

Made in Japanの履き心地とデザイン性を追求するタビオが父の日を前に調査

お父さんの3人に1人は、 子どもに父の日を大事にして欲しいと思っている！？ 貰って重宝するのは、普段から使える「靴下」！！

Made in Japan ならではの繊細な履き心地とデザイン性を兼ね備えた靴下を製造・販売するタビオ株式会社（本社：大阪市浪速区、代表取締役社長：越智勝寛、以下タビオ）は、2012年5月14日より全国の店舗で開催する父の日フェアに先駆けて、20代～60代の男女900人に父の日に関連する調査を行いました。以下、その調査結果をまとめたものです。

トピックス

■ 父の日にプレゼントを贈る人は、55.0%

“絆消費”を背景に、父の日プレゼントを贈る人の割合が増加！

■ 父の日ギフトの平均予算は、4,821円。2010年より、541円減少

■ 母の日に、追いつけ父の日！

お父さんの3人に1人は、父の日を大事にして欲しいと思っている！？

■ 父親への想い

子どもの頃の「安心」、「信頼」から、大人になった今は、「感謝」へ

■ 贈る側と貰う側の商品ラインナップにギャップあり！？

お父さんへ感謝の気持ちを伝え、普段から使ってもらえるのは「靴下」！？



タビオ“父の日フェア”のお知らせ

タビオでは6月17日の父の日先駆けて、全国の店舗およびオンラインストアで、“父の日フェア”を実施します。

“はじめての滑り台、はじめてのブランコ、はじめての自転車、いつも一緒にいてくれた。6.17 父の日に靴下を贈ろう。”をテーマに、期間中は父の日のプレゼントにぴったりの靴下を多数取り揃えています。また、「父の日フェア」限定ラッピングも登場。子供の頃、いつも一緒だった大好きなお父さんの足。今年の父の日は、日ごろの感謝の気持ちを込めて、そんな思い出いっぱいのお父さんの足を優しく包む靴下を贈ってみませんか？

【開催期間】 2012年5月14日（月）～6月17日（日）

【開催店舗】 全国の「靴下屋」、「タビオ」、「タビオ オム」、「ショセツ」、「マイティソクサー」および「タビオオンラインストア（<http://www.tabio.com/jp/>）」

【問い合わせ先】 タビオ株式会社（tel. 03-6419-7676）

※開催期間、開催店舗ともに一部例外あり

2012 父の日限定
オリジナルラッピング



■ 父の日にプレゼントを贈る人は、55.0%

“絆消費”を背景に、父の日プレゼントを贈る人の割合が増加！

20代～40代の男女600人に、父の日に関する調査を行ったところ、今年、父親へプレゼントを贈る人の割合は、55.0%でした。なお今回同時に調査した2010年、2011年にプレゼントを贈ったかどうかの回答結果と比べると、どちらの年よりも、今年は父の日のプレゼントを贈る人の割合が増えていることがわかりました。

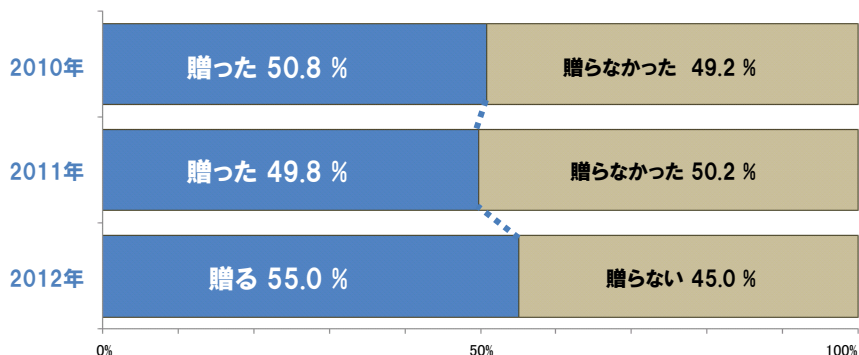
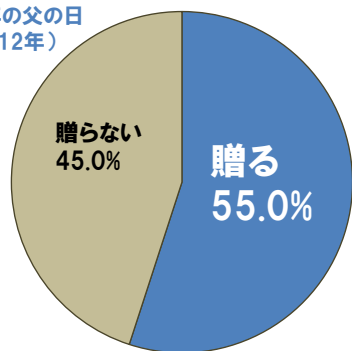
東日本大震災以降、家族や復興支援のためにお金を使う“絆消費”という言葉に注目が集まっていますが、父の日のプレゼントを贈る人の割合が増えている背景のひとつに、この“絆消費”も数えられそうです。

