者数：170名)

○プレゼントを贈る方は、全体の64.8%となり、昨年と比較して3.8ポイント増加した。  
 ○「母の日」にプレゼントを「贈る」と回答した方と比較して10.1ポイント低かった。  
 ○「贈る」と回答した方を都道府県別で見ると、鹿児島県が1位(84.0%)、2位が同率で長崎県・沖縄県(80.0%)となった。  
 ○「父の日」にプレゼントを贈らない理由は、「贈る習慣がないため」と回答した方が37.8%と最も多く、「コロナ禍で会えないため」と回答した方は3.8%であった。  
 ○昨年は贈っていなかったが今年は贈る理由は、「今年は直接会うため」と回答した方が昨年と比較して9.8ポイント増加した。

■「父の日」にプレゼントを「贈る」割合

	贈る (%)	
	対前年	
男性	60.2	+4.0
女性	66.6	+3.2
全体	64.8	+3.8

■《参考》「母の日」にプレゼントを「贈る」割合

	贈る (%)	
	対前年	
男性	68.3	+1.1
女性	81.3	▲0.2
全体	74.9	+0.7

母の日と比較して  
10.1ポイント低い

■「父の日」にプレゼントを「贈る」割合(年代別)

	%					
	~20代	30代	40代	50代	60代	70代~
贈る	64.3	69.5	69.0	61.1	58.6	45.6
贈らない	35.7	30.5	31.0	38.9	41.4	54.4

■「父の日」にプレゼントを「贈る」割合ランキング(都道府県別)

%		
順位	都道府県	占率
1位	鹿児島県	84.0
2位	長崎県	80.0
2位	沖縄県	80.0
4位	山形県	78.6
5位	青森県	75.0

%		
順位	都道府県	占率
5位	鳥取県	75.0
7位	奈良県	73.7
8位	宮城県	72.8
9位	福島県	70.8
10位	茨城県	70.5

47都道府県中、上位3県は  
8割以上が「贈る」と回答

■「父の日」にプレゼントを「贈らない」理由 (％)

順位	理由	占率
1位	贈る習慣がないため	37.8
2位	何を買えばよいかわからないため	6.3
3位	面倒くさいため	5.8
4位	お金がないため	3.9
5位	コロナ禍で会えないため	3.8

4 割弱の方が  
「贈る習慣がないため」と回答

「コロナ禍で会えないため」と回答  
した方は昨年と比較して  
11.4 ポイント減った

■昨年は贈っていなかったが、今年は「父の日」にプレゼントを贈ろうと思った理由

順位	理由	占率 (％)	
		占率	対前年
1位	コロナで家族の大切さを知ったため	41.2	▲3.1
2位	今年は直接会うため	32.0	+9.8
3位	お金の余裕ができたため	15.5	+1.4

「今年は直接会うため」と回答  
した方は昨年と比較して  
9.8 ポイント多かった

質問5 [贈る方への質問] プレゼントは何を贈る予定ですか？ (回答者数：2,438名)

質問6 [贈られる方への質問] プレゼントは何が欲しいですか？ (回答者数：1,697名)

○プレゼントの内容は、贈る方・贈られる方ともに「食事・グルメ」と回答した方の割合が最も高かった。

○プレゼントを贈られる方のうち、10.4%が「手紙・メール・絵」を希望しているのに対して、「手紙・メール・絵」を贈る予定の方は0.7%となり、その差は9.7ポイントであった。

■ [贈る方] 何を贈る予定か (%)

順位	贈るもの	占率
1位	食事・グルメ	30.3
2位	酒類	19.8
3位	衣類	15.3
4位	健康飲料・食品	8.3
5位	現金・金券	5.8

■ [贈られる方] 何が欲しいか (%)

順位	欲しいもの	占率
1位	食事・グルメ	22.7
2位	酒類	18.7
3位	手紙・メール・絵	10.4
4位	衣類	6.1
5位	小物・アクセサリー	6.0

10位	手紙・メール・絵	0.7
-----	----------	-----

9.7ポイントの差

質問7 [贈る方への質問] プレゼントの予算はどの程度を考えていますか？ (回答者数：2,433名)

質問8 [贈られる方への質問] プレゼントの予算はどの程度を希望しますか？ (回答者数：1,720名)

○贈る方のプレゼントの予算は「3,000円～5,000円未満」が37.1%と最も多く、贈られる方の希望金額は「金額にこだわらない」が34.1%と最も多かった。

○贈る方の平均予算は6,392円であったのに対し、贈られる方の希望金額の平均は3,677円となり、2,715円の差があった。

○贈る方の予算と贈られる側の希望金額の差は、昨年と比較し1,434円拡大した。

■ [贈る方] プレゼントの予算 (%)

金額	占率
3,000円未満	23.1
3,000円～5,000円未満	37.1
5,000円～10,000円未満	28.9
10,000円～30,000円未満	8.6
30,000円～	1.1
お金をかけない	1.2

■ [贈られる方] プレゼントの希望金額 (%)

