

【2023年お盆玉に関する実態調査と夏休みの動向調査】

お盆玉の認知度は約3割、そのうち今年お盆玉をあげる人は2割強

昨年よりもお盆玉の金額を増やす人は3割強で1,000円から5,000円未満が最多

～今年の夏休みは旅行や親戚・友人知人との集まりが増加、外出や人との交流が活発化か～

「こころ くらし 包む」をモットーに、さまざまな紙製品を通じて毎日のくらしに彩りと楽しさを提供する紙製品・化成品メーカーの株式会社マルアイ（本社：山梨県市川三郷町、代表取締役社長：村松道哉）は、この度、20代以上の男女を対象に【2023年お盆玉に関する実態調査】と【2023年夏休みの動向調査】を実施しました。

20代以上の男女4,812人を対象に事前調査^{*1}を実施したところ「お盆玉」の認知度は約3割で、そのうち2割強が今年の夏にお盆玉をあげる予定でした。

さらに、お盆玉をあげる予定だと回答した310名に調査した結果、あげる相手は自分の子どもや親戚の子どもと子どもが多くを占める一方、親や祖父母、自分の兄弟姉妹にあげる人も一定数存在することがわかりました。お盆玉としてあげる金額は、1,000円から5,000円未満が最も多く、2023年にあげるお盆玉の総額は円安や相次ぐ値上げで家計が圧迫される中でも2022年と変わらないと回答した人が5割弱で、増やすと回答した人は3割強でした。そしてお盆玉（お金）のあげ方は、ぽち袋に入れてあげる人が7割弱で最多でした。

また、夏休みの動向調査を20代～60代以上の男女602人に実施した結果、昨年と比較すると今年の夏休みの予定は親族や友人知人と集まったり、海外旅行や国内旅行に行ったりする人が増加しており、外出や人との交流が活発化しつつある様子がうかがえます。

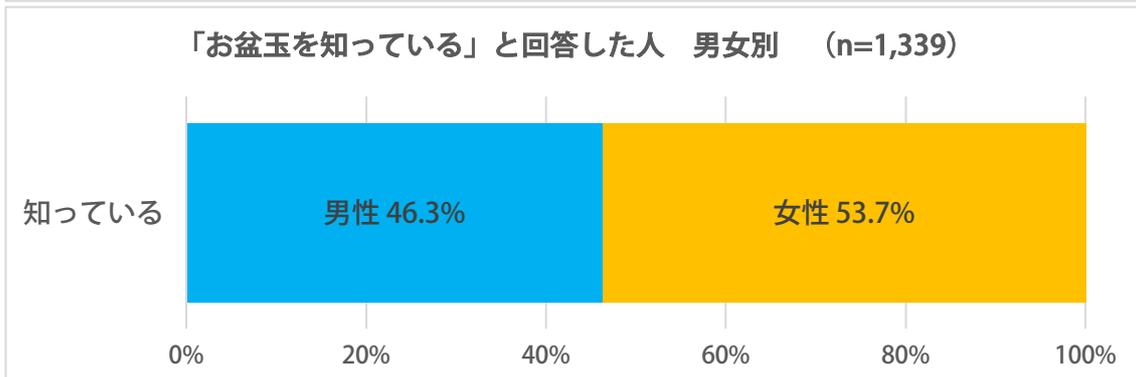
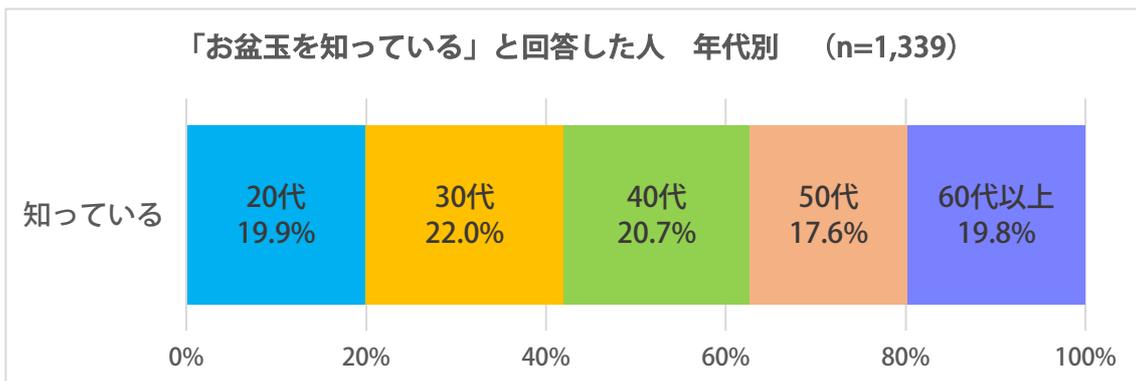
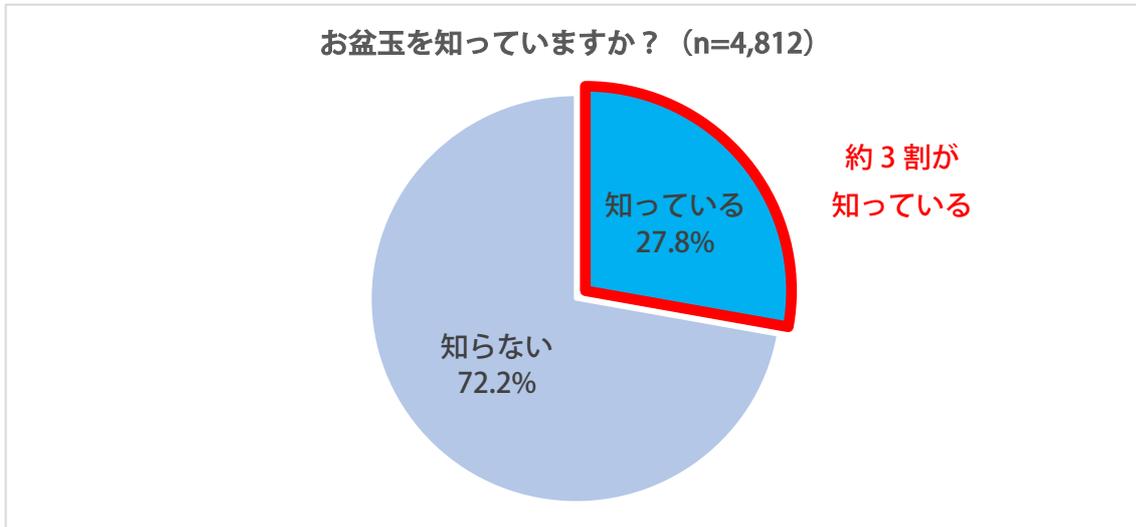
■主な調査結果

