

2014年12月15日

*** 2015年（平成27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35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、11月4日（火）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

TEL.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 : 2014年11月4日(火)～11月14日(金)

サンプル数(概数) : 447人

年代別サンプル比 :

年齢	男性	女性	合計
20代	51	53	104
30代	45	69	114
40代	52	51	103
50代	35	40	75
60代	23	28	51
計	206	241	447

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」81.9%で下降トレンドから回復。2012年以来の8割越え。
2. 半数以上がソーシャルメディアで新年の挨拶を予定。
「Facebook」「LINE」は3位以下を大きく引き離す2強体制に。
3. 出す枚数の平均は、昨年6枚増の「60枚」。過去5年間で最も多い年に。
しかし、もらう枚数は「47枚」で、出す枚数との差は「13枚」と広がる一方。
4. 年賀状を出す相手、1位は「友人・知人」。仕事関連は軒並み上昇
半数以上が「年賀状を出したくない相手はいない」と回答。
5. 年賀状をもらってうれしいのは「友人・知人」が圧勝。
「もらってうれしい年賀状」は半数以上が「手製のイラスト・版画・絵手紙」。
6. 9割以上の方が「手書き箇所あり」。
手書きが気持ちを伝える年賀状のポイントに。
7. 8割以上が「年賀状は必要」と回答。人との繋がりを重要視。

1. 年賀状を「出す」81.9%で下降トレンドから回復。2012年以来の8割超え。

来年の年賀状を出すか、否かを尋ねた〈年賀状の予定 1-①〉では、「出す」と答えた人は、2012年以来の8割超えとなり、2013年(79.7%)、2014年(78.9%)と下降トレンドが続く状況を脱出しました。

〈年賀状を出す理由 1-②〉としては、「新年の挨拶として」(80.6%)、「日頃の無沙汰」(44.3%)、「世話になった人への儀礼」(36.9%)と昨年同様、全般的に好意的な回答が上位を占めました。年賀状を出す人は、年賀状を日頃のお礼や親交の印として送っていることがわかります。また、「普段あまり字を書くことがないから」という意見も寄せられました。パソコンやスマートフォン・タブレットなどでのコミュニケーションが増える中、年賀状は字を書く機会として捉えている人もいるようです。

一方、年賀状を「出さない」(19.1%)と答えた人に、〈年賀状を出さない理由 1-②〉について聞いたところ、「準備が面倒」(43.2%)、「ソーシャルメディア等で代用」(34.6%)と年賀状を出すことを手間だと考えていることがわかります。また、「相手の住所がわからない」(32.1%)という意見も多くあることから、気軽にさせて、住所がわからなくてもコミュニケーションができるソーシャルメディアの支持は、今後も増えていくことが予想されます。

〈年賀状の予定 N=447〉1-①(単一回答)



〈年賀状を出す理由 N=366／出さない理由 N=81〉 1-②(複数回答)

出す理由		出さない理由	
第1位	新年の挨拶 (80.6%)	準備が面倒 (43.2%)	
第2位	日頃の無沙汰 (44.3%)	ソーシャルメディア等で代用 (34.6%)	
第3位	世話になった人への儀礼 (36.9%)	相手の住所がわからない (32.1%)	
第4位	毎年、年賀状をもらうので (33.9%)	出す習慣がない (23.5%)	
第5位	近況報告 (21.9%)	喪中 (18.5%)	
第6位	手紙をやりとりする機会だから (17.5%)	年末は忙しい (13.6%)	
第7位	親しさを表すしるしとして (17.2%)	出す相手がいない (4.9%)	
第8位	義理・しがらみで (16.4%)	貰っても嬉しくない (3.7%)	
第9位	習慣・なんとなく (16.4%)	-	

