

**【ANA クラウンプラザホテル】 ビジネスパーソンのライフスタイルに関する 1,000 名調査レポート
第 10 回 調査テーマ：「自分へのご褒美」について**

**4 割の男性は収入があったときや昇進など仕事の成果、
4 割の女性はストレス発散やイベント時など仕事以外の理由で、自分にご褒美**

ご褒美 NO.1 は男女とも「おいしい料理」(57.2%) 男性は大物買い、女性はまめにプチご褒美の傾向
全般的に「自分へのご褒美」の頻度・金額が減る中、20 代女性は「頻度増」(20%)、「金額増」(30.8%)も

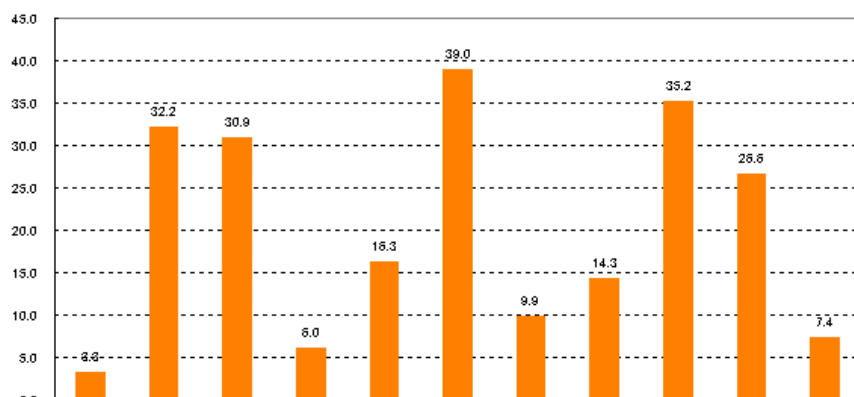
夏のボーナスシーズンです。仕事の成功のお祝いや、やる気アップのインセンティブとして「自分へのご褒美」に高価な買い物をしたり、ちょっとした贅沢を楽しんだりするビジネスパーソンも多いのでは。もっとも、世の中は不景気。ビジネスパーソンの「自分へのご褒美」事情を探ってみました。

ANAクラウンプラザホテルでは、このたび 20 代～40 代のビジネスパーソン(男女)、1,118 名を対象に「自分へのご褒美」について意識調査を実施しました。ビジネスパーソンはどのようなタイミング、理由で自分にご褒美をあげるのでしょうか。また、その考え方に男女の差、年代の差はあるのでしょうか。

男性は仕事の達成感で趣味に支出、女性は普段からプチご褒美

まず、「自分へのご褒美」をあげる理由・タイミングとして多いのは、男女ともに、「ストレスを発散したいと思ったとき」(39.0%)、「臨時収入があったとき」(35.2%)、「ボーナスがでたとき」(32.2%)が上位を占めました。

【自分にご褒美をあげるとき】



	上司にほめられたとき	ボーナスが出たとき	給料日	お休みからほめられたとき	大きなプロジェクトが成功したとき	ストレスを発散したいと思ったとき	昇進したとき	賞金を獲得したとき	臨時収入があったとき	クリスマスや誕生日などのイベント	その他 具体時	
TOTAL (n=1,118)	3.3	32.2	30.9	6.0	16.3	39.0	9.9	14.3	35.2	26.6	7.4	
男性20代	6.7	37.1	41.2	6.7	17.5	29.9	13.4	13.4	34.0	23.7	7.2	
男性30代	4.6	38.2	31.2	5.8	23.1	31.2	15.0	17.3	30.6	17.9	6.4	
男性40代	2.0	25.0	18.0	4.5	24.0	26.0	11.5	9.0	35.5	16.5	7.5	
女性20代	2.9	39.0	41.0	3.4	11.2	55.6	9.8	19.5	33.2	35.1	5.4	
女性30代	3.5	30.0	30.6	8.8	11.8	52.9	7.6	17.6	42.9	40.0	4.1	
女性40代	0.0	23.3	22.2	7.4	9.7	38.6	1.7	9.1	35.8	26.7	14.2	
男性	567	4.4	33.2	30	5.6	21.6	28.9	13.2	13.1	33.5	19.4	7.1
女性	551	2.2	31.2	31.8	6.4	10.9	49.4	6.5	15.6	37	33.9	7.8

男性は、20代男性が「給料日」(41.2%)、30代男性が「ボーナスがでたとき」(38.2%)、40代男性が「臨時収入があったとき」(35.5%)と、年代によって差が見られるものの、ご褒美の理由・タイミングは特別な収入を前提とした、経済感覚のある結果でした。一方女性は、年代を問わず「ストレスを発散したいとき」がほぼ半数(49.4%)を占め、次に多いのは「クリスマスや誕生日などのイベント」(女性:33.9%)。必ずしも特別な収入や仕事の業績とは関係なく自分にご褒美をあげているようです。さらに男性は、「大きなプロジェクトが成功したとき」(男性:21.5%、女性:10.9%)、「昇進したとき」(男性:13.2%、女性:6.5%)など、仕事で成果を挙げたときに自分にご褒美をあげたいと考えるようで、男女に顕著な違いがあることがわかりました。

【自分におけるご褒美の内容】

	旅行(国内・海外)をする	趣味のもの(ゲーム、映画、DVDなど)にお金をかける	食金属・時計・アクセサリーなどを買う	おいしい料理を食べに行く	衣類・バッグ・靴などを買う	発泡酒ではなくプレミアムビールやシャンパンを飲む	家電・AV製品を買う	日帰り旅行・テークアウト等に行く	エステ・ネイルサロン、マッサージなどに行く	ホテルに泊まりに行く	スイーツを買う、食べに行く	化粧品を買う	ランチの後や仕事の合間にコーヒーショップのコーヒーを買う	その他	TOTAL
TOTAL	27.0	32.6	17.7	57.2	37.0	20.6	19.4	13.1	14.0	4.5	29.2	9.6	9.2	11.8	1118
男性	23.6	38.8	12.0	55.6	20.1	19.8	27.2	12.9	4.6	3.0	15.3	1.1	7.8	14.3	567
女性	30.7	26.1	23.6	59.0	54.4	21.4	11.4	13.4	23.6	6.0	43.4	18.3	10.7	9.3	551

