

NRCレポート 「年末年始について」

2016年1月調査結果

 **日本リサーチセンター**
Member of Gallup International Association

東京都中央区日本橋本町2-7-1
TEL:03-6667-3400 (代) FAX:03-6667-3470
<http://www.nrc.co.jp/>

■ 日本リサーチセンター（NRC）では、

全国15～79歳男女1,200人を対象に、訪問留置のオムニバス調査（NOS：日本リサーチセンター・オムニバスサーベイ）を、毎月定期的実施しております。本レポートは、NOSを利用した自主調査「年末年始についての過ごし方」の紹介です。

■ 日本全国15～79才男女全体の結果は、以下の通りです。

① 年末年始に行ったことは……

- 「お雑煮」「年越しそば」「おせち料理」を食べたという人が7割前後と多かった。次いで、「お年玉をあげた」が6割、「大掃除をした」「初詣に行った」が5割強と続く。「門松、しめ縄、しめ飾り、鏡もち等を飾った」は37%で半数もなかった。
- 一方、「和服、着物を着た」は1%と少なく、「書き初め」「たこあげ」「除夜の鐘をついた」「初日の出を見に行った」も5%不足だった。

② 「第66回NHK紅白歌合戦」の視聴状況は……

- 「第66回NHK紅白歌合戦」について、「リアルタイムで、ほとんど全部視聴した」が14%、「リアルタイムで、半分くらいは視聴した」が18%であった。この2つを合わせると、約3割の人が「紅白」をリアルタイムで半分以上は視聴していたと言える。
- また、「リアルタイムで、一部分や見たいところだけ視聴した」（26%）まで含めて合計すると、「リアルタイム視聴・計」は57%となり、一部分でもリアルタイムで「紅白」を視聴した人は6割近いという結果である。
- さらに、「録画して、視聴した」「NHKオンデマンドを利用して視聴した」も含めてみると、「紅白」を多少でも、またリアルタイムに限らず視聴した人の合計は、63%となる。逆に言えば、「紅白歌合戦」をまったく見なかった人は4割弱である。

③ 年賀状は……

- 「年賀はがきを出した」が66%であり、日本人の3人に2人は今年の「年賀はがき」を出している。
- 「それ以外のはがきを年賀状にして出した」は2%と少なく、また、「電子年賀状・年賀メールを送った」も7%と1割未満である。