- ①お盆玉を知っている人は約3割。そのうち今年の夏にお盆玉をあげると回答した人は2割強。
- ②お盆玉の金額は1,000円から5,000円未満が最多、自分の子どもにお盆玉として1万円以上をあげる人は2割強。親や祖父母、自分の兄弟姉妹にあげる人も一定数存在。
- ③今年あげる予定のお盆玉の総額は、昨年2022年の総額と比較すると「変わらない」が48.4%と最多で、次いで「増やす」が34.8%。お盆玉のあげ方は、ぽち袋に入れて手渡すもしくは送る人が7割弱で最多。
- ④今年の夏休みは「自宅でゆっくりする」が6割強で昨年同様に最多の一方、「日帰りレジャーに出かける」が昨対比5.9%増の20.6%、「親族で集まる」が3.6%増の15.8%、「友人知人で集まる」が3.8%増の11.6%で、外出や人との交流が増加傾向。
- ⑤この夏は家族や親戚とのおつきあいで「何もしない」が4割強で昨年同様に最多の一方、「会いに行く」は昨対比5.6%増の23.1%で、今年は家族や親戚との直接的な交流が増加傾向。物を介したやりとりも増加傾向にあり、「お金を手渡すもしくは送る」は昨対比2.8%増の7.8%だった。