「自分へのご褒美」の内容で一番多いのは、男女とも、「おいしい料理を食べに行く」(57.2%)こと。それ以外のご褒美は男女で差が見られました。男性は「趣味のもの」(38.8%)や「家電・AV製品」(27.2%)などに人気がある一方、女性は「衣類・バッグ・靴」(54.4%)や「スイーツ」(43.4%)を挙げています。

また、どんなときに何をご褒美にするのかという、タイミングとご褒美の内容との関係を見ていくと、興味深い結果が見られました。女性は、「ストレスを発散したいと思ったとき」に41.5%が「スイーツ」を購入し、「クリスマスや誕生日などのイベント」時には、73.2%が「衣類・貴金属・バッグなど」を購入しています。つまり、日常生活の中では手軽なプチご褒美を頻繁に購入し、クリスマスなど特別なイベントのときには少し奮発して高価なものを買っていることがわかりました。「エステ・ネイルサロン、マッサージに行く」(23.6%)、「化粧品を買う」(18.3%)なども女性ならではのご褒美と言えます。

ボーナス支給時のご褒美は、男性の「おいしい料理を食べに行く」(54.3%)に対して、女性は「衣類・バッグ・靴などを買う」(55.8%)が多数を占めました。

【ボーナスが出たときのご褒美トップ3】

	男性		女性	
第1位	おいしい料理を食べに行く	54.3%	衣類・バッグ・靴などを買う	55.8%
第2位	家電・AV機器を買う	37.2%	おいしい料理を食べに行く	41.9%
第3位	趣味のもの(ゲーム・映画・DVDなど)にお金をかける	34.0%	旅行(国内・海外)をする	39.5%

40代はビールでもご褒美、「スイーツ男子」の波はご褒美にも

今回の調査でやや意外な結果として、20代男性もご褒美としてのスイーツ購入が多いことがわかりました(19.6%)。男性も若い世代は、甘いもの好きの「スイーツ男子」が増えていると言われていますが、確かにご褒美にもその傾向が見られました。40代既婚男性では、「AV機器の購入」(30.9%)に次いで、「発泡酒をビールにすること」(20.0%)がご褒美に。住宅ローンや教育費に追われる世代らしい、ささやかなご褒美と言えます。20代女性では、「衣類・バッグ・靴の購入」(61.5%)、「エステ・ネイルサロン」(24.9%)など、ファッションや美容への投資が目立ちました。

「自分へのご褒美」の頻度を1年前と比較したところ、30代は「少し減った」「とても減った」「買わなくなった」との回答が多く、ご褒美の“景気後退”を印象づけました。しかし、20代は「変わらない」「少し増えた」という回答が半数以上を占め、とりわけ20代女性はむしろ「頻度増加」(20%)、「金額増加」(30.8%)と、景気に左右されない若い世代ならではのご褒美観が明らかになりました。

【自分へのご褒美にスイーツを買う、食べに行く人】

(%)

TOTAL	男性 20代	男性 30代	男性 40代	女性 20代	女性 30代	女性 40代
29.2	19.6	16.2	10.5	42.9	50.6	36.9

この調査は、ANA クラウンプラザホテルにおいて、客室の環境やサービス内容等に、一般消費者の動向をタイムリーに反映するために実施しました。ANA クラウンプラザホテルは、今後も消費者の日常生活における悩みやニーズについて研究し、ホテルでのサービスの改善や開発に努めます。

以上

【調査実施概要】 調査対象、調査方法: Yahoo!リサーチ登録モニター、非公開型インターネット調査

調査期間: 平成 21 年 5 月 14 日(木) ~ 平成 21 年 5 月 18 日(月)

有効回答数と回答者の属性: 1,118 名、ビジネスパーソン

【既婚・未婚】既婚 44.3%、未婚 55.7%

【年齢】20-29 歳 35.7%、30-39 歳 30.7%、40-49 歳 33.6% 【性別】男 50.7%、女 49.3%

ANA クラウンプラザホテルについて

ANA クラウンプラザホテルは、IHG・ANA・ホテルズグループジャパンが運営する、ANA ホテルとクラウンプラザの共同ブランドホテルとして、現在、日本全国 9 都市(千歳、新潟、富山、金沢、成田、大阪、広島、福岡、那覇)に展開し、合計約 2,500 室以上を保持し、今後もさらに日本各地にネットワークが広がる予定です。

ANA クラウンプラザホテルでは、日本でのブランド構築にあたり 2,000 名の消費者調査を実施するなど、消費者ニーズをタイムリーに把握し、サービスに反映させることを心がけている、お客様を大切にしているホテルブランドです。また今後は、ウェディングや宴会等を含むイベント全般を強化し、MICE (Meeting, Incentive, Conference, and Event) 市場等の新たな市場ニーズに対してより充実したサービスを提供してまいります。

クラウンプラザ ホテルズ&リゾーツは、世界有数のホテルグループであるインターコンチネンタル ホテルズグループが運営する高級ホテルブランドの 1 つです。会議と宿泊を合わせた、ビジネスとレジャー両方の利用目的に適したハイレベルの快適さや施設、サービスを兼ね備えています。ニューヨーク、ミラノ、ロンドンをはじめ現在、世界約 50 カ国以上で 331 ホテルが運営され、さらに 131 ホテルが開業準備中の、特にアジアで急速に成長しているホテルブランドです。