2. 半数以上がソーシャルメディアで新年の挨拶を予定。

「Facebook」「LINE」が3位以下を大きく引き離す2強体制に。

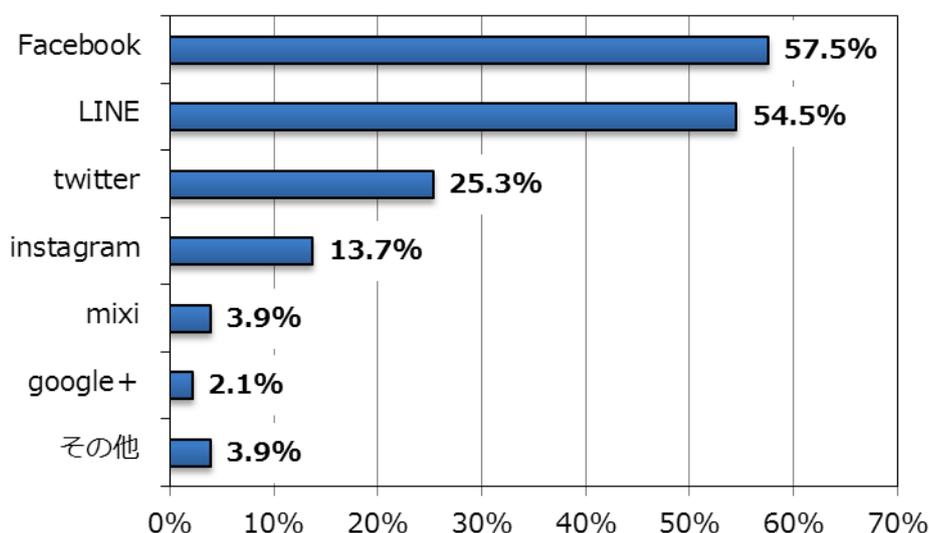
コミュニケーションツールとして広く浸透しているメールやソーシャルメディアですが、＜新年の挨拶のソーシャルメディアの利用状況 2-①＞について尋ねたところ、「利用する」と答えた人は、52.1%に達しました。年々、その数値は増加しています。住所がわからなくても新年の挨拶ができ、一度に多くの人とコミュニケーションを図ることができるソーシャルメディアでの新年の挨拶は、今後も増加傾向となることが予想されます。また、日本郵便がLINEやtwitterなどで、住所がわからないソーシャルメディア上の友人・知人に年賀状を送れるサービスを行っており、年賀状とソーシャルメディアとのコラボレーションも見られます。

実際に、＜新年の挨拶に使うソーシャルメディア 2-②＞について聞いたところ、1位が「Facebook」(57.5%)、2位が「LINE」(54.5%)になり、3位の「twitter」(25.3%)以下を大きく引き離しました。

＜新年の挨拶のSNSの利用状況 N=447＞ 2-①(単一回答)

	2015年	2014年	2013年	2012年
利用する	52.1%	50.2%	49.2%	25.8%
利用しない	47.9%	49.8%	50.8%	74.2%

＜新年の挨拶に使うソーシャルメディア N=233＞ 2-②(複数回答)



