

年末年始の海外旅行者 前年の約2倍。9連休で遠方へかけるお金を減らすもの1位「年賀状」。郵便料金の値上げが年賀状離れを加速か

株式会社インテージ(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:檜垣 歩、以下インテージ)は、全国の15歳から79歳の男女(5,000人)を対象に実施した「年末年始」に関する調査結果を公開します。

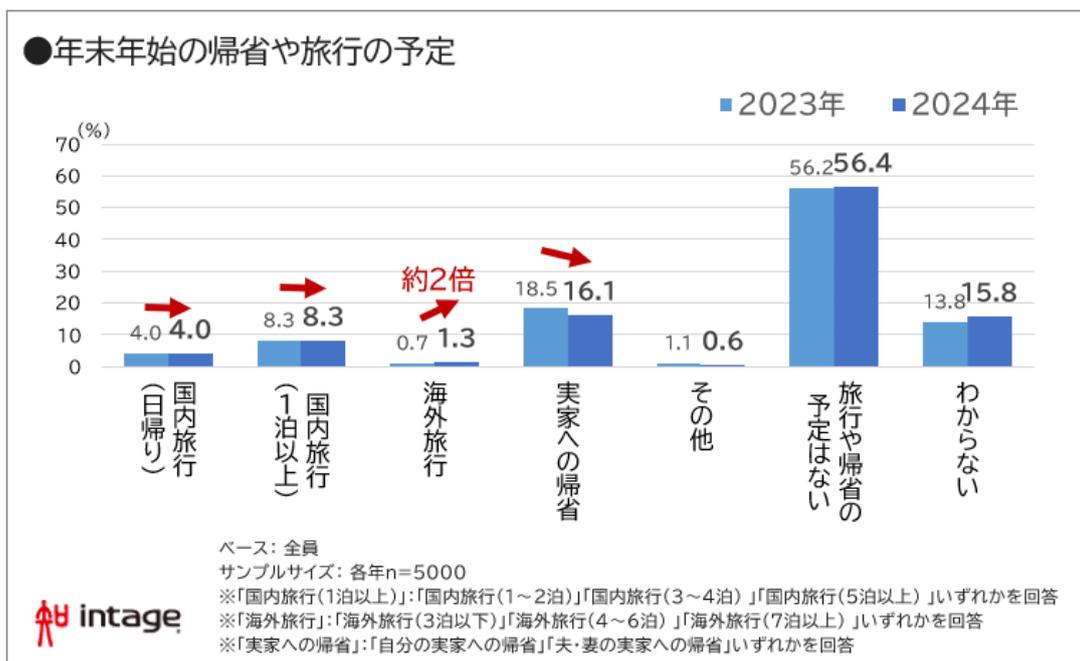
[ポイント]

- ・年末年始の予定は、国内旅行は前年並み、昨年伸びた帰省は微減、海外旅行は前年の約2倍
- ・海外旅行先は夏休みに近場が増えたが、年末年始は「ヨーロッパ」「アメリカ」など遠方への渡航あり。9連休影響
- ・年末年始にかけるお金を減らす予定のもの1位は「年賀状」(10.8%)
- ・年賀状を送る数を「減らす」は45.2%。「減らさない」(38.0%)を大きく上回り、女性40代以上で顕著
- ・年始におせち料理を食べたい人は4割強。男性70代、女性60~70代で5割超え 15-19歳女性でも47.1%

能登半島地震に始まり豪雨、猛暑、新紙幣の発行、続く物価高、AI技術の影響拡大などがあった2024年。その年を締めくくる年末、そして年始に生活者の皆さんはどう過ごすのでしょうか。

はじめに、今年の年末年始の予定について見ていきましょう。国内旅行は日帰り・1泊以上ともに前年並み。予算も前年並みでした(2023年:45,235円→2024年:46,401円)。コロナ収束により2023年に伸びた帰省は微減、海外旅行は前年の約2倍となりました(図表1)。

