

2013年12月13日

*** 2014年(平成26年) ***
ビジネスマン・OLの年賀状に関するアンケート調査

株式会社パイロットコーポレーション

日本独特のお正月の習慣として、また普段会えない人へのコミュニケーション手段として、私たち日本人にとって欠かすことのできないのが年賀状のやりとり。当社では、日本人の書き文字文化の象徴とも言える年賀状をテーマに、毎年『ビジネスマン・OLの年賀状に関するアンケート調査』を行っています。今回で34回目の本アンケートは、首都圏のビジネスマン・OL等を対象に、2014年(平成26年)用お年玉付年賀はがきが発売された11月1日から約2週間にわたり調査を実施いたしました。調査結果の詳細につきましては、次ページ以降をご参照ください。

————— 報道関係者からのお問い合わせ先 —————

株式会社パイロットコーポレーション

.03 - 3538 - 3700(代)

〒104 8304 東京都中央区京橋 2-6-21

【アンケート実施概要】

調査期間：2013年11月1日(金)～11月15日(金)

サンプル数(概数)：378

年代別サンプル比	男	女
20代	54	53
30代	69	51
40代	62	25
50代	50	10
60代	3	1

調査対象：首都圏の企業・団体等に勤務する20代～60代のビジネスマン・OL等

調査方法：質問用紙の配付・回収による無記名留置調査

* 集計データのうち、注釈なきものは、すべて単数回答を百分率化しました。

* 複数回答可の設問では、合計値が100(%)を超えます。

【アンケート集計概要】

- < 1 > 年賀状を出す人：78.9%で過去最少を更新。
ソーシャルメディアの潜在的支持率は、8割以上。
- < 2 > 2014年は、「SNS年賀状元年」となるか。
半数以上が利用予定の一方で、「SNS友達」への郵便年賀状は激減。
- < 3 > 出す枚数の平均は、5枚増の54枚。もらう枚数は、43枚。
この差の広がり、年賀状へのモチベーションを低下させる？
- < 4 > 上司への年賀状：「出したくない(けど出す)」から「住所がわからないから出せない(出さない)」に。個人情報保護時代のスタンス確立か？
- < 5 > 「Just Married」、「二世が誕生！」・・・晴れやかなお正月を飾る写真年賀状が人気上昇中。
- < 6 > 手書きコメントは年賀状のルール？ 9割以上の人「手書き箇所あり」。
- < 7 > 「年賀状は必要」、3年連続80%超。日本のお正月を象徴する習慣。
しかしながら、年始の挨拶でSNSの存在感、さらに高まる。

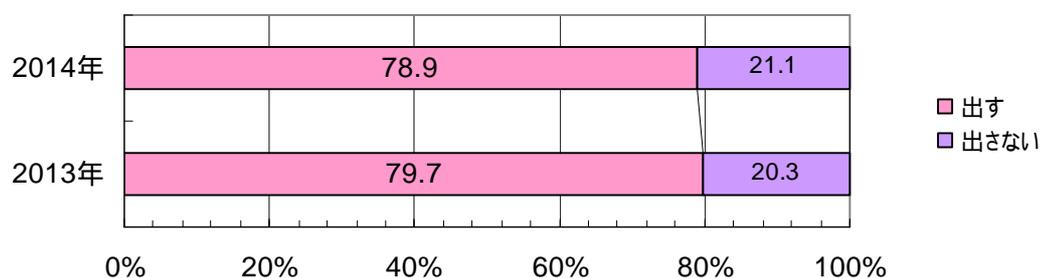
< 1 > **年賀状を出す：78.9%で過去最少を更新。**
ソーシャルメディアの潜在的支持率は、8割以上。

