

報道関係各位

2021年12月15日
株式会社クロス・マーケティング

年賀状「はがきを送る」人は45% 20代は4人に1人 出すなら「元旦に着くように投函」派が6割

－ 年始のあいさつに関する調査（2021年） －

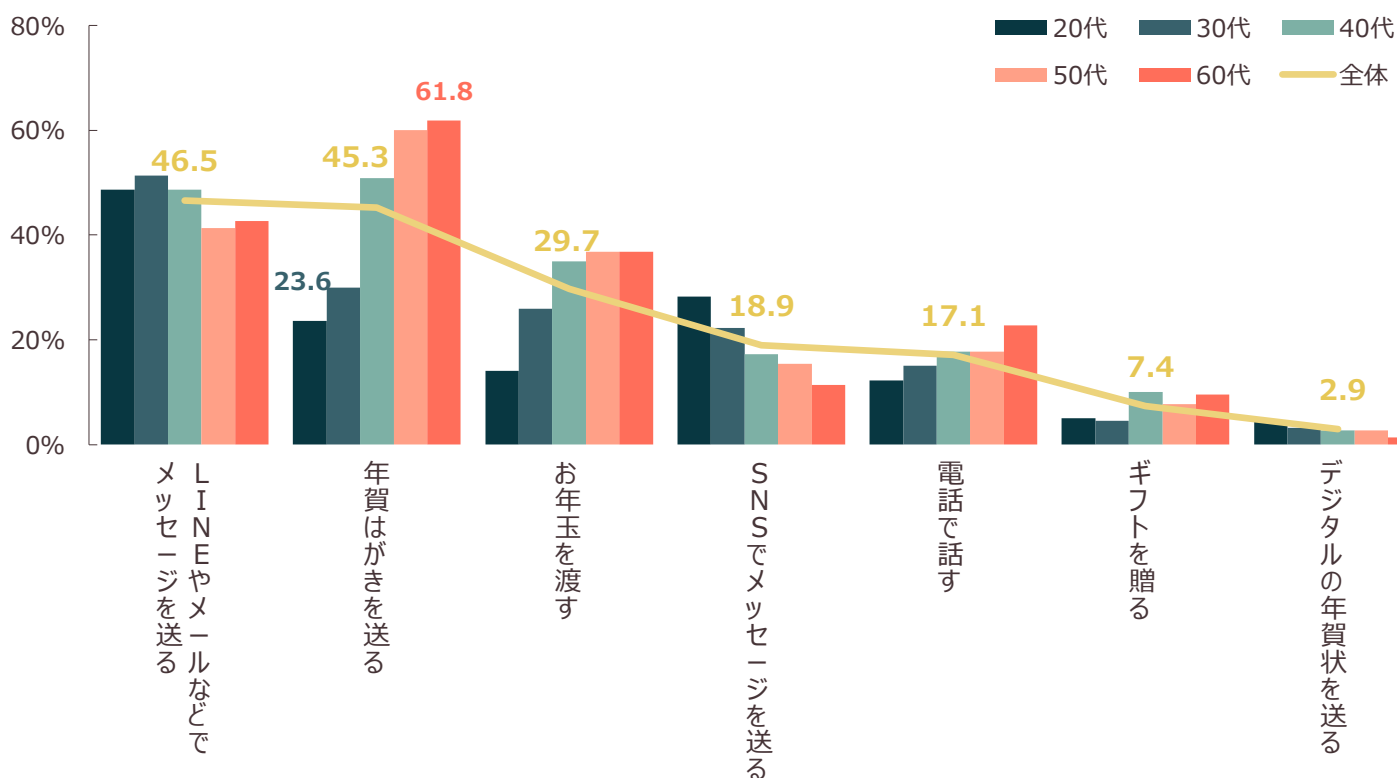
株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、全国20歳～69歳の男女を対象に「年始のあいさつに関する調査（2021年）」を実施しました。長引くコロナ禍で1年以上親戚や友人に会えていない人もいますが、年賀状を出す人はどのくらいいるのでしょうか。今回は「普段新年のあいさつとしてすること」「年賀状を出すタイミング」「年賀状についての気持ち」を聴取しました。