URL: www.anacrowneplaza.com

ANA クラウンプラザホテル ライフスタイルに関するオリジナル調査ウェブサイト:

ビジネスパーソンのライフスタイルに関する 1,000 名調査シリーズのダイジェスト版を掲載しています。

<http://www.anacrowneplaza.com/ana-cp/report/latest/index.html>

本件に関するお問い合わせ先:

IHG・ANA・ホテルズグループジャパン

Tel: 03 3505 9626 Fax: 03 3505 2359

広報 潮 孝子

Takako.ushio@ihganahotels.com

【ANA クラウンプラザホテル】 ビジネスパーソンのライフスタイルに関する 1,000 名調査レポート 第 10 回 調査テーマ：「自分へのご褒美」について 調査レポート

主な分析結果：

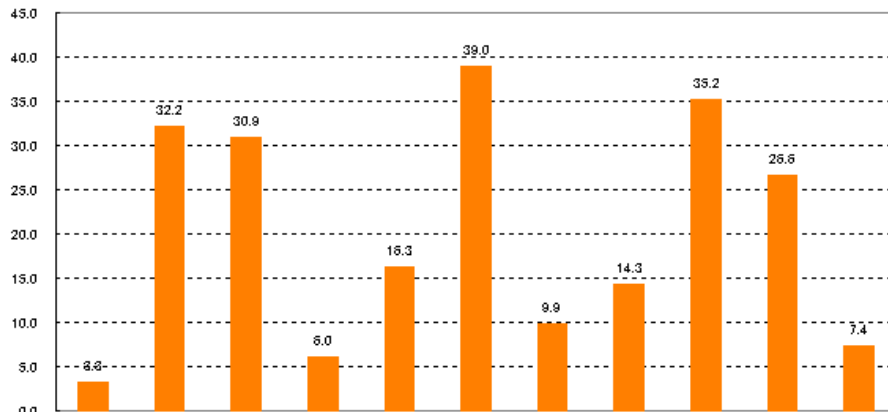
自分にご褒美をあげる時について、全体で一番多い回答は「ストレスを発散したいと思ったとき」(39%)、次いで「臨時収入があったとき」(35.2%)、「ボーナスがでたとき」(32.2%)、「給料日」(30.9%)。男性は、20代男性が「給料日」(41.2%)、30代男性が「ボーナスがでたとき」(38.2%)、40代男性が「臨時収入があったとき」(35.5%)と、年代によって差が見られるものの、ご褒美の理由・タイミングは特別な収入を前提としている。一方女性は、年代を問わず「ストレスを発散したいとき」がほぼ半数(49.4%)を占め、次に多いのは「クリスマスや誕生日などのイベント」(女性:33.9%)で、必ずしも特別な収入や仕事の業績とは関係なく自分にご褒美をあげている。さらに男性は、「大きなプロジェクトが成功したとき」(男性:21.5%、女性:10.9%)、「昇進したとき」(男性:13.2%、女性:6.5%)など、仕事で成果を上げたときに自分にご褒美をあげたいと考えるようで、顕著な男女差がみられる。「自分にご褒美という気持ちはない」など、ご褒美をしない人は全体の約3%いた。

- 「自分へのご褒美」の内容で一番多いのは、男女とも、タイミングや理由の違いを問わず、一番人気は「おいしい料理を食べに行く」こと。それ以外のご褒美は男女で差が見られ、男性は「趣味のもの」(38.8%)や「家電・AV製品」(27.2%)などに人気がある一方、女性は「衣類・バッグ・靴」(54.4%)や「スイーツ」(43.4%)という結果に。
 - 「上司にほめられたとき」のご褒美は、「おいしい料理を食べに行く」が54.1%と群を抜いている。30代女性では実に83.3%に上る。20代、30代女性は、「スイーツを買う、食べに行く」人も多く、「おいしい料理」と「スイーツ」が50%ずつを占めた。意外なところでは20代男性で「スイーツを買う、食べに行く」が23.1%、「発泡酒ではなくプレミアムビールやシャンパンを飲む」が15.4%を占めた。また、40代男性は、「ランチの後や仕事の合間にコーヒーショップのコーヒーを買う」が50%と、手軽なプチご褒美を買い求めている。
 - 「ボーナスがでたとき」のご褒美は、20代女性は「衣類・バッグ・靴などを買う」(60%)、30代女性は「旅行(国内・海外)をする」(43.1%)、30代男性は「家電・AV機器を買う」(44.4%)。また、男性は「趣味のものにお金をかける」人も多く、20代、30代男性では、それぞれ36.1%、37.9%が趣味への投資をご褒美に選んだ。こうしたことから、ボーナスが大きな買い物きっかけになっていることがわかる。
 - 「大きなプロジェクトが成功したとき」のご褒美は、男性の「発泡酒ではなく、プレミアムビールやシャンパンを飲む」が多く、男性の20代30代40代でそれぞれ26.5%、35.0%、22.9%を占めた。また、女性の20代30代は、「衣類・バッグ・靴などを買う」がそれぞれ39.1%、35.0%となっている。また、20代と40代の男性で「旅行(国内・海外)をする」という回答がそれぞれ17.6%、16.7%と、同世代の女性を上回った。
 - 「ストレスを発散したいと思ったとき」のご褒美は、男性は「趣味のものにお金をかける」が20代30代40代でそれぞれ32.8%、31.5%、34.6%だったのに対し、女性はそれぞれ20.2%、20.0%、20.6%と男性に比べて少ない。また、女性は、「衣類・バッグ・靴などを買う」「エステ・ネイルサロン・マッサージに行く」「スイーツを食べに行く」が圧倒的多数を占めた。
 - 「臨時収入があったとき」のご褒美は、男性は「趣味のものにお金をかける」が年代を問わず多く29.2%。その他、「スイーツを買う、食べに行く」は20代男性(25.8%)と20~40代女性(43.4%)で多く、スイーツは女性の楽しみという常識は崩れかけている。

