

年賀のデジタル化はゆっくり。毎年「ハガキ」89.8%、「メール」27%

デジタル VS アナログ、もらってうれしいのは「年賀ハガキ」69.8%

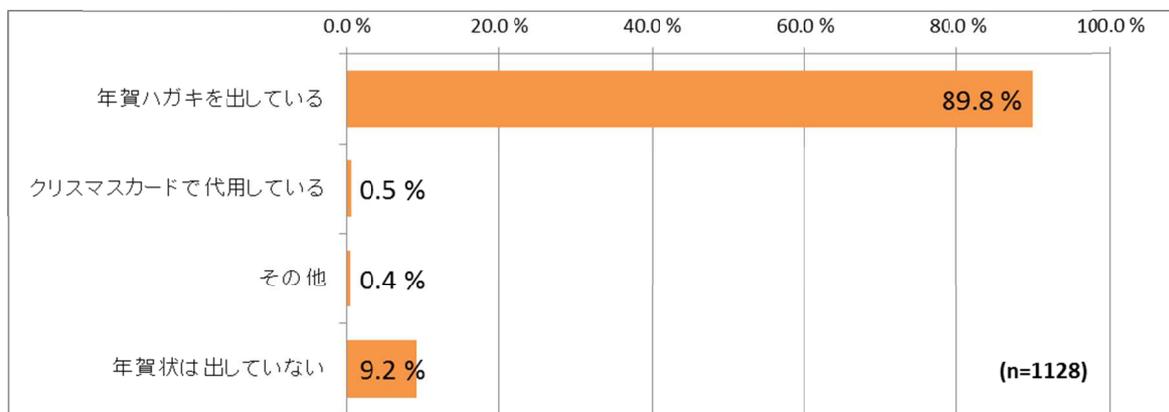
「年賀ハガキは残したい」59.1%、虚礼は減り「心のやりとり」は残る！?

年の瀬も次第に押し迫ってきて、年賀状が話題に出ることも多いこの時期に「オレンジページくらし予報」が調査したのが、その年賀状の現状。最近では、企業で虚礼廃止の傾向があることや、SNSやメールでのあいさつも増え、年賀状はあまり書かれなくなったのではないかといわれますが、実際はどうなのでしょう。元旦の朝に家族で年賀状を整理する、というお正月の風景は、どう変化していくのでしょうか。