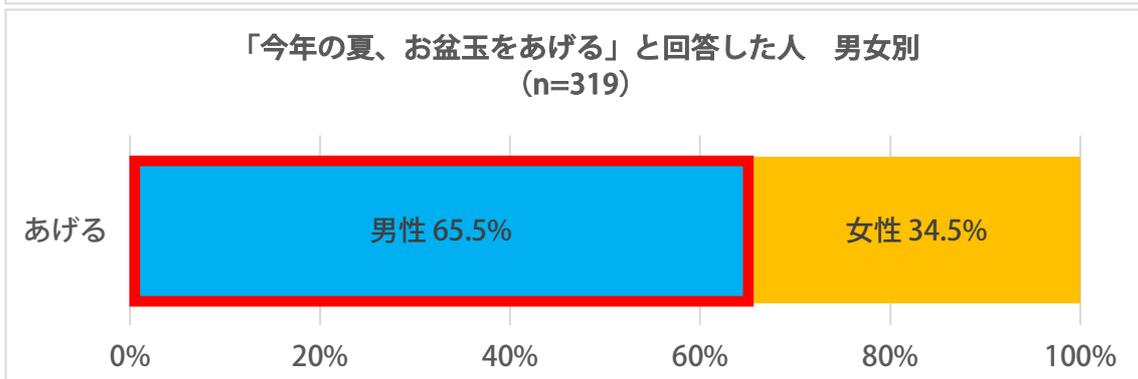
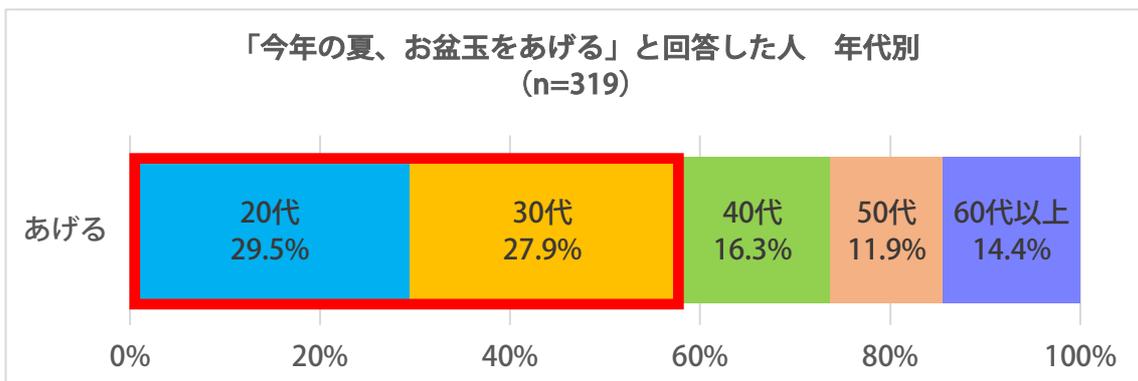
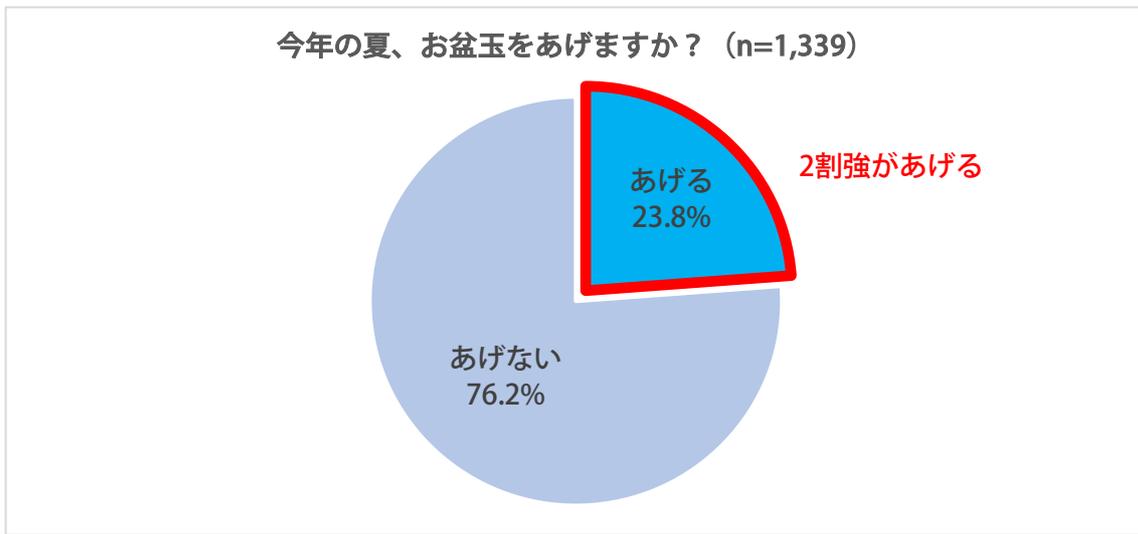
■詳細

①お盆玉を知っている人は約3割。そのうち今年の夏にお盆玉をあげると回答した人は2割強。

20代以上の男女4,812人を対象にした事前調査で「お盆玉を知っているか」の質問に対し回答は、「知っている」が27.8%、「知らない」が72.2%だった。「知っている」と回答した人を年代別で見ると30代が最多で22.0%、次いで40代が20.7%だった。男女別で見ると女性が53.7%、男性が46.3%だった。