- 「クリスマスや誕生日などのイベント」のご褒美は、女性は「貴金属・時計・アクセサリーなどを買う」が多く、20代30代40代でそれぞれ31.9%、25.0%、34.0%となっている。20代男性は「スイーツを買う、食べに行く」(34.8%)が目立ち、30代男性は「衣類・バッグ・靴などを買う」(29.0%)、40代男性は「発泡酒ではなく、プレミアムビールやシャンパンを飲む」(24.2%)という結果に、世代差が見られた。
- ご褒美の頻度を1年前と比較したところ、30代では「少し減った」「とても減った」「買わなくなった」とご褒美にも景気後退の影響が見られたが、20代では「変わらない」「少し増えた」という回答が半数以上を占めた。特に、20代女性は「頻度増加」20%、「金額増加」30.8%と、不況知らずのご褒美事情が見えた。

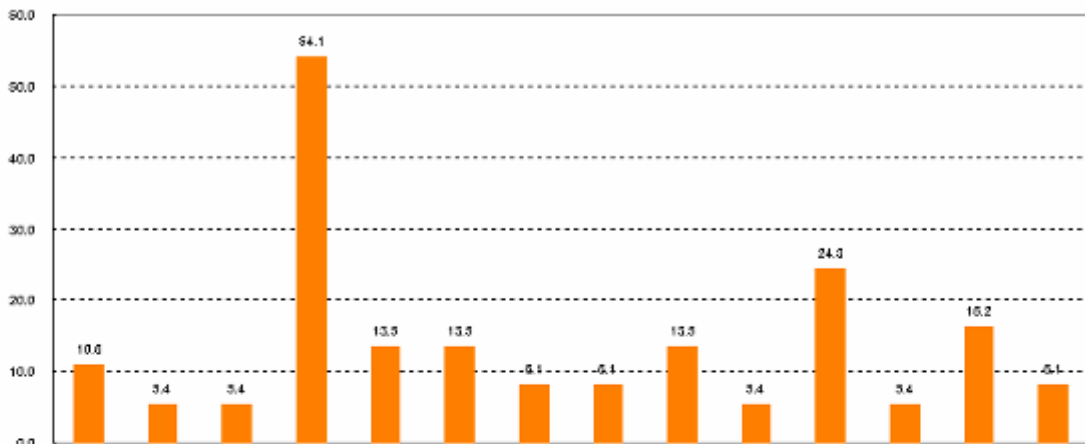
調査結果データ:

【自分にご褒美をあげるとき】



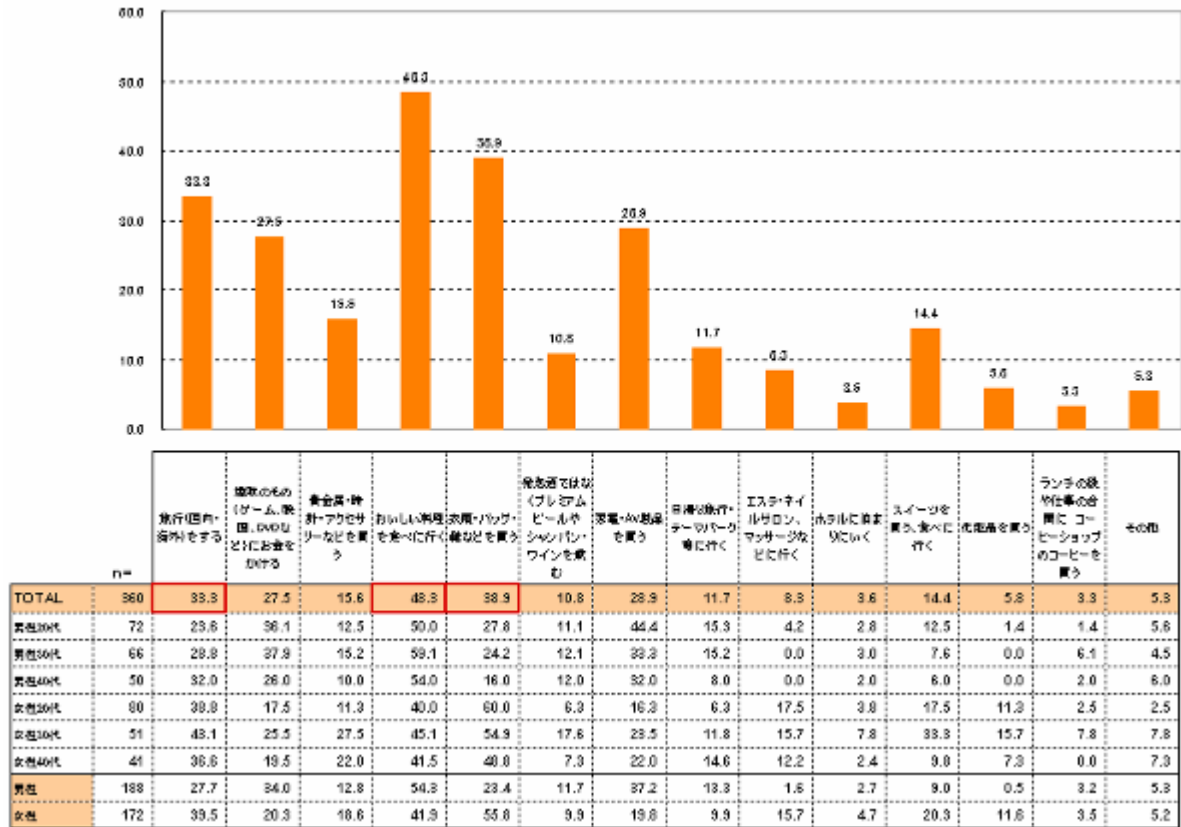
n=	上司にほめられたとき	ボーナスが出たとき	給料日	お客さまからほめられたとき	大きなプロジェクトが成功したとき	ストレスを感じたとき	昇進したとき	資格を取ったとき	臨時収入があったとき	クリスマスや誕生日などのイベント	その他 具体的に	
TOTAL	1,118	3.3	32.2	30.9	6.0	16.3	39.0	9.9	14.3	35.2	26.6	7.4
男性20代	194	6.7	37.1	41.2	6.7	17.5	29.9	13.4	13.4	34.0	23.7	7.2
男性30代	173	4.6	38.2	31.2	5.8	23.1	31.2	15.0	17.3	30.6	17.9	6.4
男性40代	200	2.0	25.0	18.0	4.5	24.0	26.0	11.5	9.0	35.5	16.5	7.5
女性20代	205	2.9	39.0	41.0	3.4	11.2	55.6	9.8	19.5	33.2	35.1	5.4
女性30代	170	3.5	30.0	30.6	8.8	11.8	52.9	7.6	17.6	42.9	40.0	4.1
女性40代	176	0.0	23.3	22.2	7.4	9.7	38.6	1.7	9.1	35.8	26.7	14.2
男性	567	4.4	33.2	30	5.6	21.5	28.9	13.2	13.1	33.5	19.4	7.1
女性	551	2.2	31.2	31.8	6.4	10.9	49.4	6.5	15.6	37	33.9	7.8

