

生活総合情報メディア【ヨムーノ】、

お中元に関する意識調査を実施

「やめたい」「困った」「もらって転売？」リアルな本音が明らかに

25～72歳の既婚女性137名に実施したアンケートでは、お中元について「やめたい」と感じたことがある方が8割を超え、「もらって困った」「そのまま誰かに渡した」といった声も寄せられるなど、現代の暮らしにおける“お中元のあり方”があらためて問われる結果となりました。



司、以下「ベビーカレンダー」) が運営する生活総合情報メディア「ヨムーノ」は、「ヨムーノメイト (※1) 」を中心とした、25~72歳の既婚女性137名を対象に「お中元」に関するアンケート調査を2025年5月に実施しました。

【調査サマリー】

- 1) “お中元”を贈る方は減少傾向？関東では約3割が「やめた」、関西では約4割が「贈ったことがない」
- 2) 関西は“もらい手優勢”？「お中元を贈らない」43.7%、でも「受け取る」方は20.4%
- 3) 贈る相手は「義実家」約5割、「実家」約4割。仕事関係よりも家族・親戚が主流
- 4) お中元1件の相場は「2,001~5,000円」に集中
- 5) お中元の1年あたりの総予算は「1~3万円」が主流
- 6) 嬉しいお中元1位は「スイーツ」。でも…「ゼリー」「洗剤」は“困った”という声も。
- 7) お中元、8割以上が「やめたい」と感じた経験あり。やめて“スッキリ”も3割近くに
- 8) お中元、もらっても“困る”？4割が「転売 or 譲渡」経験あり
- 9) お中元の今後、「どんどん減る」予想が最多の47.5%。“なくなる”より“かたちを変える”時代へ

