

**クリスマスは「パートナー（配偶者・恋人など）」と過ごす予定の人が最多。
クリスマスランチやディナーの準備方法は「自分が手作りする」が約5割でトップ**

- クリスマスに関する調査 -

<https://insight.rakuten.co.jp/report/20211215>

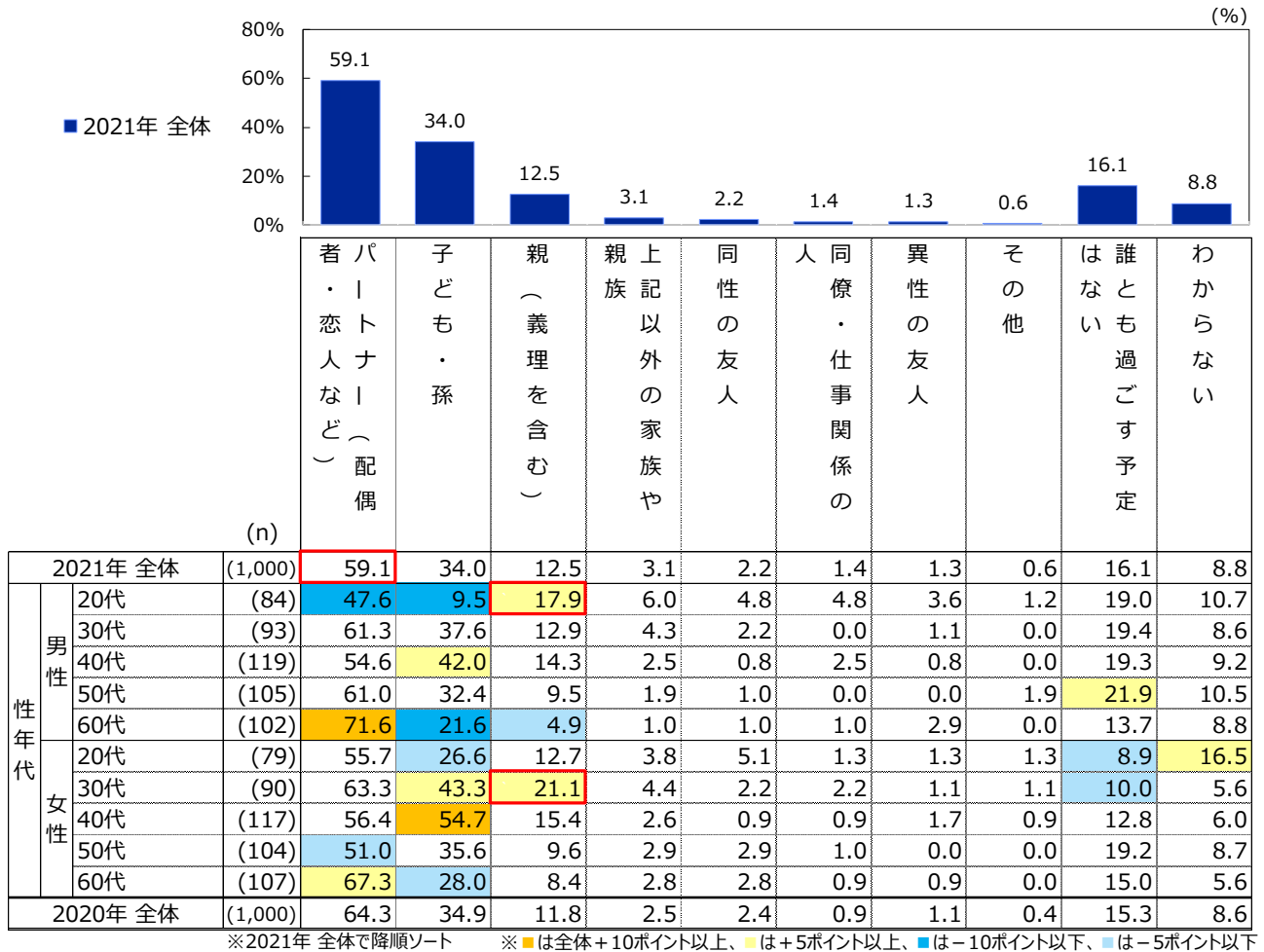
楽天インサイト株式会社は、「クリスマスに関する調査」をインターネットで実施しました。今回の調査は、2021年11月9日（火）から11月10日（水）の2日間、楽天インサイトに登録しているモニター（約220万人）の中から、全国の20～69歳の男女1,000人を対象に行いました。今回は、2回目となるコロナ禍におけるクリスマスの過ごし方について、昨年の調査結果と比較して変化を検証しました。