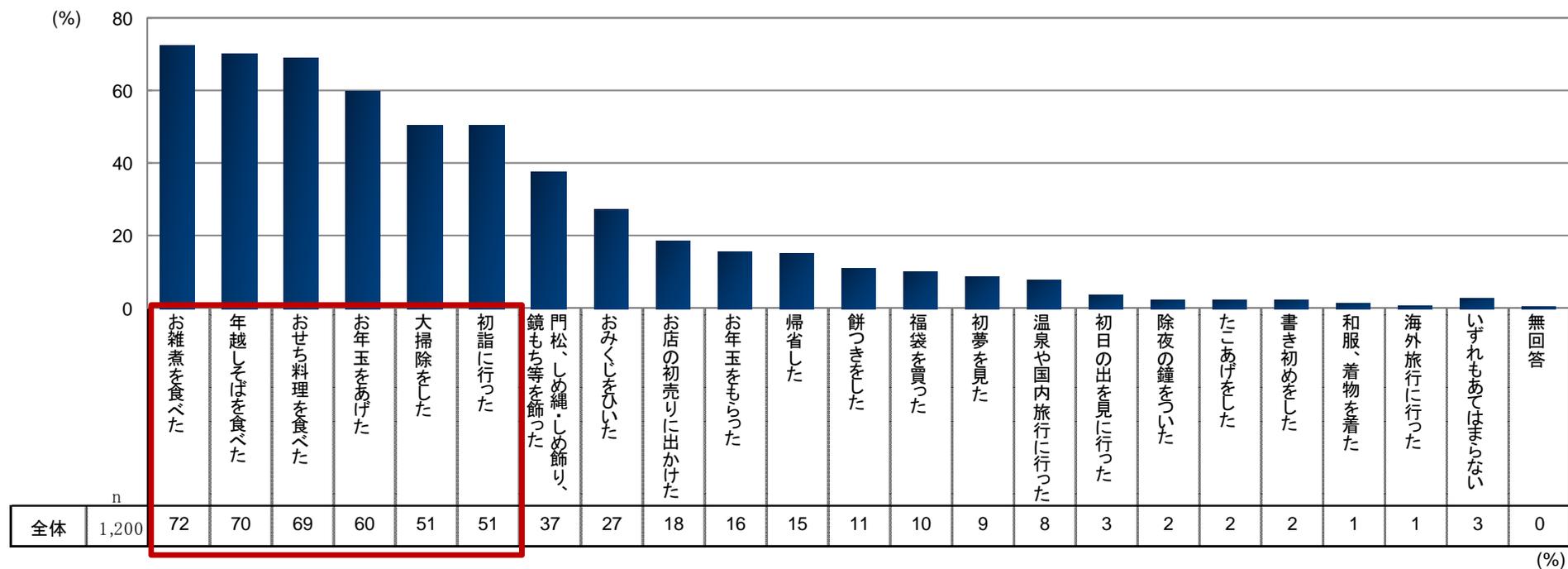
④ 年賀状の作成方法は……

- 「年賀状を出した」人に対して、年賀状をどのようにして作ったかを聞いたところ、手書きか印刷かについては、「印刷（自宅でパソコン等で作成）」が55%と最も多かった。次いで、「手書き（毛筆以外）」が23%、「印刷（業者に依頼）」が18%、「手書き（毛筆）」（10%）の順となる。集計すると、「手書き・計」は31%、「印刷・計」は72%となり、印刷派が手書き派の倍以上多い。また、写真やイラスト等をいれたかに関しては、「写真」が25%、「イラスト」が18%あった。

- ◆ 2015年から2016年にかけての年末年始で、どのようなことを行ったかを聞いた（以下の選択肢を複数回答）。
- ◆ 日本全国15~79才男女全体の結果をみると、「お雑煮」「年越しそば」「おせち料理」を食べたという人が7割前後と多かった。
- ◆ 次いで、「お年玉をあげた」が6割、「大掃除をした」「初詣に行った」が5割強と続く。「門松、しめ縄、しめ飾り、鏡もち等を飾った」は37%で半数もなかった。
- ◆ 一方、「和服、着物を着た」は1%と少なく、「書き初め」「たこあげ」「除夜の鐘をついた」「初日の出を見に行った」も5%不足だった。

Q この年末年始で、あなたはどのようなことを行いましたか。次の中から実施したことをすべてお知らせください。（複数回答）

■ 全体（多い順に並び替え）



(%)

- ◆男女別でみると、「お雑煮」「年越しそば」「おせち料理」「お年玉」「大掃除」「門松、しめ縄、しめ飾り、鏡もち等」は、女性の実施率が男性を上回る。
- ◆年齢別では、「お雑煮」「年越しそば」「おせち料理」「門松、しめ縄、しめ飾り、鏡もち等」は、年齢が高くなるほど多くなっており、若年層より高齢層で実施した人が多い。一方、「初詣」「帰省」は30~40代で多く、「おみくじ」は15~39才の若年層で実施した人が多かった。
- ◆また、「お店の初売りに出かけた」は40代が最も多く、「福袋を買った」は30代が多かった。

■ 性別・年代別（全体の多い順）

		n	お雑煮を食べた	年越しそばを食べた	おせち料理を食べた	お年玉をあげた	大掃除をした	初詣に行った	門松、しめ縄・しめ飾り、鏡もち等を飾った	おみくじをひいた	お店の初売りに出かけた	お年玉をもらった	帰省した	餅つきをした	福袋を買った	初夢を見た	温泉や国内旅行に行った	初日の出を見に行った	除夜の鐘をついた	たこあげをした	書き初めをした	和服、着物を着た	海外旅行に行った	いずれもあてはまらない
全体	1,200	72	70	69	60	51	51	37	27	18	16	15	11	10	9	8	3	2	2	2	1	1	3	
性別	男性	596	66	66	62	54	43	50	30	23	15	13	12	8	7	7	7	4	2	2	2	1	1	4
	女性	604	79	74	75	65	57	51	44	32	22	19	18	14	12	10	8	2	3	2	2	1	1	1
年代別	15~29才	220	60	63	54	26	45	47	10	39	21	45	13	4	10	14	11	5	2	2	2	1	1	3
	30~39才	194	69	70	70	65	56	61	32	45	22	18	30	14	15	8	11	2	2	8	4	0	1	1
	40~49才	214	71	69	65	71	51	59	39	29	27	6	28	8	14	12	7	2	2	1	2	0	0	2
	50~59才	183	72	73	69	64	45	44	42	20	16	3	11	15	9	9	8	5	3	0	1	1	1	3
	60~69才	219	81	72	78	68	54	45	50	16	12	9	5	13	8	4	4	3	1	1	3	2	1	3
	70~79才	170	82	75	80	71	53	45	56	11	11	11	2	15	3	4	4	2	4	0	0	3	0	4

(注) は全体より5ポイント以上高い、 は5ポイント以上低い

(%)