調査概要

調査名：お中元に関するアンケート

調査手法：インターネットによるアンケート調査

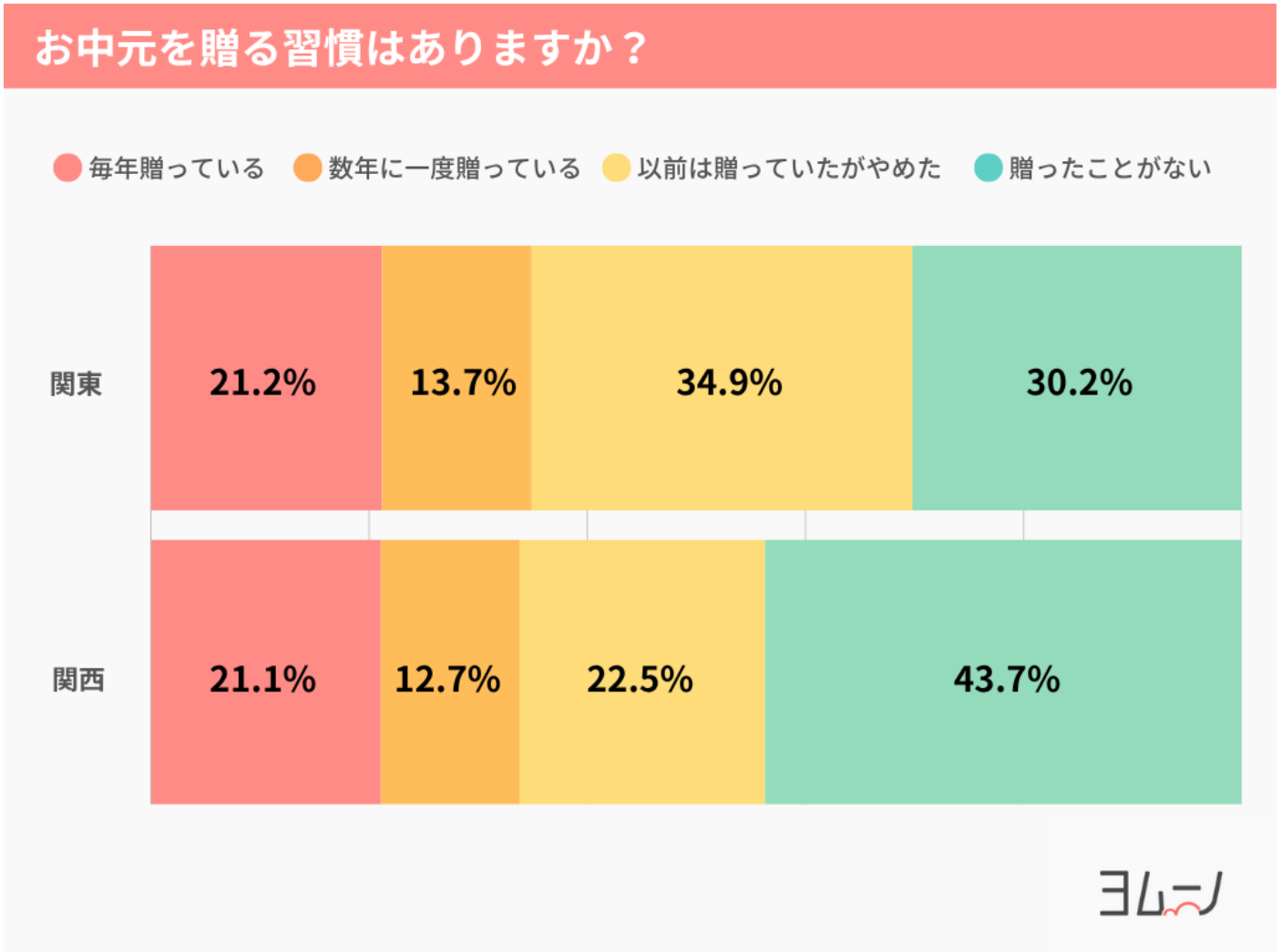
調査期間：2025年5月21日~5月28日

調査対象：「ヨムーノメイト (ヨムーノ公式インスタグラマー)」を中心とした、25~72歳の既婚女性137名

※1.ヨムーノメイトとは

編集部がスカウトした「くらし全方位ジャンルのマニア」によるインスタグラマー組織

1) “お中元”を贈る方は減少傾向？ 関東では約3割が「やめた」、関西では約4割が「贈ったことがない」



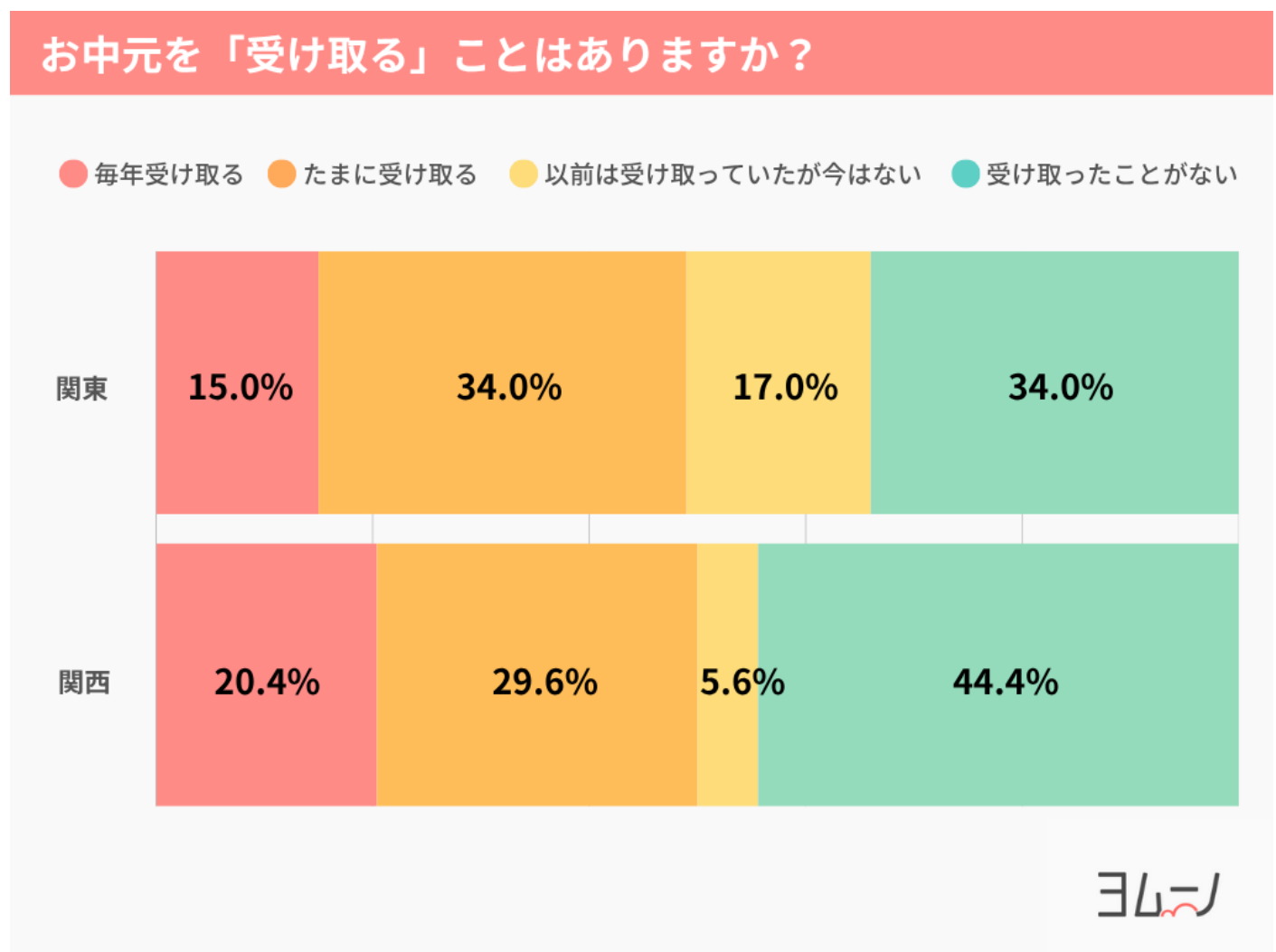
Q1.お中元を贈る習慣はありますか？ (n=137)

お中元を「毎年贈っている」と回答した関東在住の方は21.2%、関西在住の方は21.1%と、地域差はほとんど見られない結果となりました。

一方で、「以前は贈っていたが今はやめた」という方が関東では34.9%と高いのに対し、関西では22.5%にとどまっており、逆に「贈ったことがない」方の割合は関西で43.7%と、関東（30.2%）を大きく上回っています。

このことから、関西ではお中元を“そもそも贈る習慣がない”方が多く、関東では“かつて贈っていたがやめた”方が多いという傾向が見てとれます。

2) 関西は“もらい手優勢”？「お中元を贈らない」43.7%、でも「受け取る」方は20.4%



Q2 お中元を「受け取る」ことはありますか？ (n=137)