■□ 調査結果 □■

■今年のクリスマスは「パートナー（配偶者・恋人など）」と過ごす予定の人が最多

今年のクリスマスを誰と過ごす予定かを聞いたところ、昨年11月実施の同調査（<https://insight.rakuten.co.jp/report/20201210/>）と同様に「パートナー（配偶者・恋人など）」（59.1%）と回答した人が最も多かった。次いで、「子ども・孫」（34.0%）や「親（義理を含む）」（12.5%）となった。「パートナー（配偶者・恋人など）」と回答した人は昨年（64.3%）に比べ、5.2ポイント減少した。一方、「親（義理を含む）」（今年：12.5%、昨年：11.8%）と回答した人は微増しており、性年代別でみると男性20代（17.9%）と女性30代（21.1%）で全体と比較してやや高かった。

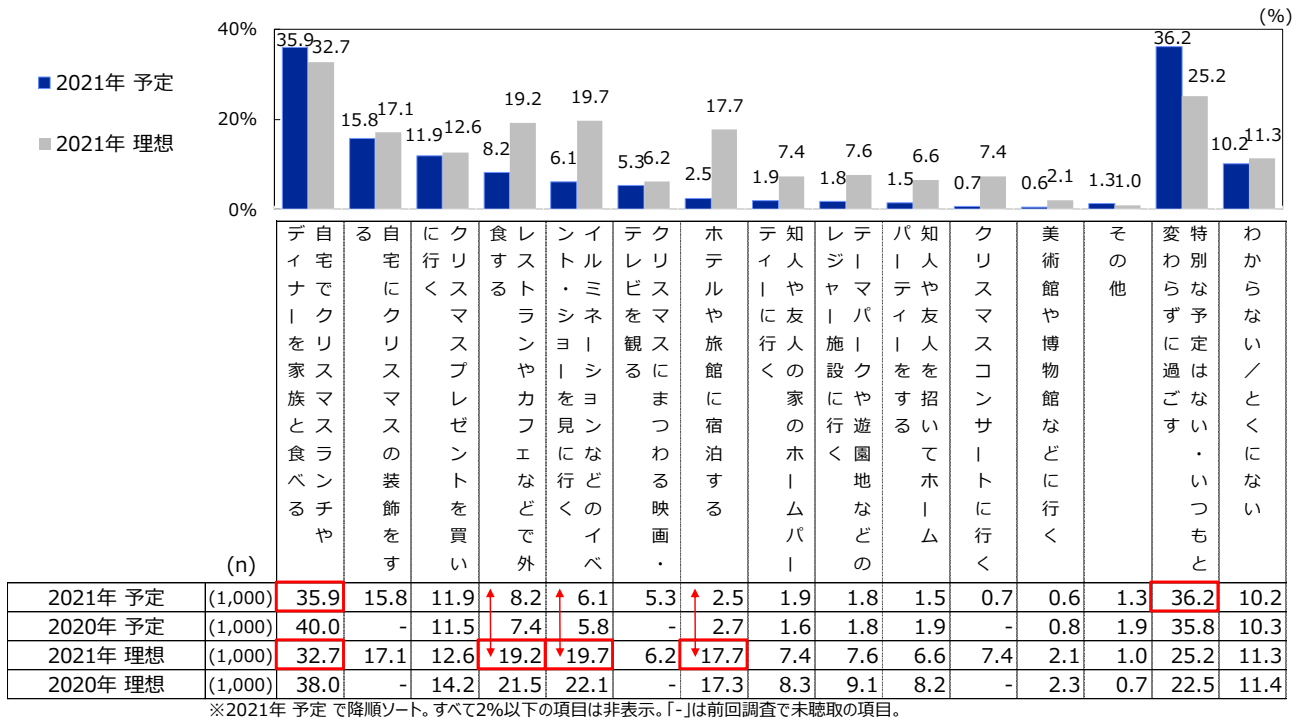
◇**今年のクリスマスは誰と過ごす予定か**（n=1,000：全員回答）複数回答 単位：%



■クリスマスの予定は昨年と同様に「自宅でクリスマスランチやディナーを家族と食べる」が最多。クリスマスランチやディナーの準備方法は「自分が手作りする」が約5割でトップ

