

2024年7月17日（水）

株式会社マルアイ

【2024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約3割****お盆玉もインフレ傾向、あげる金額「増える」が約4割、1万円以上あげる人は増加****～物価高で家計圧迫の影響か今年の夏休みは巣ごもり傾向、お盆休み返上で仕事をする人も増加～**

「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、以下「当社」）は、この度、20代以上の男女を対象に【2024年お盆玉に関する実態調査】と【2024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、そのうちの約3割が今年の夏にお盆玉をあげる予定でした。

さらに、お盆玉をあげると回答した人のうち360名に調査した結果、子どもや大人にあげるお盆玉の金額は5,000円未満が主流でした。10,000円以上をあげる人も一定数存在し、全体の割合で見ると昨年からは5.3%増の22.5%で増加傾向にありました。また、今年2024年にあげるお盆玉の総額は変わらない人が4割超と最多の一方、子どもの成長や物価高を理由に増やす人も約4割いることがわかり、お盆玉においてもインフレ傾向が見られました。

また、夏休みの動向調査を20代～60代以上の男女600名に実施した結果、今年の夏休みの予定は昨年よりもレジャーに出かける人や親族・友人知人と集まる人が減少しており、自宅やその近辺で過ごす人や仕事をする人が多かったことから、巣ごもり傾向にあることがわかりました。

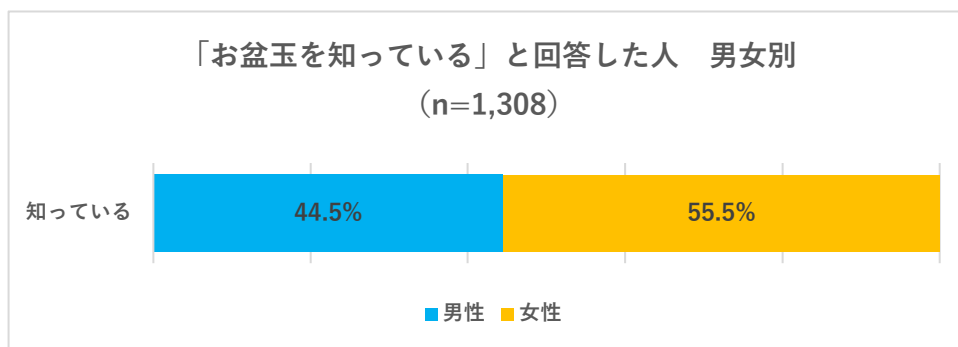
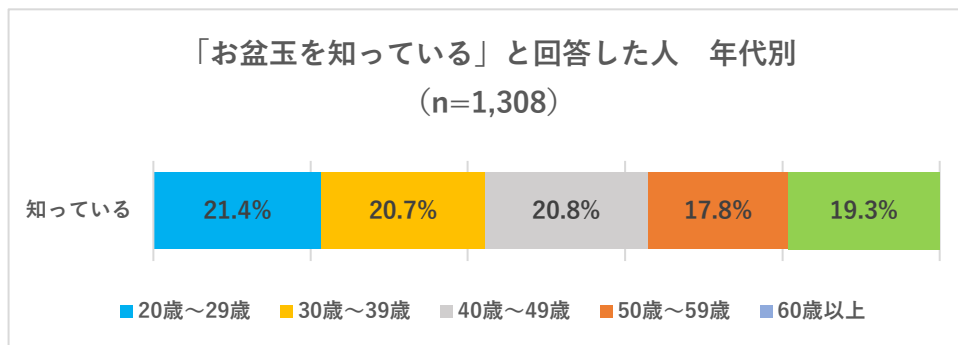
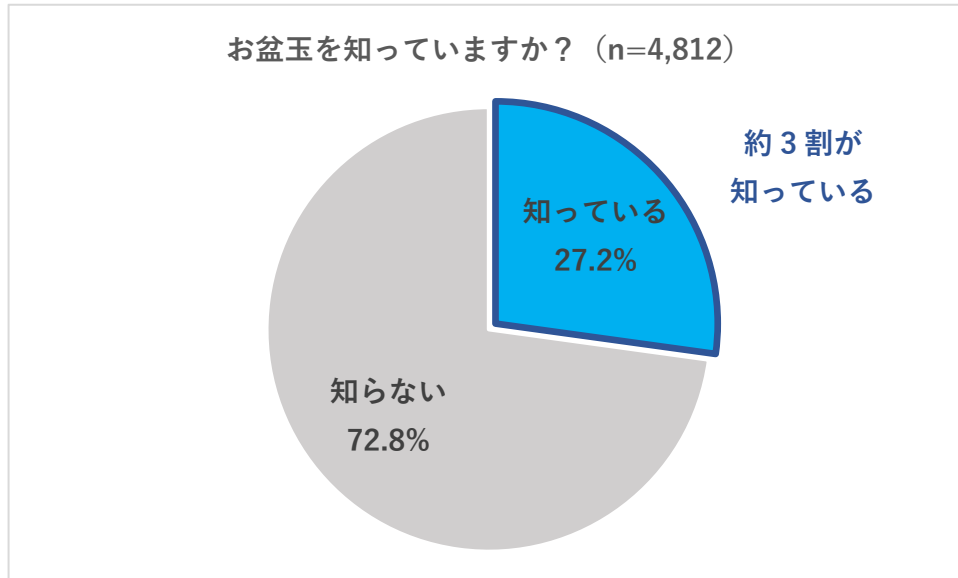
【主な調査結果】

