

# 日々の疲れはスイーツで癒す？ 【プチ贅沢】として普段よりワンランクアップ商品の購入 約4割の新卒女性が実施

## <新卒女性のプチ贅沢に関する調査>

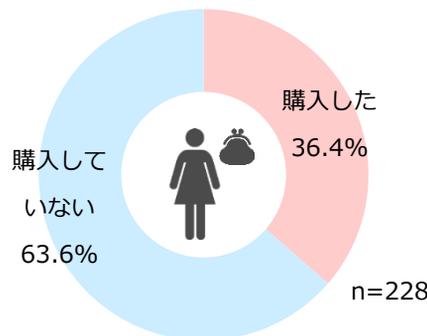
株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、全国47都道府県に在住する18歳～29歳の新卒女性を対象に「新卒女性のプチ贅沢に関する調査」を実施しました。

◆自主調査レポートの続きはこちらへ ⇒ <http://www.cross-m.co.jp/report/ev20160524/>

### ■ 調査結果（一部抜粋）

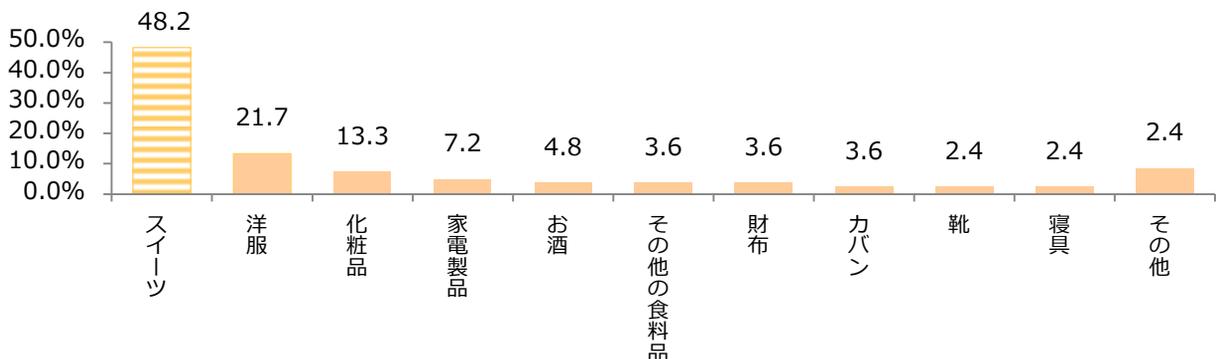
- ☑ 直近1カ月以内に『プチ贅沢』な商品を購入したかどうかでは、【購入した】(36.4%)、【購入していない】(63.6%)と、約4割の新卒女性が自分のための『プチ贅沢』を行っていたことがわかった <図1>
- ☑ 『プチ贅沢』として購入した商品のジャンルでは、【スイーツ】(48.2%)が最も高い。次いで【洋服】(21.7%)、【化粧品】(13.3%)となった。【スイーツ】の割合が約半数と、他の項目とよりも圧倒的に高く、自分のための『プチ贅沢』として、普段より少し贅沢なスイーツを購入している意識がうかがえる <図2>
- ☑ 『プチ贅沢』を行った理由では、【疲れたから】の割合がスイーツ購入者では27.5%と最も高いが、スイーツ以外の購入者でその割合は4.7%と低く、購入した商品ジャンルによって購入理由の差が見られた。スイーツ以外の購入者では【仕事がひと段落したから】(20.9%)、【店頭で目立っていたから】(16.3%)の割合が高い <図3>