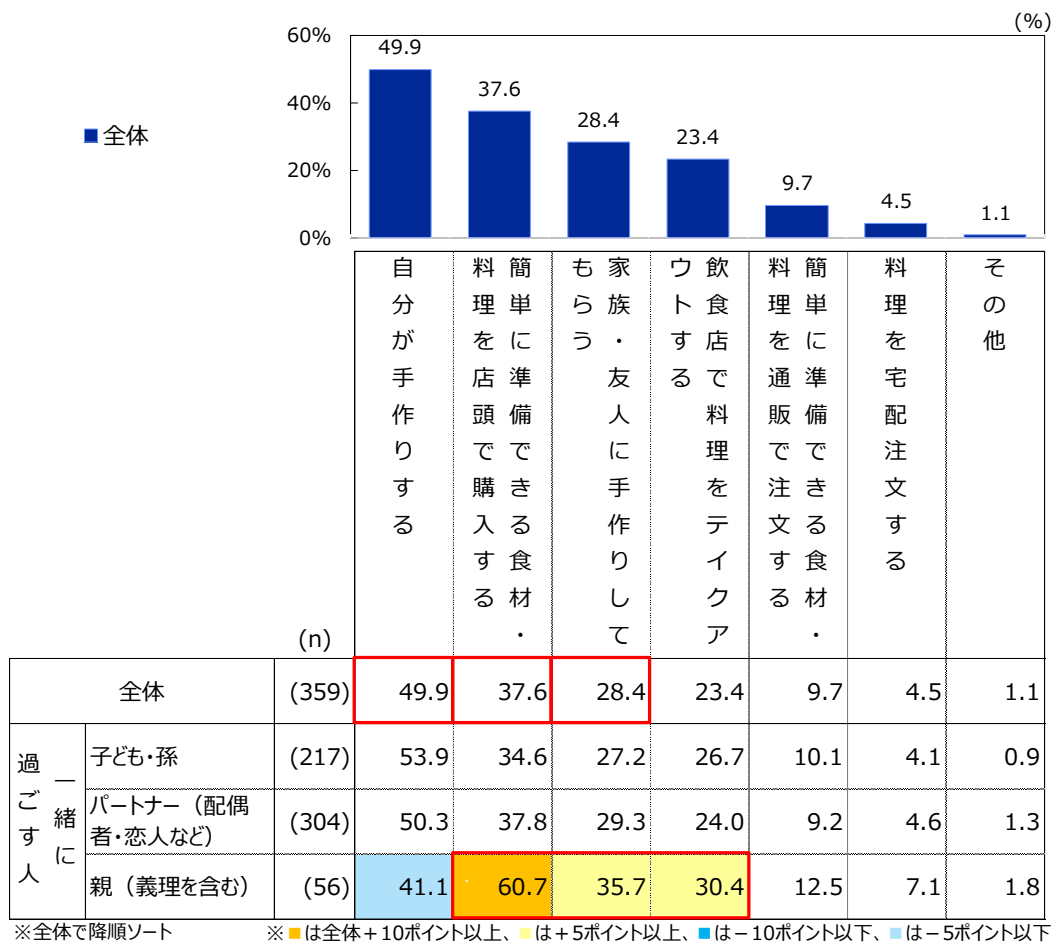
今年のクリスマスの予定を聞いたところ、「いつもと変わらずに過ごす」(36.2%)を除くと、「自宅でクリスマスランチやディナーを家族と食べる」が35.9%でトップだった。理想のクリスマスの過ごし方については、同じく「自宅でクリスマスランチやディナーを家族と食べる」(32.7%)がトップで、「イルミネーションなどのイベント・ショーを見に行く」(19.7%)、「レストランなどで外食」(19.2%)、「ホテルや旅館に宿泊する」(17.7%)が続いた。「ホテルや旅館に宿泊する」、「イルミネーションなどのイベント・ショーを見に行く」、「レストランやカフェなどで外食する」は昨年と同様に、「予定」と「理想」の乖離が10ポイント以上となっており、自宅以外の場所でクリスマスを過ごすことに憧れがある人が多いことがうかがえる。

◇クリスマスの予定と理想の過ごし方 (n=1,000：全員回答) 複数回答 単位：%



今年のクリスマスの予定で「自宅でクリスマスランチやディナーを家族と食べる」と答えた人に、どのように料理を準備するかを聞いた。その結果、「自分が手作りする」(49.9%)、「簡単に準備できる食材・料理を店頭で購入する」(37.6%)、「家族・友人に手作りしてもらおう」(28.4%)がトップ3となった。また、クリスマスと一緒に過ごす予定の人別で見ると、「親(義理を含む)」と一緒に過ごす人では、「簡単に準備できる食材・料理を店頭で購入する」(60.7%)が6割を超え、「家族・友人に手作りしてもらおう」(35.7%)、「飲食店で料理をテイクアウトする」(30.4%)もそれぞれ全体と比べて高かった。