- ◆地域別にみると、北海道・東北では、「お雑煮」「年越しそば」「おせち料理」を食べた人や「初詣に行った」「おみくじをひいた」という人が他の地域に比べて少ない。一方で、「お店の初売りに出かけた」は、北海道・東北の人が最も多かった。
- ◆「初詣に行った」「おみくじをひいた」という人が最も多かったのは、近畿である。また、「年越しそばを食べた」は、中国・四国・九州で最も多かった。

■ 地域別（全体の多い順）

	n	お雑煮を食べた	年越しそばを食べた	おせち料理を食べた	お年玉をあげた	大掃除をした	初詣に行った	門松、しめ縄・しめ飾り、鏡もち等を飾った	おみくじをひいた	お店の初売りに出かけた	お年玉をもらった	帰省した	餅つきをした	福袋を買った	初夢を見た	温泉や国内旅行に行った	初日の出を見に行った	除夜の鐘をついた	たこあげをした	書き初めをした	和服、着物を着た	海外旅行に行った	いずれもあてはまらない
全体	1,200	72	70	69	60	51	51	37	27	18	16	15	11	10	9	8	3	2	2	2	1	1	3
北海道・東北	144	61	60	64	57	47	41	41	21	27	18	13	13	9	10	11	3	3	0	1	0	0	4
関東	432	75	72	72	58	50	49	34	25	19	17	14	9	12	8	8	4	2	3	2	2	1	2
中部・北陸	192	76	61	66	63	54	55	42	26	17	11	15	10	13	9	4	3	4	3	3	1	0	1
近畿	192	75	74	72	60	52	56	35	34	13	19	19	11	7	10	8	3	0	3	2	3	1	6
中国・四国・九州	240	69	75	68	63	50	51	38	30	18	13	15	15	8	6	8	3	3	2	2	0	0	2

(%)