- 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人は約3割。
- ② お盆玉の金額は5,000円未満が主流。子どもや大人に10,000円以上をあげる人がそれぞれ2割程度存在し、全体での割合は昨年から5.3%増の22.5%で増加傾向。
- ③ 今年あげる予定のお盆玉の総額は、昨年2023年の総額と比較すると「変わらない」が44.4%と最多で、次いで「増える」が36.9%。お盆玉をあげる目的は「相手の喜ぶ顔が見たいから」が多数。
- ④ 今年の夏休みは「自宅でゆっくりする」が61.8%と昨年同様に最多で、次いで「自宅近辺で外出する」20.3%、「仕事をする」20.0%。「日帰りレジャーに出かける」「友人知人で集まる」「親族で集まる」は減少傾向。
- ⑤ この夏は家族や親戚とのおつきあいで「何もしない」が約4割で昨年同様に最多。「お金を手渡すもしくは送る」が昨年から1.5%減の6.3%。

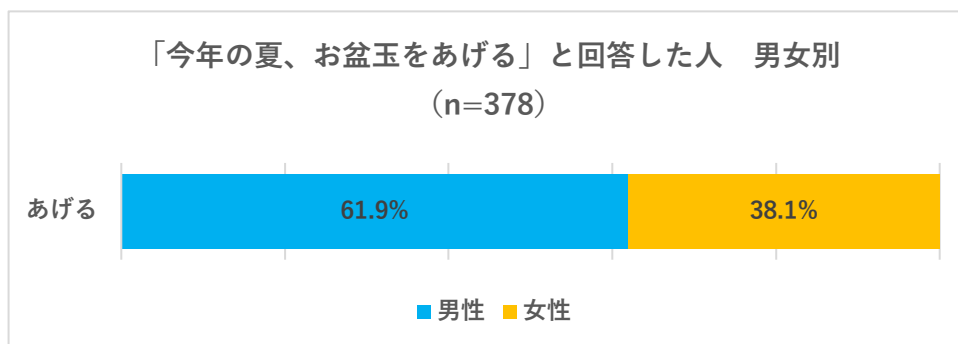
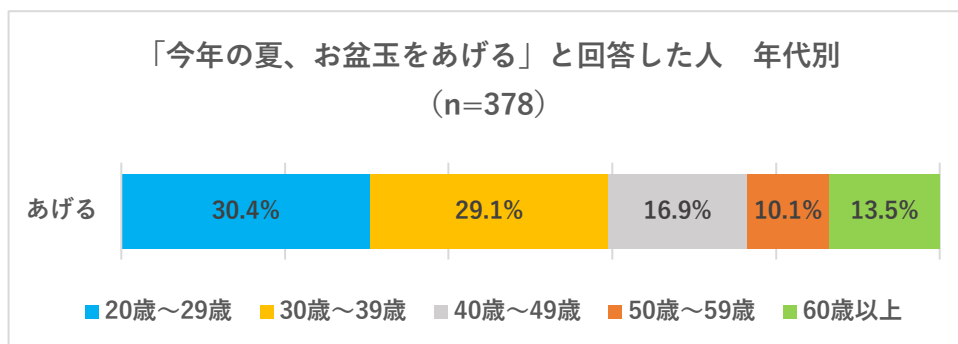
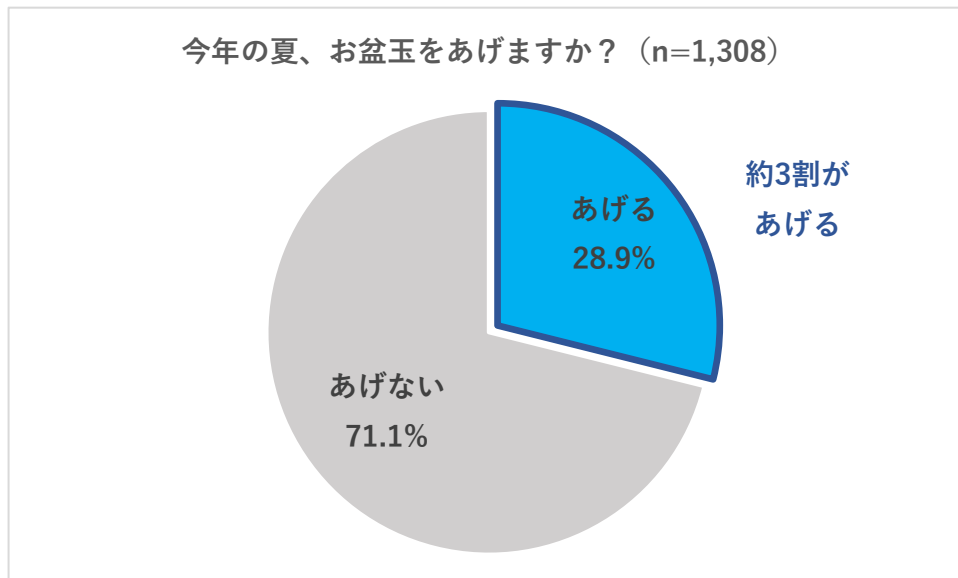
【詳細】