来年の年賀状を出すか、否かを尋ねた<年賀状の予定>では、「出す」と答えた人は昨年に引き続き8割を切り、78.9%となり、当社の年賀状アンケートにおいて、最も低い数値を更新してしまいました。「年賀状を出す」ことが当たり前だった世代が年々リタイアし、代わって「年賀状を出さない」世代がビジネスの中心になってきていることを考えると、致し方ない結果なのかもしれません。また、40代以上の世代でも、「年賀状を出さない」という人が12.9%にのぼり、若い世代だけでなく、上の世代の意識もジワジワ浸透しているようです。

<出さない理由>では、およそ4割以上の人々が「準備が面倒」(40.4%)と答えました。仮にこの人たちがソーシャルメディア等を利用すれば、面倒な準備も軽減されるため、「ソーシャルメディア等の支持率」は、80.7%といえるのではないのでしょうか。また、少数意見としては、「今から美文字になれない」や「紙を使い、ガソリンで届けるのはエコじゃない」というものも寄せられました。

一方で、<年賀状を出す理由>は、昨年同様の結果となり、全般的に好意的な回答が上位を占めています。「挨拶・儀礼」的な側面、「近況報告」の機能、そして何より「やり取りが好き」という、年賀状の持つ様々な“顔”が垣間見えます。中には、年に一度の「安否確認」といった声もありました。

<年賀状の予定> 1-



<年賀状を出す理由 / 出さない理由> (複数回答) 1-

	出す理由	出さない理由
第1位	新年の挨拶 (81.4%)	準備が面倒 (40.4%)
第2位	日頃の無沙汰 (45.8%)	ソーシャルメディア等で代用 (40.3%)
第3位	世話になった人への儀礼 (41.8%)	相手の住所がわからない (31.9%)
第4位	毎年、年賀状をもらうので (29.9%)	出す習慣がない (27.1%)
第5位	年賀状のやり取りが好き (24.8%)	出す相手がいない (23.4%)
第6位	近況報告 (22.0%)	年末は忙しい (15.6%)
第7位	習慣で/なんとなく (19.7%)	喪中 (10.4%)
第8位	親しさのしるし (18.6%)	貰っても嬉しくない (2.1%)
第9位	義理・しがらみで (9.9%)	コストがかかる (6.3%)

**< 2 > 2014年は、「SNS年賀状元年」となるか。
半数以上が利用予定の一方で、「SNS友達」への郵便年賀状は激減。**

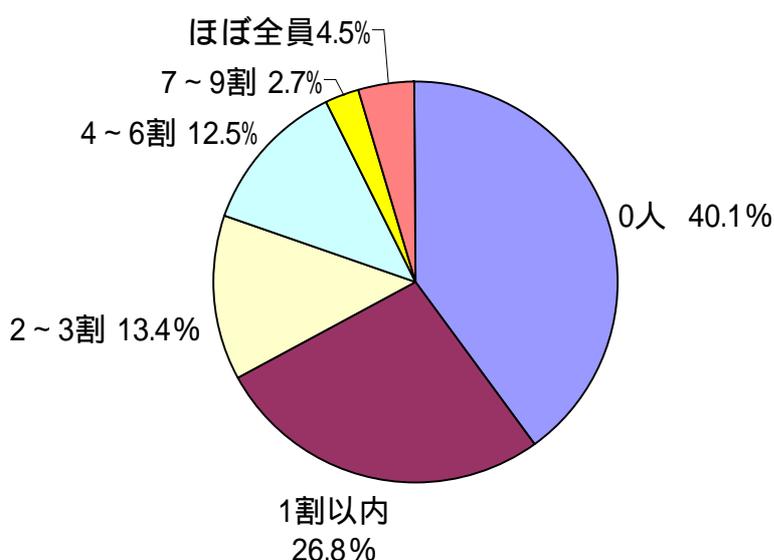
コミュニケーションツールとして広く浸透しているメールやソーシャルメディア(フェイスブック、ライン、eメール等、以下、SNS)ですが、< 新年の挨拶のソーシャルメディアの利用状況 > について尋ねたところ、「利用する」と答えた人は、50.2%に達しました。劇的な変化を見せた昨年に比べ、わずか1ポイント増ですが、年賀状にSNSを利用する人が、ついに半数を超えたことになります。過去に電子年賀状など、様々なスタイルの新・年賀状が登場し、一時的に流行することがありましたが、定着し増加することはありませんでした。しかし、フェイスブックやラインのようにグルーピングされ、日常生活で活用されている手軽なコミュニケーションツールは、これからも拡大していく気配です。