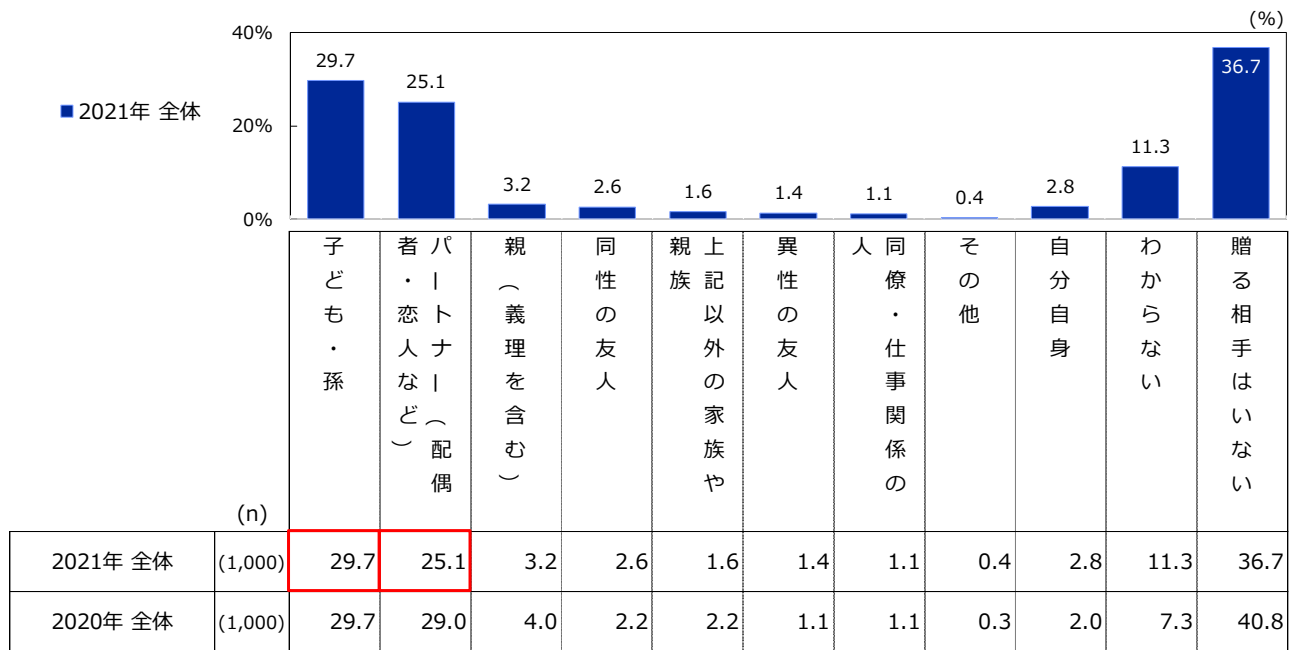
◇自宅でのクリスマスランチやディナーの準備方法 (n=359: 自宅でクリスマスランチやディナーを家族と食べる方) 複数回答 単位: %



■プレゼントを贈る相手は「子ども・孫」が約3割、「パートナー（配偶者・恋人など）」が2割半ば

今年クリスマスプレゼントをあげる予定の相手は、「贈る相手はいない」（36.7%）を除くと、昨年と同様に「子ども・孫」（29.7%）と回答した人が一番多く、次いで「パートナー（配偶者・恋人など）」（25.1%）となった。

◇クリスマスプレゼントを贈る予定の相手（n=1,000：全員回答）複数回答 単位：%



※2021年 全体で降順ソート

■パートナーからもらいたいプレゼントは、女性は「アクセサリー」、男性は「なんでもいい」がトップ。女性は、もらいたいプレゼントの平均金額が、贈りたいプレゼントの平均金額を4,000円以上上回る結果に

今年、パートナーからクリスマスプレゼントをもらう予定があると答えた人に、もらいたいプレゼントを聞いたところ、昨年と同様に「アクセサリー」（12.7%）、「衣類」（11.4%）、「食事（レストランなどの外食）」（6.4%）がトップ3となった。性別で見ると、昨年と同様に女性では「アクセサリー」（23.0%）をもらいたいと答えた人が最も多かったのに対して、男性では「なんでもいい」（38.3%）と答えた人が最多であった。一方、贈りたいプレゼントについては「まだ決めていない」が昨年よりも8.8ポイント増加した。クリスマスプレゼントの平均予算については、男性では贈りたいプレゼントの平均金額が15,866円、もらいたいプレゼントの平均金額は13,115円と、贈りたいプレゼントの平均金額の方が2,700円ほど上回った。一方で、女性が贈りたいプレゼントの平均金額は11,491円、もらいたいプレゼントの平均金額は15,642円と、もらいたいプレゼントの平均金額の方が4,000円以上上回る結果となった。

