



2014年11月27日

報道関係各位

プラチナ・ギルド・インターナショナル株式会社

＜2014年 働く女性の自分へのご褒美に関する調査＞

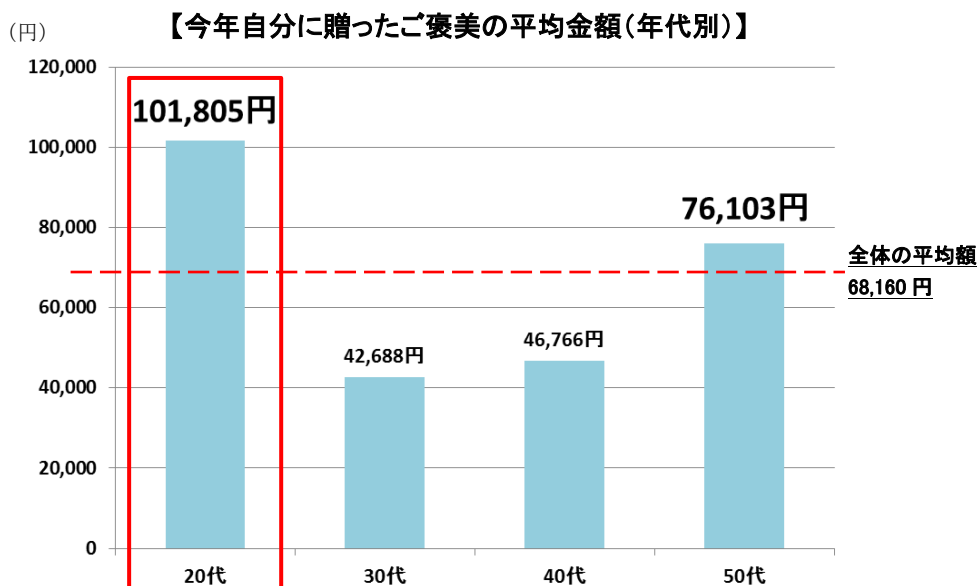
**働く女性は、自分へのご褒美消費に意欲的！消費を牽引しているのは20代**

- ◆働く女性の2人に1人が、自分にご褒美を贈る
  - ・昨年と比べたご褒美予算は「変わらない」、「増えた」が約8割
- ◆自分へのご褒美、今年の平均額は68,160円
  - ・年代別では、20代が101,805円で最高
- ◆ご褒美のキーワードは、「長く使える」「ストレス発散」
  - ・ご褒美を選んだ理由の1位 “モノ消費”では「長く使えるから」
  - “コト消費”では「ストレス発散をするため」

プラチナ・ジュエリーの広報機関であるプラチナ・ギルド・インターナショナル株式会社(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:ハンキンソン尚子)は、冬のボーナスの支給が近づいたことにあわせ、20代~50代の働く女性600人を対象に、自分へのご褒美消費に関する調査を実施しました。(調査概要は後述)

調査の結果、働く女性のおよそ2人に1人、54%が今年自分にご褒美を贈り、予算は昨年に比べて、「変わらない」もしくは「増やした」人が約8割にのぼることがわかりました。また、今年ご褒美にかけた平均額は68,160円で、年代別に見ると平均額が最も高かったのは、全体の平均額の1.5倍を使う20代の101,805円、50代が76,103円と続きました。内閣府が11月17日に発表した2014年7~9月期の国内総生産(GDP)では、年率換算で1.6%減のマイナス成長という、消費の冷え込みがデータにも表れている中、ご褒美に対する積極的な消費意欲をもつ働く女性たちの実態がうかがえる結果となりました。

また、ご褒美のキーワードとして浮かび上がってきたのは、「長く使える」、「ストレス発散」でした。ご褒美を選んだ理由についての回答では、“モノ消費”の1位が「長く使えるから」であった一方、“コト消費”では「ストレス発散のため」が1位でした。体験や経験を楽しむ“コト消費”では日頃抱えるストレスを発散したいという意向が多かったのに対して、“モノ消費”においては長く使える、変わらない価値があるものを手に入れたいという声が多くあがった結果となりました。