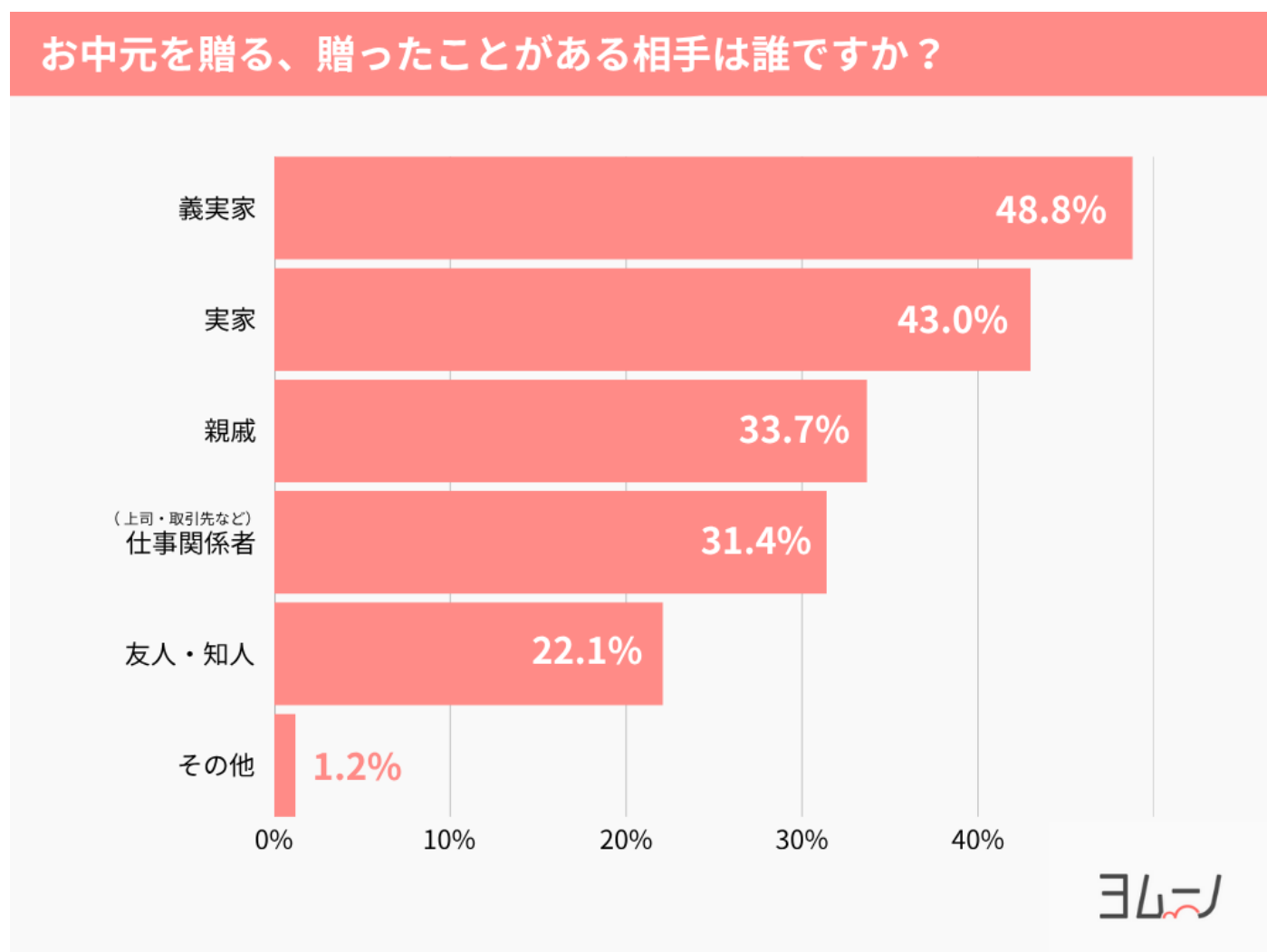
関東在住の方は、「たまに受け取る (34.0%)」「以前は受け取っていたが今はない (17.0%)」など、過去にお中元のやりとりを経験している方が一定数おり、「贈答文化が残っているが、徐々に減少傾向にある」と

いった変化が見受けられます。

興味深いのは、関西では前問（Q1）で「（お中元を）贈ったことがない」方が43.7%と最多でありながら、本問（Q2）で「毎年受け取る」と答えた方は20.4%と、関東（15.0%）を上回っている点です。

この結果から、関西には“自分では贈らないが、受け取る機会はある”という関係性が一定数存在している可能性がうかがえます。

3) 贈る相手は「義実家」約5割、「実家」約4割。仕事関係よりも家族・親戚が主流



Q3.お中元を贈る、贈ったことがある相手は誰ですか？当てはまる選択肢をすべてお選びください。(n=86)

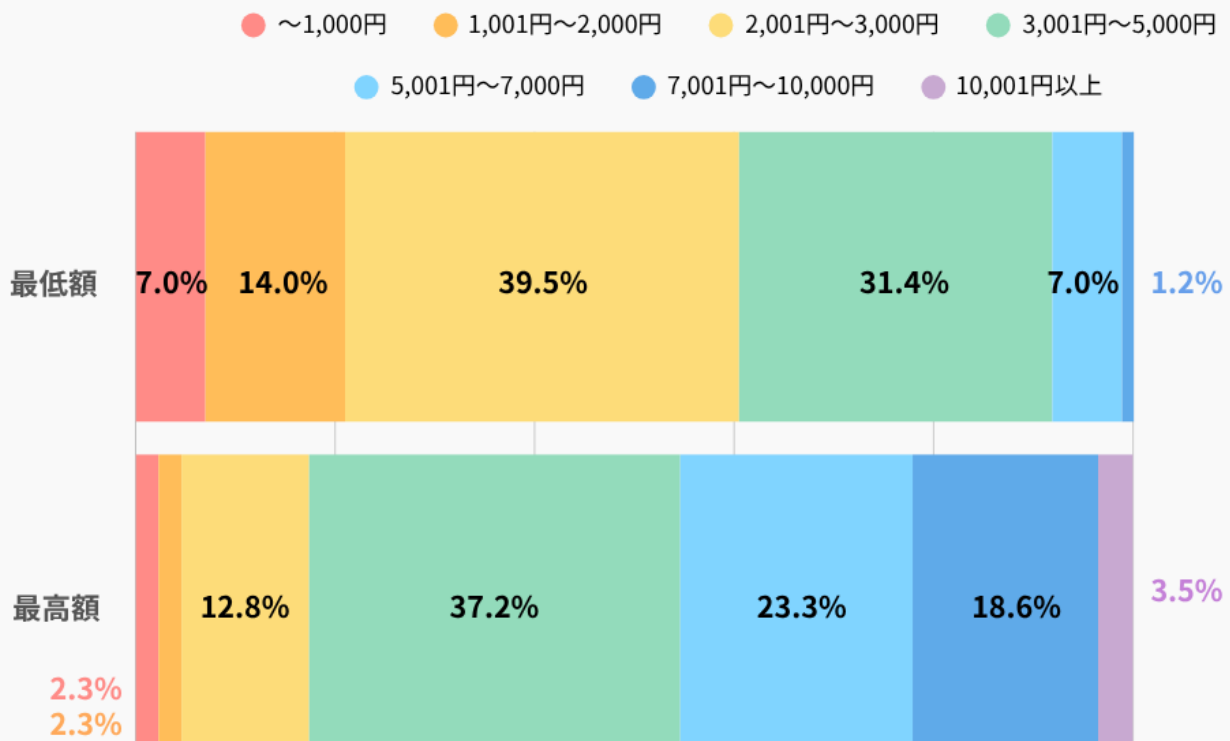
(Q1で「贈ったことがない」と回答した方以外に聞きました。複数回答)

