

交流機会としての年中行事・イベント実施

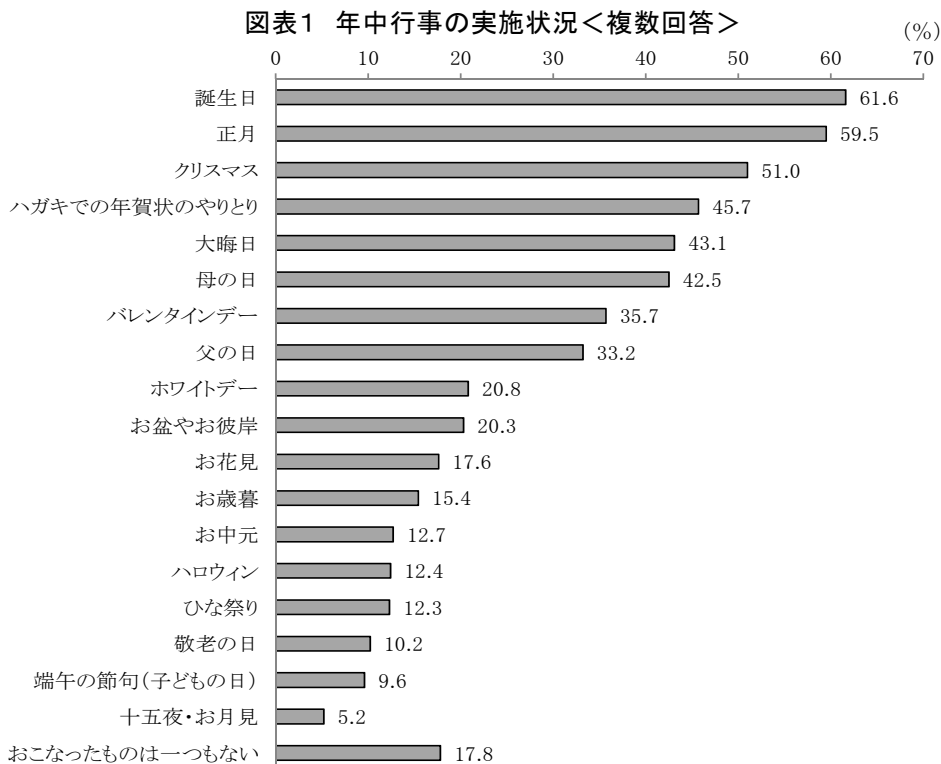
— 子どもの有無や年代で異なる20～40代の実施状況 —

主席研究員 宮木 由貴子

<年中行事の実施状況>

11月になると街は徐々にクリスマス一色になり、クリスマスが終わるや否や年末年始に向けて様変わりする。正月が明けるとバレンタイン、ひな祭りなど年明けも毎月のようにイベントがある。こうした年中行事やイベントは、家族や友人が集まったり、挨拶やプレゼント・金銭等の授受をしたりといった交流が活発化する時期である。

当社が2017年2月に全国の20～49歳の12,466人に実施した調査によると、「あなたはこの1年間に、次の年中行事において、出かける・皆で集まる・贈り物をしあうなどしましたか」との問いに対し、「おこなった」とした結果は図表1のとおりとなった。最も多いのは「誕生日」で、6割以上があげた。続いて「正月」が僅差で2位にあげられ、「クリスマス」が半数程度で続いている。「母の日」に比べて「父の日」の実施率が10ポイント近く低いのも特徴的である。

