

高校生・保護者の本音「クリスマスプレゼント大調査 2023」

<保護者> 物価上昇がクリスマスプレゼントに“大きく影響あり”が昨年より 2.3pt 上昇
食事・プレゼントのやりくり術は「コストを抑えた家食」が今年のトレンド
<高校生> 2022年に実際にもらったプレゼント平均金額は「9,193円」

株式会社リクルート（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：北村 吉弘）が提供する進路情報メディア『スタディサプリ進路』は、スタディサプリ編集部が高校生エディター&公式 LINE 登録者を対象に“クリスマスプレゼント”についてアンケートを実施致しました。また、こちらのアンケートの詳細は『スタディサプリ進路』内の「#高校生なう」でお知らせしています。

URL：<https://shingakunet.com/journal/fromsapuri/20231122000014/?vos=scrmot00061>

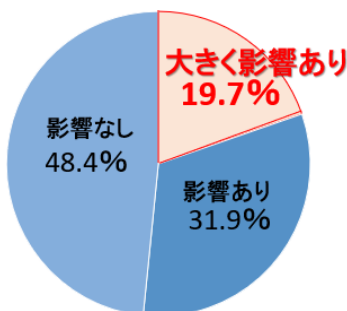
■保護者が回答！二人に一人が、物価上昇など経済状況が子どものクリスマスプレゼントに「影響あり」 クリスマスプレゼントや食事の金銭面の工夫は、1位「外食ではなく家食」、2位「食材を安く調達」

年末のビッグイベントのクリスマスですが、昨年に引き続き、物価や為替などの経済状況がクリスマスプレゼントに影響するかを聞くと、保護者の51.6%と二人に一人が「影響あり」と回答。中でも、昨年のデータと比較すると「大きく影響あり」の項目が2.3ポイント上昇し、さらに影響が高まっていることが分かりました。

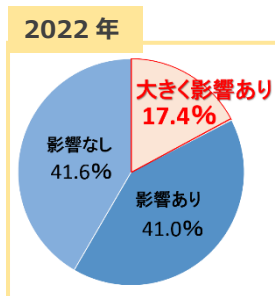
「大きく影響あり」「影響あり」と回答した方に、クリスマスプレゼント・食事における金銭面での工夫を聞くと、1位「外食ではなく、家で食事をする」、2位「食材を通常よりも安く買えるように手配する」に。今年のトレンドは、なるべくコストを抑えながら“おうちクリスマス”で楽しむことのようにです。

Q:物価や為替などの経済状況がお子様へのプレゼントに影響はありそうですか？

<クリスマスプレゼント・食事の金銭面での工夫>



(単一回答/n=310)



(単一回答/n=161)

順位	クリスマスプレゼント・食事の工夫TOP 3	割合
1	外食ではなく、家で食事をする	75.0%
2	食材を通常よりも安く買えるように手配する	33.8%
3	クリスマスプレゼントとお年玉を合わせて、トータルの費用を抑える	14.4%

(複数回答/大きく影響あり・影響ありと回答したn=160)

■高校生が2022年に実際にもらったプレゼントの平均金額は「9,193円」、2021年より650円上昇

高校生には、実際に2022年にもらったプレゼントの金額を聞くと、その平均金額は「9,193円」の結果に。わずかではありますが、2021年（平均金額8,543円）よりも650円上昇しており、物価上昇がリアルに影響していることが分かります。しかし、高校生のフリーコメントを見ていると「プレゼントと円安・物価上昇は関係ない！」という声もあり、保護者との間に認識のギャップは少しあるようですが、一年に1度のクリスマスに対する高校生の本音が見えました。

2022年
クリスマスプレゼント平均金額
9,193円

(数値回答/n=685)

2021年比:650円UP↑

■編集長コメント

日常で円安&インフレの影響を感じている高校生の約4割が、クリスマスプレゼントを保護者に「ねだりにくい」と回答！



『スタディサプリ進路』
編集長
仲井 美夏 (なかい みか)