【自分へあげるご褒美はどんなものですか(上司にほめられたとき)】

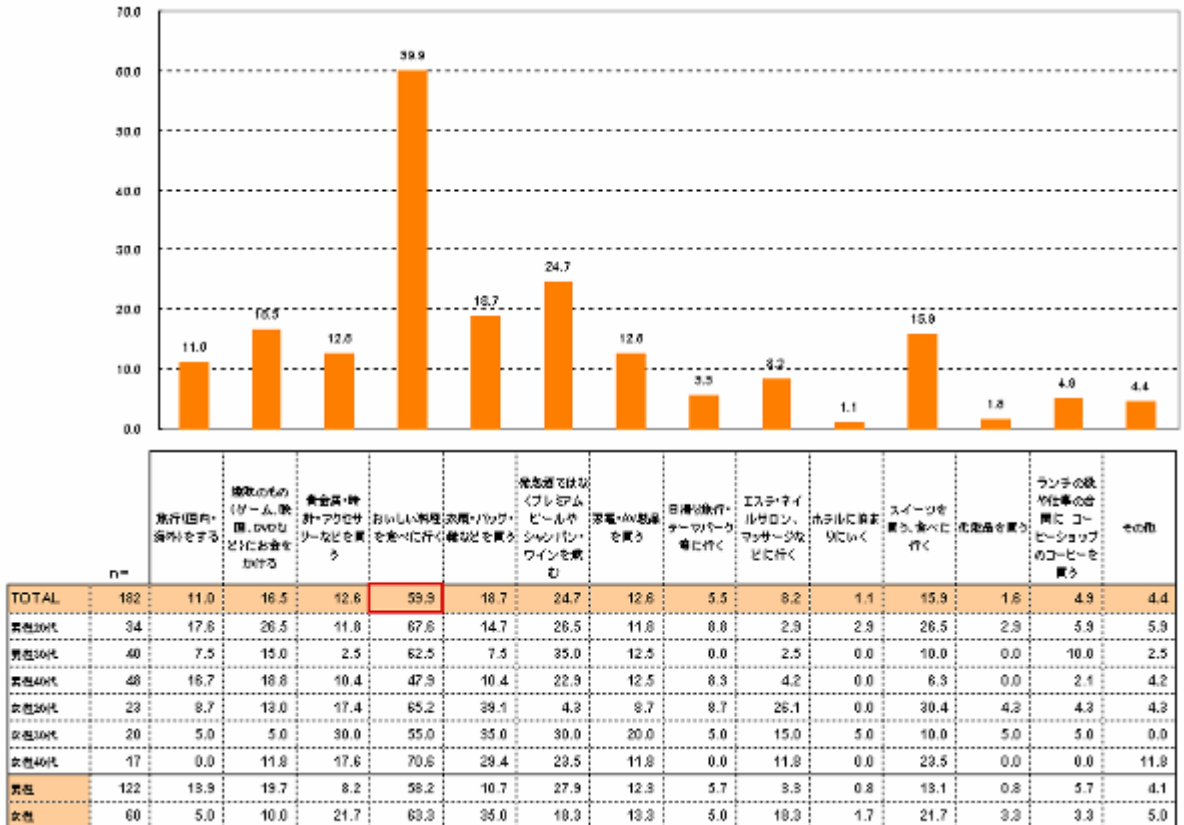


n=	旅行(国内・海外)をする	趣味のもの(ゲーム、映画、DVDなど)にお金をかける	賞金賞・特典・アクセス料などを買う	おいしい料理を食べに行く	衣類・バッグ・靴などを買う	高級酒(ワイン、ビール、シャンパン、ワイン)を買う	家電・アクセサリーを買う	自慢の旅行・テーマパークなどに行く	エステ・ネイルサロン、マッサージなどに行く	ホテルに泊まりに行く	スイーツを買ったり食べに行く	化粧品を買う	ランチの店や仕事の合間にコーヒーショップのコーヒーを買う	その他
TOTAL	37	10.8	5.4	54.1	13.5	13.5	8.1	8.1	13.5	5.4	24.3	5.4	16.2	8.1
男性20代	13	15.4	7.7	53.8	15.4	15.4	15.4	15.4	15.4	7.7	23.1	7.7	15.4	15.4
男性30代	8	0.0	0.0	50.0	0.0	25.0	0.0	0.0	12.5	0.0	0.0	0.0	12.5	12.5
男性40代	4	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0
女性20代	6	16.7	0.0	33.3	33.3	0.0	0.0	0.0	16.7	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0
女性30代	6	16.7	16.7	83.3	16.7	16.7	16.7	16.7	16.7	16.7	50.0	16.7	16.7	0.0
女性40代	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
男性	25	8.0	4.0	52.0	8.0	16.0	8.0	8.0	12.0	4.0	12.0	4.0	20.0	12.0
女性	12	16.7	8.3	58.3	25.0	8.3	8.3	8.3	16.7	8.3	50.0	8.3	8.3	0.0