◆自主調査リリースの続きはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20211215nengajyo/>

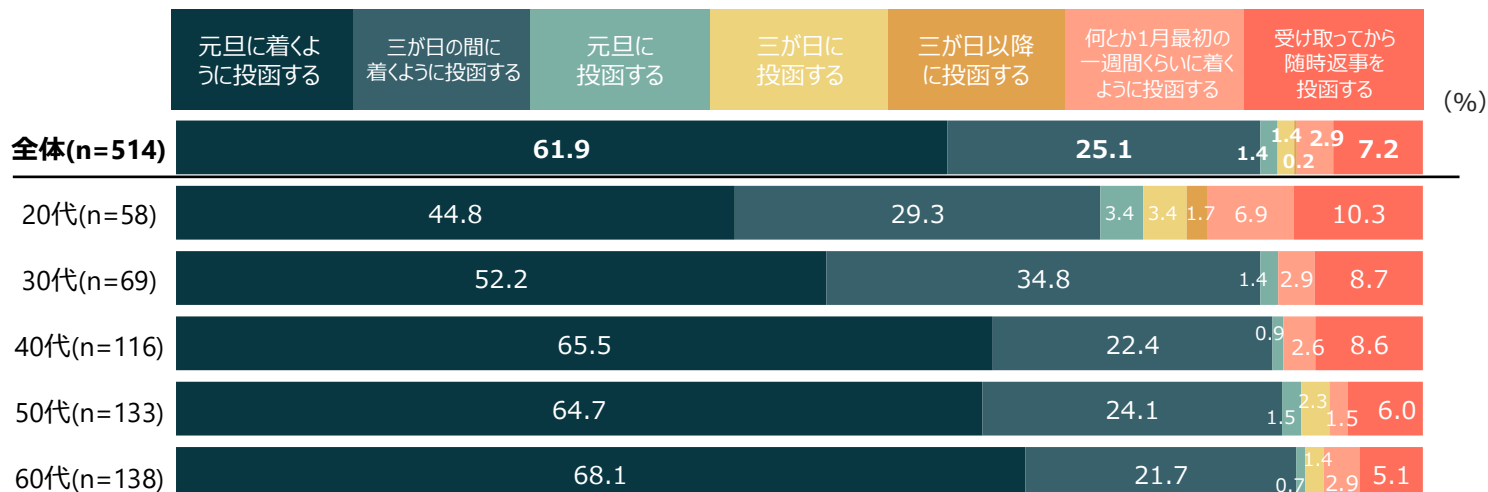
■ 調査結果

- ✓ 新年のあいさつは、「LINEやメールなどでメッセージを送る」がトップ、「年賀はがきを送る」が僅差で続く。「メッセージ」でのやり取りは、いずれの世代も4割を超えており、広く浸透している。一方、「年賀はがきを送る」人は、20代は23.6%だが、60代では61.8%と20代の倍以上の割合であり、年齢が上がるにつれて高くなる。〈図1〉
- ✓ 年賀状を元旦に届くように投函する人は全体の6割。
年代別にみると、40代以上では元旦に届くように出す人が多い。一方、若い世代ほど「何とか1月最初の一週間くらいに着くように投函する」「受け取ってから随時返事を投函する」の割合が高まる。〈図2〉
- ✓ 年賀状にまつわる気持ちで上位にあがったのは「もらったまま返事をしないしていると、気になる」や「出すのは面倒だが、もらうのは嬉しい」。
年代別にみると、50～60代は「相手の安否確認ができて良い」が高く、40代は「デザインを考えるのが面倒」「コメントに悩む・コメント欄が小さいものを選ぶ」が突出している。〈図3〉