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人は約3割。

20代以上の男女4,812人を対象にした事前調査（※1）で「お盆玉を知っているか」と質問したところ、「知っている」が27.2%、「知らない」が72.8%だった。「知っている」と回答した人を年代別で見ると最多が20代21.4%、次いで40代20.8%だった。男女別で見ると女性55.5%、男性44.5%だった。



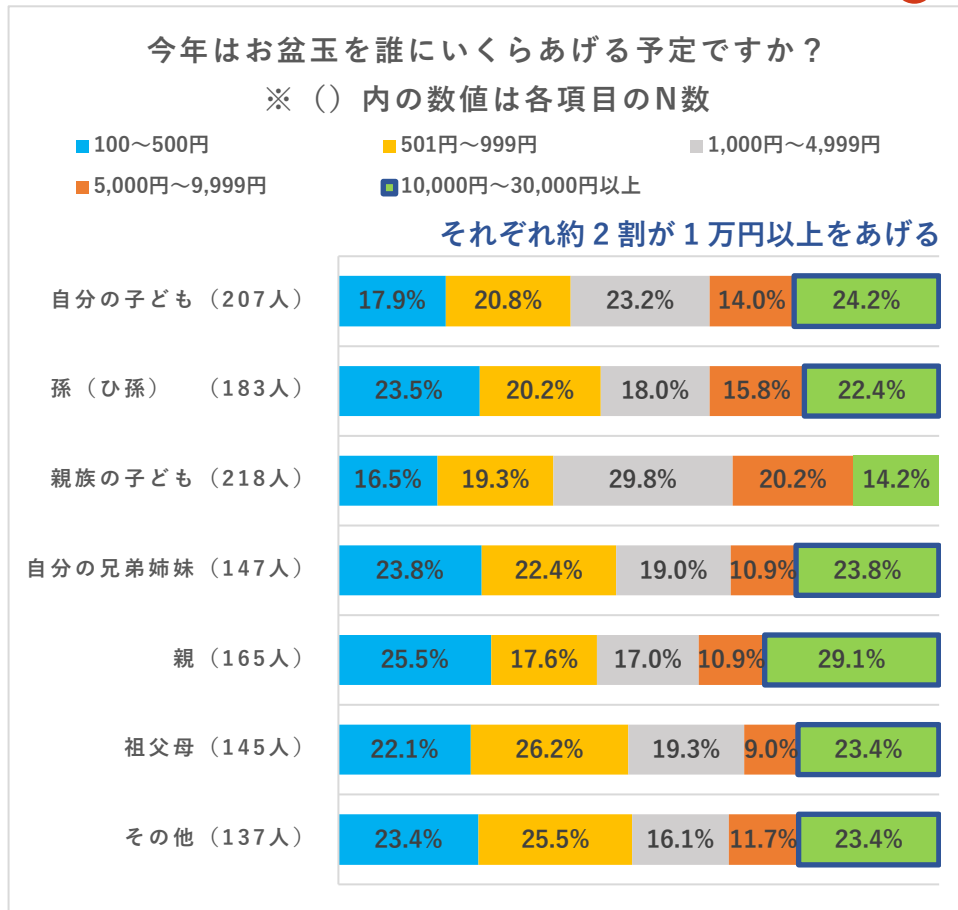
そのうち「知っている」と回答した1,308名に「今年の夏、お盆玉をあげるか」と質問したところ、「あげる」と回答した人は28.9%だった。年代別で見ると最多が20代30.4%、次いで30代29.1%だった。さらに男女別で見ると男性61.9%、女性38.1%と、今年の夏にお盆玉をあげる予定があるのは男性の方が多いことがわかった。