### <図1> プチ贅沢の経験有無（直近1カ月以内）



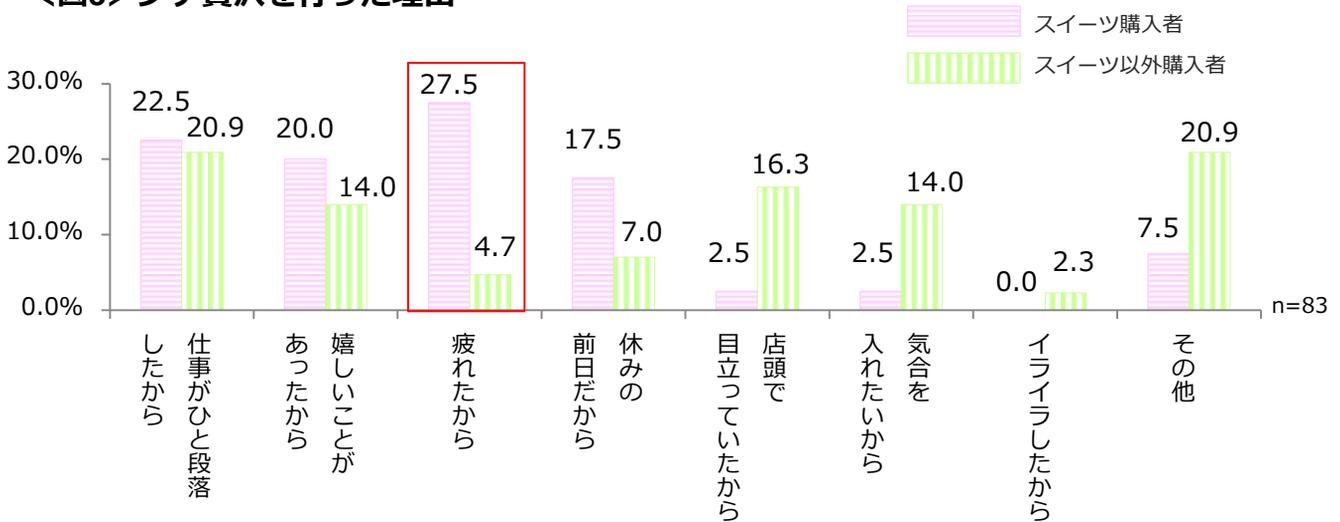
Q：あなたは、直近1カ月以内で自分のために、普段購入している物よりも高い【ワンランク上のちょっと贅沢な物】を購入しましたか。(SA)

### <図2> プチ贅沢として購入した商品ジャンル



Q：直近で、ワンランク上のちょっと贅沢な物として、何を購入しましたか。以下に、直近で購入したものを1つご記入ください。(FA)

＜図3＞ プチ贅沢を行った理由



Q：購入したとお答えいただいた商品についてお伺いします。どうしてその商品を購入しましたか。最も近いものをお一つお選びください。(SA)

■ 調査内容

- 属性設問（性別・年齢・居住地・婚姻状況・同居者・職業・月額家賃・可処分所得・個人年収）
- 直近1カ月以内でプチ贅沢経験の有無（SA）
- プチ贅沢として購入した商品ジャンル物（SA）
- プチ贅沢として購入した商品の金額（NU）
- プチ贅沢として購入した商品の購入場所（SA）
- プチ贅沢として購入した商品の認知（SA）
- プチ贅沢として購入した商品の情報取得経路（SA）
- プチ贅沢として購入した商品の購入理由（SA）
- プチ贅沢をしないときの普段の購入金額（NU）
- プチ贅沢をしないときの普段の購入場所（SA）
- プチ贅沢をする頻度（SA）
- プチ贅沢をしなかった理由（SA）
- 今までのプチ贅沢の経験有無（SA）
- プチ贅沢に関するエピソード（FA）

■ 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 アンケートモニター使用）  
 調査地域：全国47都道府県  
 調査対象：18～29歳の女性、かつ、2016年4月に入社した新卒新入社員  
 調査期間：2016年5月14日(土)～2016年5月15日(日)  
 有効回答数：228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

◆ 本件に関する報道関係からのお問い合わせ先 ◆

広報担当：東海林(しょうじ) TEL：03-6859-2252 FAX：03-6859-2275  
 E-mail：[pr-cm@cross-m.co.jp](mailto: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・・・」