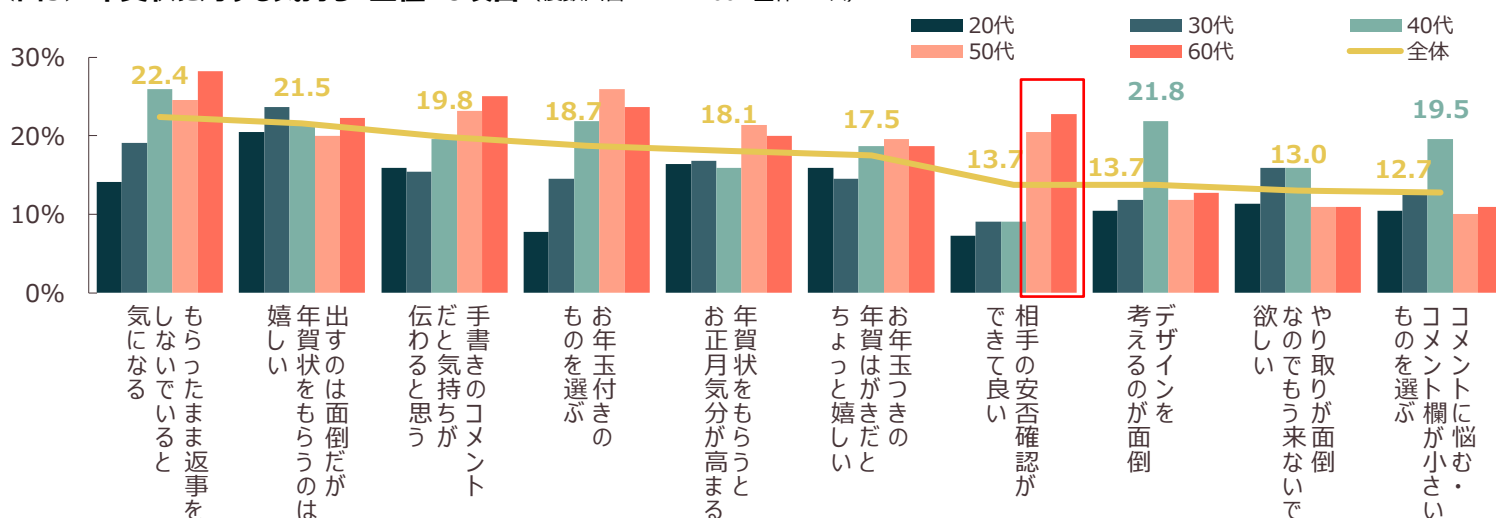
〈図1〉 新年のあいさつとしてすること（複数回答：n=1,100）



＜図2＞ 年賀状を出すタイミング (単数回答：n=514 年賀状を出す人ベース)



＜図3＞ 年賀状に対する気持ち 上位10項目 (複数回答：n=1100 全体ベース)



■ 調査項目

- 属性設問
- 昨今の状況下で、現在、あなたが「してもいい」と思う外出を伴う行動
- 普段新年のあいさつとしてすること
- 年賀状を出すタイミング
- 年賀状についての気持ち

◆クロス集計表のダウンロードはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20211215nengajyo/>

■ 調査概要

調査手法：インターネットリサーチ (クロス・マーケティング セルフ型アンケートツール「QiQUMO」使用)
 調査地域：全国47都道府県
 調査対象：20～69歳の男女
 調査期間：2021年12月10日(金)～12月13日(月)
 有効回答数：本調査1,100サンプル

※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

【会社概要】

会社名：株式会社クロス・マーケティング <http://www.cross-m.co.jp/>
 所在地：東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F
 設立：2003年4月1日
 代表者：代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹
 事業内容：マーケティングリサーチ事業

◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当：マーケティング部 TEL：03-6859-1192 FAX：03-6859-2275
 E-mail：pr-cm@cross-m.co.jp

「引用・転載時のクレジット表記のお願い」

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。

＜例＞ 「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」