父の日にプレゼントを贈る予定はありますか（贈ったりしましたか）？

(N=600)

※本設問のみ、2010年、2011年についても、2012年3月に実施した今回のアンケートで調査

今年の父の日
(2012年)



■ 父の日ギフトの平均予算は、4,821円。2010年より、541円減少

またさらに、今年の父の日に、プレゼントを「贈る」予定があると答えた人に、その予算はいくらかを調査しました。その結果、今年の父の日ギフトの平均予算は、4,821円でした。なお、2010年にタビオが行った同様の調査で算出された父の日ギフトの平均予算は、5,362円。今年の父の日ギフトの平均予算は、東日本大震災前の2010年より、541円低いという結果になりました。

ちなみに、今年の調査で、父の日ギフトにかける平均予算が一番高かったのは、40代男性の6,205円で、一番低かったのは、20代女性の3,924円でした。また、2010年の調査結果と比較して、金額の増減幅が最も大きかったのは、30代男性の-1,413円(2010年:6,487円⇒2012年:5,074円)でした。

父の日に父親へ贈るプレゼントの予算はどのくらいですか？

(2012年:N=330、2010年:N=428)

	2010年	2012年	2010年からの増減
全体	5,362 円	4,821 円	-541 円
20代 男性	5,038 円	4,802 円	-236 円
30代 男性	6,487 円	5,074 円	-1,413 円
40代 男性	6,127 円	6,205 円	78 円
20代 女性	4,687 円	3,924 円	-763 円
30代 女性	4,375 円	4,712 円	337 円
40代 女性	5,517 円	4,734 円	-783 円

■ 母の日に、追いつけ父の日！

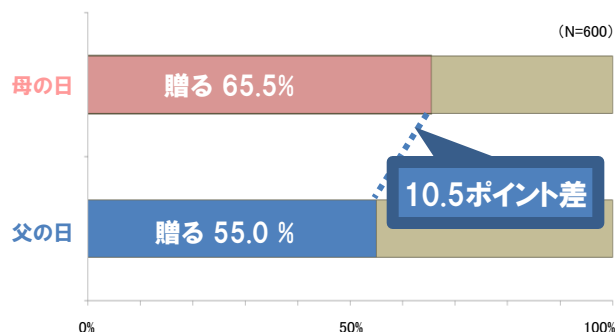
お父さんの3人に1人は、父の日を大事にして欲しいと思っている！？

一説では、「母の日のように父に感謝する日」と、アメリカに住む父親思いのひとりの女性が牧師協会へ嘆願したことをきっかけに1910年頃から始まったとされる父の日。一方、古くは17世紀に起源を持つと言われ、カーネーションを贈るなど、すっかりプレゼントを贈るイメージが定着している母の日。この2つの「日」を比べると、歴史、浸透度ともに、父の日は、やはり、やや母の日の影に潜む感があるようです。

そこで、この2つの「日」の浸透度やモチベーションにどのような差があるのかを探るために、今回の父の日に関する調査の結果と、タビオが今年同様に行った母の日に関する調査の結果を比べてみました。(いずれの調査も対象者は、実父・実母ともに健在の20代～40代の男女)

その結果、プレゼントを「贈る」と答えた人の割合は、母の日が65.5%だったのに対して、父の日は55.0%と、実に10.5ポイントの差があることがわかりました。さらに、プレゼントにかかる平均予算は、母の日が4,899円だったのに対して、父の日は、それより78円低い4,821円。プレゼントを贈る人の割合、プレゼントにかかる予算ともに、母の日が父の日を上回るという結果になりました。