② お盆玉の金額は5,000円未満が主流。子どもや大人に10,000円以上をあげる人がそれぞれ2割程度存在し、全体での割合が昨年から5.3%増の22.5%で増加傾向。

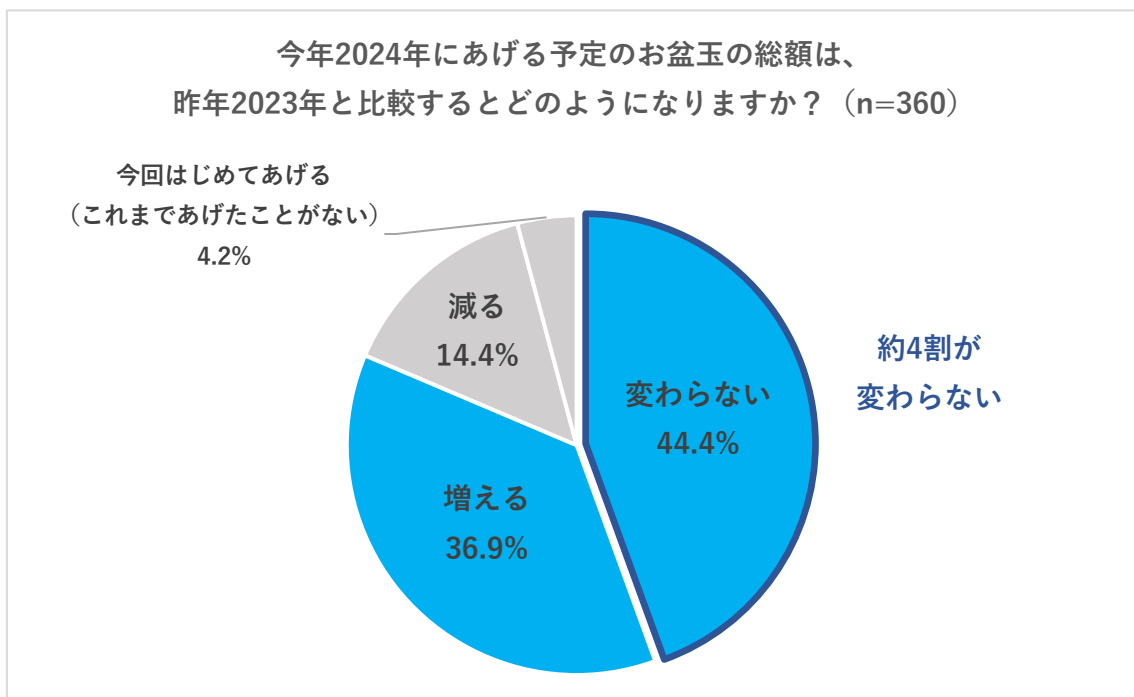
今年の夏にお盆玉をあげると回答した360名に「お盆玉を誰にいくらあげる予定か」と質問すると、あげる相手は最多が「親戚の子ども」60.6%、次いで「自分の子ども」57.5%、「孫」50.8%と、子どもにあげる割合が高かった。一方、「親」45.8%や「自分の兄弟姉妹」40.8%、「祖父母」40.3%と、子ども以外にあげる人も一定数存在することがわかった。