また、< SNS上の知人に対し、実際に年賀状を出す割合 > を尋ねたところ、40.1%の人が「0人 = 出さない」と答えています。昨年は22.8%でしたから、実に17.3ポイントの増加となります。これは、日常生活でSNSを活用している人の郵便年賀状離れが進んでいることを意味します。SNSで繋がっている相手に対しては、基本的にはSNSで新年の挨拶を送るケースが多く、「SNS友達」に郵便で年賀状を出す人の合計は、昨年の77.2%から59.9%へ激減しました。

< 新年の挨拶の SNS の利用状況 > 2-

	2014年	2013年	2012年
利用する	50.2%	49.2%	25.8%
利用しない	49.8%	50.8%	74.2%

< ソーシャルメディア上の知人へ、郵便で年賀状を出す割合 > 2 -



**< 3 > 出す枚数の平均は、5枚増の54枚。もらう枚数は、43枚。
この差の広がり、年賀状へのモチベーションを低下させる？**

<年賀状を出す枚数>も、3ページの<年賀状の予定>調査と同様に、ここ数年減少傾向にありましたが、今年は、当調査で最少数を記録した昨年(49枚)からやや持ち直し、一昨年と同程度の54枚となりました。また、今年はもらう枚数についても尋ねてみたところ、平均して43枚という結果になり、「出す枚数>もらう枚数」の傾向にあるようです。今回の調査では、平均値で10枚以上の差がありましたが、この差が大きくなると、年賀状を出す張り合いも薄れてくるのではないのでしょうか。

ちなみに、今回の調査で最多枚数は、220枚で60代の男性。もらう枚数の最多は200枚で50代男性でした。

日本郵政(株)が発行する平成26年用お年玉付年賀はがきの発行枚数は、前年と同規模の約35.9億枚。今年のお年玉くじの1等賞は、現金1万円で、当選確率が10倍になるそうです。たくさん年賀状をもらえば、それだけ当たる確率が高まる・・・年賀状のやり取りが増えることを願います。

<どの時点までに届くものが年賀状か>の質問では、「元旦～1月7日の松の内まで」の合計が69.3%となりました。昨年より若干数値を落としましたが、それでも7割近くの人が「年始の挨拶の代わりだから早めに。特に、会社関係・ビジネス関係の年賀状は、仕事始め日までに届くようにしないと」という気持ちの表れといえます。一方で、「1月中旬～末日まで」と「年始の挨拶があればこだわらない」の合計は30.7%となり、昨年より4.4ポイント増加しました。年賀状のタイミングに対する思いが徐々に希薄になっているのかもしれませんが、とはいえ、年賀状を出す枚数が減るということは、1枚1枚への思いが強まるということ。1年最初の便りの年賀状だからこそ、「松の内に届く」というのが理想なのではないのでしょうか。

<今回出す年賀状の平均枚数> 3-

2014年	会社関係:26枚 + 友人・親戚等:28枚 = 合計54枚(対前年比110.2%)
2013年	会社関係:25枚 + 友人・親戚等:24枚 = 合計49枚
2012年	会社関係:29枚 + 友人・親戚等:26枚 = 合計55枚
2011年	会社関係:32枚 + 友人・親戚等:25枚 = 合計57枚