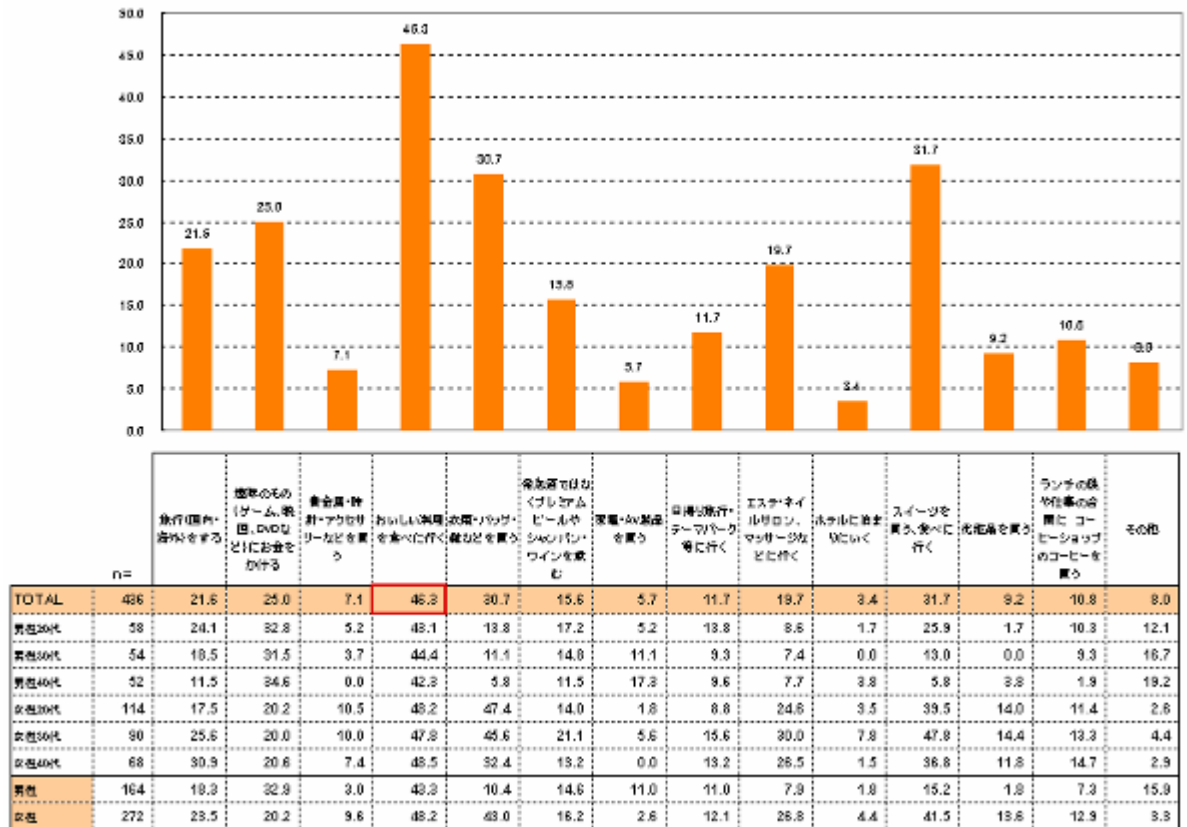
【自分におけるご褒美はどんなものですか(ボーナスがでたとき)】



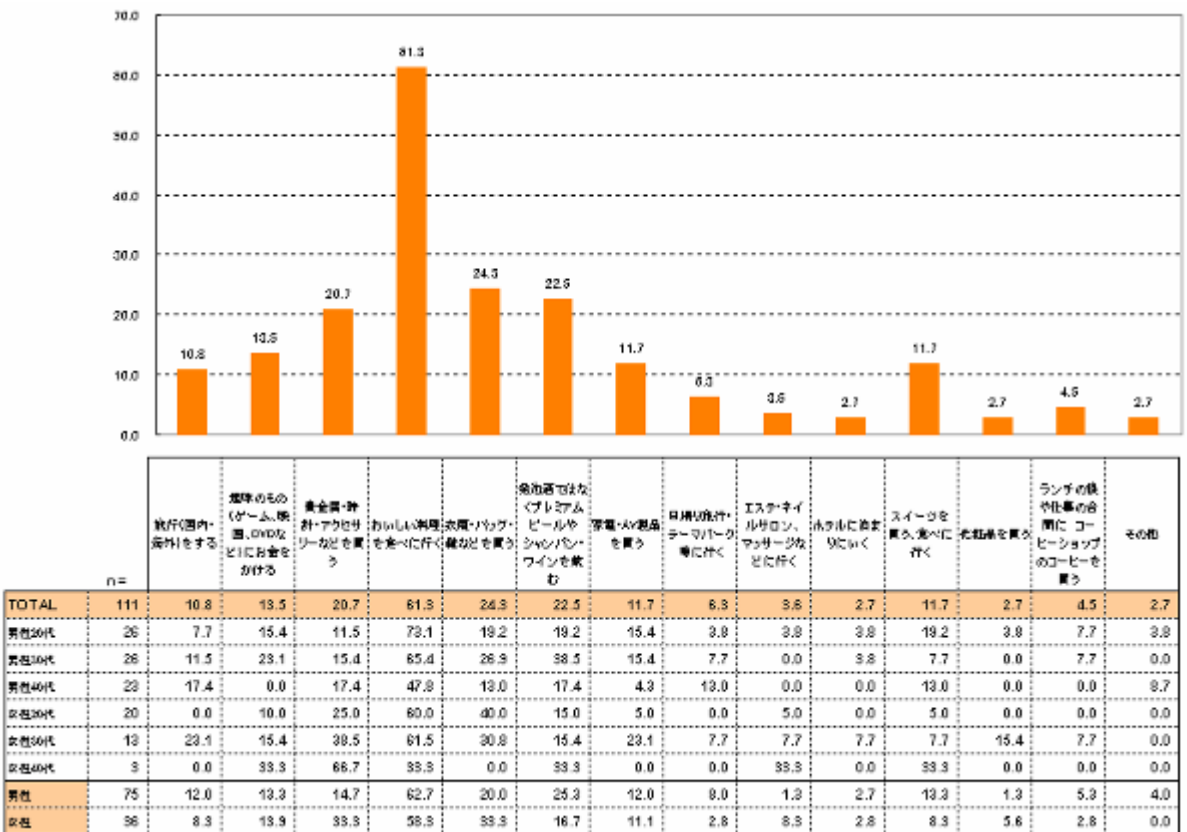
【自分におけるご褒美はどんなものですか(大きなプロジェクトが成功したとき)】