お中元を「贈ったことがある相手」として最も多かったのは「義実家」(48.8%)、次いで「実家」(43.0%)、「親戚」(33.7%)と、親族関係が上位を占める結果となりました。

一方で、「仕事関係者」(31.4%)や「友人・知人」(22.1%)といった家庭外の相手には、比較的少数にとどまっており、現代のお中元文化はプライベート寄り・身内中心になっていることがわかります。

4) お中元1件の相場は「2,001～5,000円」に集中

お中元「1件あたりの予算」はどのくらいですか？最低額と最高額を教えてください。



エムシー

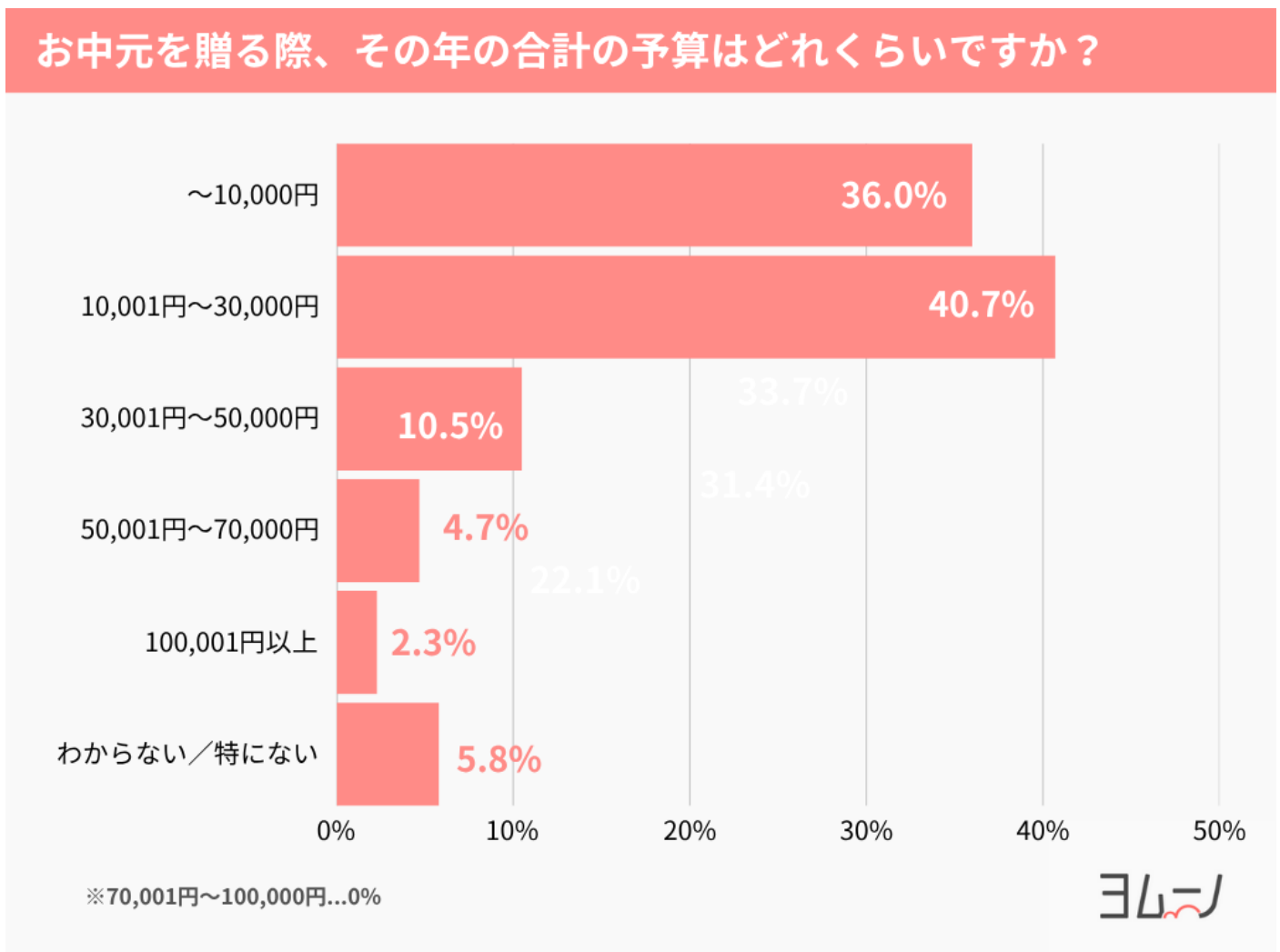
Q4.お中元「1件あたりの予算」はどのくらいですか？最低額と最高額を教えてください。今は贈っていない場合は、過去に贈っていた際の予算を教えてください。（n=86）（Q1で「贈ったことがない」と回答した方以外に聞きました。）