<どの時点までに届くものが“年賀状”> 3-

年賀状が届く時期	2014年	2013年
元旦のみ	0.9% ()	2.1%
三が日中	20.2% ()	33.4%
松の内(1月7日)まで	48.2% ()	38.2%
1月中旬まで	15.6% ()	12.0%
1月末日まで	2.3% ()	2.2%
年始の挨拶があればこだわらない	12.8% ()	12.1%

< 4 > 上司への年賀状：「出したくない(けど出す)」から「住所を知らないから出せない(出さない)」に。個人情報保護時代のスタンス確立か？

< 年賀状を出す相手 > は、「友人・知人」、「親類」、「会社等の上司」が上位に入り、例年通りの結果に収まりました。特に「友人・知人」と「親類」は、前年に比べる数値を伸ばしました。一方で、「上司」や「同僚」といった会社関連は数値を落としました。社員名簿など個人情報を配布していない企業が多い昨今、上司の住所を“知らないので出せない(出さない)”という人も多いのではないのでしょうか。

また、実際に出している相手のうち、< できれば年賀状を出したくない相手 > の問いでは、常連の「上司」、「取引先」が1位・2位と変わらぬ結果となりましたが、ともに数値を下げました。そして、昨年の調査で“推定1位”となった「特になし」と「無記入」は、今年も数値を伸ばし、合計で43.1%となりました。

年賀状枚数が減少傾向にあり、3 ページの< 年賀状を出す理由 > で、「義理・しがらみ」が今年初めて10%を切った(2013年調査:14.6%)ことから類推すると、出す相手はプライベート度の高い人に絞られていることが窺えます。部下は、仕事上の関係のみの「上司」に、あえて住所を尋ねるほどの情熱はなく、個人情報保護時代の年賀状へのスタンスが明確になってきているようです。

< 年賀状を出す相手 > (複数回答) 4-

	2014年(今回)	2013年(前回)
第1位	友人・知人 (90.9%)	友人・知人 (84.0%)
第2位	親類 (61.9%)	親類 (56.7%)
第3位	会社等の上司 (39.5%)	会社等の上司 (42.9%)
第4位	恩師・恩人 (37.2%)	学生時代の先輩・後輩 (25.8%)
第5位	会社等の同僚 (28.2%)	恩師・恩人 (37.6%)
第6位	学生時代の先輩・後輩 (22.2%)	会社等の同僚 (34.0%)
第7位	取引先等 (16.6%)	取引先等 (19.7%)
第8位	年賀状友達 (15.4%)	年賀状友達 (15.5%)
第9位	部下 (6.3%)	部下 (5.4%)
第10位	彼・彼女 (5.5%)	彼・彼女 (5.2%)

< できれば年賀状を出したくない相手 > (複数回答) 4-

	2014年(今回)	2013年(前回)
第1位	会社等の上司 (27.8%)	会社等の上司 (31.5%)
第2位	取引先 (25.9%)	取引先 (30.2%)
第3位	会社等の同僚 (24.7%)	年賀状友達 (21.2%)
第4位	年賀状友達 (20.2%)	会社等の同僚 (20.1%)
第5位	部下 (14.5%)	部下 (11.4%)
第6位	親類関係 (9.6%)	親類関係 (8.1%)
第7位	彼・彼女 (2.9%)	学生時代の先輩・後輩 (2.5%)
第8位	学生時代の先輩・後輩 (2.8%)	彼・彼女 (1.8%)
第9位	友人・知人 (1.9%)	友人・知人 (0.9%)
第10位	恩師・恩人 (1.7%)	恩師・恩人 (0.7%)
-	その他に「特になし」(17.3%)	その他に「特になし」(16.1%)
-	その他に「無記入」(25.8%)	その他に「無記入」(23.6%)