今年の母の日／父の日にプレゼントを贈る予定はありますか？



今年の母の日／父の日のプレゼントの予算はどのくらいですか？

(母の日：N=393、父の日：N=330)

	母の日	父の日	母の日との差違
全体	4,899 円	4,821 円	-78 円
20代 男性	4,672 円	4,802 円	130 円
30代 男性	4,911 円	5,074 円	163 円
40代 男性	6,309 円	6,205 円	-104 円
20代 女性	4,355 円	3,924 円	-431 円
30代 女性	4,868 円	4,712 円	-156 円
40代 女性	4,815 円	4,734 円	-81 円

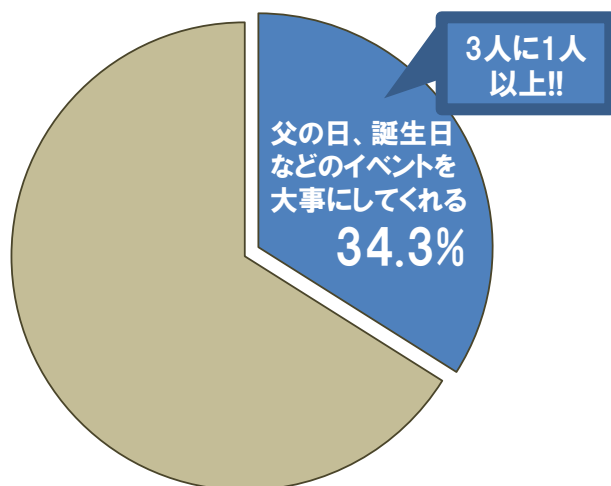
今回の調査では、プレゼントを贈る人の割合、プレゼントにかかる金額ともに、やや母の日に押され気味だった父の日ですが、その主役であるお父さん自身は、父の日について、どのように思っているのでしょうか。

父の日のプレゼントを貰う側の立場にいる40代～60代の男性300人に、自分の子どもにしてもらおうと、うれしい親孝行は何かを聞いたところ、実に3人に1人以上の34.3%の人が、「父の日、誕生日などのイベントを大事にしてくれる」と答えました。子どもから、母の日にプレゼントを貰う妻を横目に、「父の日も大事に・・・」と思っているお父さんも意外に多いのかもしれません。

家族の絆について語られることが多い昨今。これまで、父の日をあまり気にしなかったという人も、今年の父の日を機に、日ごろなかなか口に出して伝えることのないお父さんへの思いを、プレゼントに込めて贈ってみてはどうでしょうか。

自分の子どもにしてもらおうと、うれしい親孝行は？(MA)

(N=300)

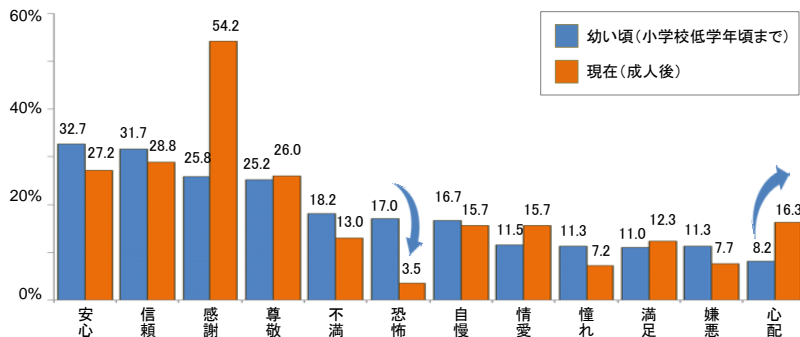


■ 父親への想い。子どもの頃の「安心」、「信頼」から、大人になった今は、「感謝」へ

“絆消費”を背景に、プレゼントを贈る人が増えそうな今年の父の日。さて、そのプレゼントに込められる父親への思いとは、どのようなものなのでしょうか。また、子どもが父親に対して抱く感情は、幼い頃と成人した後ではどのように変化するのでしょうか。