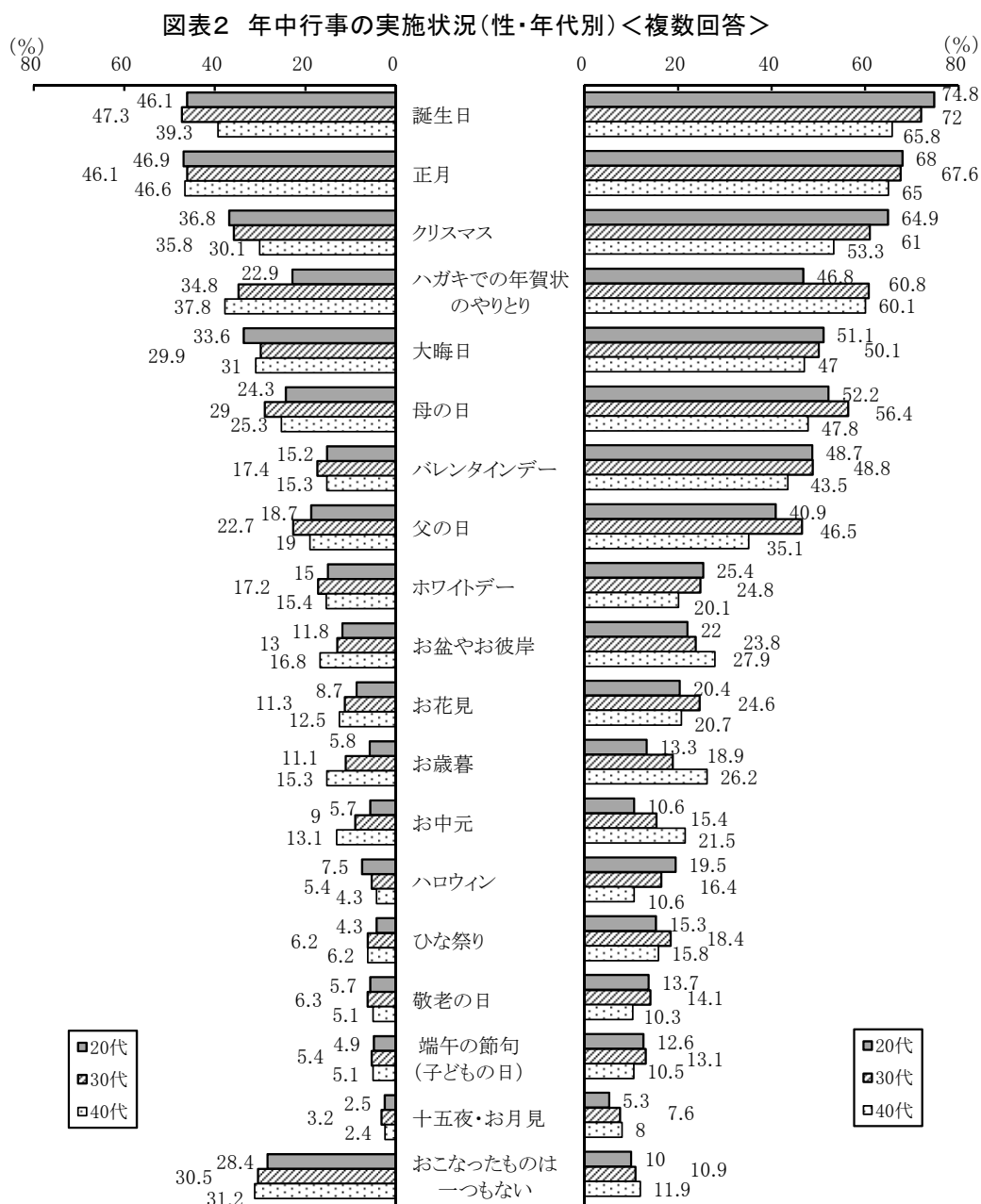


資料：第一生命経済研究所「若者の価値観と消費行動に関する調査」(2017年2月)より作成

<年代によって年中行事の実施率に差>

性・年代別に比較を行ったところ、全体的に男性より女性で実施率が高かった（図表2）。「おこなったものは一つもない」とする割合は女性で1割前後であるのに対し、男性では3割前後を占めている。

女性の上位3位に上げられている「誕生日」「正月」「クリスマス」については年代が上がるにつれて実施率が下がる傾向がある。しかし、「ハガキでの年賀状のやりとり」については男女ともに20代に比べて30代・40代で実施率が高い。