図表1

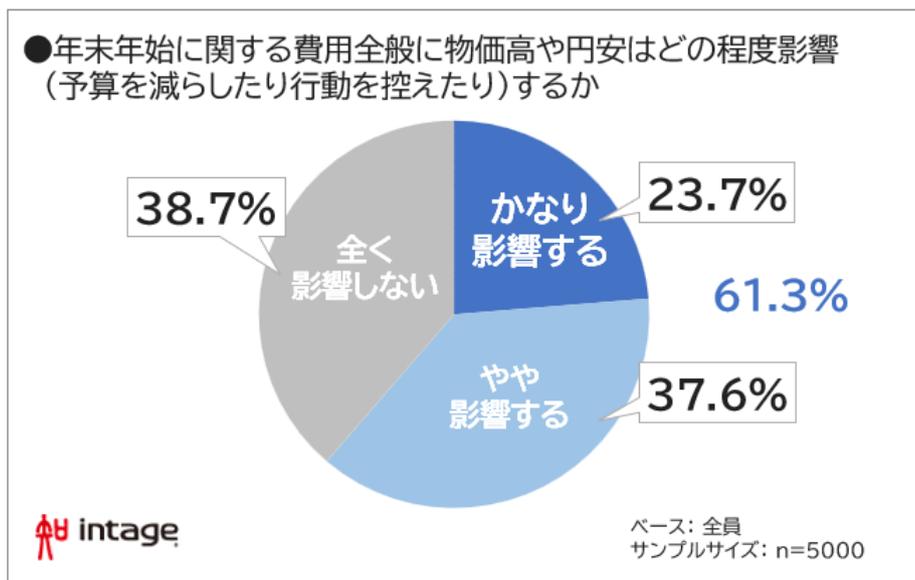


今年増加した海外旅行について、旅行先に変化はあるのでしょうか。[今年の夏休み](#)は円安の影響が小さめで旅費が抑えられる近場の国（アジア）が増加しました。対して今年の年末年始は9連休で「ヨーロッパ」「アメリカ」など遠方の国への渡航が見られ、「アメリカ合衆国:ハワイ」（19.4%:2位）が旅行先上位にランクインしました。TOP3は、「台湾」（20.9%）、「アメリカ合衆国:ハワイ」（19.4%）、「韓国」（16.4%）です。

遠方へ行く人が見られるようになりましたが、一方予算は平均 453,159 円で今年の夏休みの海外旅行予算平均（443,058 円）と同水準でした。予算を抑える何かしらの工夫をしているのではと思われます。

次に、ここ数年続く物価高や円安に対する意識について見てみましょう。“年末年始に関する費用全般”が「影響を受ける（「かなり影響する」+「やや影響する」）」と回答したのは、全体の 61.3%でした（図表 2）。

図表 2



それでは、生活者はこの年末年始のどこで節約するのでしょうか。年末年始にかけるお金を減らす予定のもの1位は「年賀状」（10.8%）、2位は「福袋・初売りなどの買い物」（6.4%）、3位は「外食」（5.0%）でした。

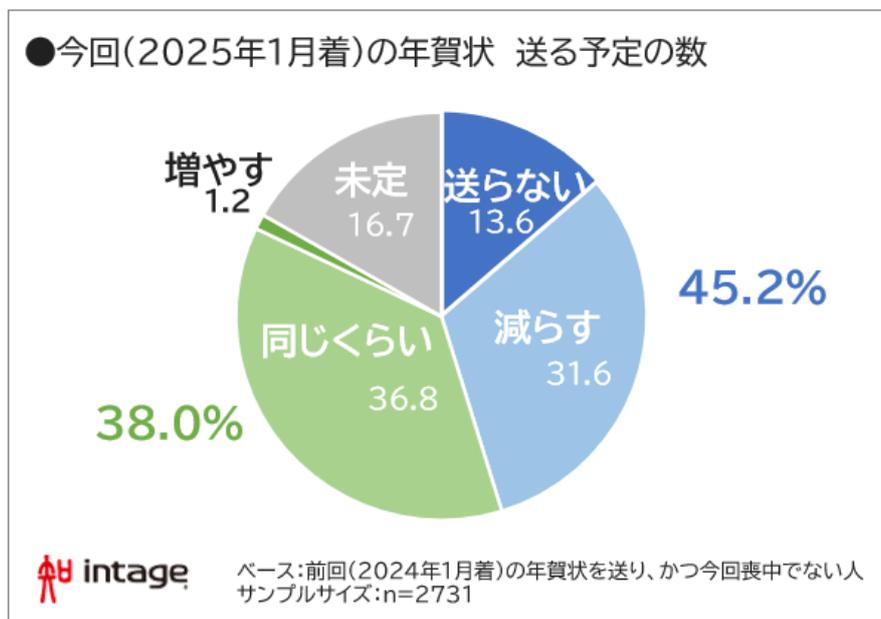
「年賀状」がトップとなったのは、今年10月からのがき料金の値上げ（63円→85円）が影響しているようです。2位、3位からは、出費を必要なものに絞る意識が伺えます（図表 3）。