< 5 > 「Just Married」、「二世が誕生！」・・・晴れやかなお正月を飾る写真年賀状が
人気上昇中。

<年賀状をもらって一番嬉しい相手>は、<年賀状を出す相手>と同様に「友人・知人」がトップ。支持数は2位以下に大差をつけ、昨年の数値から約9ポイント上乘せしました。そのほか、「息子・娘・孫」や「年賀状友達」が得票を伸ばし、「恩師・恩人」や「学生時代の先輩・後輩」など、昔お世話になった人も健闘しています。この結果を見ると、年賀状は、“現在と過去を繋ぐ”通信手段のようです。

<年賀状をもらって一番嬉しい相手> 5-

相手先	2014年	2013年
友人・知人	69.3% ()	60.5%
恩師・恩人	9.1% ()	9.4%
親類関係	7.2% ()	8.0%
学生時代の先輩・後輩	6.2% ()	6.3%
彼・彼女	3.7% ()	3.8%
息子・娘・孫	4.1% ()	2.9%
取引先	2.5% ()	2.5%
会社等の上司	1.6% ()	2.3%
年賀状友達	2.3% ()	2.1%
会社の同僚・後輩・部下	0.9% ()	2.0%

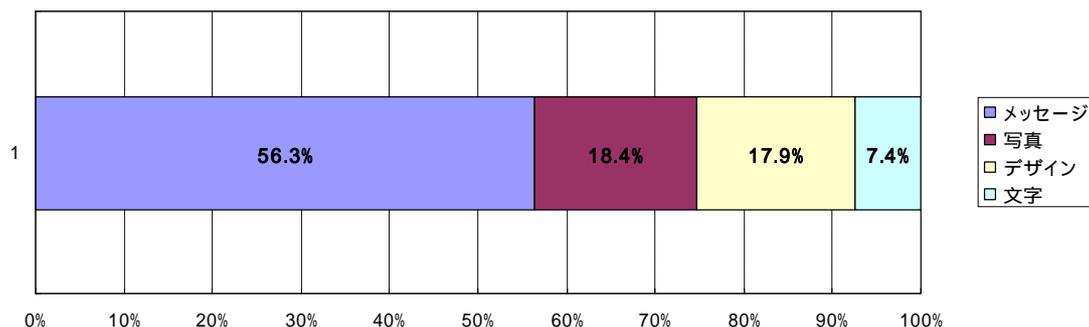
<もらって嬉しい年賀状のタイプ>は、昨年同様「手製のイラスト、版画、絵手紙」タイプが、1位となりましたが、ポイントは大幅にダウン。一方で、今回も「写真年賀状」が支持を伸ばし、1位に肉薄し、2位に入りました。「結婚しました!」、「子どもが生まれました!」といった友人の晴れやかな写真でお正月を迎えるのは、気持ちがいいもの。スマートフォンの普及で写真撮影が日常になっているからこそ、決定的シーンを逃さず、年賀状に活用しているのではないのでしょうか。

<もらって嬉しい年賀状のタイプ> 5-

年賀状の種類	2014年	2013年
手製イラスト、版画、絵手紙等	34.8% ()	57.9%
写真年賀状	30.8% ()	27.2%
パソコン作成	4.5% ()	8.2%
印刷屋・既成デザイン等	0.9% ()	2.8%
何でも嬉しい	27.1% (-)	-

<年賀状をもらって一番気になるところは何か>を尋ねたところ、「添えられたメッセージ内容」が56.3%を集め第1位に。続いて「写真(誰が/何が写っているか)」が2位に入り、<もらって嬉しい年賀状のタイプ>を裏付ける結果となりました。また、“美文字ブーム”の影響なのか、字の巧拙や、文字そのものにその人の個性を見ている人もいます。