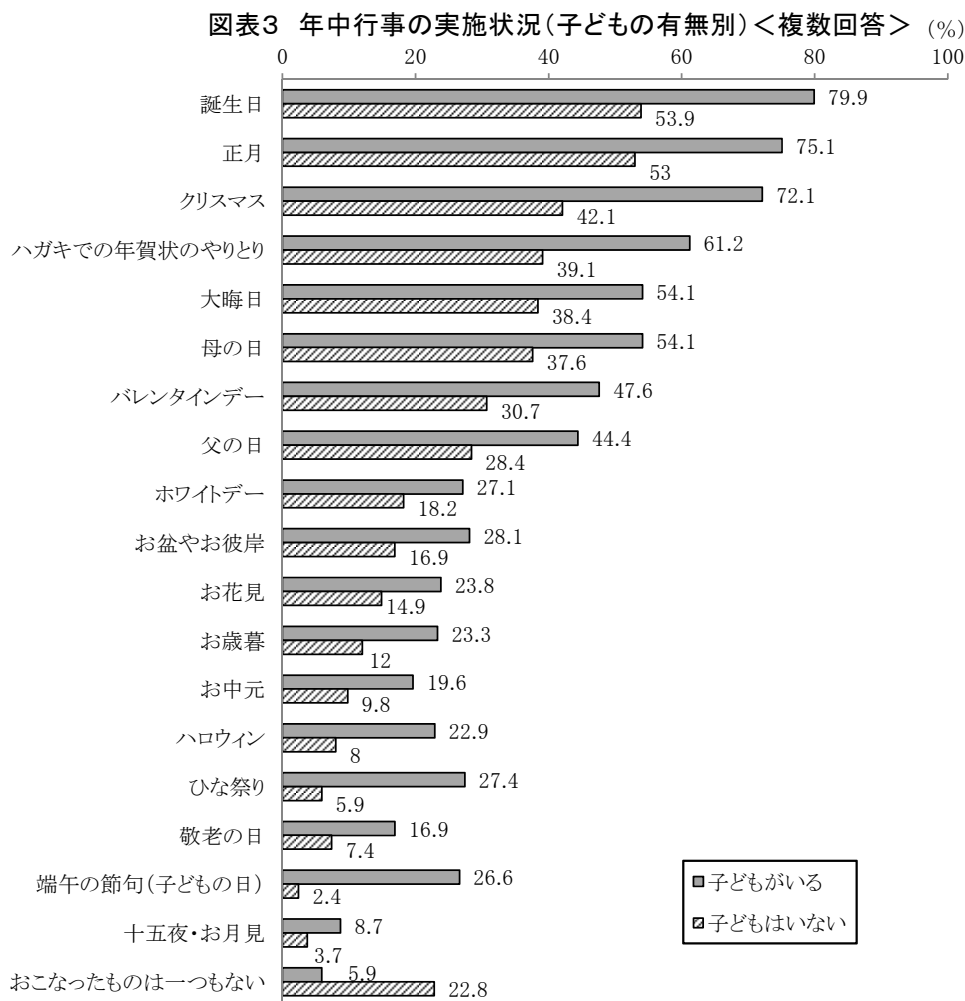
資料：図表1に同じ

「母の日」「父の日」はいずれも30代で最も実施率が高い。一方で、40代では「お盆やお彼岸」「お歳暮」「お中元」の実施率が他の年代よりも高かった。

<子どもがいる人で高い年中行事の実施率>

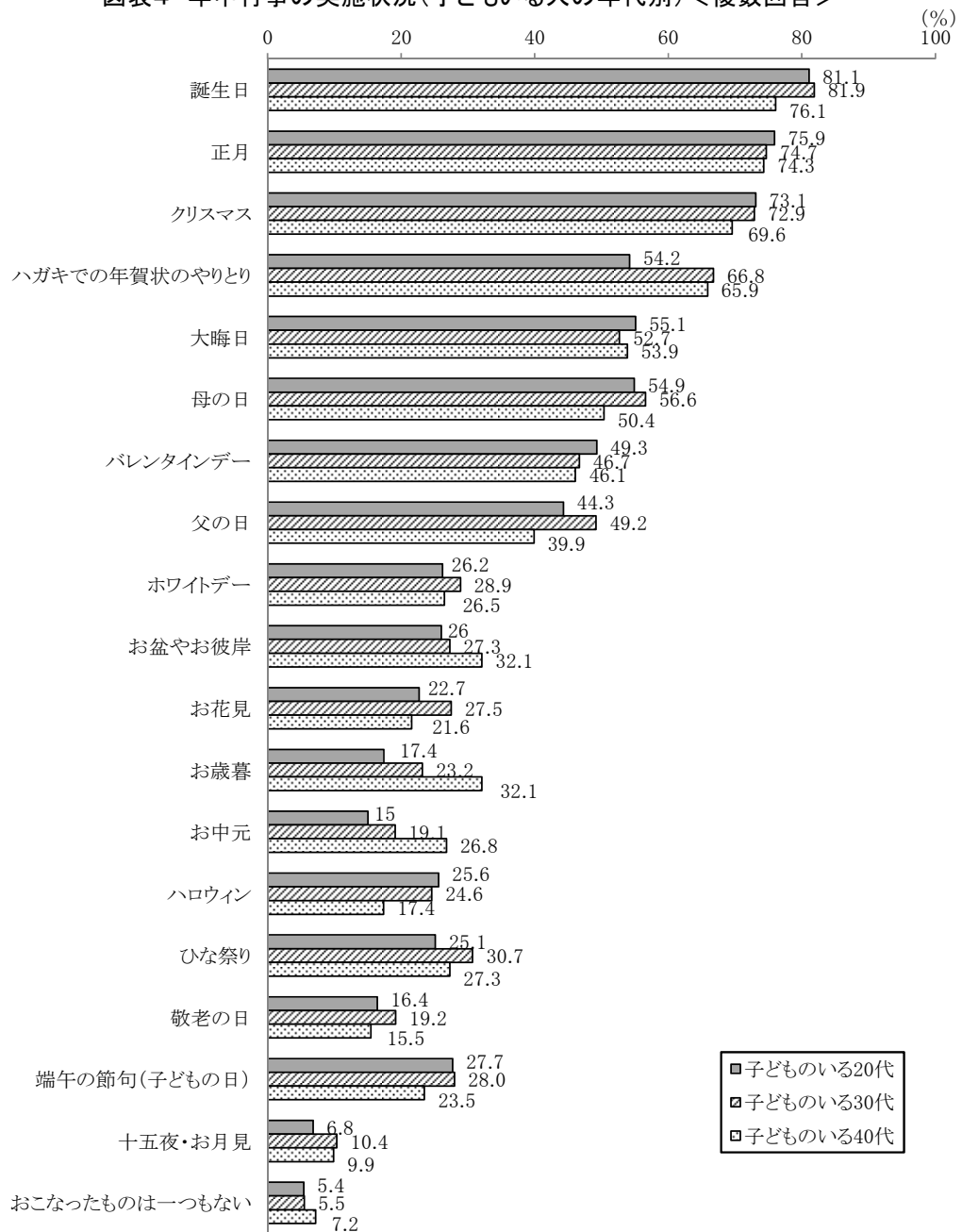
年中行事やイベントにおいては、子どもが喜ぶものや子どもの成長を祝うものも少なくない。これについて、子どもの有無別にみたところ、全体的に子どもがいる人では年中行事の実施率が高いことが確認された（図表3）。