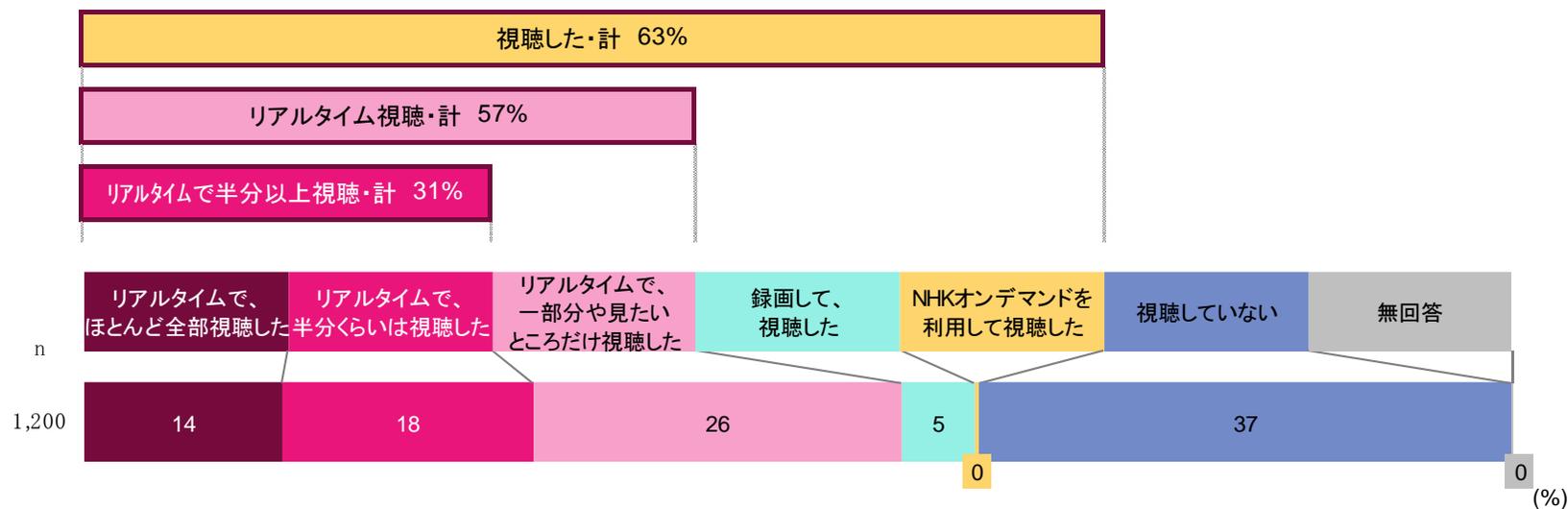
(注) は全体より5ポイント以上高い、 は5ポイント以上低い

- ◆大晦日に放映された「第66回NHK紅白歌合戦」について、リアルタイムでどの程度視聴したかを聞いた（以下の選択肢で単数回答）。
- ◆日本全国15～79才男女全体の結果では、「リアルタイムで、ほとんど全部視聴した」が14%、「リアルタイムで、半分くらいは視聴した」が18%であった。この2つを合わせると、約3割の人が「紅白」をリアルタイムで半分以上は視聴していたと言える。
- ◆また、「リアルタイムで、一部分や見たいところだけ視聴した」（26%）まで含めて合計すると、「リアルタイム視聴・計」は57%となり、一部分でもリアルタイムで「紅白」を視聴した人は6割近いという結果である。
- ◆さらに、「録画して、視聴した」「NHKオンデマンドを利用して視聴した」も含めてみると、「紅白」を多少でも、またリアルタイムに限らず視聴した人の合計は、63%となる。逆に言えば、「紅白歌合戦」をまったく見なかった人は4割弱である。