3. 出す枚数の平均は、昨年 6 枚増の「60 枚」。過去 5 年間で 1 番多い年に。

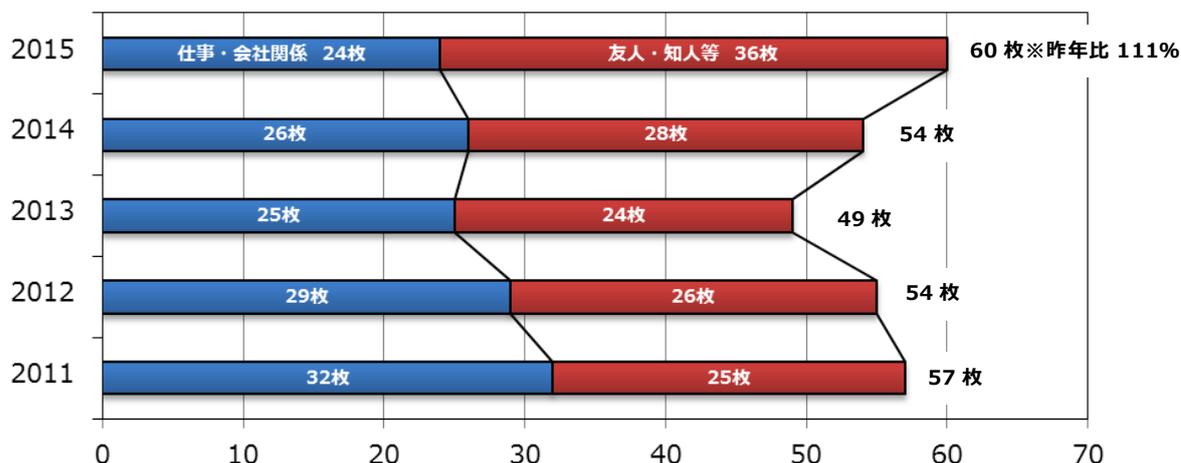
しかし、もらう枚数は「47 枚」で、出す枚数との差は「13 枚」と広がる一方。

<年賀状を出す枚数 3-①>は、しばらく下落傾向にありましたが、ようやく昨年プラスに転じ、今年は昨年から 6 枚増の平均「60 枚」となりました。この「60 枚」という数字は、過去 5 年間の調査の中でも一番多い数字です。前述の<年賀状の予定 1-①>でも、年賀状を出す人は昨年比で増加していましたが、出す枚数も増加傾向にあり、年賀状について明るい兆しが見えているようです。しかし、<年賀状をもらう枚数>は、平均で「47 枚」と、出す枚数ほどの増加はできず、その差はさらに開きました。

なお、今回の調査での年賀状を出す最多枚数は、40 代男性の「400 枚」で、もらう枚数では、20 代女性の「500 枚」となりました。

<どの時点までに届くものが年賀状か 3-③>の質問では、「元旦のみ」(3.1%、前年比 2.2 ポイント増)、「三が日中」(25.3%、前年比 5.1 ポイント増)と、昨年に比べ早めに届けなければと思っていることがわかりました。枚数の増加もさることながら、タイミングとしても年賀状への意識が高くなっている傾向が伺えます。また、「元旦～1 月 7 日の松の内まで」の合計で 66.4%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ではないでしょうか。

<今回出す年賀状の平均枚数 N=366> 3-①(数値自由回答)



<どの時点までに届くものが“年賀状”N=447> 3-②(単一回答)

年賀状が届く時期	2015 年	2014 年
元旦のみ	3.1%(△)	0.9%
三が日中	25.3%(△)	20.2%
松の内まで	38.0%(▼)	48.2%
1 月中旬まで	13.0%(▼)	15.6%
1 月末日まで	4.7%(△)	2.3%
年始の挨拶があればこだわらない	15.9%(△)	12.8%

4. 年賀状を出す相手、1位は「友人・知人」。仕事関連は軒並み上昇。

半数以上が「年賀状を出したくない相手はいない」と回答。

<年賀状を出す相手 4-①>は、「友人・知人」(87.4%)、「親類」(66.4%)、「会社等の上司」(47.0%)が上位に入りました。特に、「会社等の上司」や「会社等の同僚」(40.4%)、「取引先等」(25.7%)といった仕事関連の宛先は大きく数字を伸ばしました。

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 4-②>の問いでは、半数以上が「出したくない相手はいない」(51.5%)と答え、年賀状を純粹に新年の挨拶や日頃の無沙汰、お世話になった人への儀礼と考えている様子がわかります。しかし、2位以下は、「会社等の上司」(19.7%)、「取引先等」(16.8%)、「会社等の同僚」(14.8%)等仕事関連の宛先がランクインし、以下を大きく引き離しています。回答項目の中で、「会社の上司」、「取引先」、「会社等の同僚」、「部下」の仕事関連のいずれか1つ以上を選んだ人は全体の30.2%に上り、本当は仕事関連の人には年賀状を出したくないと思っている人も少なくないのかもしれませんが。

<年賀状を出す相手 N=366> 4-①(複数回答)

