

報道関係各位

2024年12月4日
株式会社クロス・マーケティング

年末年始のお休み「嬉しい」20代と「嬉しくない」女性50・60代 自宅でゆっくり過ごす派が多数、気掛かりは体調管理と出費の多さ

－年末年始に関する調査（2024年）－

株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、全国20歳～69歳の男女を対象に「年末年始に関する調査（2024年）」を実施しました。2024年も残り1か月となり、今年の年末年始は9連休と長い人もいるのではないのでしょうか。今回は「年末年始を迎えるあたっての気持ち」「今年の年末年始の過ごし方」「年末年始で面倒なこと・気掛かりなこと」「年末年始にご褒美としてお金を使おうと考えているもの」について聴取しました。

◆調査結果の続きはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20241204newyear/>

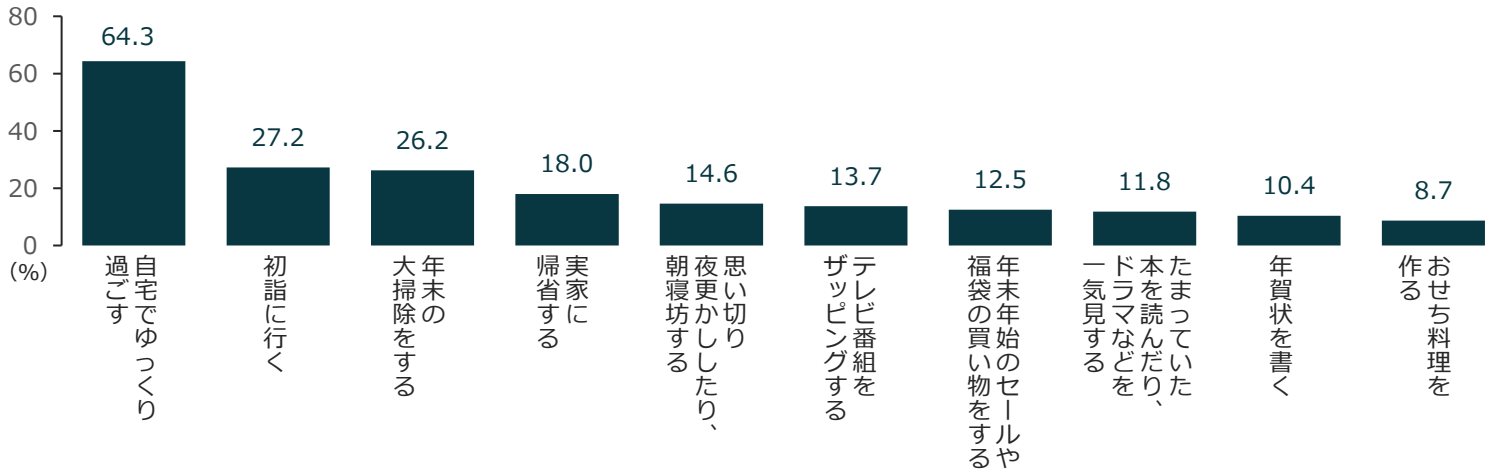
■調査結果

- ✓ **年末年始を迎えるのが「嬉しい」と回答した人は65.3%。**
男女ともに20代は4割前後が「とても嬉しい」と回答。一方で、女性50～60代は「嬉しくない」が高め。女性40代以降は同年代の男性と比べ、「とても嬉しい」が低く、特に女性60代は2割未満と最も低い。〈図1〉
- ✓ **年末年始の過ごし方は「自宅でゆっくり過ごす」が64.3%で断トツ。「初詣に行く」「年末の大掃除をする」が2割台で続く。**〈図2〉
- ✓ **年末年始の面倒なこと・気掛かりなことは、「冬の寒さによる体調管理の難しさ」「風邪やウイルス感染の予防対策」「年末の大掃除や準備による肉体疲労」「年末年始の出費が増えることによる家計の負担」など、健康面の不安や出費に関するものが上位。**
女性の方が面倒・気掛かりに感じている項目が多く、特に「年末の大掃除や準備による肉体疲労」「年末の出費が増えることによる家計の負担」は男性との差が大きい。〈図3〉
- ✓ **年末年始のご褒美としてお金を使いたいものは、いつもより贅沢な食事や普段は買わない高級食材などがあげられた。理由としては「ゆっくりと息抜きをしたい」「楽しんで過ごしたい」「心も身体も満たされたい」といった声がみられた。**〈図4〉