Q 12月31日午後7時15分～11時45分に放映された「第66回NHK紅白歌合戦」を、あなたはご覧になりましたか。（単数回答）

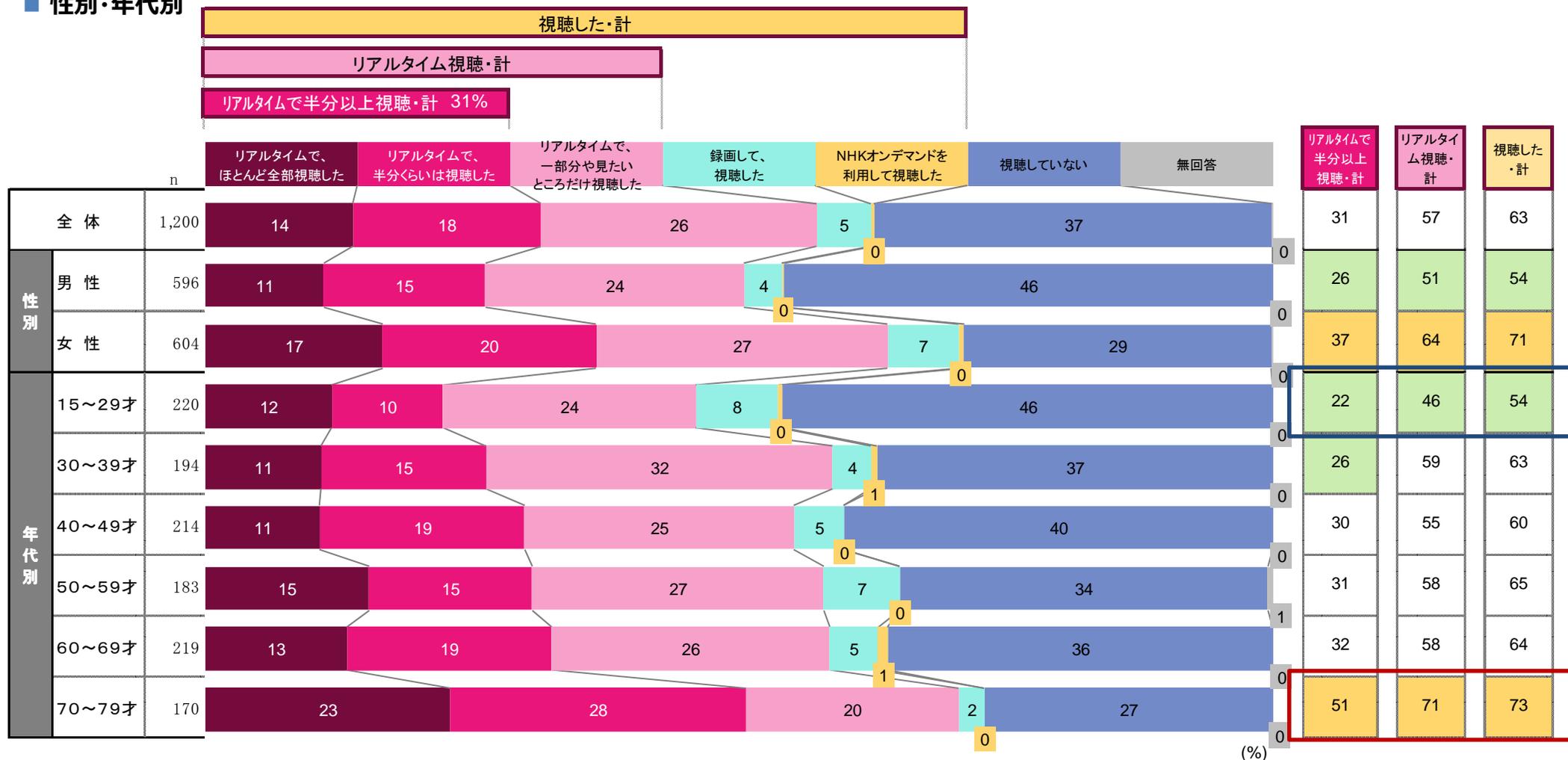
※テレビだけでなく、ラジオも含めてお考えください。

■ 全体



- ◆男女別で見ると、女性の方が男性に比べて、「紅白」の視聴率が高かった。
- ◆年代別では、70代で視聴率が高く、15~29才の若年層で視聴率が低い。
- ◆70代は、「リアルタイムでほとんど全部」が23%、「半分以上」が28%で、合わせてが51%がリアルタイムで半分以上は視聴している。さらに「一部分」や「録画」等まで含めると、「視聴した・計」は7割超となる。一方、15~29才は、「リアルタイムで半分以上視聴・計」は22%と低い。しかし、「一部分」や「録画」等まで含めてみると54%となり、全年代の中で最も視聴率が低いとはいえ、視聴率は半数を超えている。

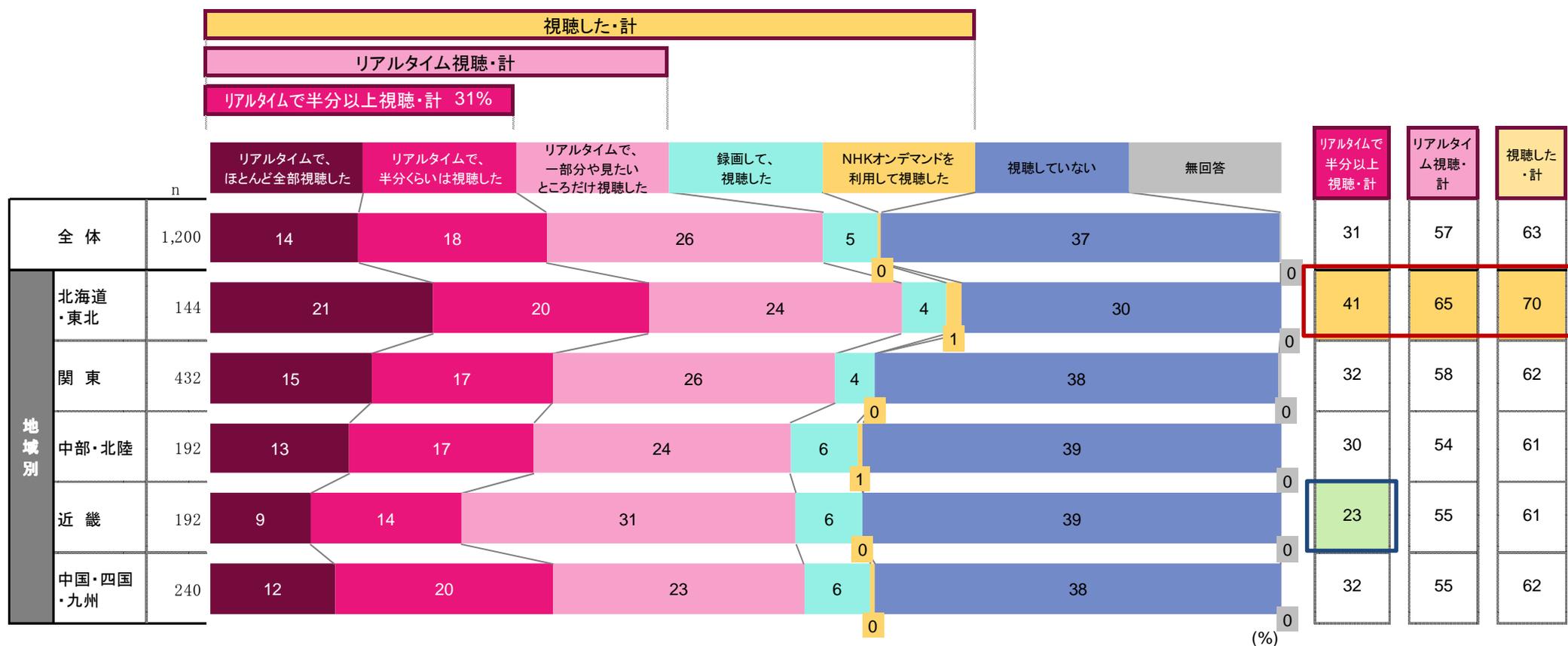
■ 性別・年代別



(注) は全体より5ポイント以上高い、 は5ポイント以上低い

- ◆地域別でみると、北海道・東北は他の地域に比べて視聴率が高く、「リアルタイムでほとんど全部」と「半分くらい視聴」を合わせた“半分以上視聴・計”は41%だった。また「一部分や見たいところだけ視聴」も含めると65%、さらに「録画」「オンデマンド」まで合計すれば視聴率は7割に達する。
- ◆反対に、近畿は「リアルタイムでほとんど全部」と「半分くらい」を合わせた“半分以上視聴・計”が23%と最も低かった。