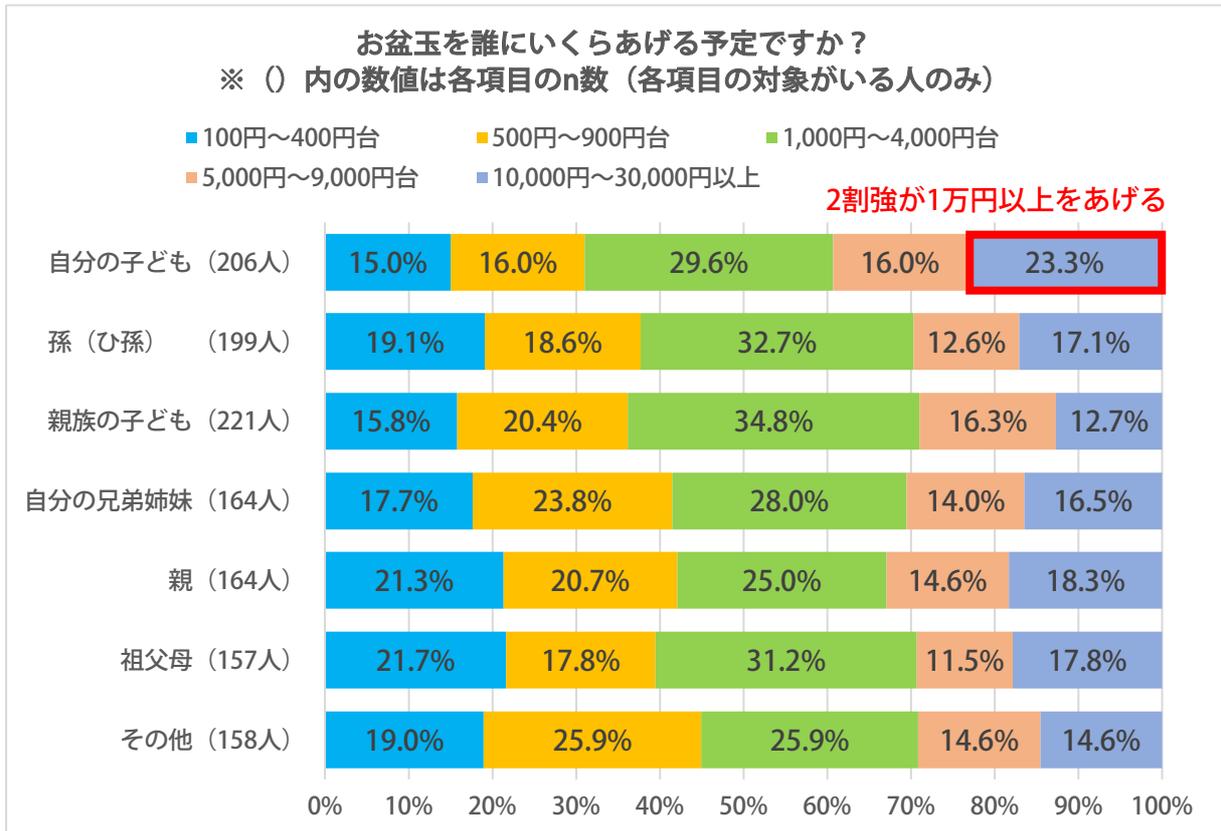
そのうち「知っている」と回答した1,339名に「今年の夏、お盆玉をあげるか」と質問したところ、「あげる」と回答した人は23.8%だった。年代別で見ると最多が20代29.5%、次いで30代27.9%で、それ以外の年代は1割程度だった。さらに男女別で見ると男性が65.5%、女性が34.5%と、今年の夏にお盆玉をあげる予定があるのは男性の方が多いことがわかった。



②お盆玉の金額は 1,000 円から 5,000 円未満が最多、自分の子どもにお盆玉として 1 万円以上をあげる人は 2 割強。親や祖父母、自分の兄弟姉妹にあげる人も一定数存在。