金額	占率
3,000円未満	26.2
3,000円～5,000円未満	22.0
5,000円～10,000円未満	12.8
10,000円～30,000円未満	4.1
30,000円～	0.8
金額にこだわらない	34.1

[贈る方]平均金額: 6,392円 (+559円)

[贈られる方]平均金額: 3,677円 (▲875円)

※()内は対前年比

2,715円の差

昨年と比較し、贈る側と贈られる側の金額の差が1,434円拡大した

<ニッセイ基礎研究所 生活研究部 主任研究員 井上智紀のコメント>



コロナ禍で昨年は会えなかった方が今年は直接会える環境となってきたこともあり、プレゼントを贈る方も昨年に比べ増加する結果となっています。コロナ禍も3年目となり、ワクチンの接種も進んできたことで、感染防止対策をとりつつ日常生活を取り戻していく動きの広がりを表しているといえそうです。

プレゼント予定の内容、上位2つは贈る側、贈られる側ともに同じですが、贈られる側は「手紙・メール・絵」が続いています。予算と希望金額では希望金額の方が少額であることからみても、贈られる側の方が気持ちを重視する傾向にあるといえそうです。また、昨年に比べ予算、希望金額の平均金額が贈る側で増加し、贈られる側で減少していることは、昨年会えなかったことが贈る側では予算の増額に、贈られる側では経済的負担への気遣いから希望金額の減額につながるなど、いずれも相手に対する気持ちが金額の面にも表れているといえるのではないのでしょうか。

質問9 父親とどれくらいの頻度でコミュニケーションを取っていますか？ (回答者数：3,305名)

質問10 父親とコミュニケーションを取るときはどんなときですか？ (回答者数：1,778名) ※複数回答可

質問11 父親とどのようにコミュニケーションを取ることが多いですか？ (回答者数：3,955名)

- 父親と週に1回以上コミュニケーションを取ると回答した人は41.8%と、母親と週1回以上コミュニケーションを取る割合と比較すると12.0ポイント低い結果となった。
- 父親と週1回以上コミュニケーションを取る割合は男性の方が多く、母親は女性が多かった。
- 父親と母親で、コミュニケーションを取るタイミングは、いずれも「体調や様子が心配なとき」が最も多かった。母親とのコミュニケーションでは「家事・育児について相談したいとき」が、また父親は「仕事の相談をしたいとき」がそれぞれ上位となった。
- コミュニケーションの方法としては、全体では「音声通話(電話)」の方が「メッセージアプリ」より6.0ポイント高く、20代以下のみ、「メッセージアプリ」の方が「音声通話(電話)」より高い結果となった。

■父親とのコミュニケーション頻度

	占率 (%)		
	占率	男性	女性
毎日	17.7	26.7	14.6
週に数回	11.8	19.5	10.2
週に1回	12.3	10.2	11.9
月に1回	21.3	16.2	21.0
3カ月に1回	10.6	7.7	11.0
半年に1回	7.1	6.5	9.1
1年に1回	3.7	2.5	5.2
コミュニケーションを取れない・取らない	7.4	6.5	6.9

■母親とのコミュニケーション頻度

	占率 (%)		
	占率	男性	女性
毎日	23.9	19.0	28.4
週に数回	13.2	8.2	17.8
週に1回	16.8	14.7	18.7
月に1回	22.1	25.1	19.4
3カ月に1回	9.7	12.8	6.7
半年に1回	5.8	7.9	3.8
1年に1回	3.0	4.1	2.1
コミュニケーションを取れない・取らない	5.6	8.2	3.1

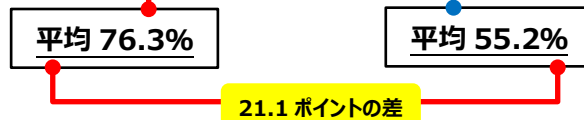


父親とコミュニケーションを取るのは男性が多く、  
母親とコミュニケーションを取るのは女性の割合が多かった

■父親とのコミュニケーションの頻度と父の日のプレゼントの関連

	贈る
全体	64.8
毎日	76.6
週に数回	77.5
週に1回	74.9
月に1回	74.5
3カ月に1回	68.4
半年に1回	61.2
1年に1回	45.4
コミュニケーションを取れない・取らない	26.4

父親とのコミュニケーションの頻度が「週に1回以上」の方と「週1回未満」の方では、プレゼントを贈る割合に21.1ポイントの差があった



■父親とコミュニケーションを取るのとはどんなときか

(%)

順位		占率
1位	父親の体調や様子が心配なとき	33.8
2位	雑談がしたいとき	14.4
3位	同居のため日常的にコミュニケーションを取っている	9.3
4位	仕事の相談をしたいとき	4.3
5位	健康や体調の相談がしたいとき	2.5

■母親とコミュニケーションを取るのとはどんなときか

(%)

順位		占率
1位	母親の体調や様子が心配なとき	46.1
2位	雑談がしたいとき	24.1
3位	同居のため日常的にコミュニケーションを取っている	14.3
4位	健康や体調の相談がしたいとき	8.0
5位	家事・育児の相談をしたいとき	7.6