■ 地域別

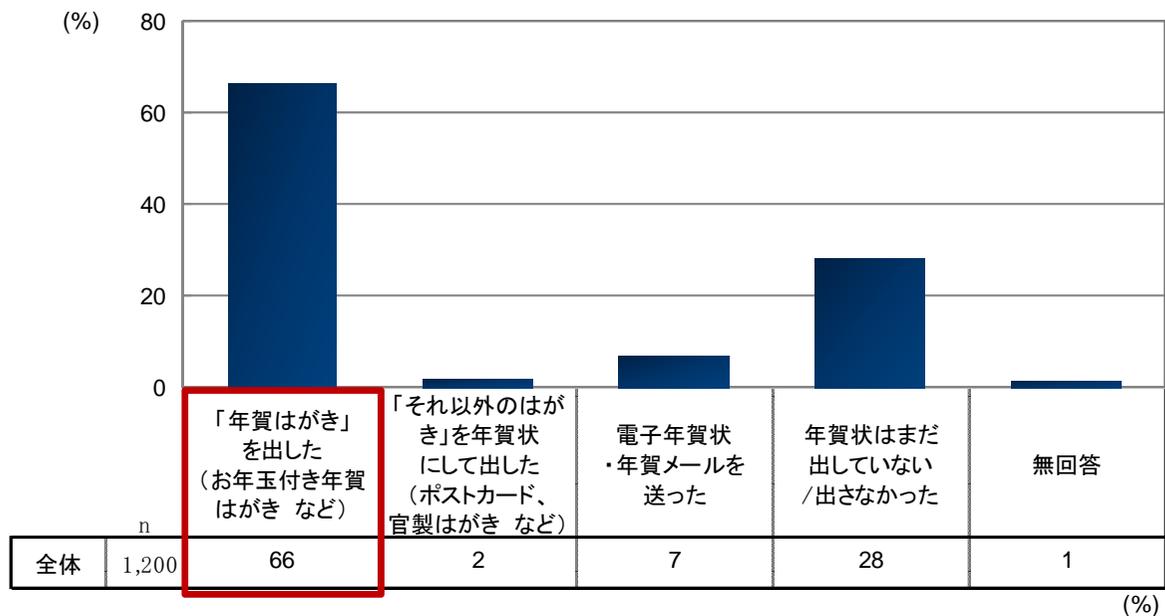


(注) は全体より5ポイント以上高い、 は5ポイント以上低い

- ◆ 2016年「今年の年賀状」を出したかを聞いた（以下の選択肢で複数回答）。
- ◆ 日本全国15~79才男女全体の結果をみると、「年賀はがきを出した」が66%であり、日本人の3人に2人は今年の「年賀はがき」を出している。
- ◆ 「それ以外のはがきを年賀状にして出した」は2%と少なく、また、「電子年賀状・年賀メールを送った」も7%と1割未満である。

Q 2016年（平成28年）となりましたが、あなたは「今年の年賀状」を出しましたか。次のうち、あてはまるものをすべてお知らせください。（複数回答）

■ 全体



- ◆男女別で見ると、「年賀はがきを出した」は、男性が63%に対し、女性は70%と、女性の方が多かった。
- ◆年代別では、15~29才は「年賀はがき」が他の年代に比べて少なく、「電子年賀状・年賀メール」がやや多くなっている。それでも「電子年賀状・年賀メール」(15%)が「年賀はがき」(39%)を逆転するにはいたっていない。
- ◆30代から70代では、どの年代層でも「年賀はがき」が7割~7割強と多い。

■ 性別・年代別

		n	「年賀はがき」を出した (お年玉付き年賀はがき など)	「それ以外のはがき」を年賀状にして出した (ポストカード、官製はがき など)	電子年賀状・年賀メールを送った	年賀状はまだ出していない / 出さなかった
全体		1,200	66	2	7	28
性別	男性	596	63	1	5	32
	女性	604	70	2	9	24
年代別	15~29才	220	39	1	15	50
	30~39才	194	74	3	7	20
	40~49才	214	72	2	8	22
	50~59才	183	70	1	6	24
	60~69才	219	73	1	2	25
	70~79才	170	74	2	1	24