図表 3



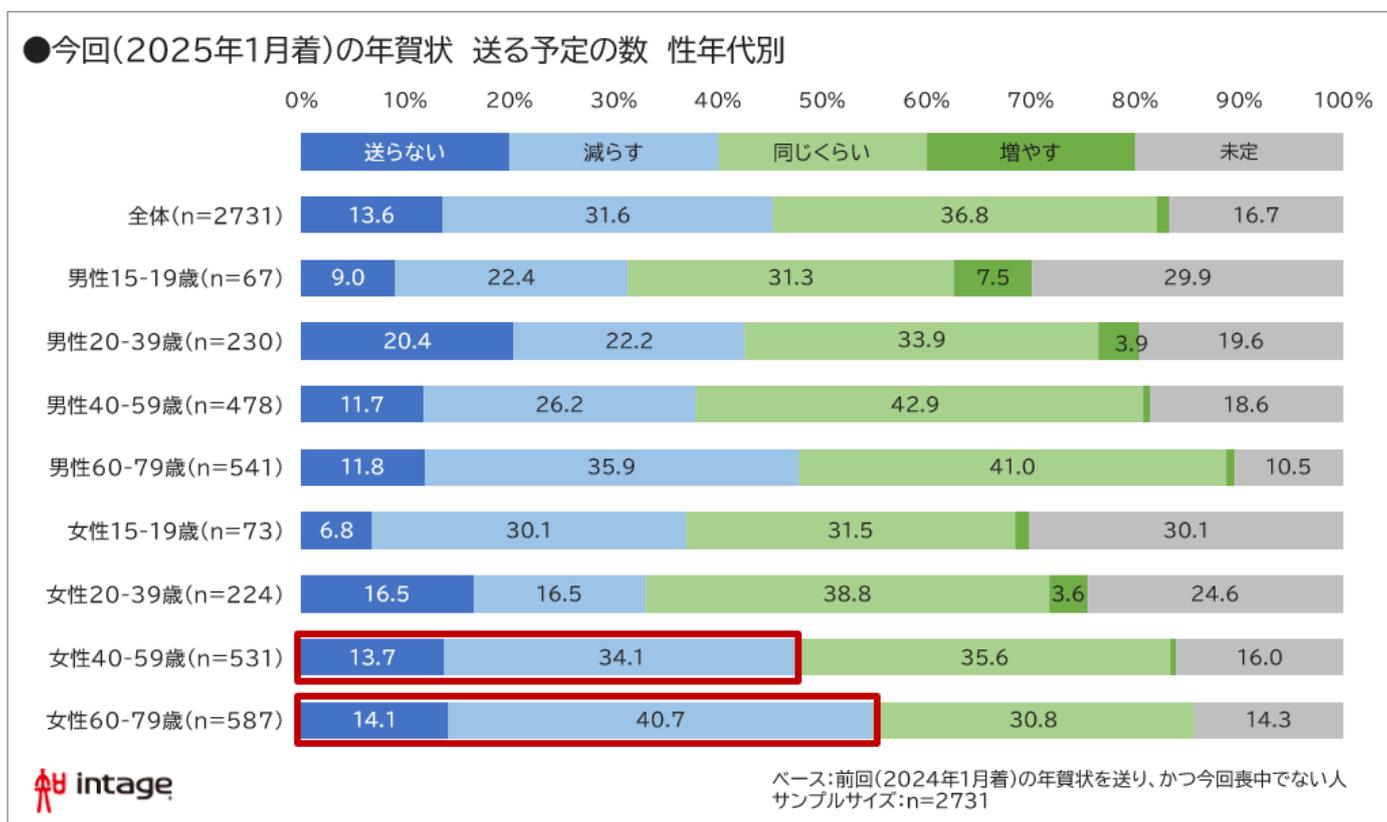
続いて、どのくらいの人が「年賀状」を送るのをやめたり、数を減らしたりするのでしょうか。前回（2024年1月着）の年賀状を送り、かつ今回喪中でない人は54.6%ですが、今回どうするかについて聞いてみました。年賀状を「送らない」または「送る数を減らす」人が45.2%で、「同じくらい送る」または「増やす」（38.0%）を大きく上回りました（図表4）。