	2015年	2014年
第1位	友人・知人 (87.4%)	友人・知人 (90.9%)
第2位	親類 (66.4%)	親類 (61.9%)
第3位	会社等の上司 (47.0%)	会社等の上司 (39.5%)
第4位	会社等の同僚 (40.4%)	恩師・恩人 (37.2%)
第5位	恩師・恩人 (31.4%)	会社等の同僚 (28.2%)
第6位	学生時代の先輩・後輩 (29.2%)	学生時代の先輩・後輩 (22.2%)
第7位	取引先等 (25.7%)	取引先等 (16.6%)
第8位	年賀状友達 (20.8%)	年賀状友達 (15.4%)
第9位	部下 (11.9%)	部下 (6.3%)
第10位	彼・彼女 (4.6%)	彼・彼女 (5.5%)

<できれば年賀状を出したくない相手 N=447> 4-②(複数回答)

	2015年	2014年
第1位	出したくない相手はいない (51.5%)	特になし・無記入 (43.1%)
第2位	会社の上司 (19.7%)	会社等の上司 (27.8%)
第3位	取引先 (16.8%)	取引先 (25.9%)
第4位	会社の同僚 (14.8%)	会社等の同僚 (24.7%)
第5位	年賀状友達 (8.5%)	年賀状友達 (20.2%)
第6位	部下 (5.6%)	部下 (14.5%)
第7位	親類関係 (4.9%)	親類関係 (9.6%)
第8位	友人・知人 (1.8%)	彼・彼女 (2.9%)
第9位	息子・娘・孫 (1.1%)	学生時代の先輩・後輩 (2.8%)
第10位	学生時代の先輩・後輩 (0.9%)	友人・知人 (1.9%)

※2014年は、「その他」と回答した人の中で「特になし」と無記入を抽出

5. 年賀状をもらって嬉しいのは「友人・知人」が圧勝。

「もらってうれしい年賀状」は半数以上が「手製のイラスト・版画・絵手紙」。

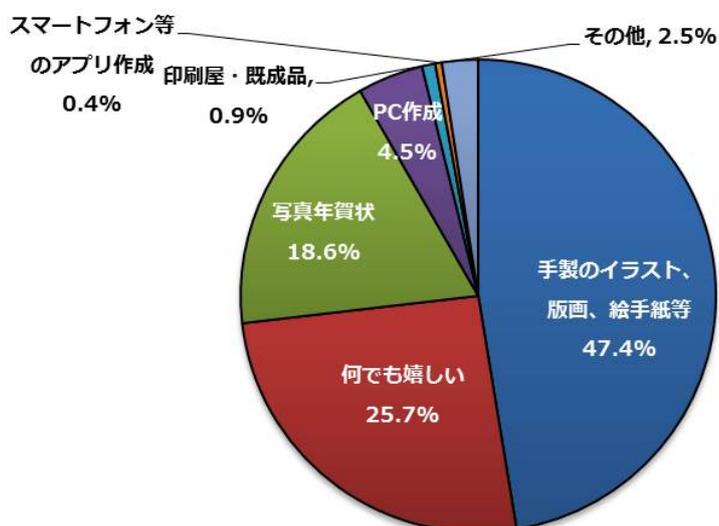
＜年賀状をもらって一番嬉しい相手＞は、＜年賀状を出す相手＞と同様に「友人・知人」がトップ。支持数は 2 位以下に大差をつけました。ここでも会社関係は下位に沈み、前述くできれば年賀状を出したくない相手 4-②＞と同様、不人気となった形です。

＜年賀状をもらって一番嬉しい相手 N=447＞ 5-①(単一回答)

相手先	
友人・知人	61.3%
親類関係	5.8%
恩師・恩人	5.6%
学生時代の先輩・後輩	3.8%
彼・彼女	2.0%
社外の仕事関係者	2.0%
その他	2.0%
息子・娘・孫	1.6%
会社等の同僚・後輩	1.1%
年賀状友達	1.1%
会社等の上司・先輩	0.9%
部下	0.7%
特にいない	12.1%