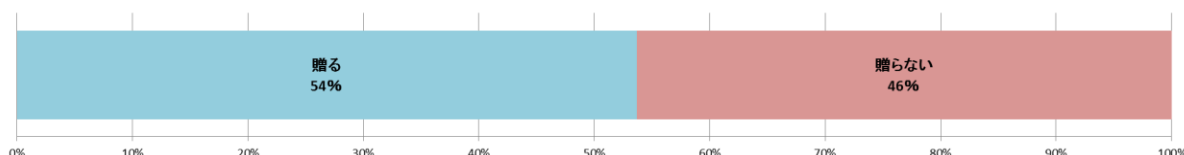


## ●働く女性の2人に1人が、自分にご褒美を贈る

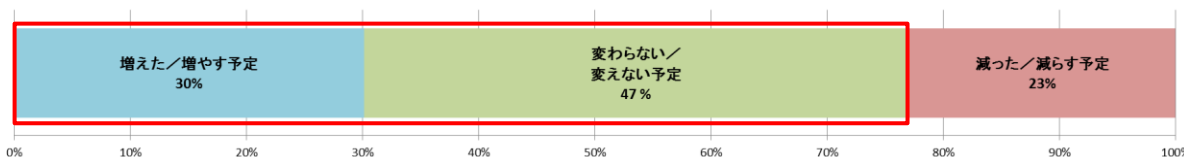
昨年と比べてご褒美予算は「変わらない」、「増えた」が約8割

今年自分にご褒美を贈るかを尋ねたところ、働く女性のおよそ2人に1人、54%が今年自分にご褒美を贈っていることがわかりました。さらに、「贈る」と回答した方にご褒美の予算について昨年との比較を質問したところ、「変わらない/変えない予定」が47%、「増えた/増やす予定」が30%で、約8割の方が予算を維持、もしくは増加させており、予算を減らした方は約2割に留まるという結果になりました。11月17日に内閣府が発表した2014年7～9月期のGDP成長率は年率換算で-1.6%と2期連続のマイナス成長で、消費の冷え込みが表れている中、働く女性は自分へのご褒美に積極的であることが読み取れる結果となりました。

### 【今年自分にご褒美を贈るか】



### 【自分へのご褒美にかかる金額は昨年と比べて変わるか】

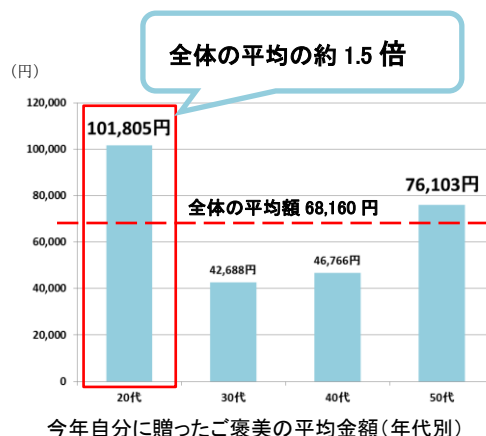


## ●今年の自分へのご褒美総額、平均は68,160円

年代別では、20代の101,805円が最高

今年一年で自分に贈ったご褒美の合計金額について、全体の平均額は68,160円でした。年代別に見ると20代が最高額で101,805円、続いて50代が76,103円、30代と40代は20代の半分以上の金額という結果でした。なお、個人での最高額は、50代の方が購入した200万円のグランドピアノでした。

年代ごとにご褒美を贈る理由を見ていくと、20代では「思い切って旅行に行った」や、「仕事が忙しくなり、自分のモチベーションを上げるためにもたまには贅沢してもいいかなと思った」など、ご褒美への出費に躊躇してない様子が見えられます。50代では「仕事を頑張ったから」という回答が目立ち、全体の平均額を下回った30代と40代では、「子供にお金をかけたから」や、「フルタイムからパートにかわり、収入が減ったため」などというコメントがあり、結婚や出産という転換点を迎え、ご褒美にかかる金額を抑えている様子が見受けられました。



## ●今後贈りたいご褒美1位

“モノ消費”は「ジュエリー・アクセサリ」、「コト消費」は「国内旅行」

今後自分に贈りたいご褒美について質問したところ、“モノ消費”においては1位が「ジュエリー・アクセサリ」、2位が「バッグ」、3位に「衣服」、4位に「時計」、5位に「靴」、「コト消費」においては、1位が「国内旅行」、2位が「海外旅行」、3位に「食事」、4位に「美容」、5位に「観劇・コンサート」という結果となりました。