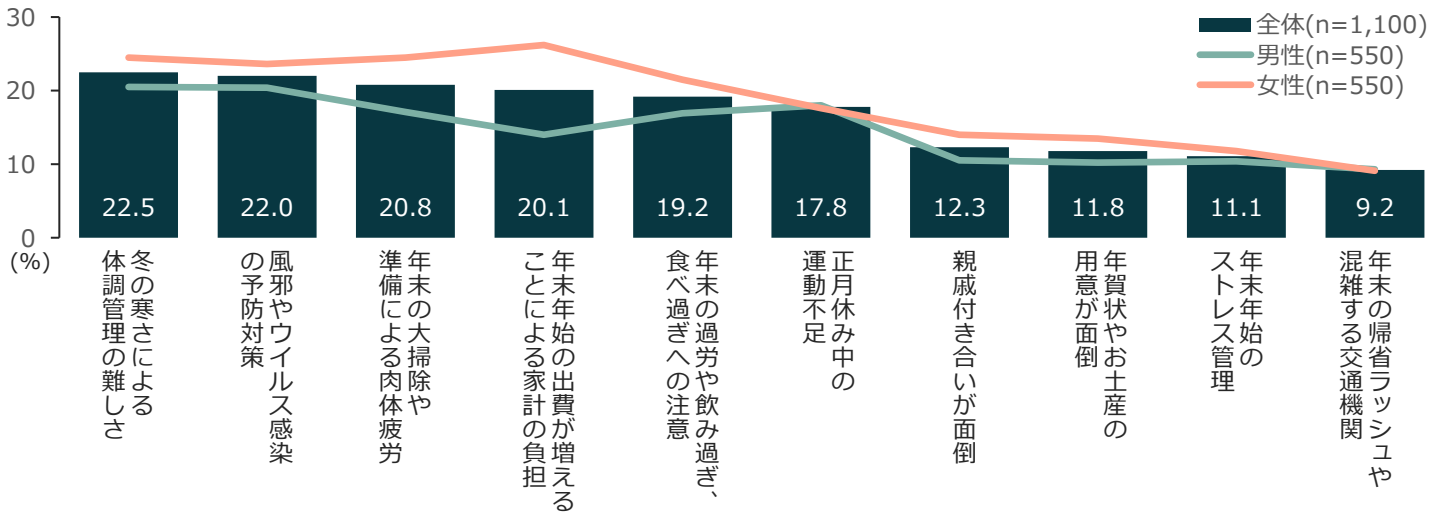
〈図1〉 年末年始を迎えるにあたっての自身の気持ち（単一回答）

		とても嬉しい	やや嬉しい	あまり嬉しくない	嬉しくない	年末年始にお休みがない	嬉しい計	嬉しくない計
全体 (n=1,100)		30.5	34.7	16.7	6.2	11.8	65.3	22.9
男性	20代 (110)	37.3	35.5	14.5	4.5	8.2	72.7	19.1
	30代 (110)	29.1	38.2	13.6	8.2	10.9	67.3	21.8
	40代 (110)	32.7	35.5	12.7	6.4	12.7	68.2	19.1
	50代 (110)	32.7	28.2	15.5	12.7	10.9	60.9	28.2
	60代 (110)	29.1	42.7	13.6	3.6	10.9	71.8	17.3
女性	20代 (110)	40.0	33.6	14.5	0.9	10.9	73.6	15.5
	30代 (110)	35.5	30.9	16.4	3.6	13.6	66.4	20.0
	40代 (110)	23.6	39.1	20.0	4.5	12.7	62.7	24.5
	50代 (110)	26.4	25.5	20.0	12.7	15.5	51.8	32.7
	60代 (110)	19.1	38.2	26.4	4.5	11.8	57.3	30.9 (%)

<図2> 今年の年末年始の過ごし方TOP10 (複数回答：n=1,100)



<図3> 年末年始で面倒なこと・気がかりなことTOP10 (複数回答)



<図4> 年末年始に自身へのご褒美としてお金を使おうと考えているもの (自由回答一部抜粋)

- ・ 大晦日から三が日にかけて、いつもより贅沢な食べ物を食べたりしたい。普段は自炊なので、ゆっくりした息抜きに充てられるかなと考えている。(男性30代)
- ・ 美味しい物を家族で楽しみながら食べたい。少し贅沢なものでも良いから家族みんなで美味しさを共有できるものを。(女性60代)
- ・ 美味しいスイーツを買って食べたい。甘いものが大好きなので心も身体も満たされたい。(女性30代)
- ・ ふだん食べられない高級食材を食べに行きたい。毎日料理をしているので年末年始くらいは料理をしなくて済ませて過ごしたい。(女性60代)
- ・ 家族との親子水入らず温泉グルメ旅行。家族の絆を更に深める良い機会だし、子供達としても思い出になるから。(女性40代)
- ・ 服や、趣味の音楽機材のセール商品で良いものがあれば買いたい。新年最初の買い物を年末年始でするのは心が躍るため。(男性20代)
- ・ ヘアカットやまつげパーマ等の美容、普段買わない少し高価な化粧品を買って、外側から新しい気持ちになりたい。(女性40代)
- ・ 自宅のクリーニングサービス。たまには楽しくキレイにするのも、自分へのご褒美になると思う。(女性50代)

■ 調査項目

- 属性設問
- 年末年始を迎えるにあたっての自身の気持ち
- 今年の年末年始の過ごし方
- 年末年始で面倒なこと・気がかりなこと
- 年末年始に自身へのご褒美としてお金を使おうと考えているもの

◆クロス集計表のダウンロードはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20241204newyear/>

■ 調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ (クロス・マーケティング セルフ型アンケートツール「QiQUMO」使用)
調査地域 : 全国47都道府県
調査対象 : 20～69歳の男女
調査期間 : 2024年11月29日 (金) ～12月2日 (月)
有効回答数 : 本調査1,100サンプル

※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

【会社概要】

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <http://www.cross-m.co.jp/>
所在地 : 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F
設立 : 2003年4月1日
代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹
事業内容 : マーケティングリサーチ事業、マーケティング・リサーチに関わるコンサルティング

◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当 : マーケティング部 TEL : 03-6859-1192 FAX : 03-6859-2275
E-mail : pr-cm@cross-m.co.jp

«引用・転載時のクレジット表記のお願い»

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。

<例> 「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」