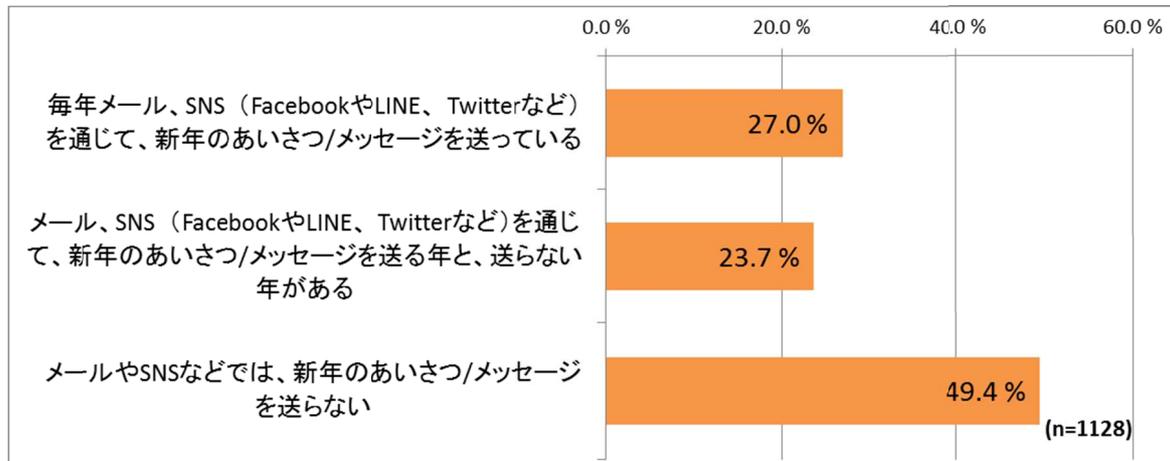
【ダイジェスト】

新年のあいさつに「毎年ハガキを出す」人は 89.8%。「メールやSNSで送る」という人は「毎年」27.0%、「年による」23.7%、年賀のデジタル化は意外にゆっくり進行
デジタル VS アナログ、もらってうれしいのは「年賀ハガキ」69.8%
「年賀ハガキの習慣は残したい」と思う人 59.1%。虚礼は減り、「心のやり取り」は残る！?

Q 例年、あなたは年賀状を出していますか？



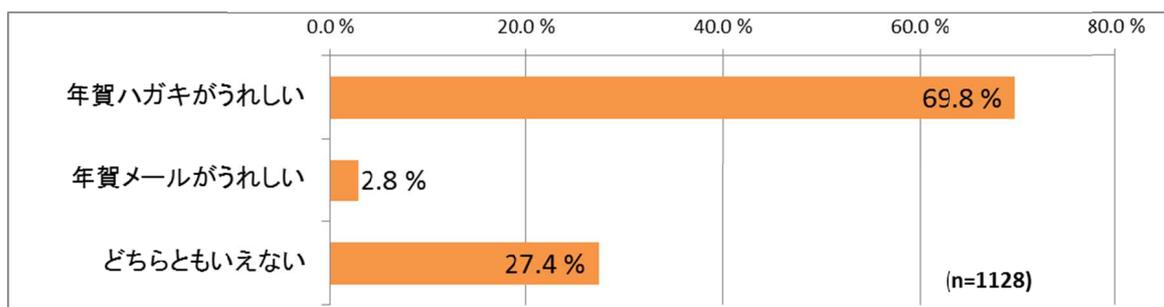
Q あなたは、メール、SNSを通じて、新年のあいさつやメッセージを送りますか？



新年のあいさつに「毎年ハガキを出す」人は 89.8%。「メールやSNSで送る」という人は「毎年」27.0%、「年による」23.7%、年賀のデジタル化は意外にゆっくり進行

「年賀ハガキを出さない人が増えているのでは」と言われていますが、今回の調査では、約9割の人が毎年年賀ハガキを出していると回答、元旦に家族でハガキを整理する風景はまだまだ健在の様子。しかも「出す」と答えた人のうち75.6%が12月20日までは投函しています。やはり、「年賀ハガキは元旦に届けたい」と、「儀礼」としての側面を重視していることがデータからもうかがえます。実際「元旦に年賀ハガキが届くように、スケジュールを意識していますか」という問いにも、83.4%の人が「意識している」と回答しています。一方、SNSやメールで年賀メッセージを送る人は「毎年送っている」が27.0%、「送る年と送らない年がある」が23.7%で、半分強の人がメールやSNSを年賀のあいさつをする手段として併用しています。携帯電話やスマートフォンの普及率が高まり、思い立ったらすぐにメールその他で意志を伝えられる今、「年賀のデジタル化」は、意外にゆっくり進行していると言えそうです。

Q 年賀ハガキと年賀メール、どちらがもらってうれしいですか？



デジタル VS アナログ、もらってうれしいのは「年賀ハガキ」69.8%

ただでさえ忙しい12月。ハガキを買ったり、カラープリンターと格闘したり印刷を手配したりとお金も手間もかかる年賀ハガキに対して、かける時間もずっと少なくメッセージが送れるメールなどのデジタル年賀。「もらってうれしいのはどちら」という問いに対しては69.8%が「年賀ハガキがうれしい」と回答し、その理由もたくさん寄せられました。「好きなアーティストの絵と、びっしりの文字で埋められた、1枚にとっても時間をかけていることが一目でわかる渾身の年賀状がとてうれしかった」(20代・パート)「手書きのメッセージが添えてあり、そのかたの近況がわかる」(30代・専業主婦)などがその例です。ハガキがうれしいのは「そのハガキを書いた時間＝自分を思ってくれた時間」と感じられるから—そう分析できる調査結果となりました。