あげる金額は5,000円未満が主流だった。10,000円以上をあげると回答した人は「親族の子ども」以外ではそれぞれ2割程度存在し、その中でも「親」が29.1%で最多だった。また、10,000円以上をあげると回答した人の全体での割合を昨年に実施した「2023年お盆玉に関する実態調査と夏休みの動向調査(※2)」の回答と比較すると17.2%から5.3%増の22.5%で増加傾向だった。



③ 今年あげる予定のお盆玉の総額は、昨年 2023 年の総額と比較すると「変わらない」が 44.4%と最多で、次いで「増える」が 36.9%。お盆玉をあげる目的は「相手の喜ぶ顔が見たいから」が多数。

「今年 2024 年にあげる予定のお盆玉の総額は、昨年 2023 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 44.4%と最多で、次いで「増える」が 36.9%だった。



「変わらない」と回答した人にその理由を聞いたところ、「毎年同じ金額をあげている (40代/女性)」という回答のほか、「物価高騰のため (60代/男性)」「上げたいが経済的に上げられない (20代/男性)」など、経済的な

理由が多くあがった。一方で、「増える」と回答した人の理由では、「子どもの成長に合わせて増やす（30代／女性）」や「子どもがしっかりと勉強を頑張っているから（40代／男性）」といった子どもへの激励として贈る以外に、「物価が高騰しているので気持ちとして金額を増やす（40代／男性）」など、経済的に生活が困窮する中でも相手を気遣い増額するケースも見受けられた。

お盆玉の総額が「変わらない」と回答した理由

- ・ 毎年同じ金額をあげている（40代／女性）
- ・ 物価高騰のため（60代／男性）
- ・ 上げたいが経済的に上げられない（20代／男性）
- ・ 自分の収入が変わらないので上げることは難しい（30代／女性）

お盆玉の総額が「増える」と回答した理由

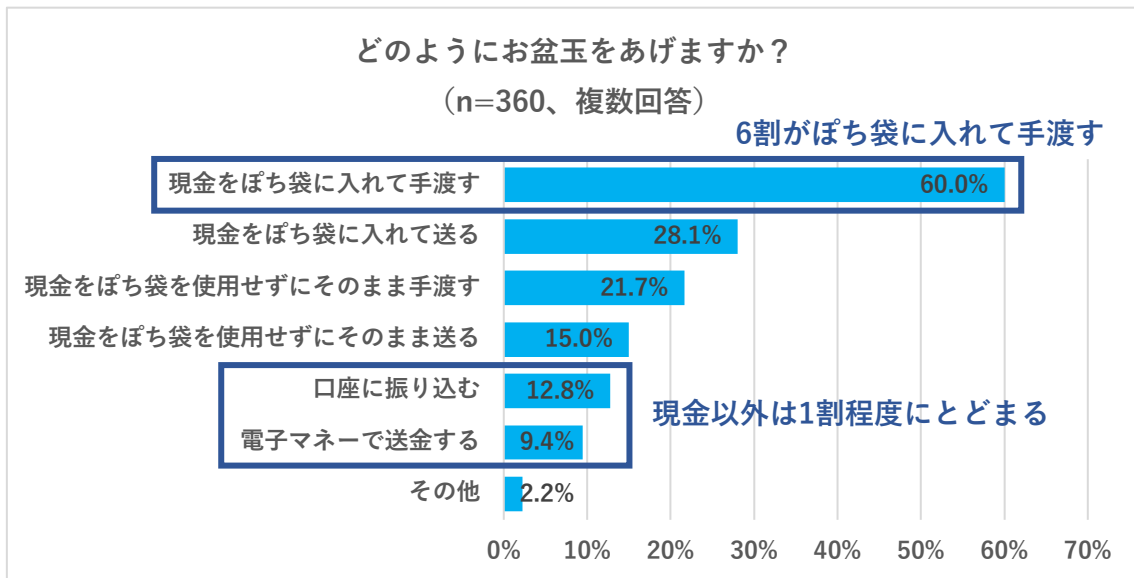
- ・ 子どもの成長に合わせて増やす（30代／女性）
- ・ こういう機会に贅沢をさせてあげたい（40代／男性）
- ・ 子どもがしっかりと勉強を頑張っているから（40代／男性）
- ・ 物価が高騰しているので気持ちとして金額を増やす（40代／男性）
- ・ 物価上昇につき増える（20代／男性）

さらに、お盆玉をあげる目的を聞いたところ、「相手の喜ぶ顔が見たいから」「自分も小さいときにもらっていて嬉しかったから」という情緒的な目的や、挨拶や気持ちとしてなど相手とのコミュニケーションを目的にしている人が多かった。