図表4



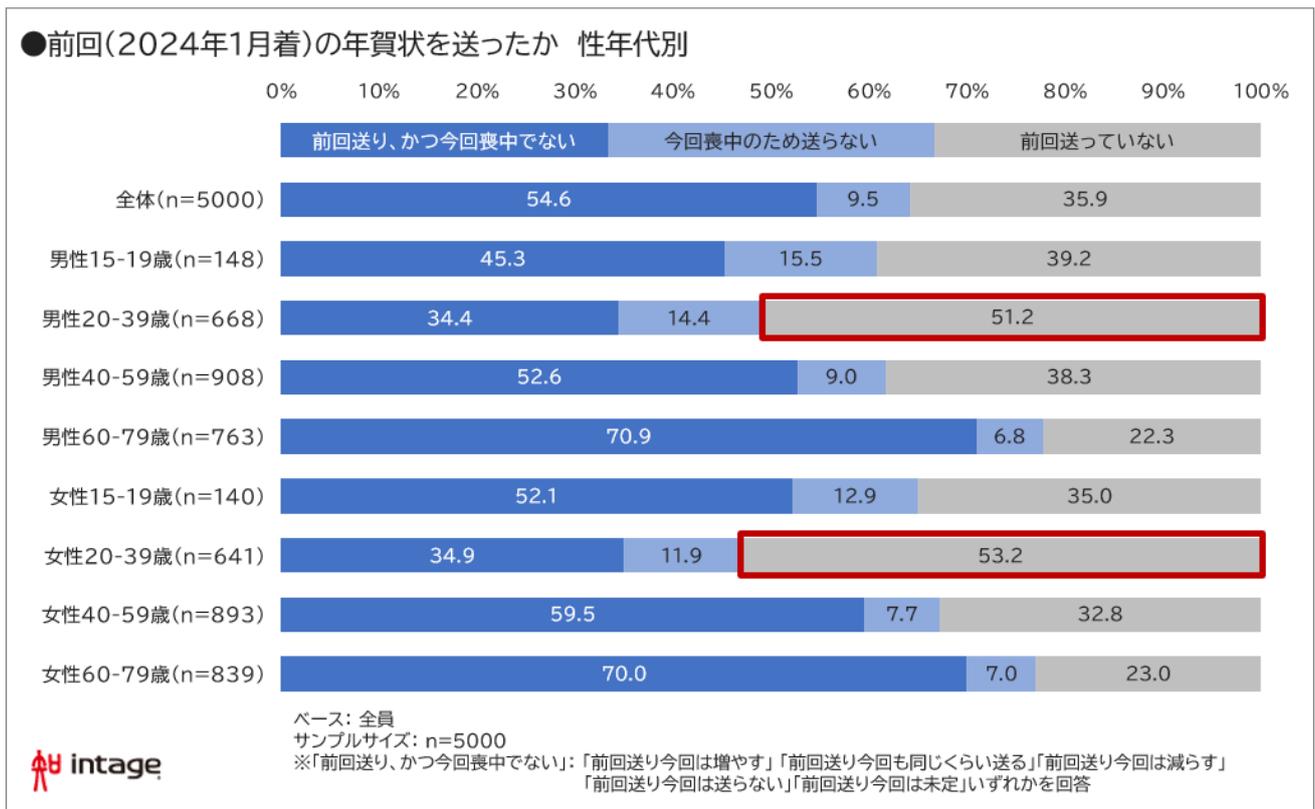
その傾向は、今まで年賀状を多く送っていたと思われる女性40代以上で顕著です（図表5）。