Q 「年賀ハガキを送る」という習慣は、今後も続けるべきだと思いますか？



「年賀ハガキの習慣は残したい」と思う人 59.1%。虚礼は減り、「心のやり取り」は残る！？

年賀ハガキを送る、という習慣は59.1%が「ぜひ続けるべきだ」・「続けるほうがよい」と回答。理由として「疎遠になっていた人とも年賀ハガキでつながることができるから」(20代・学生)、「ふだん連絡を取っていない人とも唯一やり取りができる機会だから」(30代・フルタイム)など「ご無沙汰の時間を埋める」「便利で温かい習慣」としての側面をあげる意見が目立ちました。さらに、「日本人の文化は守るべき」(30代・専業主婦)というような、文化・習慣としての存続を主張する声も多くみられました。また“ふだんはデジタルだからこそ、お正月はアナログに”という視点から「ケータイでのやり取りが増える今だからこそ、人に何かを手書きで伝える機会を大切にしたい」(20代・家事手伝い)、に類する意見が多かったのも特徴。一方、「やめるべき」派に多かったのは「時間とお金がかかるので」(40代・専業主婦)、「資源の無駄」(30代・パート)、「儀礼的で意味がない」(40代・家事手伝い)、「うわべだけ」(50代・パート)などのように年賀ハガキを「時間と資源を無駄に使って行う虚礼」ととらえるものでした。今後は「目上の人には年賀ハガキ、友人にはSNSと使い分ける予定」(40代・フルタイム)などという人も増えるでしょう。また、「あったほうがうれしいが個人情報の処理で悩むので」(50代・フルタイム)という時代を反映した声も寄せられました。

多くの人が迷いつつも毎年出し、受け取る年賀ハガキ。虚礼ではなく、ハガキによる年賀状は「もらってうれしい」と感じる人がいる限りなくならず、しっかりとした“心のやりとり”として存続するのではないのでしょうか。デジタルコミュニケーションが人と人をつなぐ方法として定着した今だからこそ、ハガキという、手元に残る、アナログな手段の価値が高まったことが浮き彫りにされた今回の調査でした。

アンケート概要

●調査対象:オレンジページ暮らし予報モニター会員・国内在住の女性

(有効回答数 1128 件)

●調査方法:インターネット調査 ●調査期間:2015年10月23日～10月27日

●「オレンジページ暮らし予報」について

オレンジページ暮らし予報とは、オレンジページ社のモニターのなかでもアクティブな会員 1 万人の声を集めたリサーチ・コミュニティです。当社のモニターには、〈一般女性よりも「食意識」「生活全般に対する意識」が高い〉という特徴があります。暮らし予報では、20代後半から50代の生活者が感じていることを引き出します。食意識を軸に対象者を6つのタイプに分類し、調査、比較検討することも可能です。WEB上でのアンケート調査、キッチンスタジオ「オレンジページサロン」を利用した座談会など、ご相談に応じて展開いたします。

●『オレンジページ』について

失敗なくおいしく作れるレシピ情報が支持され、今年創刊 30 周年を迎えた生活情報誌。30代～40代の主婦を中心に幅広い読者層を誇ります。発行部数=336,755部(2015年印刷証明書付発行部数)。

この資料に関するお問い合わせ

株式会社オレンジページ

コトデザイン部 暮らし予報担当

kurashi@orangepage.co.jp Tel. 03-3436-8418

<http://www.kurashi.orangepage.jp/>

取材お申し込み

株式会社オレンジページ 広報室 遠藤

press@orangepage.co.jp Tel. 03-3436-8421