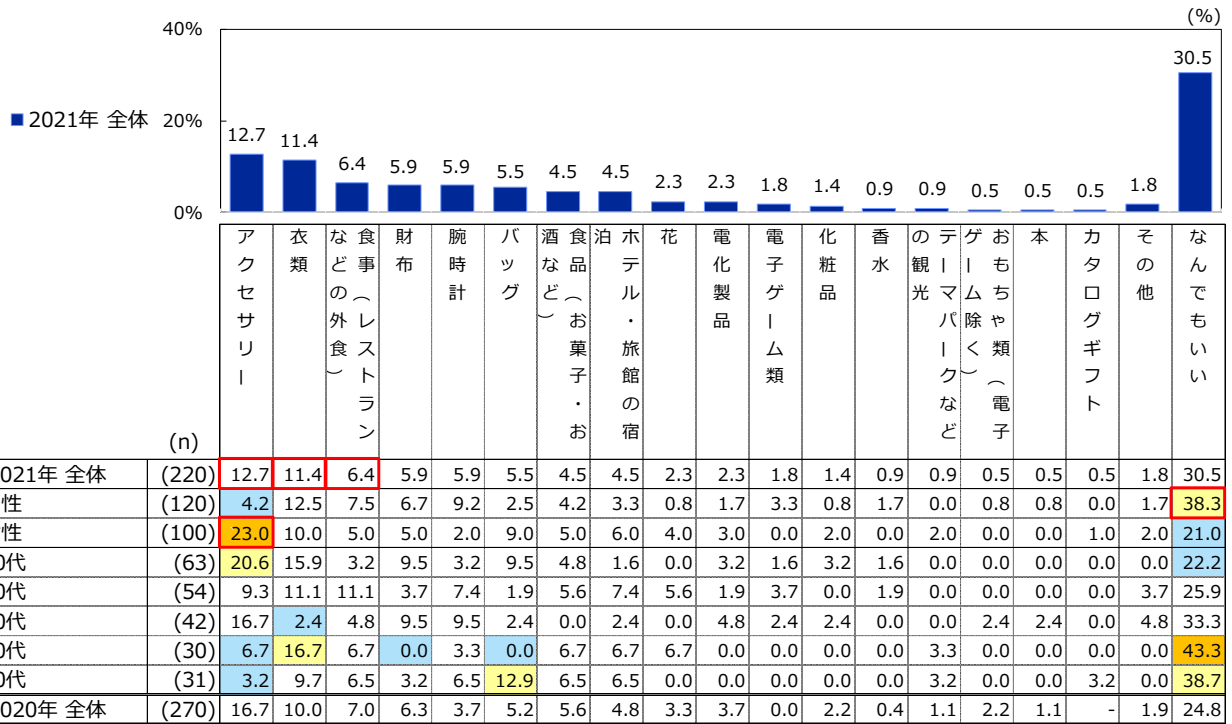
◇今年のクリスマスにももらいたいプレゼント／パートナー（配偶者・恋人など）から（n=220：クリスマスプレゼントをもらう予定がある人）単一選択 単位：%

今年のクリスマスにもらいたいプレゼント／パートナー（配偶者・恋人など）から

(%)

順位	品目	2021年 n=220
1位	アクセサリ	12.7
2位	衣類	11.4
3位	食事（レストランなどの外食）	6.4
4位	財布	5.9
5位	腕時計	5.9
6位	バッグ	5.5
7位	食品（お菓子・お酒など）	4.5
8位	ホテル・旅館の宿泊	4.5
9位	花	2.3
10位	電化製品	2.3

* 11位以下は非表示



(n)		アクセサリ	衣類	食事（レストランなどの外食）	財布	腕時計	バッグ	食品（お菓子・お酒など）	ホテル・旅館の宿泊	花	電化製品	電子ゲーム類	化粧品	香水	の観光	ゲーム（電子）	おもちゃ類（電子）	本	カタログギフト	その他	なんでもいい	
2021年 全体	(220)	12.7	11.4	6.4	5.9	5.9	5.5	4.5	4.5	2.3	2.3	1.8	1.4	0.9	0.9	0.5	0.5	0.5	0.5	1.8	30.5	
性別																						
男性	(120)	4.2	12.5	7.5	6.7	9.2	2.5	4.2	3.3	0.8	1.7	3.3	0.8	1.7	0.0	0.8	0.8	0.0	0.0	1.7	38.3	
女性	(100)	23.0	10.0	5.0	5.0	2.0	9.0	5.0	6.0	4.0	3.0	0.0	2.0	0.0	2.0	0.0	0.0	0.0	1.0	2.0	21.0	
年代																						
20代	(63)	20.6	15.9	3.2	9.5	3.2	9.5	4.8	1.6	0.0	3.2	1.6	3.2	1.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	22.2	
30代	(54)	9.3	11.1	11.1	3.7	7.4	1.9	5.6	7.4	5.6	1.9	3.7	0.0	1.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.7	25.9	
40代	(42)	16.7	2.4	4.8	9.5	9.5	2.4	0.0	2.4	0.0	4.8	2.4	2.4	0.0	0.0	2.4	2.4	0.0	0.0	4.8	33.3	
50代	(30)	6.7	16.7	6.7	0.0	3.3	0.0	6.7	6.7	6.7	0.0	0.0	0.0	0.0	3.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	43.3	
60代	(31)	3.2	9.7	6.5	3.2	6.5	12.9	6.5	6.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.2	0.0	0.0	3.2	0.0	0.0	38.7	
2020年 全体	(270)	16.7	10.0	7.0	6.3	3.7	5.2	5.6	4.8	3.3	3.7	0.0	2.2	0.4	1.1	2.2	1.1	-	1.9	1.9	24.8	