そこで、幼い頃と成人後の現在、父親に対して抱く感情を、20代～40代の男女を対象に調査。その結果、幼い頃抱いていた感情では、「安心(32.7%)」、「信頼(31.7%)」などがポイントを集め、現在の感情では、「感謝(54.2%)」が圧倒的に多くのポイントを集めました。また、その他に、幼い頃と現在とで大きな差が見られたのは、「恐怖(幼い頃:17.0%⇒現在:3.5%)」、「心配(幼い頃:8.2%⇒現在:16.3%)」などでした。

幼い頃と現在のあなたが、父親に対して抱く感情で近いものは何ですか？(MA) (N=600)



幼い頃、「安心」、「信頼」仕切っているお父さんと一緒なら、どんなことも怖がらずにチャレンジできた、という人も多いはず

■ 贈る側と貰う側の商品ラインナップにギャップあり！？

お父さんへ感謝の気持ちを伝え、普段から使ってもらえるのは、「靴下」！？

日頃の感謝の気持ちを伝えたい父の日。お父さんたちは、どんなものを貰ったときに、より子どもの気持ちを感じるのでしょうか。そこで、プレゼントを貰う側の人に、貰ったら思いやりが感じられるものは何かを調査。

その結果、お父さんに人気が高かったのは、「ネクタイ(30.0%)」、「靴下(21.0%)」、「お酒(21.0%)」。逆に、贈る側の人に人気が高かったのは、「お酒(29.8%)」、「洋服(19.3%)」、「食品(19.2%)」。残念ながら、プレゼントを貰う側、贈る側の商品ラインナップには、ややギャップがあるようです。

父の日に貰ったら子どもからの思いやりが感じられるものは何ですか？(MA)

(N=300)

	貰う側	
①	ネクタイ	30.0%
②	靴下	21.0%
②	お酒	21.0%
④	ハンカチ	20.7%
⑤	財布	19.0%

父の日に贈るなら何がよいと思いますか？(MA)

(N=600)

	贈る側	
①	お酒	29.8%
②	洋服	19.3%
③	食品	19.2%
④	靴下	16.3%
⑤	スイーツ	14.5%

父の日に贈るならどのようなものがいいと思いますか？(MA)

(N=600)

	贈る側	
①	普段から使えるもの	63.8%
②	健康を気遣ったもの	44.8%
③	身につけるもの	28.3%
④	長く使えるもの	27.3%
⑤	特別な日に使えるもの	5.0%

父の日に貰ったら日ごろから重宝すると思うものは何ですか？(MA)

(N=300)

	貰う側	
①	靴下	37.7%
②	ハンカチ	34.0%
③	ネクタイ	32.7%
④	財布	32.3%
⑤	お酒	27.7%

また、せっかく気持ちを込めて贈ったプレゼントは、タンスや押し入れの肥やしにはなって欲しくないもの。調査でも63.8%の人が、贈るなら父親が「普段から使えるもの」がいいと答えています。そこでさらに、プレゼントを貰う側の人に、父の日に貰ったら、日ごろから重宝するものは何かを調査しました。

その結果、多かった回答の1位は「靴下(37.7%)」。お父さんに感謝の気持ちが伝わり、なおかつ普段から使ってもらうには、意外にも「靴下」が最も有効なアイテムと言えそうです。

靴下の達人・タビオプレスが自信を持ってセレクト！ お父さんが喜ぶ父の日靴下

お父さんのスーツ姿をもっとステキに！



リブリンクスレギュラーソックス(¥840)/
チェックレギュラーソックス(¥945)※写真
向かって左から

カジュアル志向のお父さんに！



ジャカードフェアイルショートソックス
(¥840)/縞柄ダブルインシヤルショートソ
ックス(¥945)/父の日Thank youボーダー
ソックス(¥945) ※写真向かって左から

ONもOFFもおしゃれに！



ボーダーショートソックス(¥945)/父の日
ドットストライプレギュラーソックス
(¥1,050)/均等ボーダーレギュラーソッ
クス(¥945) ※写真向かって左から