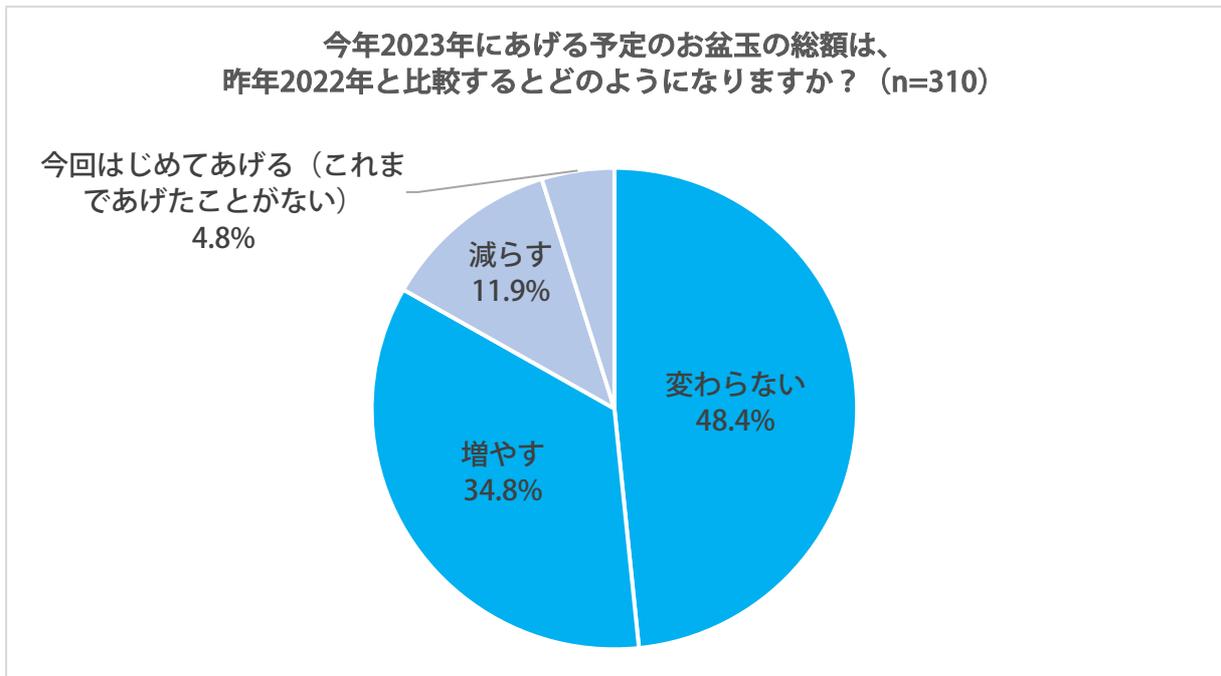
今年の夏にお盆玉をあげると回答した 310 名に「お盆玉を誰にいくらあげる予定か」と質問すると、あげる相手は最多が「親戚の子ども」71.3%、次いで「自分の子ども」66.5%、「孫」64.2%と、子どもにあげる割合が高かった。一方、「親」52.9%や「祖父母」50.6%、「自分の兄弟姉妹」52.9%と、子ども以外にあげる人も一定数存在。

あげる金額は相手が子どもでも大人でも「1,000 円から 4,000 円台」が最も多かった。一方で、「自分の子ども」には 10,000 円以上をあげると回答した人が 2 割強で他と比較するとやや多かった。