<年賀状のどこが気になる> 5-

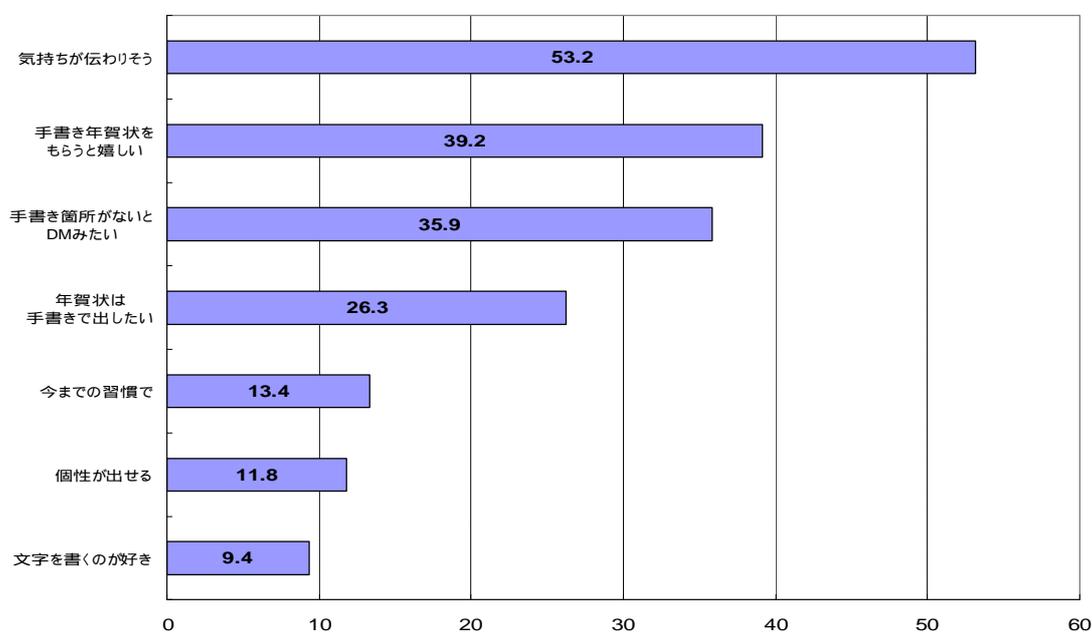


< 6 > 手書きコメントは年賀状のルール？ 9割以上の人が「手書き箇所あり」。

<年賀状を手書きする理由>として、半分以上の人が「気持ちが伝わりそう」をあげ、「手書き年賀状をもらうと嬉しいから」が第2位です。「出す人はもらう人」でもある年賀状では、手書き文字に対する思い入れの強さが感じられる結果となりました。<年賀状の手書きの有無>についても9割以上の人が「ある」と答えています。

<手書き年賀状に対する意識>についても今年は昨年より4.9ポイント上昇し、合計で8割以上(80.2%)の人が賛意を表しています。「相手によってコメント内容は違うのだから、手書きは当然」と答える一方で、「手書きがないと怒られる」、「ルールだから」といった声もチラホラ。いずれにしても、年賀状には手書きで一言添えることが広く求められているようです。また、手書きは文字だけに限らず、「絵を描くのが好き」というコメントもありました。