図表5



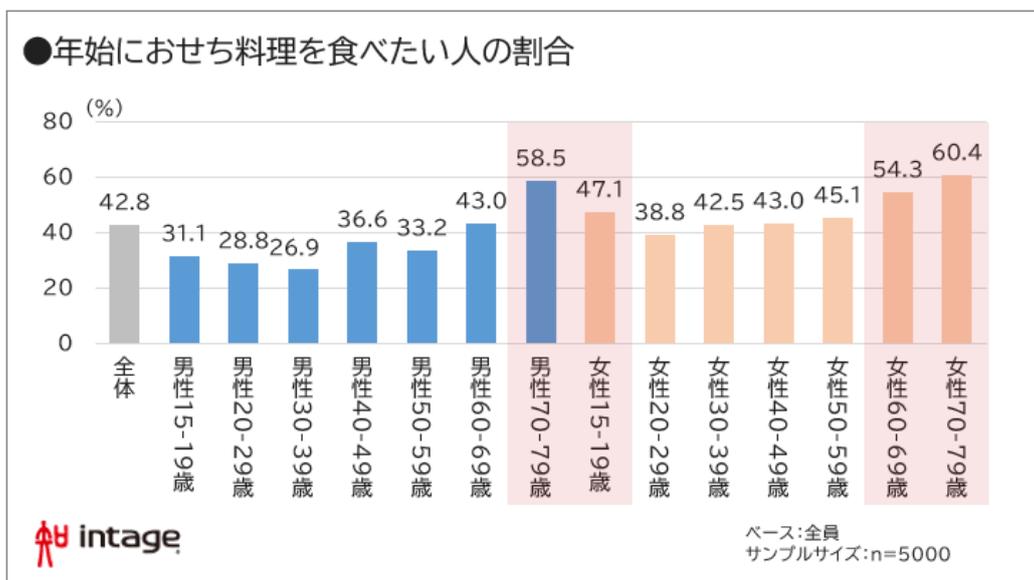
また、前回の年賀状を送ったかを年代別に見てみると、男女ともに“20-39歳”では「前回送っていない」人が半数を超えていました。郵便料金の値上げ前から年賀状を出していない人が多い世代です（図表6）。

図表6



「年賀状」と並び日本のお正月文化の一つ「おせち料理」について見ていきましょう。年始におせち料理を食べたいと思う人は全体の4割強。男性70代、女性60～70代で5割を超えるも、男女ともに20～30代で低めでした。ただ、女性15-19歳で47.1%と高めとなっており、レトロブームの1つの表れと言えるのかもしれません（図表7）。

図表7



9連休となる年末年始、物価高の影響は受けると感じつつも、調査結果からは楽しみたい意識も伺えました。

→「2023 年年末年始に関する調査」をあわせてご参照ください。

[インテージ 年末年始に関する意識と行動を調査 年末年始の予算\(国内\)は前年比 128%と大幅増](#)

使用したデータ

【インテージのネットリサーチによる自主調査データ】 <https://www.intage.co.jp/service/services/marketing-research/net/>

調査地域: 日本全国

対象者条件: 15~79 歳の男女

標本抽出方法: 弊社「マイティモニター」より抽出しアンケート配信

標本サイズ: n=5000 ※国勢調査にもとづき性別・年代・地域を母集団構成に合わせて回収

調査実施時期: 2024 年 11 月 29 日(金)~12 月 2 日(月)

【株式会社インテージ】 <https://www.intage.co.jp/>

株式会社インテージは 1960 年に創業。インテージグループとしてアジア No.1*であるマーケティングリサーチ/インサイト事業に加えてマーケティングソリューション事業を展開し、9 か国の海外拠点とともに国内外の企業・団体のマーケティング活動を総合的に支援しています。事業ビジョンとして“Create Consumer-centric Values”を掲げ、深い生活者理解とデータ活用の高度化による顧客企業支援を通じ、生活者の幸せの実現を目指しています。

*「ESOMAR's Global Top-50 Insights Companies 2024」に基づく(グループ連結売上高ベース)

【報道機関からのお問い合わせ先】

■株式会社インテージ 広報担当: 下河原(しもがわら) / 森(もり) / 依田(よだ)

TEL: 03-5294-6000

サイト「お問い合わせフォーム」 <https://www.intage.co.jp/contact/>