

新年に「目標」や「決意」を決める女性は、 新年の伝統的行事や慣習にも熱心

統合型マーケティング・コミュニケーションサービスを提供するPR会社、キャンドルウィック株式会社（本社：東京都渋谷区神宮前、代表取締役社長・シルベスタ典子）は、女性のライフスタイルに関する調査の一環として、新年の過ごし方や慣習についての意識調査を実施しました。

調査対象者：20～50代の女性600名

調査方法：インターネット調査

調査期間：2012年11月23日～25日

調査会社：マイボイスコム株式会社

【新年に「目標を決める人」は新年の慣習にも熱心】

新年に「目標を決める人」は、「目標を決めない人」に比べて、「年越しそばを食べる」「おせちを食べる」「初詣に行く」などの新年の行事に対しても熱心であることが分かりました。「大掃除をする」割合も「目標を決める人」は、そうでない人に比べ約20%高いという結果が得られました。また、違いが大きかったのが、「家族写真を撮る」「新しいタオルを用意する」「新しい下着を用意する」「新しい箸を用意する」などで、両者を比較すると2倍から3倍の開きがありました。これらのことから、「目標を決める人」には、身の回りをきちんと整えて新年を迎えたい傾向があることが推察されます。（資料1）

【「目標を決める人」はおせち料理もしっかり作る】

おせち料理を家で作る人（一部を家で作る人も含む）は、全体の半数以上の55.5%。家でおせちを作る理由としては、「慣習だし、伝統の継承だから」「家族の好物をおせちに入れるから」「安全でおいしいから」といった回答が多く、慣習および家族のことを考えて作っていることが伺えました。特に「目標を決める人」は、61.8%とおせち料理を作る割合が高く、ここでも、日本の伝統や慣習を大切にする姿勢が見受けられました。（資料2）

【若い人ほど目標を決める率が高い】

新年に「目標を決める人」の年齢別構成を見てみると、20代が最も高く32.4%でした。一方、最も低いのは、50代の19.1%で、約2倍近い違いがあることが分かりました。目標を決める理由としては、「目標を決めて有意義に過ごしたい」「恒例行事だから」「1年の計は元旦にありというから」「自分を励ますため」という理由が多く、決めない理由としては、「決めてもどうせ守れないから」「新年といっても特別な意味を感じないから」という回答が見受けられました。（資料3）

キャンドルウィック株式会社は、消費財から、化粧品、インテリア、ラグジュアリー／プレミアム商品向けに、リサーチから製品開発、商品戦略立案、プロモーション戦略立案と、統合的にマーケティング・コミュニケーションサービスを提供するPR会社です。今後も定期的に女性ならではの視点でユニークな調査を実施し、ニュースリリースを配信していく予定です。詳しい会社概要はHPをご参照ください。<http://candlewick.co.jp/>