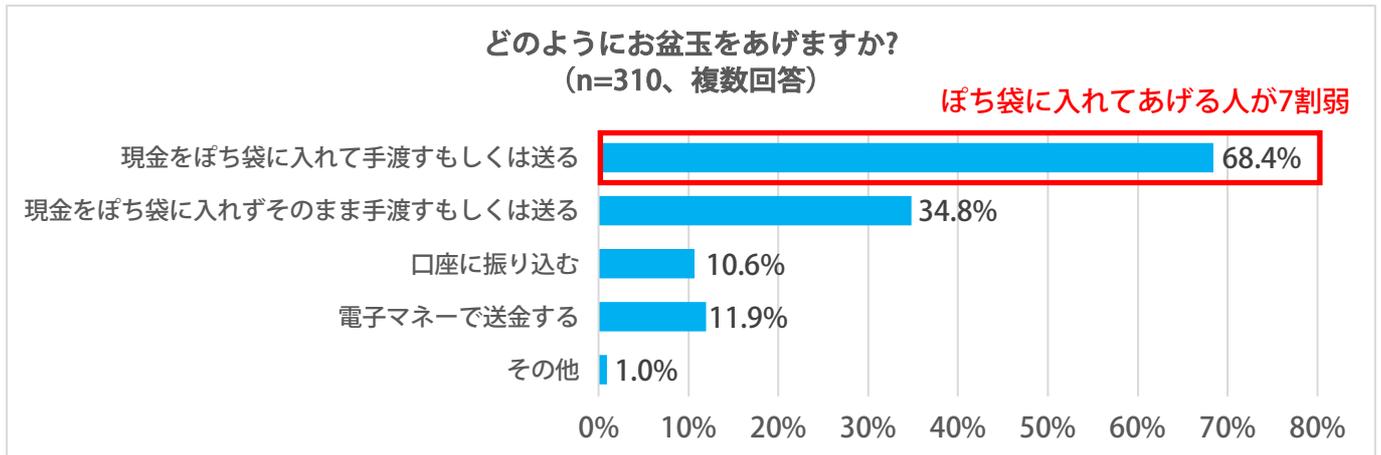


③今年あげる予定のお盆玉の総額は、昨年 2022 年の総額と比較すると「変わらない」が 48.4%と最多で、次いで「増やす」が 34.8%。お盆玉のあげ方は、ぼち袋に入れて手渡すもしくは送る人が 7 割弱で最多。

「今年 2023 年にあげる予定のお盆玉の総額は、昨年 2022 年と比較するとどのようになるか」の質問に対し回答は、「変わらない」が 48.4%と最多で、次いで「増やす」が 34.8%だった。



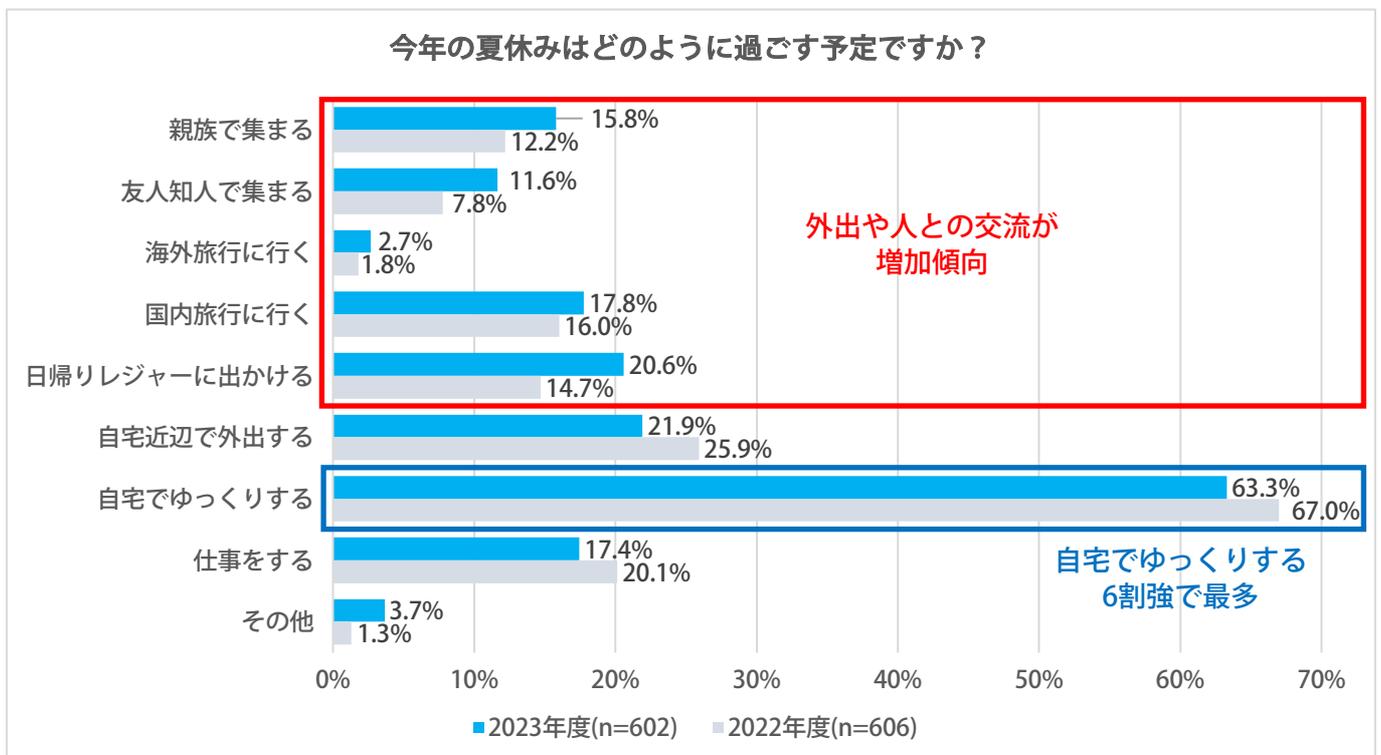
また、「どのようにお盆玉をあげるか」と質問したところ、最多が「現金をぼち袋に入れて手渡すもしくは送る」68.4%だった。現金以外は 1 割程度で、「口座に振り込む」10.6%、「電子マネーで送金する」11.9%だった。