※2021年 全体で降順ソート

※■は全体+10ポイント以上、■は+5ポイント以上、■は-10ポイント以下、■は-5ポイント以下

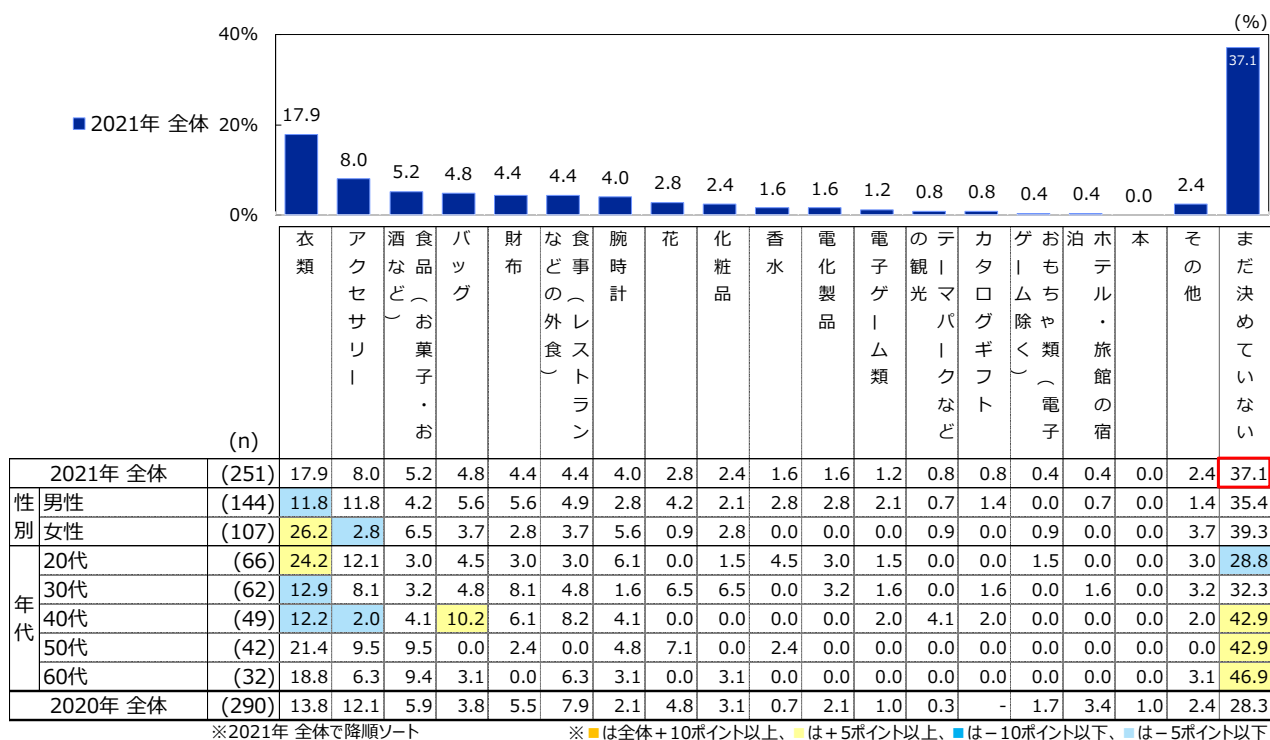
◇今年のクリスマスに贈りたいプレゼント／パートナー（配偶者・恋人など）へ（n=251：クリスマスプレゼントを贈る予定がある人）単一選択 単位：%

今年のクリスマスに贈りたいプレゼント／パートナー（配偶者・恋人など）へ

(%)

順位	品目	2021年 n=251
1位	衣類	17.9
2位	アクセサリ	8.0
3位	食品（お菓子・お酒など）	5.2
4位	バッグ	4.8
5位	財布	4.4
6位	食事（レストランなどの外食）	4.4
7位	腕時計	4.0
8位	花	2.8
9位	化粧品	2.4
10位	香水	1.6

*11位以下は非表示



※2021年 全体で降順ソート

※■は全体+10ポイント以上、■は+5ポイント以上、■は-10ポイント以下、■は-5ポイント以下

◇パートナー（配偶者・恋人など）からもらうプレゼントに期待する金額（クリスマスプレゼントをもらう予定があると回答した人）単一選択 単位：%

		(n)	~3,000円未満	3,000~ 5,000円未満	5,000~ 10,000円未満	10,000~ 20,000円未満	20,000~ 50,000円未満	50,000円以上	金額には こだわらない	2021年 平均予算
全体		(220)	10.9	15.5	15.9	23.2	10.5	5.5	18.6	14,286
性別	男性	(120)	12.5	16.7	20.0	17.5	6.7	6.7	20.0	13,115
	女性	(100)	9.0	14.0	11.0	30.0	15.0		17.0	15,642