お中元1件あたりの最低額として最も多かったのは「2,001円～3,000円」（39.5%）、次いで「3,001円～5,000円」（31.4%）と、全体の7割以上が2,000円～5,000円の範囲内であることがわかりました。

一方、最高額としては、「3,001円～5,000円」（37.2%）と「5,001円～7,000円」（23.3%）が上位を占め、「贈る相手によってはややグレードアップする」傾向もうかがえます。

全体としては、お中元の相場は「3,000円前後」が主流であり、多くの方が“気を遣いすぎず、失礼にもならない”と感じる価格帯に収まっていることがうかがえます。

5) お中元の1年あたりの総予算は「1～3万円」が主流



Q5.お中元を贈る際、その年の合計の予算はどれくらいですか？今は贈っていない場合は、「過去に贈っていた際の予算」を教えてください。最も近い金額をお選びください。(n=86) (Q1で「贈ったことがない」と回答した方以外に聞きました。複数回答)

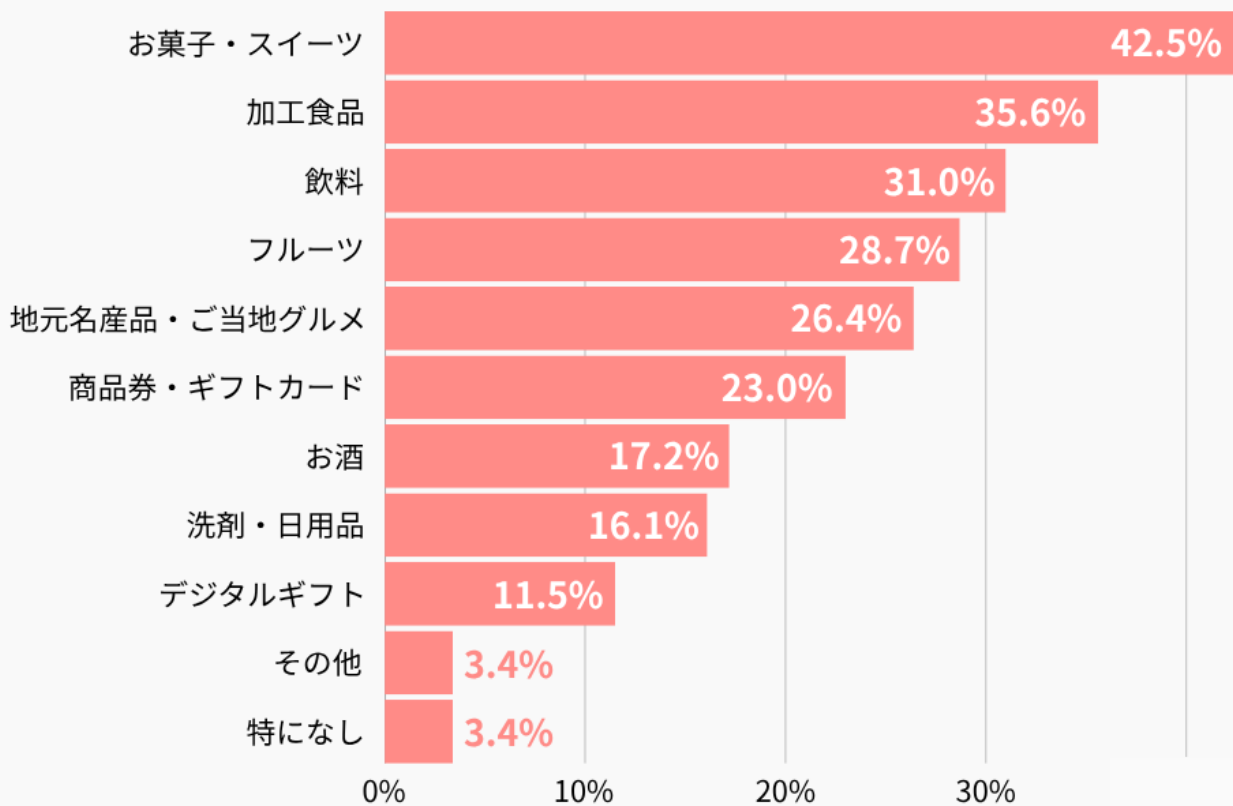
お中元にかかる年間の合計予算として最も多かったのは、「10,001円～30,000円」(40.7%)、次いで「10,000円以内」(36.0%)という結果となりました。

この2つの層で全体の76.7%を占めており、1年間で1万前後から3万円までがボリュームゾーンであることが明

らかになりました。

6) 嬉しいお中元1位は「スイーツ」。でも…「ゼリー」「洗剤」は“困った”という声も。

今までに、もらって嬉しかったお中元は何ですか？





Q6.今までに、もらって嬉しかったお中元は何ですか？ (n=87) (Q2で「受け取ったことがない」と回答した方以外に聞きました。複数回答)

最も多かったのは「お菓子・スイーツ」(42.5%)という結果になりました。次いで「加工食品」(35.6%)、「飲料」(31.0%)、「フルーツ」(28.7%)と、食品・飲料系が上位を独占する形となっています。一方で、「商品券・ギフトカード」(23.0%)や「デジタルギフト」(11.5%)といった“選べる系”ギフトも