④今年の夏休みは「自宅でゆっくりする」が6割強で昨年同様に最多の一方、「日帰りレジャーに出かける」が昨対比5.9%増の20.6%、「親族で集まる」が3.6%増の15.8%、「友人知人で集まる」が3.8%増の11.6%で、外出や人との交流が増加傾向。

夏休みの動向調査を20代～60代以上の男女602人に実施したところ、「今年の夏休みはどのように過ごす予定か」の質問に対し回答は、「自宅でゆっくりする」が最多で63.3%、次いで「自宅近辺で外出する」21.9%だった。

昨年7月に実施した「2022年夏休みの親戚付き合いに関する調査」※2の回答と比較すると、「日帰りレジャーに出かける」は14.7%から5.9%増の20.6%となった。さらに「親族で集まる」が12.2%から3.6%増の15.8%で、「友人知人で集まる」が7.8%から3.8%増の11.6%だったことから、今年の夏休みは昨年よりも外出や人との交流が増えることがわかった。

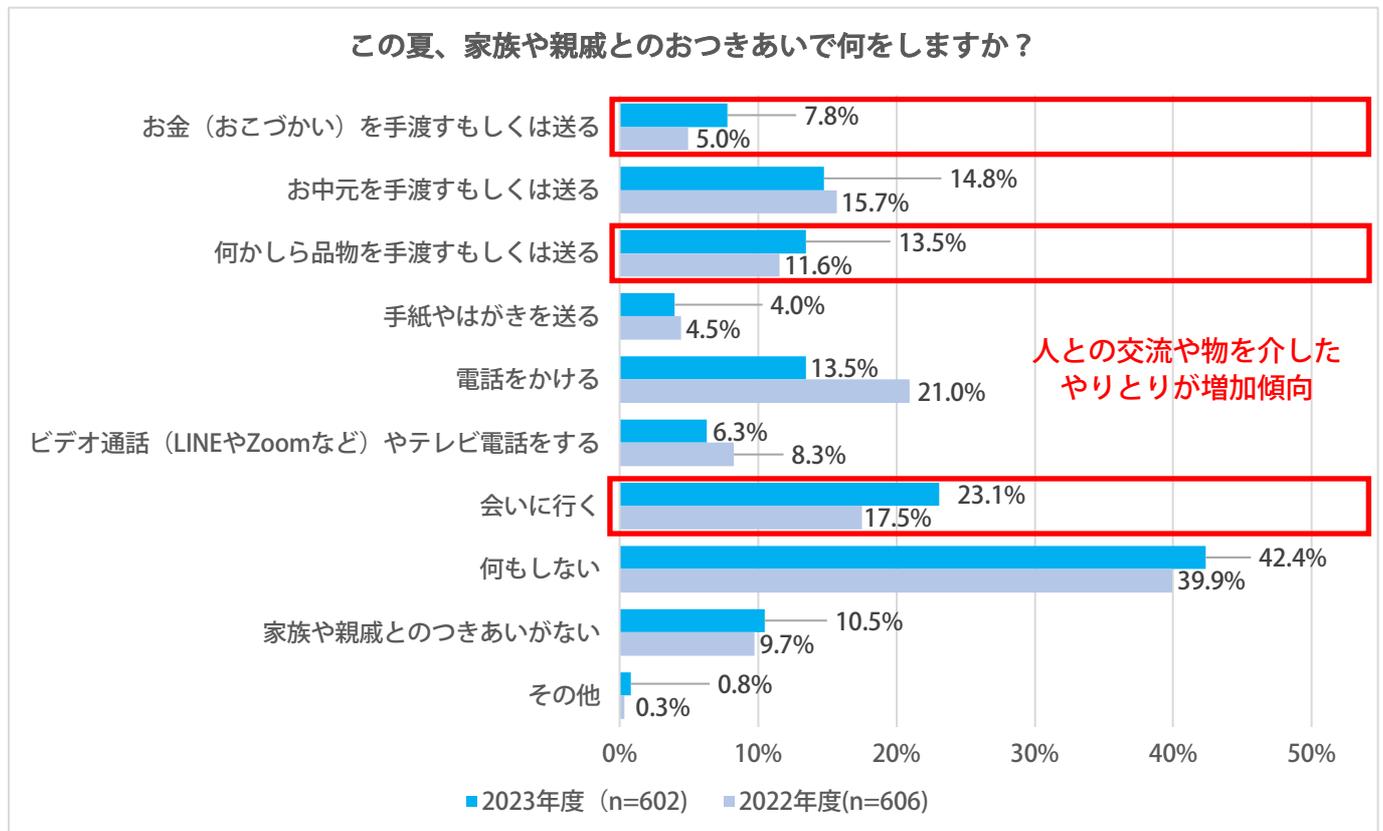


⑤この夏は家族や親戚とのおつきあいで「何もしない」が4割強で昨年同様に最多の一方、「会いに行く」は昨対比5.6%増の23.1%で、今年は家族や親戚との直接的な交流が増加傾向。物を介したやりとりも増加傾向にあり、「お金を手渡すもしくは送る」は昨対比2.8%増の7.8%だった。

「この夏、家族や親戚とのおつきあいで何をするか」の質問に対する回答は、最多が「何もしない」42.4%、次い

で「会いに行く」23.1%だった。

昨年の調査結果^{※2}と比較すると、「会いに行く」が5.6%増だったことから、今年は家族や親戚と対面する直接的な交流が増えることが明らかになった。また「何かしら品物を手渡すもしくは送る」が11.6%から1.9%増の13.5%、「お金を手渡すもしくは送る」が5.0%から2.8%増の7.8%で、家族や親戚とのおつきあいとして、物を介したやりとりが増加傾向にあることがわかった。



※2：マルアイ「2022年夏休みの親戚付き合いに関する調査」
<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000046.000051757.html>

■考察

「お盆玉」の認知度は約3割で、そのうち4人に1人が今年の夏休みにお盆玉をあげることがわかりました。このことから、お盆玉は一定層に夏のコミュニケーションとして浸透していることが明らかになりました。お盆玉のやりとりは全年代で行われており、特に20代や30代の若者世代に多く親しまれていることから、今後も夏の風物詩としてより広がりを見せていくことが考えられます。