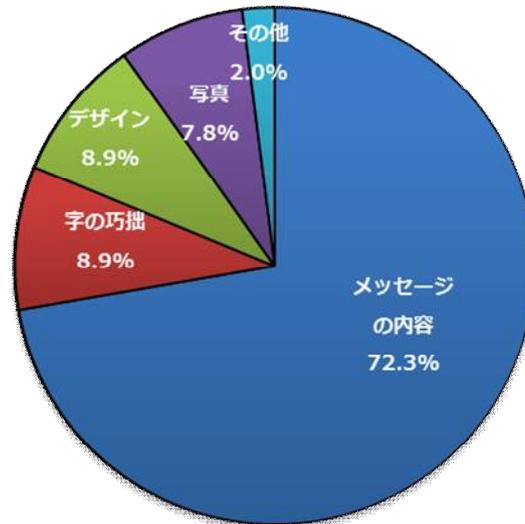
＜もらって一番嬉しい年賀状のタイプ 5-②＞は、「手製のイラスト、版画、絵手紙」(47.4%)が、1 位となり、半数近い人がうれしいと答えました。また、「何でも嬉しい」(25.7%)と答える人も多く、年賀状をもらうことがうれしいと考える人も多いようです。「写真年賀状」(18.6%)も日頃あまり会えない人の近況が伝わりやすいこともあり一定の支持を集めています。また、スマートフォンの普及で写真撮影が身近になったことから、お気に入りの写真を気軽に使えることも寄与していると考えられます。

＜もらって一番嬉しい年賀状のタイプ N=447＞ 5-②(単一回答)



＜年賀状をもらって一番気になるところは何か 5-③＞を尋ねたところ、「添えられたメッセージ内容」が 72.3%を集め、他を寄せ付けない強さで第 1 位になりました。やはりたまにしか会えない人はもちろん、身近な人からも手紙をもらう機会があまりないことから、手紙をやりとりする貴重な機会になる年賀状のメッセージが気になるようです。続いて、「字の巧拙」(8.9%)、「デザイン」(8.9%)が同率で 2 位になりました。

＜年賀状をもらって一番気になるところは何か N=447＞ 5-③(単一回答)