日頃、父親とはファッションの話をする事があまりない、という人も多いはず。お父さんにプレゼントする靴下、何を選んでいいのか迷ってしまいますよね。そんな時は、ぜひ、お父さんのライフスタイルを思い浮かべながら選んでみてください。毎日スーツスタイルで仕事を頑張っているお父さんには、スーツに合う上質でシンプルなデザインの靴下が、普段からカジュアル志向のお父さんには、コーディネートで遊ぶことのできる柄モノやカラフルな靴下がおすすめ。また、ファッションは少し苦手かも・・・というお父さんには、ONもOFFも無理なくおしゃれを楽しめるように、さりげないデザインが入ったビジネスソックスや、洋服を選ばずに履けるボーダーの靴下などもおすすめです。
(タビオプレス・手塚 莉恵)

<2012年度 父の日調査概要>

■調査対象: 全国に住む20～69歳の男女計900名 ■調査方法: インターネットによるアンケート調査 ■調査期間: 2012年3月23日～2012年3月25日
■対象者属性: 贈る側) 20～49歳の男女各300名 計600名 ※実父・実母ともに健在 ②(貰う側) 40～69歳の男性300名 ※中学生以上の子どもがいる
※「あなたは2010年(一昨年)/2011年(昨年)の父の日にプレゼントを贈りましたか」の問いのみ、2012年度の調査内で回収

<2011年度 父の日調査概要>

■調査対象: 全国に住む20～59歳の男女計1,240名 ■調査方法: インターネットによるアンケート調査 ■調査期間: 2011年2月18日～2010年2月23日
■対象者属性: 贈る側) 20～59歳の男女各320名 計640名 ※実母・義母のうち1名以上が健在 ②(貰う側) 30～59歳の男性600名 ※中学生以上の子どもがいる
※リリース上の「贈る側」一部データは、2012年度調査と合わせ、20～49歳のデータを抽出し使用

<2010年度 父の日調査概要>

■調査対象: 全国に住む20～59歳の男女計1,240名 ■調査方法: インターネットによるアンケート調査 ■調査期間: 2010年3月6日～2010年3月8日
■対象者属性: 贈る側) 20～59歳の男女各320名 計640名 ※実母・義母のうち1名以上が健在 ②(貰う側) 30～59歳の男性600名 ※中学生以上の子どもがいる
※リリース上の「贈る側」一部データは、2012年度調査と合わせ、20～49歳のデータを抽出し使用

<2012年度 母の日調査概要>

■調査対象: 全国に住む20～69歳の男女計900名 ■調査方法: インターネットによるアンケート調査 ■調査期間: 2012年3月23日～2012年3月25日
■対象者属性: 贈る側) 20～49歳の男女各300名 計600名 ※実父・実母ともに健在 ②(貰う側) 40～69歳の女性300名 ※中学生以上の子どもがいる
※「あなたは2010年(一昨年)/2011年(昨年)の母の日にプレゼントを贈りましたか」の問いのみ、2012年度の調査内で回収

■タビオ株式会社

タビオ株式会社は1968年に創業し、44年の歳月の中で、「靴下を履いていることを忘れてしまうようなフィット感」を追求してまいりました。繊細な履き心地の靴下をつくるために、長年の経験と技術を積んだ日本の職人たちがひとつひとつ丁寧に編み立てています。現在では「靴下屋」「タビオ オム」「ショセット」「マイティソクサー」の靴下専門店ブランドを日本全国に273店舗(2012年4月末現在)展開し「Tabio」名の店舗をパリとロンドンに展開。Made in Japan の履き心地とデザイン性は、ファッションの本場パリでも高い評価を得ています。

■会社概要

社名 : タビオ株式会社 (大証第二部 証券コード: 2668)
代表取締役社長 : 越智 勝寛
創業 : 1968年3月(設立 1977年3月)
本社 : 〒556-0011 大阪市浪速区難波中2-10-70 なんばパークス内パークスタワー16F
東京支店 : 〒150-0002 東京都渋谷区渋谷2-15-1 渋谷クロスタワー31F
事業内容 : 靴下の企画・製造・卸・小売、直営店 靴下屋・タビオ・タビオ オム・ショセット・マイティソクサーの展開、フランチャイズチェーン 靴下屋・マイティソクサーの展開
ホームページ : <http://www.tabio.com/jp/> ※リリースURL : <http://www.tabio.com/jp/corporate/news/1857/>