また、夏休みの過ごし方を昨年と比較すると、今年は親族や友人・知人で集まる人が増加しており、人と人が実際に対面するコミュニケーションが活発化することがわかりました。このような中で、お盆玉は夏ならではのコミュニケーションのひとつとして今後も楽しむ人が増えていくと考えられます。

マルアイは、祝儀袋やのし紙、封筒やレターなどの商品を通じて、人と人のところをつなぐお手伝いをしてきました。これからも日本ならではの文化を大切に、お盆玉袋などのコミュニケーションアイテムの提供により、人々の暮らしに楽しさを届けていきます。

■お盆玉とは

「お盆玉」は、お盆に帰省した際に子どもや孫、祖父母へ、日ごろの感謝を込めてお心付けやお小遣いを贈る習慣を、私たちマルアイが、お正月の風物詩である「お年玉」になぞって名付けた造語です。2010年に商標登録をしました。

【調査概要】

調査名：2023年お盆玉に関する実態調査
対象条件：全国20代～60代以上の男女
調査期間：2023年7月3日～7月10日
調査方法：インターネットを利用したアンケート
調査有効回答数：310名

※1 事前調査について：全国の20代以上の男女4,812人に実施。「今年の夏、お盆玉をあげる」と回答したうちの310名に「2023年お盆玉に関する実態調査」を実施。

調査名：2023年夏休みの動向調査
対象条件：全国20代～60代以上の男女
調査期間：2023年6月29日
調査方法：インターネットを利用したアンケート
調査有効回答数：602名

マルアイについて 1888（明治21）年創業。山梨県市川大門に本社を構え、祝儀袋や事務用封筒などの日用紙製品と、食品や精密機器を保護するための産業用包材を製造・販売しています。中でも祝儀袋・不祝儀袋は合わせて約500種類以上を展開し、業界で高いシェアを占めています。「こころくらし包む」をモットーに、みなさまの暮らしを豊かにする製品を提供しています。	社名：株式会社マルアイ 代表：村松道哉 本社所在地：山梨県西八代郡市川三郷町市川大門2603番地 設立：昭和22年5月30日 HP： https://maruai.co.jp
本件に関するお問い合わせ先 株式会社マルアイ 広告宣伝課 E-MAIL： pr@maruai.co.jp TEL：070-7416-9988（宮崎） 070-7416-9987（安村）	