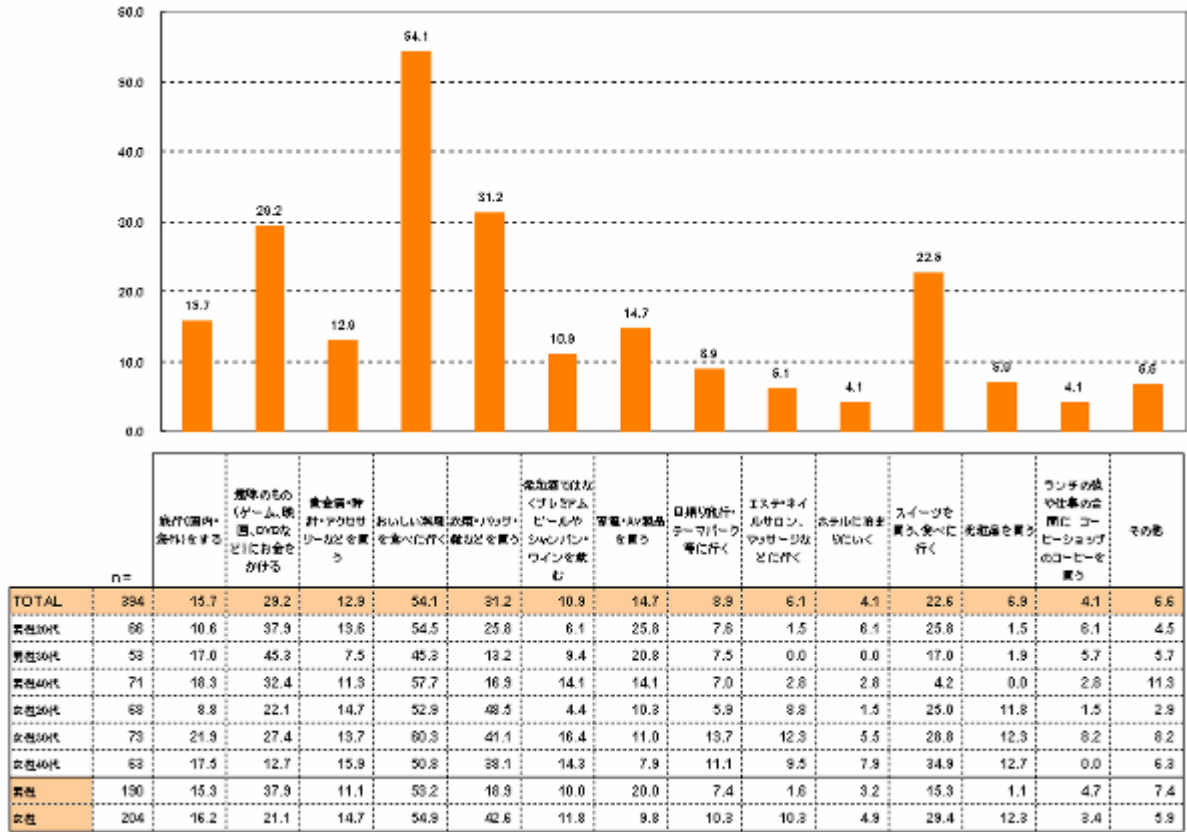
【自分におけるご褒美はどんなものですか(ストレスを発散したいとき)】



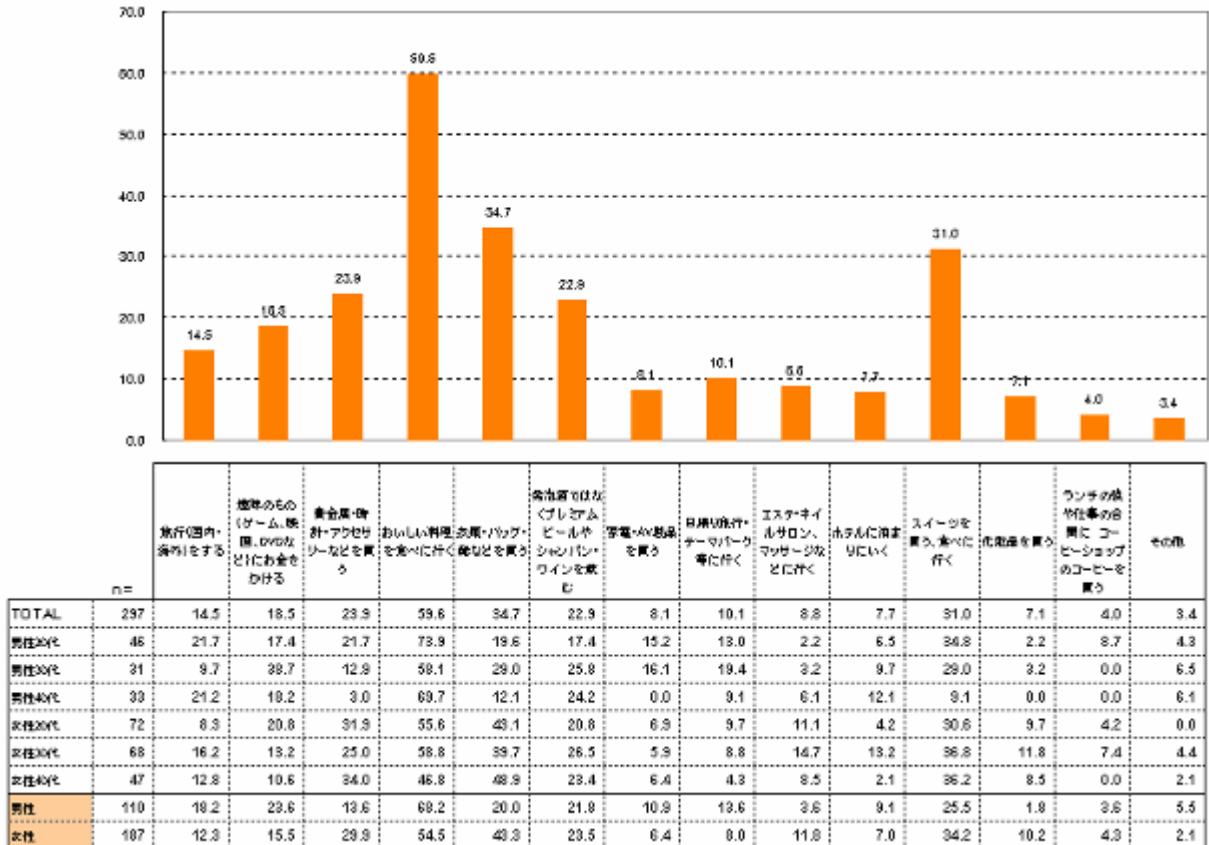
【自分にあげることが褒美はどんなものですか(昇進したとき)】



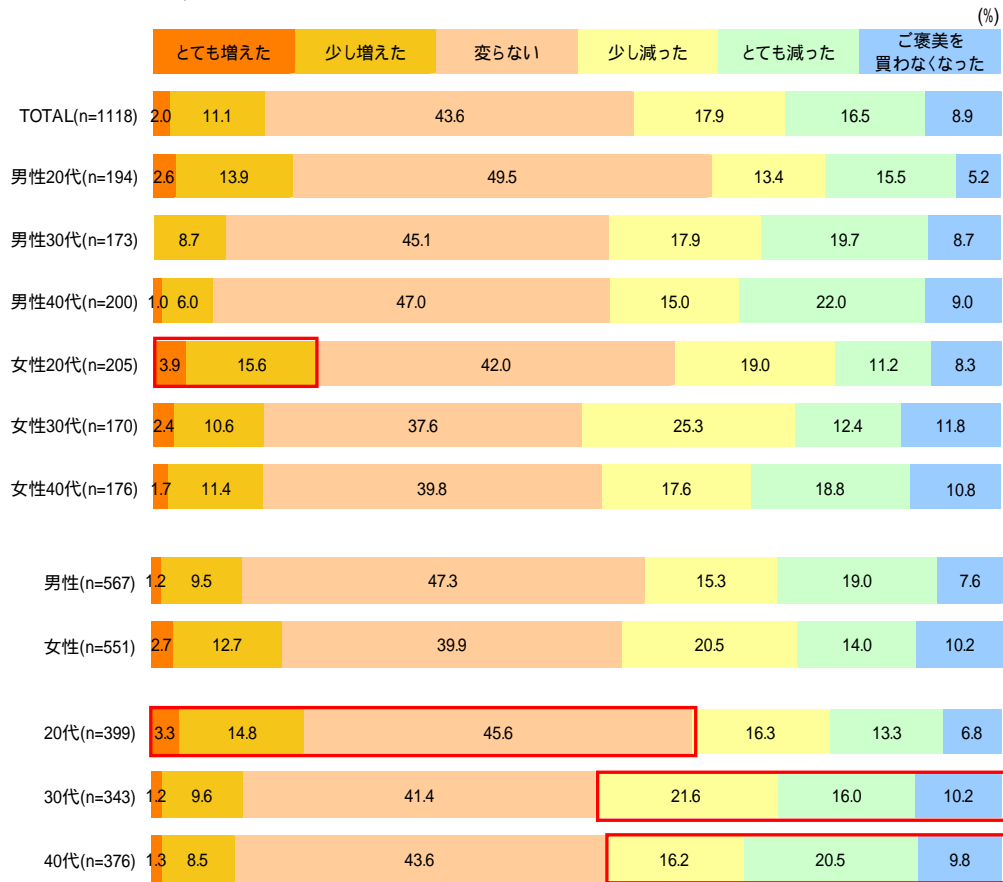
【自分にあげるご褒美はどんなものですか(臨時収入があったとき)】



【自分にあげるご褒美はどんなものですか(クリスマスや誕生日などのイベント)】



[1年前と比較して、現在自分におけるご褒美の頻度はかわったか]



[1年前と比較して、現在自分におけるご褒美の金額はかわったかどうか]