円安やインフレのニュースはもちろん、家庭内での日頃の会話からも繊細に家庭のお財布事情を感じ取っている高校生たち。それだけに「物価や円安など経済状況が自分のクリスマスプレゼントに影響がありそう」と回答した人の、約4割が「今年はクリスマスプレゼントをねだりにくい」と感じているよう。

「使う額が増えたと言っているのを聞いたから」（高2男子/東京都）、「電子工作は輸入物が多いから、元の値段を知っていると今買うのは複雑というか…」（高2女子/東京都）、「いろいろと値上がりしていて、弟もいるし、欲しい欲しいとは言えない」（高2女子/神奈川県）と、欲しいものはあるけれど、家庭の事情を鑑みてひそかに遠慮している声も多くあります。

他にも、時流以外の理由に、自身の進学費用を考慮する声もありました。「進学のこととかでお金がかかっているからあまり迷惑かけられない」（高3女子/宮崎県）、「大学受験と重なるから！家計に心配かけたくない！」（高3男子/栃木県）、「受験もあってお金がかかる1年だから」（高3女子/高知県）など、高校生だから子どもだから気にしない！ではなく、家族の一人として全体を見据えている様子。特に高3の現役受験生にとっては、進路検討の中で気付いた学費の高さも「ねだりにくさ」を生む要因の一つになっているようですね。

【アンケート概要】

- 調査期間：①2023年10月10日(火)～2023年10月12日(木)
②2023年10月20日(金)～2023年10月21日(土)
- 調査方法：インターネットリサーチ
- 調査対象：①全国高校生男女（『スタディサプリ進路』の高校生エディター／公式LINE登録者）
②高校生の子どもがいる男女
- 有効回答数：①685人（男子174件、女子497件、回答しない14件） ②310人（男性155件、女性155件）
- 調査実施機関：①株式会社リクルート ②株式会社マクロミル

■『スタディサプリ進路』について

『スタディサプリ進路』は、1970年に創刊した『リクルート進学ブック』に始まり、2020年に50周年を迎えた、リクルートグループにおいて就職支援に次いで歴史の長い事業です。“「学びたい」「学んでよかった」がもっと増えていく世界の実現”をコンセプトに、変化が激しい社会の中で生徒が生き抜くために、「なりたい自分」と「自己実現できる学校」を発見し、「自分に合った進路選択の実現」を可能にするためのサービスを提供しています。高校3年間を通して、「自己理解」「職業観育成」「学びの内容理解」「学校研究」に対応するさまざまな教材ラインアップを無料で提供しています。

（詳細：<https://shingakunet.com/rnet/column/rikunabi/index.html?vos=conttwnowother00010>）

■“スタサブ編集部”について

全国3,000人以上の現役高校生からなる「スタサブ高校生エディター」と共に、高校ライフにフィットするコンテンツを作る編集部。進路や受験勉強のノウハウはもちろん、夜食レシピやメンタルを支える名言などの多様なコンテンツを、Webサイト『#高校生なう』、年8回発行の情報誌『スタサブ進学マガジン』、アプリ『スタディサプリ for SCHOOL』、会員向けメールマガジン、各種SNSで配信中。

なお、今回のアンケート結果をさらに詳しく分析した記事は『#高校生なう』の下記URLにて公開中。

<URL：<https://shingakunet.com/journal/fromsapuri/20231122000014/?vos=scrmot00061>>

リクルートグループについて

1960年の創業以来、リクルートグループは、就職・結婚・進学・住宅・自動車・旅行・飲食・美容などの領域において、一人ひとりのライフスタイルに応じたより最適な選択肢を提供してきました。現在、HRテクノロジー、マッチング&ソリューション、人材派遣の3事業を軸に、60を超える国・地域で事業を展開しています。リクルートグループは、新しい価値の創造を通じ、社会からの期待に応え、一人ひとりが輝く豊かな世界の実現に向けて、より多くの『まだ、ここにはない、出会い。』を提供していきます。

詳しくはこちらをご覧ください。

リクルートグループ：<https://recruit-holdings.com/ja/> リクルート：<https://www.recruit.co.jp/>