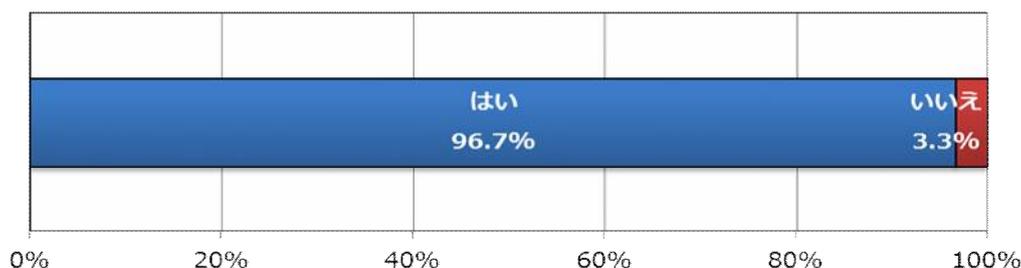
6. 9割以上の人が「手書き箇所あり」。

手書きが気持ちを伝える年賀状のポイントに。

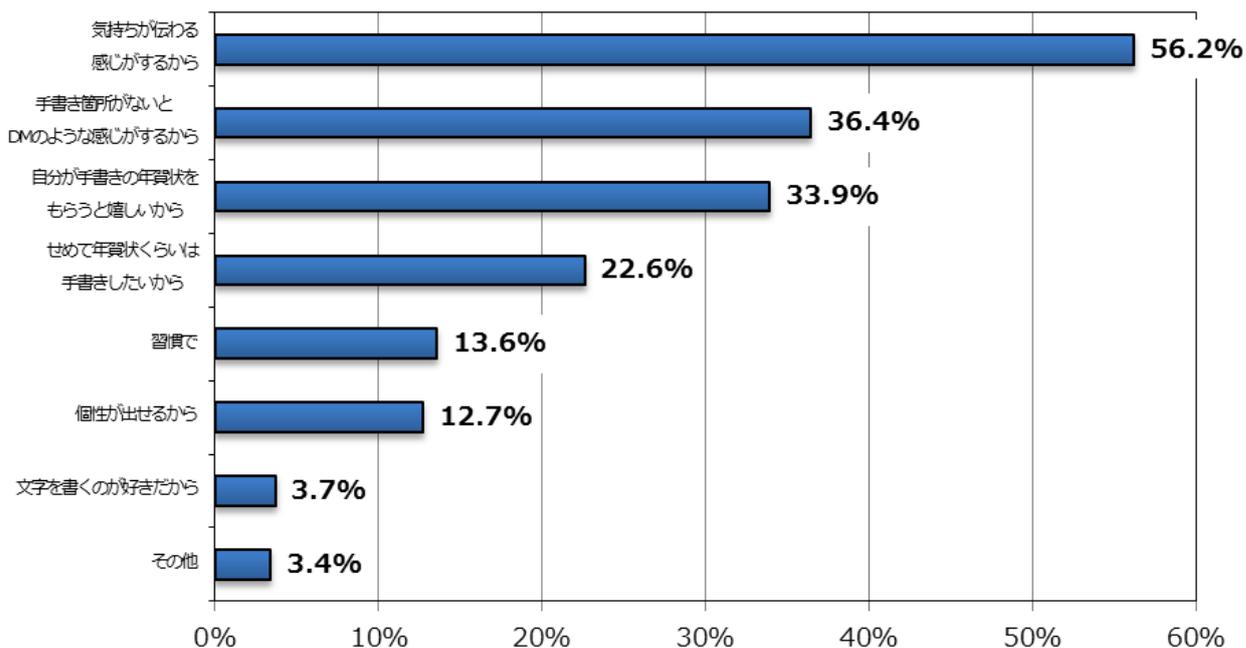
<年賀状の手書き箇所の有無 6-①>について聞いたところ、ほぼ全員が手書きを「する」(96.7%)と答えました。<年賀状を手書きする理由 6-②>としては、半分以上の人が「気持ちが伝わりそう」(56.2%)をあげ、ここでも年賀状で日頃の感謝など気持ちを伝えたいという思いが感じられます。次いで「手書き箇所がないとDMのような感じがするから」(36.4%)、「自分が手書きの年賀状をもらうと嬉しいから」(33.9%)という答えになっています。

<手書き年賀状に対する意識 6-③>についても、合計で8割以上(81.4%)の人が、「すべて手書きすべき」、「手書きする箇所があった方がよい」と回答しています。昨年よりも3ポイントほど増加しており、年賀状の手書きについての意識が高まっているようです。普段なかなか手紙を書くことがない中、せっかく年賀状を送るなら、手書きで一言添えて相手に気持ちを伝えたいという思いが表れているのではないのでしょうか。