お盆玉をあげる目的は何ですか？

- ・ 子どもの笑顔や喜ぶ顔が見たいから（30代／女性）
- ・ 子どもを喜ばせたい（30代／女性）
- ・ 自分も小さいときにもらっていて嬉しかったからあげる（40代／男性）
- ・ 挨拶や感謝の気持ちを込めてあげる（60代／女性）

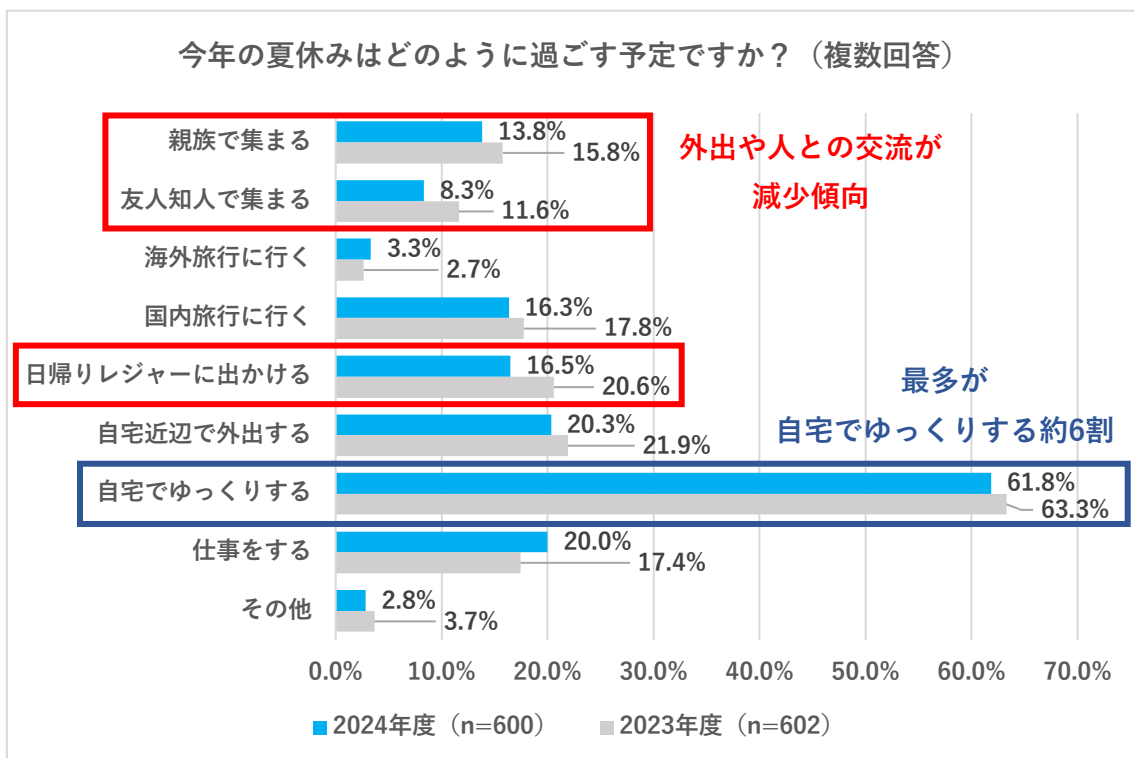
また、「どのようにお盆玉をあげるか」と質問したところ、最多が「現金をばち袋に入れて手渡す」60.0%で、現金以外は「口座に振り込む」12.8%、「電子マネーで送金する」9.4%で1割程度にとどまった。



- ④ 今年の夏休みは「自宅でゆっくりする」が61.8%と昨年同様に最多で、次いで「自宅近辺で外出する」20.3%、「仕事をする」20.0%。「日帰りレジャーに出かける」「友人知人で集まる」「親族で集まる」は減少傾向。

夏休みの動向調査を20代～60代以上の男女600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61.8%、次いで「自宅近辺で外出する」20.3%、「仕事をする」20.0%だった。