母親とのコミュニケーションでは、家事・育児の相談が4位であったが、父親の場合は仕事の相談が5位となった。

■父親とどのようにコミュニケーションを取るか (%)

順位		占率
1位	直接会う	27.8
2位	音声通話（電話）	9.4
3位	メッセージアプリ	3.4
4位	ビデオ通話	2.0
5位	メール	1.3

メッセージアプリよりも音声通話の方が6.0ポイント高い

20代以下のみ、メッセージアプリが音声通話より高い

<年代別>

(%)

順位	~20代	占率
1位	直接会う	33.7
2位	メッセージアプリ	8.0
3位	音声通話（電話）	4.2

(%)

順位	30代	占率
1位	直接会う	26.4
2位	音声通話（電話）	7.8
3位	メッセージアプリ	6.4

(%)

順位	40代	占率
1位	直接会う	28.0
2位	音声通話（電話）	10.7
3位	メッセージアプリ	2.8

(%)

順位	50代	占率
1位	直接会う	28.8
2位	音声通話（電話）	12.2
3位	メッセージアプリ	0.8

(%)

順位	60代	占率
1位	直接会う	22.4
2位	音声通話（電話）	8.4
3位	メッセージアプリ	1.3

(%)

順位	70代~	占率
1位	直接会う	13.3
2位	音声通話（電話）	3.1
3位	手紙	1.0

<ニッセイ基礎研究所 生活研究部 主任研究員 井上智紀のコメント>



父親とのコミュニケーション頻度が高いほどプレゼントを贈る割合が高くなっていることを踏まえれば、父親とのコミュニケーションの機会をできるだけ多くとることが、引いては感謝の気持ちや行動にもつながっていくのではないのでしょうか。コミュニケーションをとる機会として父親とでは「仕事の相談」が、母親とでは「家事・育児の相談」が、それぞれ上位に入っていることは、父親と母親の役割分業が明確であった親世代に対し、それぞれ話題を選んでコミュニケーションをとっていることを示しているものと思われます。父親とのコミュニケーションの手段として20代以下では「メッセージアプリ」が「音声通話」を上回る結果となっています。総務省情報通信政策研究所の調査によれば20代の携帯通話の行為者率は、1割程度と2割前後となっている30代以上に比べ低く、メッセージアプリを含むソーシャルメディアの行為者率との差も大きくなっていることから、20代以下では「音声通話」より「メッセージアプリ」の方が身近なコミュニケーション手段となっていることが結果に現れているものと思われます。

質問 12 父親になって欲しい著名人は誰ですか？ (回答者数：6,890名)

質問 13 父親になって欲しい著名人に選んだ理由は何ですか？ (回答者数：6,556名)

○父親になって欲しい著名人は、2年連続で所ジョージさんが1位、池上彰さんが2位となった。  
 ○父親になって欲しい著名人を選んだ理由は、「家庭を明るくしてくれそうだから」(25.3%)や  
 「頼りになりそうだから」(18.2%)と回答した方が多かった。

■父親になって欲しい著名人 ※敬称略

〈全体〉 (%)

順位	名前	占率
1位	所ジョージ	13.7
2位	池上彰	7.4
3位	タマリ	6.6
4位	三浦友和	6.6
5位	高橋英樹	5.9
6位	明石家さんま	5.7
7位	阿部寛	5.7
8位	内村光良	4.3
9位	西島秀俊	4.2
10位	関根勤	3.8

〈～20代〉 (%)

順位	名前	占率
1位	ムロツヨシ	9.5
2位	所ジョージ	8.2
3位	木村拓哉	7.6
4位	反町隆史	7.3
5位	西島秀俊	7.1

〈30代〉 (%)

順位	名前	占率
1位	所ジョージ	12.7
2位	明石家さんま	8.2
3位	内村光良	7.5
4位	阿部寛	7.2
5位	ムロツヨシ	6.2

〈40代〉 (%)

順位	名前	占率
1位	所ジョージ	15.3
2位	タマリ	8.4
3位	明石家さんま	7.3
4位	阿部寛	6.9
5位	池上彰	5.7

〈50代〉 (%)

順位	名前	占率
1位	所ジョージ	16.2
2位	三浦友和	10.2
3位	池上彰	7.5
4位	タマリ	7.1
5位	高橋英樹	6.7

〈60代〉 (%)

順位	名前	占率
1位	所ジョージ	12.5
2位	池上彰	11.1
3位	高橋英樹	10.2
4位	タマリ	9.0
5位	三浦友和	6.7

〈70代～〉 (%)

順位	名前	占率
1位	池上彰	13.7
2位	高橋英樹	10.8
3位	所ジョージ	9.4
4位	三浦友和	7.6
5位	タマリ	6.1

■父親になって欲しい著名人を選んだ理由

〈全体〉 (%)

順位	理由	占率
1位	家庭を明るくしてくれそうだから	25.3
2位	頼りになりそうだから	18.2
3位	家族を大切にしてくれそうだから	14.4
4位	賢い・頭がいいから	9.6
5位	優しくそうだから	9.5

以上