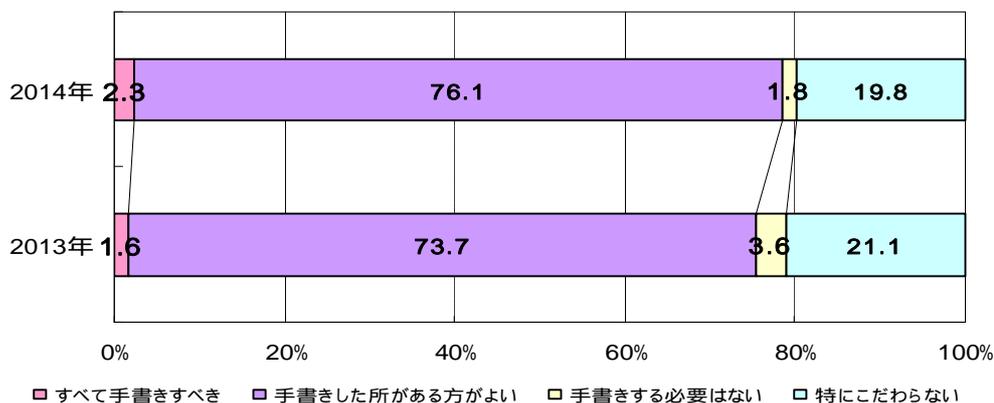
<年賀状を手書きする理由> (複数回答) 6-



<年賀状の手書き箇所の有無> 6-

手書き箇所あり・・・91.6% 手書き箇所なし・・・8.4%

<年賀状の手書き意識> 6-

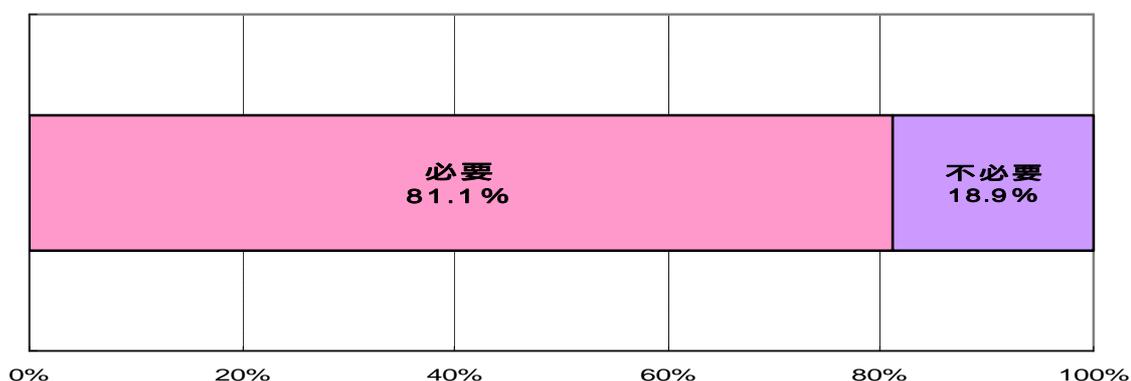


< 7 > 「年賀状は必要」、3年連続 80%超。日本のお正月を象徴する習慣。
 しかしながら、年始の挨拶で SNS の存在感、さらに高まる。

< 年賀状習慣の要・不要 > について尋ねたところ、81.1%の人が「必要」と答え、東日本大震災後の一昨年の調査結果以来、80%台をキープ(85.6% 81.9% 81.1%)。大震災前の2011年のお正月の調査(同:66.8%)に比べ、依然高い水準といえます。昨年に引き続き今年の調査でも、「出さない人」が2割以上を記録しましたが、「年賀状の必要性」への支持率の高さは変わらず、“年賀状は出さない、けどもらいたい”人が多いことが推測されます。

< 必要の理由 > では、「お正月らしくない」、「日本の伝統文化」、「年賀状をもらうと嬉しい」がそれぞれ40%以上の支持を集めました。時代が変わり、テクノロジーが進化しても「日本のお正月には年賀状が欠かせない。届かないのは寂しい」と感じる人が多い、といえる結果になりました。一方、< 不必要の理由 > として、「SNS 利用で問題なし」が6割以上を集め、昨年の数値(50.0%)に比べ10ポイント以上積み上げたのは、今年の調査を象徴する結果です。

< 年賀状習慣の要・不要 > 7-



< 年賀状習慣の要・不要の理由 > (複数回答) 7-

	必要の理由	不要の理由
第1位	お正月らしくなくて寂しい (48.6%)	SNS 利用で問題なし (60.9%)
第2位	日本の文化衰退を危惧 (43.4%)	準備の手間が省け、楽になる (53.7%)
第3位	人との繋がりが途絶える (42.9%)	出す or 出さないを悩まなくてすむ (41.2%)
第4位	年賀状を貰うと嬉しい (38.3%)	クリスマスカードで代用 (2.4%)
-	その他 (2.3%)	その他 (0%)