(%)

(注) は全体より5ポイント以上高い、 は5ポイント以上低い

◆地域別でみると、中部・北陸では「年賀はがき」が74%と、他の地域に比べて多い。

■ 地域別

		n	「年賀はがき」を出した (お年玉付き年賀はがき など)	「それ以外のはがき」を年賀状にして出した (ポストカード、官製はがき など)	電子年賀状・年賀メールを送った	年賀状はまだ出していない / 出さなかった
全体		1,200	66	2	7	28
地域別	北海道・東北	144	63	3	8	33
	関東	432	67	2	7	27
	中部・北陸	192	74	1	9	20
	近畿	192	65	1	5	30
	中国・四国・九州	240	63	2	5	33

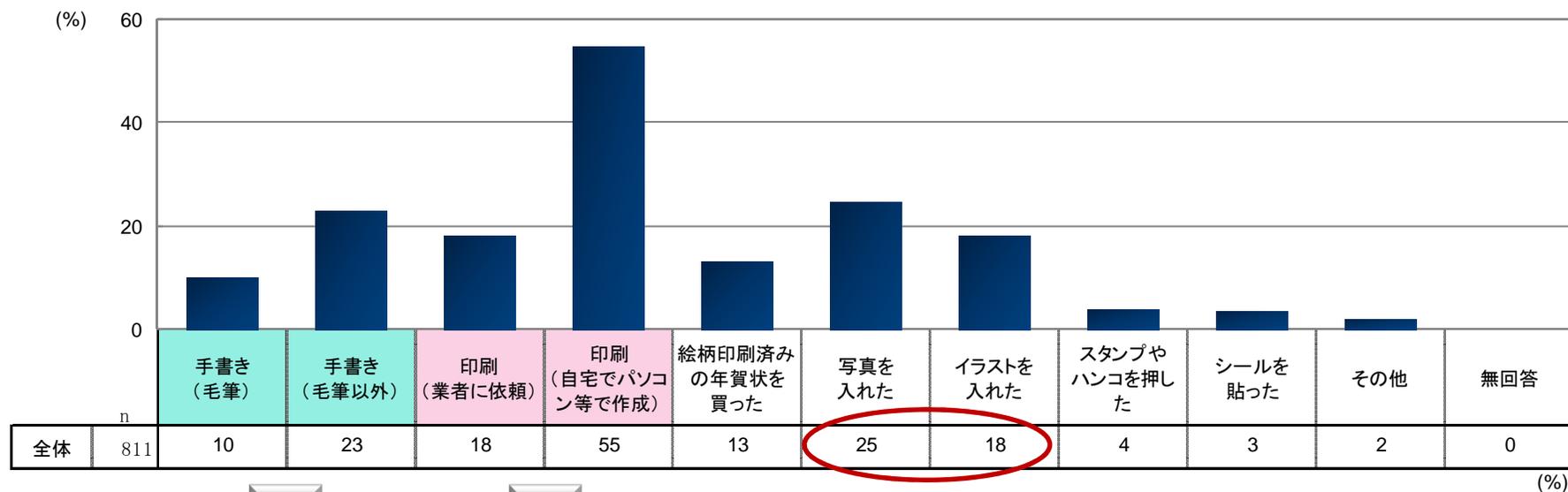
(%)

(注)  は全体より5ポイント以上高い、  は5ポイント以上低い

- ◆「年賀はがきを出した」人、または「それ以外のはがきを年賀状にして出した」人に対して、年賀状をどのようにして作ったかを聞いた（以下の選択肢で複数回答）。
- ◆日本全国15～79才男女全体の結果をみると、手書きか印刷かについては、「印刷（自宅パソコン等で作成）」が55%と最も多かった。次いで、「手書き（毛筆以外）」が23%、「印刷（業者に依頼）」が18%、「手書き（毛筆）」（10%）の順となる。集計すると、「手書き・計」は31%、「印刷・計」は72%となり、印刷派が手書き派の倍以上多い。
- ◆また、写真やイラスト等をいれたかに関しては、「写真」が25%、「イラスト」が18%あった。

Q 年賀状はどのようにして作りましたか。あてはまるものをすべてお選びください。（複数回答）
※表面の宛名のところではなく、裏面の本文についてお知らせください。

■ 全体（年賀状を出した人）



手書き・計 31%

印刷・計 72%

※複数回答のため、どちらかに該当した人を集計上でカウントして比率を算出している。

- ◆男女別で見ると、男性は“印刷・計”が女性より多く、“手書き・計”が少ない。女性は男性に比べて「手書き」が多いとはいえ、「印刷」より少なく、比率が逆転しているわけではない。
- ◆年代別では、「手書き」は毛筆、毛筆以外のどちらも、70代で最も多い。「印刷（自宅でパソコン等で作成）」は、30～50代で多く、70代で少ない。
- ◆「写真を入れた」は、15～29才以下を別にすれば若年になるほど多くなっているが、これは結婚や出産などライフステージが影響していると推察される。