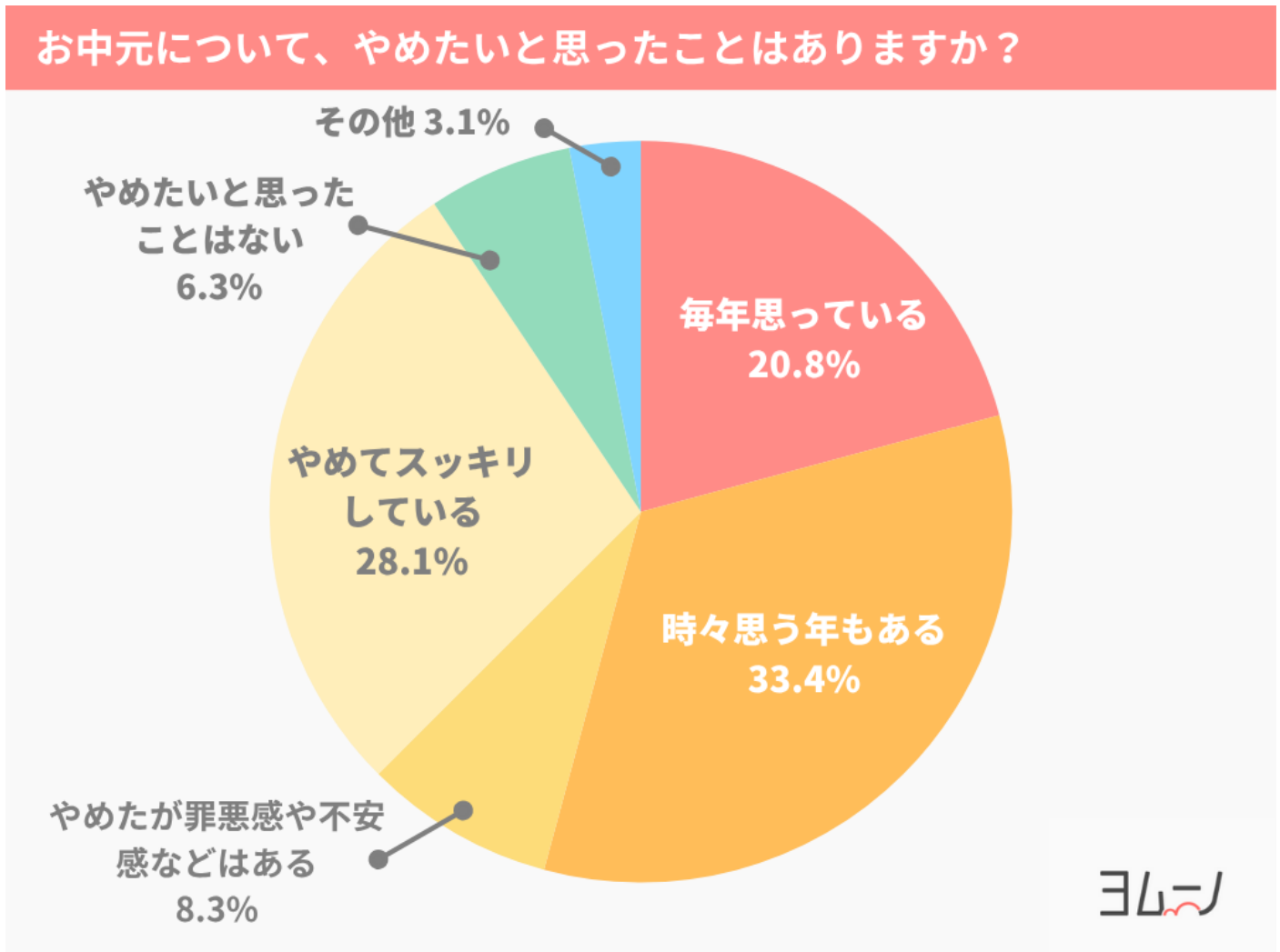
一定の支持を得ており、実用性や自由度を重視する層の存在も伺えます。

注目すべきは、「地元名産品・ご当地グルメ」（26.4%）が上位に食い込んでいる点です。定番の商品ではなく“その土地ならではの”のレア感のある品に魅力を感じる方が多いことを示しており、贈り手の個性やセンスが読み取れる点も好印象につながっていると考えられます。

お中元で「もらって困ったもの」「正直いらなかったもの」（アンケートの声より）

- ・洗剤…こだわって使っているものがあるから。（43歳）
- ・ジュースの詰め合わせ…普段飲まないから。（42歳）
- ・安いゼリー…美味しくないと感じるから。（47歳）
- ・賞味期限の短いお菓子…食べきれなくて困るから。（38歳）