### 【今後自分に贈りたいご褒美】

モノ消費	
1位	ジュエリー・アクセサリ 113人
2位	バッグ 103人
3位	衣服 93人
4位	時計 67人
5位	靴 57人

コト消費	
1位	国内旅行 171人
2位	海外旅行 164人
3位	食事 132人
4位	美容 112人
5位	観劇・コンサート鑑賞 81人

どちらも複数回答(3つまで)

## ●ご褒美のキーワードは「長く使えるから」「ストレス発散」

ご褒美を選ぶ理由の1位

“モノ消費”：「長く使えるから」

“コト消費”：「ストレス発散のため」

ご褒美を選んだ理由を、“モノ消費”と“コト消費”という観点で分析したところ、“モノ”と“コト”という消費の質によって、選ぶ理由に違いが見られることがわかりました。“モノ消費”において多くあげられた理由が「長く使えるから」であった一方、“コト消費”で多くあげられたのは「ストレス発散のため」でした。体験や経験を楽しむ“コト”がその時抱えているストレスを発散するために使われるのに対し、“モノ”は長く使える、ずっと続く価値があるものが好まれているということがわかります。

“モノ消費”を選んだ理由			“コト消費”を選んだ理由		
1位	長く使えるから	64人	1位	ストレスを発散できるから	79人
2位	がんばった証だから	38人	2位	幸せを感じられるから	49人
3位	ずっと欲しかったから/やりたかったから	37人	3位	がんばった証だから	45人
4位	幸せを感じられるから	18人	4位	ずっと欲しかったから/やりたかったから	29人
4位	今年のトレンドを楽しめるから	18人	5位	仕事にやる気がでるから	19人

どちらも複数回答(3つまで)

### 【プラチナ・ギルド・インターナショナルからのコメント】



PR担当：金子 真由子

プラチナに関する正しい知識やプラチナ・ジュエリーの魅力をお伝えします。

今年は消費増税が行われるなど、お財布の紐が固くなることが懸念される一年でしたが、今回の調査では自分へのご褒美について働く女性の元気な購買意欲がみえました。様々な状況の中で、“自分へのご褒美”をモチベーションとし、仕事や日々の暮らしをがんばる様子が垣間見え、同じ働く女性としてそんな前向きな女性たちをととても心強く思いました。

今後贈りたい自分へのご褒美として、「ジュエリー・アクセサリー」が“モノ消費”の1位にあがり、働く女性に支持されているという結果でしたが、さらに今後ほしいジュエリーの種類と、その理由をお尋ねすると、半分以上の方がプラチナ・ジュエリーを選ばれました。「年齢を重ねても使える」、「さりげなく輝く本物だから」、「流行とかがないから」というお声があがり、プラチナ・ジュエリーに、ずっと持っていられる、普遍的である、という価値を認めてくださっていると感じました。

貴金属の中で最も希少といわれ、時を越えても変わらないものの象徴とされるプラチナはブライダルリングとして多くの支持を得ているのに加え、ファッションジュエリーとしての人気も高まってきています。

プラチナ・ジュエリーは一生ものとして身につけていただける、自分へのご褒美にぴったりのジュエリーです。プラチナならではの本物の輝きを身につける喜びが、女性に自信をもたらすことでしょう。これからも多くの方に身につけていただけます様、魅力をお伝えしていきたいと思えます。

#### <調査概要>

調査目的： 働く女性の、自分へのご褒美に関する意識・実態を探る  
 調査地域： 全国  
 対象者条件： 20代～50代の働く女性  
 調査手法： インターネット調査(協力:株式会社クロス・マーケティング)  
 実査期間： 2014年11月7日(金)～11月9日(日)  
 サンプル数： 600人(各年代150人)

※本リリースの内容をご紹介いただく際は、出典として「プラチナ・ギルド・インターナショナル調べ」という表記をお使いいただきますよう、お願い申し上げます。

◆プラチナ・ギルド・インターナショナルホームページ◆ <http://www.preciousplatinum.jp>

#### 【報道関係者のお問い合わせ】

プラチナ・ギルド・インターナショナル株式会社 担当:金子  
 TEL: 03-3597-0251 E-mail: mykaneko@pgiglobal.com