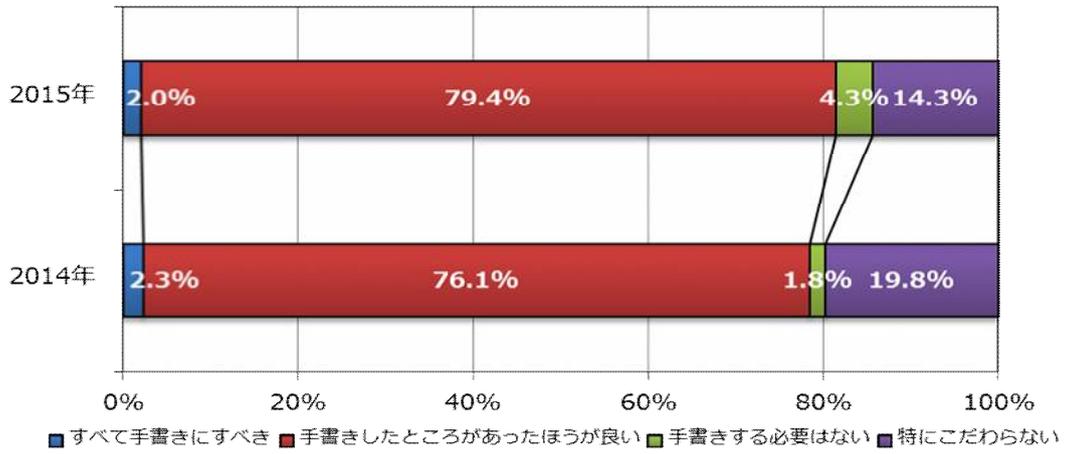
<年賀状の手書き箇所の有無 N=366>(単一回答) 6-①



<年賀状を手書きする理由 N=354>(複数回答) 6-②



<年賀状の手書き意識 N=477> (単一回答) 6-③

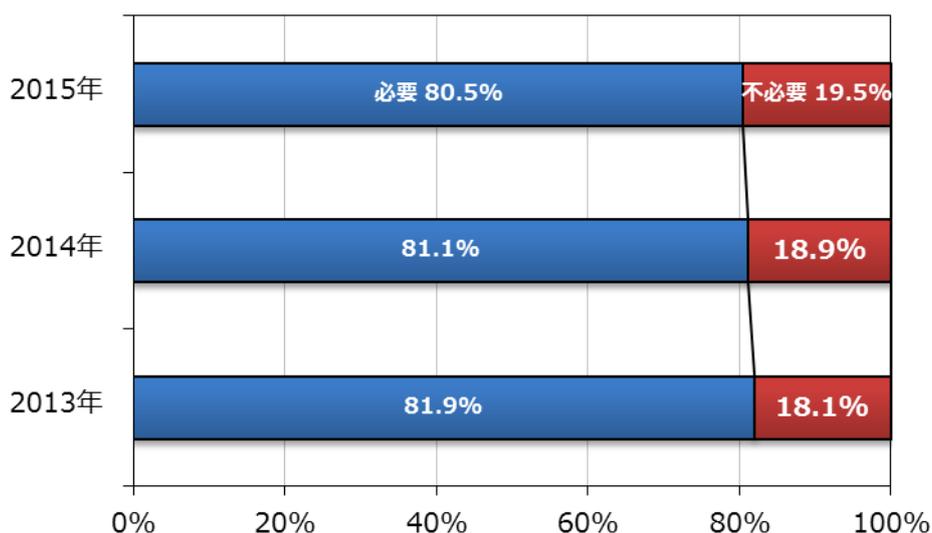


7. 8割以上が「年賀状は必要」と回答。人との繋がりを重要視。

＜年賀状習慣の要・不要 7-①＞について尋ねたところ、80.5%の人が「必要」と答え、過去3年の調査から見ても、多少ポイントは下がりましたが、引き続き年賀状への高い支持が感じられます。

＜年賀状習慣の要・不要の理由 7-②＞で「年賀状は必要」と回答した人の理由は、「人との繋がりが途絶える」(46.7%)、「年賀状を貰うと嬉しい」(45.8%)、「お正月らしくなくて寂しい」(40.0%)などが上位にあがりました。年賀状は、日本のお正月に必要な習慣であるとともに、人と人との繋がりを確認し、久しぶりの友人・知人の近況を知るいい機会だと感じていることがわかりました。一方、年賀状は不要と回答した人では、「準備の手間が省け、楽になる」(59.8%)、「出す、出さないを悩まなくて済む」(44.8%)、と年賀状を面倒がる意見が多く見受けられました。また、半数弱の人は、「SNS利用で問題なし」(44.8%)と、SNSを通じて年始の挨拶をしていることがわかりました。

＜年賀状習慣の要・不要 N=447＞（単一回答） 7-①



＜年賀状習慣の要 N=360／不要 N=87 の理由＞（複数回答） 7-②

	必要の理由	不要の理由
第1位	人との繋がりが途絶える (46.7%)	準備の手間が省け、楽になる (59.8%)
第2位	年賀状を貰うと嬉しい (45.8%)	SNS利用で問題なし (44.8%)
第3位	お正月らしくなくて寂しい (40.0%)	出す、出さないを悩まなくて済む (44.8%)
第4位	日本の文化衰退を危惧 (29.7%)	クリスマスカードで代用 (2.3%)
-	その他 (1.7%)	その他 (4.6%)