■ 性別・年代別（年賀状を出した人）

		n	手書き (毛筆)	手書き (毛筆以外)	印刷 (業者に依頼)	印刷 (自宅でパソコン 等で作成)	絵柄印刷済み の年賀状を 買った	写真を入 れた	イラストを 入れた	スタンプや ハンコを押 した	シールを 貼った	その他	手書き ・計	印刷 ・計
全体		811	10	23	18	55	13	25	18	4	3	2	31	72
性別	男性	381	10	17	18	60	12	24	17	2	2	1	25	77
	女性	430	10	27	18	50	14	25	19	5	4	3	36	66
年代別	15～29才	86	12	43	15	50	13	23	26	2	6	2	50	62
	30～39才	148	5	24	21	63	8	56	20	3	3	1	28	84
	40～49才	158	7	13	20	61	13	34	21	1	6	1	20	80
	50～59才	131	10	12	15	61	17	15	15	2	4	0	21	76
	60～69才	161	12	24	15	53	13	11	14	5	1	4	33	68
	70～79才	127	15	29	20	35	16	5	15	7	0	5	42	54

(%)

(注) は全体より5ポイント以上高い、 は5ポイント以上低い

- ◆地域別で見ると、北海道・東北は「印刷（業者に依頼）」と「絵柄印刷済みの年賀状を買った」が他地域に比べて多い。
- ◆中部・北陸と中国・四国・九州は、「印刷（自宅でパソコン等で作成）」が他地域よりも多い。

■ 地域別（年賀状を出した人）

n		手書き (毛筆)	手書き (毛筆以外)	印刷 (業者に依頼)	印刷 (自宅でパソコン 等で作成)	絵柄印刷済みの 年賀状を 買った	写真を入 れた	イラストを 入れた	スタンプや ハンコを押 した	シールを 貼った	その他	手書き ・計	印刷 ・計
全体	811	10	23	18	55	13	25	18	4	3	2	31	72
地域別	北海道 ・東北	8	21	25	44	23	20	18	4	1	1	25	68
	関東	10	25	23	51	13	28	19	3	4	2	34	73
	中部・北陸	8	18	13	64	9	20	13	5	1	3	24	76
	近畿	7	25	14	54	14	26	19	4	3	3	32	66
	中国・四国 ・九州	14	21	12	61	11	25	21	3	4	2	32	72

(%)

(注) は全体より5ポイント以上高い、 は5ポイント以上低い

調査方法

- NOS（日本リサーチセンター・オムニバス・サーベイ）
- 調査員による個別訪問留置調査

調査対象

- 全国の15～79歳の男女個人 1,200人
※エリア・都市規模と性年代構成は、日本の人口構成比に合致するよう割付をおこなった

抽出方法

- 毎月200地点を抽出、住宅地図データベースから世帯を抽出し個人を割当て

調査期間

- 2016年1月（1/6～1/18）

分析サンプル数

全 体	1,200
男 性	596
女 性	604
15～19才	71
20～29才	149
30～39才	194
40～49才	214
50～59才	183
60～69才	219
70～79才	170

NOS（日本リサーチセンター・オムニバス・サーベイ）について

調査パネルを使ってインターネットで簡単に情報収集できる時代になりましたが、NOSでは、40年以上にわたって、

①調査員を使った訪問留置、②パネルモニターではない毎回抽出方式で調査を継続しており、代表性のある信頼の高いデータを提供しております。

NOSは、毎月1回定期的実施する乗り合い形式（オムニバス）の全国調査です。

毎回ランダムに決められた200地点にて、対象となる方に調査員が協力を依頼してアンケートを回収します。

性年代構成を日本の人口構成比に合わせているため、全体結果は日本を代表する意見としてそのままご覧になることができます。

インターネット調査では、回収が難しい60代以上の対象者やインターネットを使っていない人の実態や意識を分析するのにも有用な手法と言えます。

《 引用・転載時のお願い 》

本レポートの引用・転載の際は、下記連絡先にメールにて掲載のご連絡をお願い致します。

連絡先：日本リサーチセンター広報室 メール：information@nrc.co.jp

**掲載では必ず当社クレジットを明記していただき、
調査結果のグラフ・表をご利用の場合も、データ部分に当社クレジットの掲載をお願い致します。**