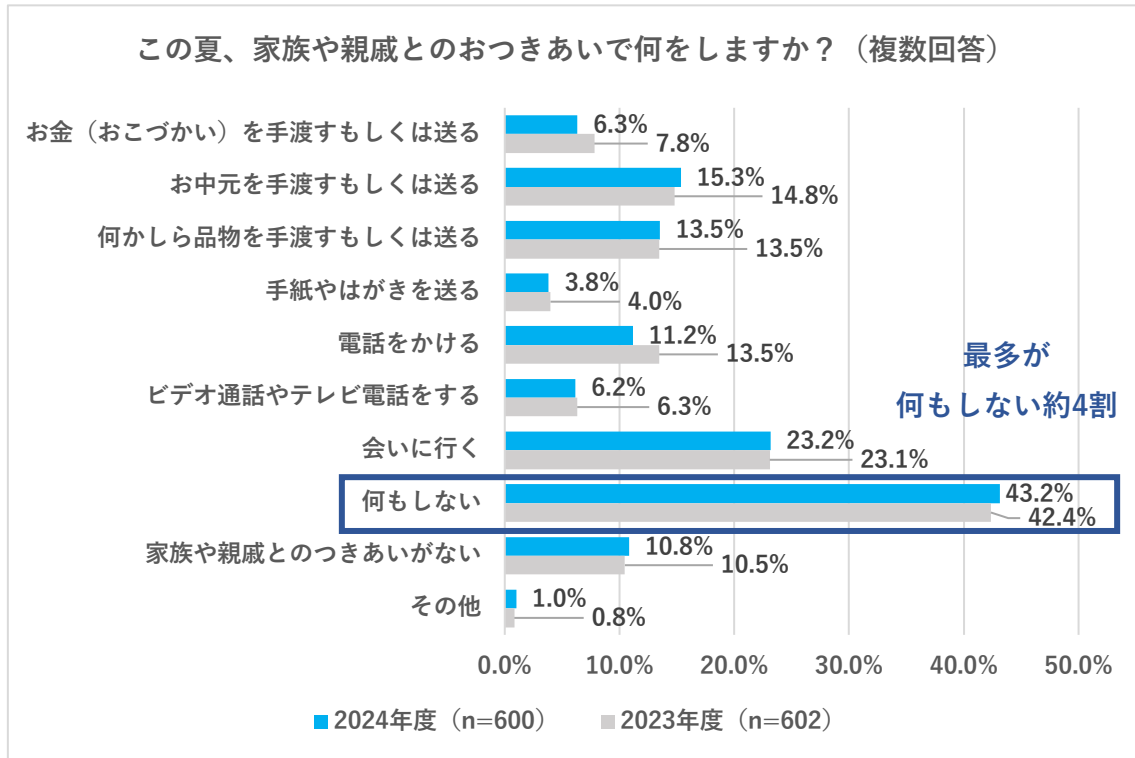
昨年の調査（※2）の回答と比較すると、「日帰りレジャーに出かける」は20.6%から4.1%減の16.5%だった。さらに「友人知人で集まる」が11.6%から3.3%減の8.3%で、「親族で集まる」が15.8%から2.0%減の13.8%だったことから、今年の夏休みは昨年よりも外出や人との交流が減ることがわかった。



- ⑤ この夏は家族や親戚とのおつきあいで「何もしない」が約4割で昨年同様に最多。「お金を手渡すもしくは送る」が昨年から1.5%減の6.3%。

「今年の夏、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」43.2%、次

いで「会いに行く」23.2%だった。「お金を手渡すもしくは送る」は昨年の調査結果（※2）7.8%から1.5%減の6.3%だった。



【考察】

『お盆玉』の認知度は昨年同様に約3割で、夏の風物詩として一定層に定着していることがわかりました。物価高や円安で家計が圧迫される中でも今年あげるお盆玉（お金）を減額する人は少なく、むしろ厳しい経済状況下で相手を労い増額する人がいることが明らかになりました。さらに、お盆玉をあげる目的では“相手の喜ぶ顔が見たいから”という声が多かったことや、お盆玉のあげ方では“直接手渡す”方法が主流だったことから、お盆玉は相手への思いやりを伝え、コミュニケーションのきっかけ作りのひとつとして親しまれていることがうかがえました。

当社は、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、当社が、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：2024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6月13日～6月24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：360名（※1）

調査名：2024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：2024年6月14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：600名

※1：全国の20代以上の男女4,812人に事前調査を実施。「今年の夏、お盆玉をあげる」と回答したうちの360名に「2024年お盆玉に関する実態調査」を実施。

※2：2023年お盆玉に関する実態調査と夏休みの動向調査（2023年7月27日）

<https://maruai.co.jp/news/p5669/>

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 暮らし 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）