※ 2%未満のグラフスコアは非表示 (%)
 ※ ■は全体+10ポイント以上、■は+5ポイント以上、■は-10ポイント以下、■は-5ポイント以下
 ※ 平均予算は「わからない」を除いた加重平均により算出

◇パートナー（配偶者・恋人など）に贈るプレゼントの金額（クリスマスプレゼントをもらう予定があると回答した人） 単一選択 単位：%

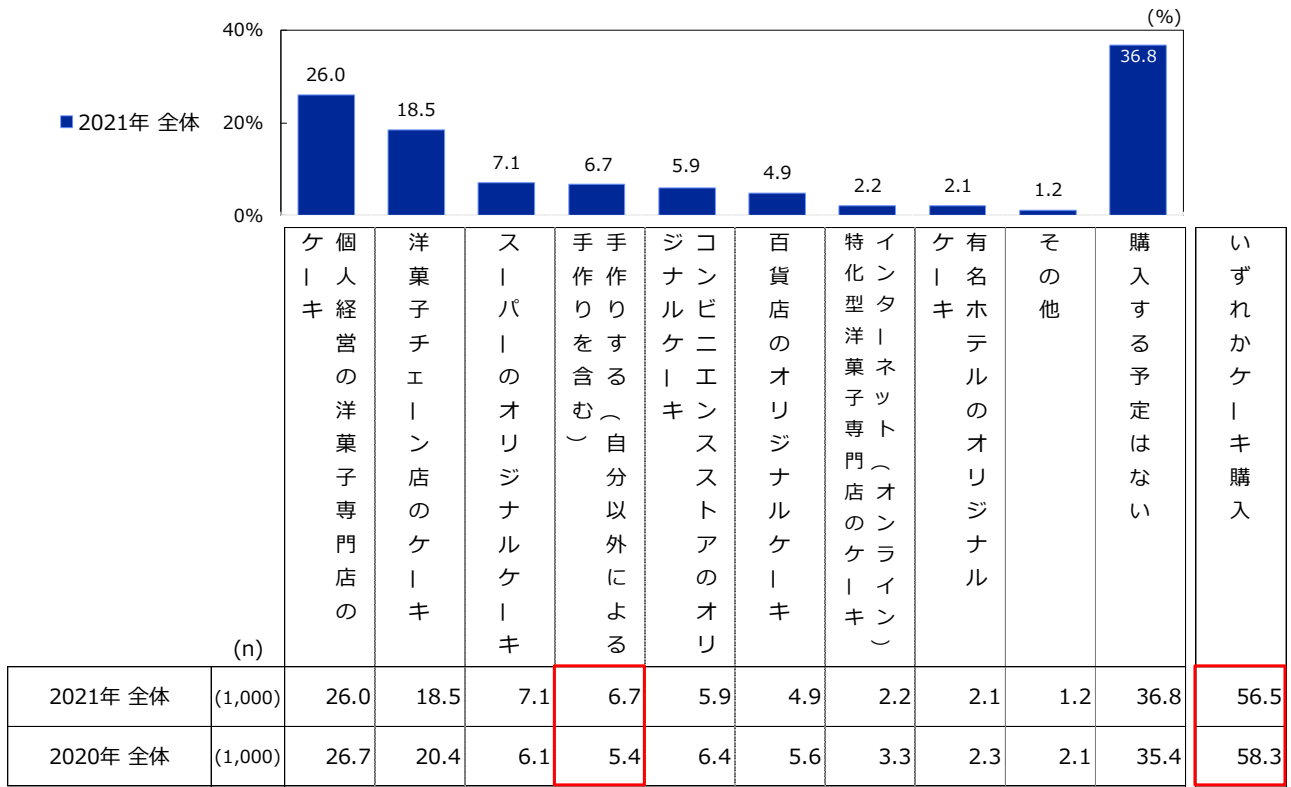
		(n)	~3,000円未満	3,000~ 5,000円未満	5,000~ 10,000円未満	10,000~ 20,000円未満	20,000~ 50,000円未満	50,000円以上	金額には こだわらない	2021年 平均予算
全体		(251)	9.6	15.1	22.7	23.1	12.0	4.8	12.7	14,029
性別	男性	(144)	9.0	16.0	19.4	22.9	12.5	8.3	11.8	15,866
	女性	(107)	10.3	14.0	27.1	23.4	11.2		14.0	11,492

※ 2%未満のグラフスコアは非表示 (%)
 ※ ■は全体+10ポイント以上、■は+5ポイント以上、■は-10ポイント以下、■は-5ポイント以下
 ※ 平均予算は「わからない」を除いた加重平均により算出