7) お中元、8割以上が「やめたい」と感じた経験あり。やめて“スッキリ”も3割近くに



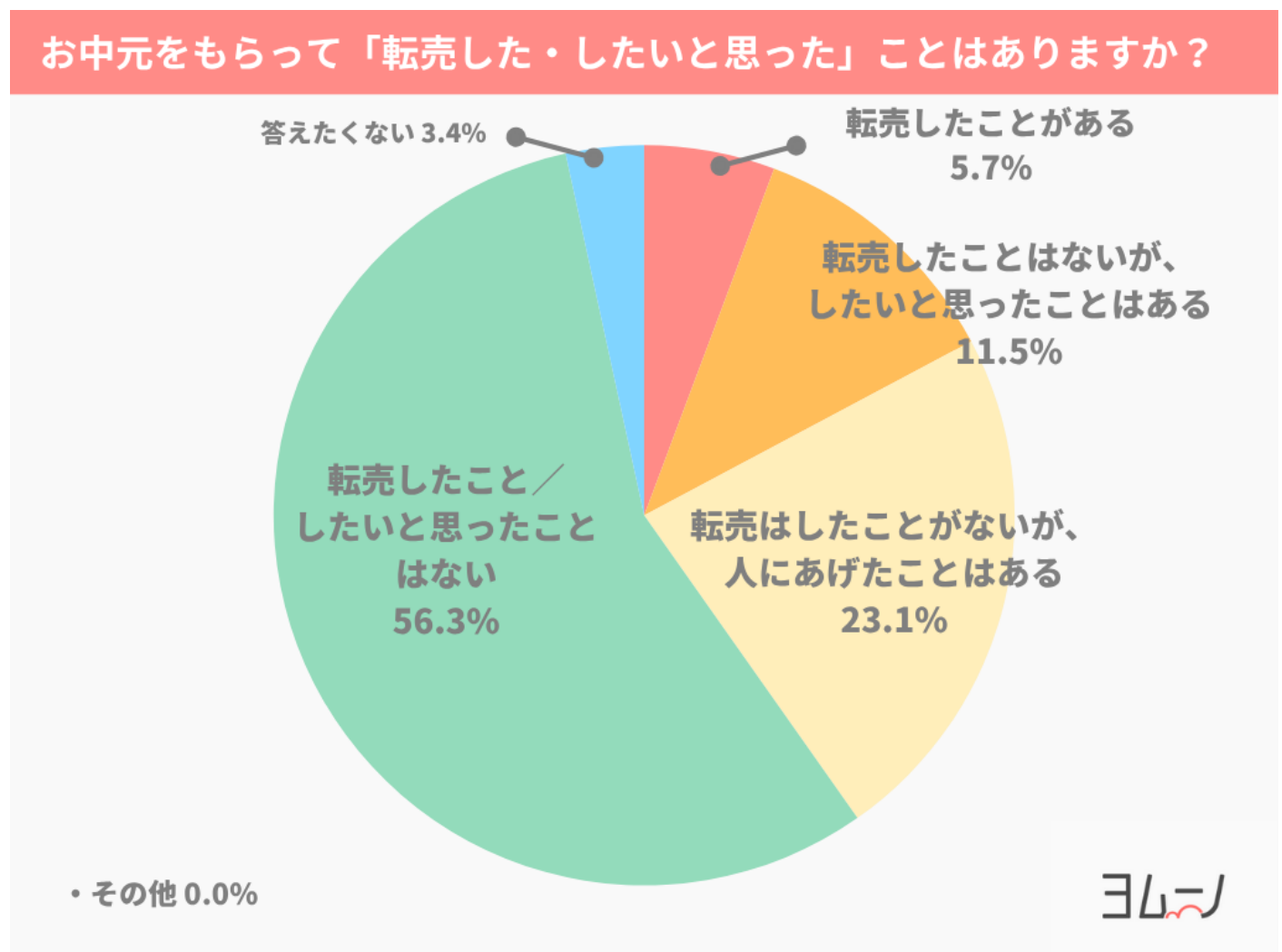
Q7.お中元について、やめたいと思ったことはありますか？ (n=96) (※Q1.で『1.毎年贈っている』『2.数年に一度程度贈っている』『3.以前は贈っていたが今はやめた』いずれかを選択した、または、Q2.で『1.毎年受け取る』『2.たまに受け取る』『3.以前は受け取っていたが今はない』いずれかを選択した方に聞きました。)

「毎年思っている」(20.8%)、「時々思う年もある」(33.4%)、「やめてスッキリしている」(28.1%)をあわせると、実に8割以上(82.3%)の方が“やめたい”気持ちを持った経験があることがわかりました。

すでに「やめてスッキリしている」と回答した方が28.1%と、3割近くにはのぼっていることから、お中元が義務的・形式的なものとして“負担”と感じられている側面が強まっていることを示唆しています。

一方で、「やめたが罪悪感や不安感などはある」（8.3%）という回答もあり、やめたくても完全には割り切れない心理的な葛藤も一定数存在しています。

8) お中元、もらっても“困る”？4割が「転売 or 譲渡」経験あり



Q8.お中元をもらって「転売した・したいと思った」ことはありますか？（n=87）（Q2で「受け取ったことがない」と回答した方以外に聞きました。複数回答）

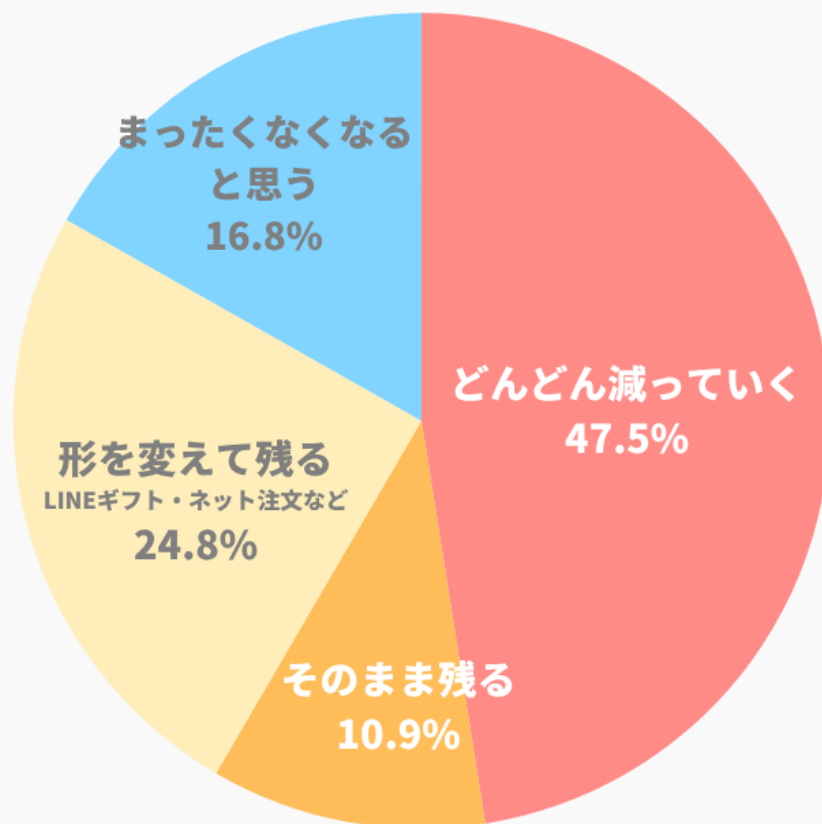
実際に転売したことがある方は5.7%、転売はしていないが“したいと思った”経験がある方は11.5%という結果となりました。これらを合わせると、17.2%（約6人に1人）が“転売”を一度は意識したことがあることになります。