本件に関するお問い合わせ先

キャンドルウィック株式会社 担当：荒、大場

Tel: 03-3498-2770 Fax: 03-3498-2771

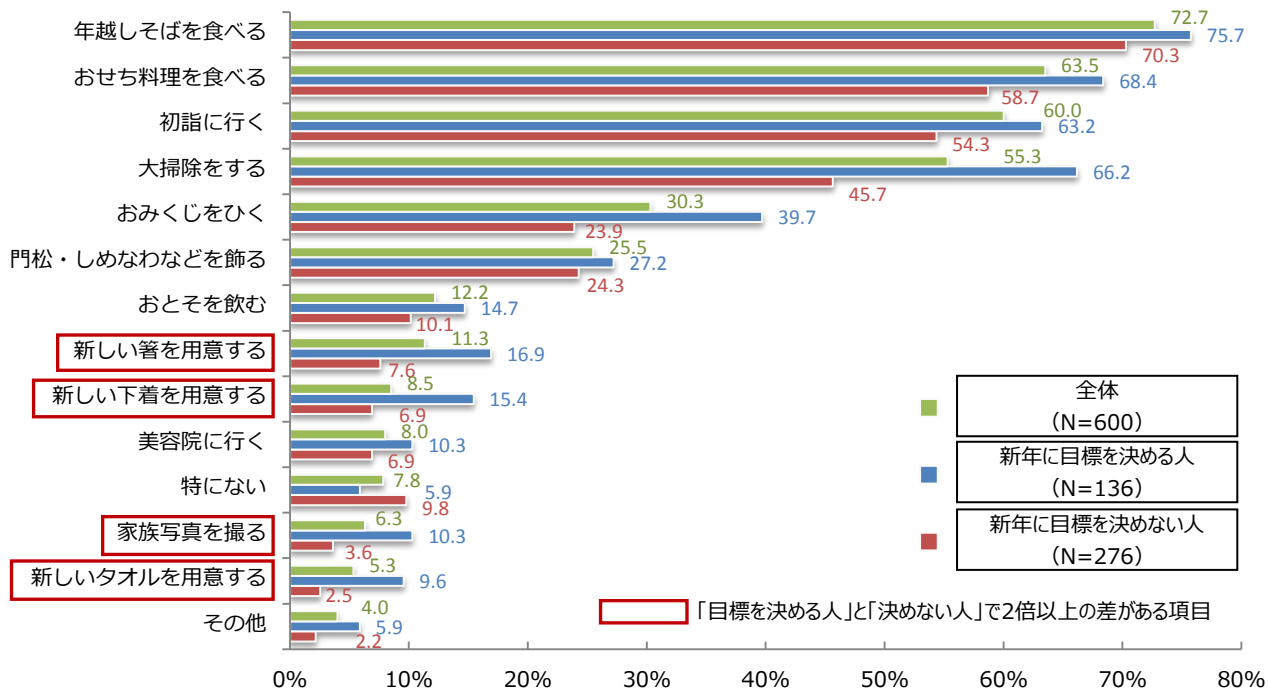
E-mail: info@candlewick.co.jp

<参考資料>

調査対象者： 20～50代の女性600名 調査方法： インターネット調査
 調査期間： 2012年11月23日～25日 調査会社： マイボイスコム株式会社
 詳しい調査資料はこちらからダウンロードをお願いいたします。
http://www.candlewick.co.jp/topics/pdf/20121207_CDW_DataJ.pdf

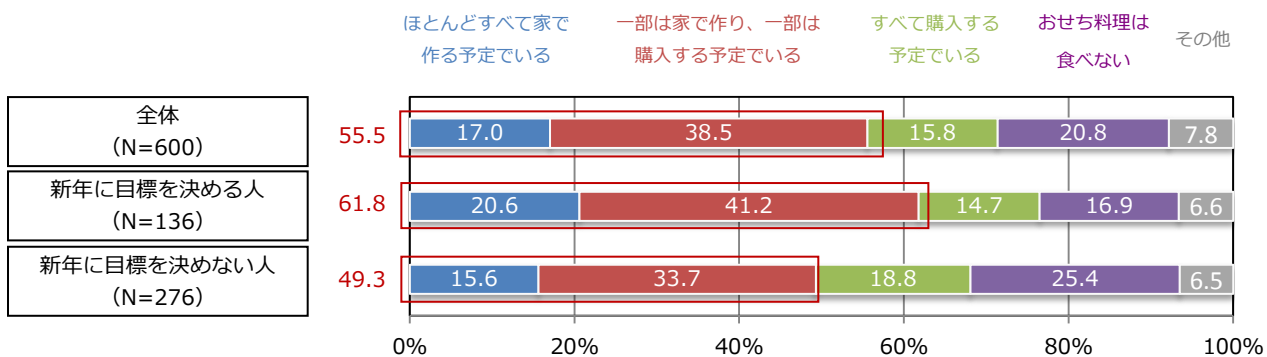
(資料1)

Q：新年を迎えるにあたり、特に慣習にしていることはありますか。(複数回答)



(資料2)

Q：おせち料理は作る予定ですか。(単数回答)



(資料3)

Q：新年に目標を決める人の年代別構成 (単数回答)