■クリスマスケーキを購入する人は昨年から横ばい。百貨店のオリジナルケーキは「予約して購入する」人が大幅に増加

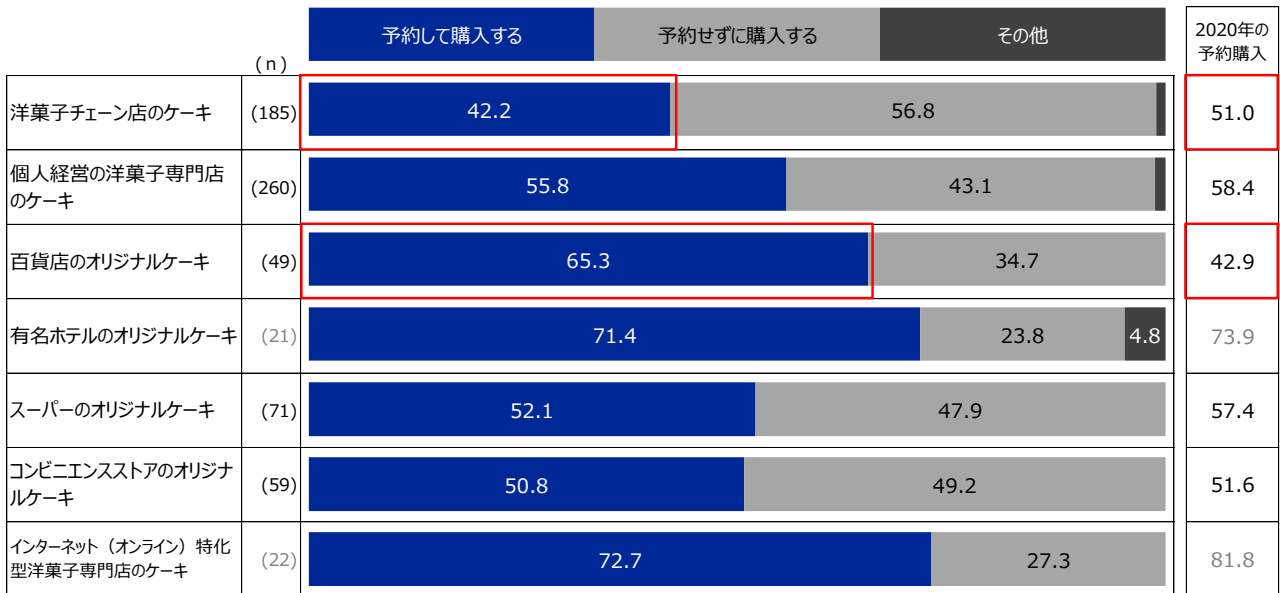
クリスマスケーキを購入する人は56.5%で、昨年（58.3%）と比較してほぼ横ばい、「手作りする（自分以外による手作りを含む）」についても6.7%（昨年5.4%）で、傾向は同様となった。予約購入するかどうかについて、「百貨店のオリジナルケーキ」では「予約して購入する」が65.3%となり、昨年（42.9%）と比較して20ポイント以上大幅に上昇した。一方、「洋菓子チェーン店のケーキ」では「予約して購入する」が42.2%となり、昨年（51.0%）と比較して約9ポイント減少した。今年のケーキの予算については「昨年と同じぐらいのもの」が6割半ばとなった。クリスマスと一緒に過ごす予定の人別でみると、「親（義理を含む）」と一緒に過ごす人では「昨年よりも高いもの」（9.1%）が全体と比べて5.2ポイント高かった。

◇今年のクリスマスケーキの購入場所（n=1,000：全員）複数回答 単位：%



※2021年 全体で降順ソート。「いずれかケーキ購入」は「手作りする（自分以外による手作りを含む）」と「その他」以外のケーキを1つでも選択した方。

◇今年のクリスマスケーキを予約して購入するか（クリスマスケーキを購入する予定の人）単一回答 単位：％



※ 2%未満のグラフスコアは非表示（％）

◇今年のクリスマスケーキの予算（クリスマスケーキを購入する予定の人）単一回答 単位：％

		(n)	昨年よりも高いもの	昨年と同じぐらいのもの	昨年よりも安いもの	まだ決まっていない・わからない	昨年ケーキを購入していない
全体		(561)	3.9	65.4	2.1	24.2	4.3
一緒に過ごす人	子ども・孫	(255)	5.1	69.8	2.0	20.8	2.4
	パートナー（配偶者・恋人など）	(406)	4.2	68.7		21.4	3.9
	親（義理を含む）	(88)	9.1	69.3	4.5	14.8	2.3

※ 2%未満のグラフスコアは非表示（%）

【調査概要】

調査エリア : 全国

調査対象者 : 20歳～69歳 男女

回収サンプルサイズ : 1,000 サンプルサイズ

調査期間 : 2021年11月9日（火）から11月10日（水）

調査実施機関 : 楽天インサイト株式会社

（注）本レポートでは小数点第2位以下を四捨五入しているため、合計値は必ずしも100%とならない場合があります。