さらに、「転売はしないが誰かにあげたことがある」と答えた方が23.1%もあり、全体の4割以上（40.2%）が“そのまま自分で受け取らなかった”経験をしているという、実用的な反応が見てとれます。

一方で、「転売したことも、したいと思ったこともない」方は56.3%と過半数にのぼっており、贈り物としての“気持ち”や“マナー”を重視している層の存在も強く感じられます。

9) お中元の今後、「どんどん減る」予想が最多の47.5%。“なくなる”より“かたちを変える”時代へ

今後、お中元はどうなっていくと思いますか？





Q9.今後、お中元はどうなっていくと思いますか？ (n=137)

「どんどん減っていく」と答えた方が47.5%と最多となりました。次いで「形を変えて残る（LINEギフト・ネット注文など）」が24.8%と、約4人に1人が“デジタル化・簡略化”による継続を予想しています。

一方で、「まったくなくなると思う」が16.8%、「そのまま残る」は10.9%と、“完全消滅”も“伝統継続”も少数派であることが分かります。

お中元文化は“終わる”のではなく、“変わる”ステージに入っているといえそうです。

お中元の今後についてリアルな本音（アンケートの声より）

- ・ ソーシャルギフトのように、ものをこちらで選択できるものだと嬉しいです。（37歳）
- ・ 会社関係からお中元をいただく立場ですが、コスト面の見直しで今後は減っていくのではと感じています。
(38歳)
- ・ 「早く消費しなければ」と負担になるので、商品券のみがいいです。（43歳）

お中元のあり方、そろそろアップデートの時期かも？

今回のアンケートでは、「お中元」に対する意識調査を行いました。

お中元文化は“なくなる”のではなく、“より柔軟に、気軽に、気の利いたかたちで続いていく”時代へとシフトしているのかもしれません。

「今年のお中元、どうしようか？」皆さまにとってちょうどよい”贈り方”を、考えるきっかけになれば幸いです。

―――
<本リリースに関してヨムーノの記事でもご紹介中！>

<https://yomuno.jp/posts/125993>

<「ヨムーノ」メディアに関して>

『ヨムーノ』（<https://yomuno.jp/>）は、忙しくても「くらしをもっと楽しく賢く！」をコンセプトに、人気のショップ情報やグルメ、ファッション、ビューティ、インテリア・収納、節約・マネー等、くらし全方位の「すぐ実践できるトレンド情報」を発信しています。

<「ベビーカレンダー」メディアに関して>

『ベビーカレンダー』は、月間PV数3.1億PV、会員登録数が年間約36万人、総勢約100名の医師・専門家が監修する妊娠・出産・育児の情報を網羅した日本最大（※）の育児支援メディアです。妊娠してから赤ちゃんが2歳になるまでの間、赤ちゃんの成長に合わせ、元雑誌編集経験者を中心とした20名以上の編集者が質の高い記事を毎日提供します。

※2024年11月時点において各メディア（当社選定競合メディア4社）が発表している月間PV数（当社調べ）において
ニュースリリースはこちら▶https://corp.baby-calendar.jp/information_tax/release

<運営会社「ベビーカレンダー」に関して>

社名：株式会社ベビーカレンダー（<https://corp.baby-calendar.jp>） ※2021年3月25日 東証マザーズ（現グ
ロース市場）上場

本社所在地：〒151-0053 東京都渋谷区代々木1-38-2 ミヤタビルディング10F

代表者：代表取締役 安田啓司

設立年月日：1991年4月

主要事業：メディア事業、医療法人向け事業

多くの医療専門家監修による、日本最大のPV数を誇る育児支援メディア「ベビーカレンダー」を運営。ベビーカレンダー以外にも、女性のライフスタイルにあわせた情報提供メディアを展開し、事業を拡大中。

<運営メディア一覧>

■ベビーカレンダー：医師・専門家監修の妊娠・出産・育児の情報メディア

URL：<https://baby-calendar.jp/>

■ウーマンカレンダー：オトナ女子によるオトナ女子のためのアンチエイジングメディア

URL：<https://woman-calendar.jp/>

■ムーンカレンダー：生理・恋愛・美容 女性たちのリアルがわかるメディア

URL：<https://moon-calendar.jp/>

■シニアカレンダー：シニア情報メディア

URL：<https://kaigo-calendar.jp/>

■シツテク：恋愛・結婚&マッチングアプリ紹介メディア

URL：<https://moon-calendar.jp/sitteku/>

■赤ちゃんの名づけ・名前ランキング：赤ちゃんの名前、よみのランキング検索メディア

URL：<https://baby-calendar.jp/nazuke/>

■ヨムーノ：忙しくても「暮らしをもっと楽しく賢く！」暮らし情報メディア

URL：<https://yomuno.jp/>

<公式SNSからも最新情報更新中！>

Instagram：<https://www.instagram.com/babycalendar/>

YouTube：<https://www.youtube.com/channel/UCFblSCmHFCkHiFXsrcksuhA>

Facebook：<https://www.facebook.com/babycalendar/>

X(旧Twitter)：https://twitter.com/baby_calendar

TikTok：https://www.tiktok.com/@babycalendar_official

【本件に関するお問い合わせ先】

株式会社ベビーカレンダー ヨムーノ編集部 担当：西澤

TEL：03-6631-3600 FAX：03-6631-3601 MAIL：yomuno-info@baby-calendar.jp

※本調査内容をご使用いただく際は、出典の記載をお願い申し上げます。また、画像データ等の改変はご遠慮ください。