子どもの有無別に20ポイント以上の差がみられたのは、「クリスマス」（30.0ポイント差）、「誕生日」（26.0ポイント差）、「端午の節句（子どもの日）」（24.2ポイント差）、「正月」「ハガキでの年賀状のやりとり」（いずれも22.1ポイント差）、「ひな祭り」（21.5ポイント差）だった。端午の節句やひな祭りなど、子どもの成長を祝うものばかりでなく、正月や年賀状のやりとりも、子どもがいる人で実施率が高い。また、子どもの有無別に比較しても、「母の日」の実施率は明らかに「父の日」よりも高かった。



さらに、子どものいる人について年代別に比較を行ったところ、「誕生日」「クリスマス」については40代で他の年代より少なかった（図表4）。これは、子どもが成長し、家族での実施機会が減少することに伴うものであると考えられる。「正月」については大きな差は見られていない。「ハガキでの年賀状のやりとり」については、20代で54.2%となっており、30代・40代に比べて10ポイント以上低かった。

図表4 年中行事の実施状況(子どもいる人の年代別)＜複数回答＞



資料：図表1に同じ

＜社会の変化に伴って年中行事・イベントのあり方は進化＞

年中行事やイベントは、本来の起源に加えて普段疎遠になりがちな家族や友人知人との折々の交流機会としても継続してきたが、家族、特に子どもを中心として行われてきたものが少なくない。そうした点が子どもの有無別の実施率の結果にあらわれたようだ。特に「誕生日」「クリスマス」などは子どものいる20代・30代で特に多いことから、子どもが適度にまだ幼く、祖父母世代もそれなりに若い世代であることも、年中行事やイベントの実施に作用していると推察される。

今後、出生率が低下して子どもが減少していく中、これらの年中行事・イベントに伴う「出かける・皆で集まる・贈り物をしあう」文化がどうなっていくのかが注目される。既に、これまでは家族向けとして想定されていた年中行事・イベントが、社会の変化と共に形を変えている。例えば、ハロウィンはこの20年くらいの間に広まったものだが、当初から古代ケルト人の宗教的なイベントとしての起源は認知されてこなかった。また、アメリカなどで子どもが菓子をもらいに近所の家を訪ねるイベントとして認知されながら、日本では子どもの仮装イベントとして受け入れられた部分大きい。しかし、近年は子どものみならず、大人も本格的に仮装し、集って楽しむイベントに変化してきた。また、バレンタインデーは「好きな人にチョコレートを渡して告白する」という日本独自の形で定着したが、近年は若者を中心に女性間で「友チョコ」のやりとりをする傾向が強い。女兒の成長を祝うひな祭りも、近年では大人の女性自身が楽しむケースが目立つ。

このように、これからの交流機会としての年中行事やイベントは、単身者や子どものいない世帯も参加しやすくなるなど、多様化した社会に合わせてターゲットやコンセプトを変えたり、新しいものが考案されたりして、時代の流れと共に変化していくだろう。今後の少子高齢化の中で、そもそもの発祥やいわれとは大きくかけ離れた形で、年中行事・イベントは進化していくのかもしれない。

(研究開発室 みやき ゆきこ)