

## F1層のリアルをミュゼマーケティングが調査！

### MUSEE MARKETING News Letter

#### ～お金と暮らし編～

# F1層の3人に1人は家計簿をつけてお金を管理している！ さらに、インテリアの選び方はSNS派が第1位！ 賢く暮らす女性たちの消費行動と理想の住まいと現実を調査

全国325万人のミュゼプラチナム会員組織を活用し、F1層のマーケティングサービスを提供するミュゼマーケティングは、今回「お金」と「暮らし」に関するアンケート調査を実施。ライフスタイルが多様化する現代女子のリアルな収入事情やショッピングの実態、さらには、住まいに関する理想や現実に迫りました。

#### <トピックス>

##### ～お金編～

- お店でもらえるポイントを「貯める派」は96%。3人に1人が家計簿をつけている！
- 「新商品」「限定品」の言葉に弱い、「つい購入」による失敗談も多い

##### ～暮らし編～

- 30代が分かれ目？ インテリア選びは店頭派とSNS派の二極化が進む！
- 忙しい社会人ほどインテリアにこだわりあり

#### 【調査概要：お金編】

- 調査日：2017年9月15日(金)～2017年9月30日(土)
- 調査方法：インターネット調査
- 調査人数：711名
- 調査対象：全国 18～35歳の女性

#### 【調査概要：暮らし編】

- 調査日：2017年9月20日(水)～2017年9月30日(土)
- 調査方法：インターネット調査
- 調査人数：1,077名
- 調査対象：全国 16～50歳の女性 ※うちF1層780名

※本リリースの調査結果・グラフをご利用いただく際は、必ず【ミュゼマーケティング調べ】とご明記ください。

#### 【本件に関するお問い合わせ先】

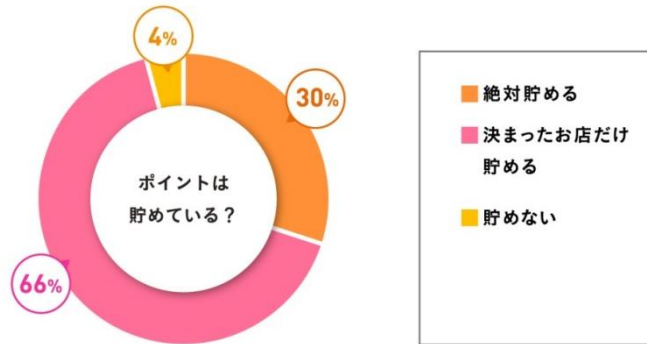
(株)ミュゼプラチナム 広報・PR担当 柳沼・渡辺  
TEL：03-3486-2097 FAX：03-3486-2081

## ■ お店でらえるポイントを「貯める派」は96%。3人に1人が家計簿をつけている！

金銭管理で欠かせないのが「家計簿」。最近では便利で簡単なスマホアプリなどもあるため、約63%の人が「つけている / つけていたことがある」と答えています。一人暮らしで、現在も「家計簿をつけている人」は30%でした。日々のやりくりを見える化しているようです。

また、コンビニやスーパー、アパレルなどで商品を購入したときにもらえる「ポイント」を貯めるかという質問に対し、96%が「貯める」と答える結果となりました。

さらに、「多少遠くてもポイントのためにそのお店に行くことがある？」と質問したところ、4人に1人が「はい」と回答。堅実な女性が多いようです。



N=711

## ■ 「新商品」「限定品」の言葉に弱い、「つい購入」による失敗談も多い

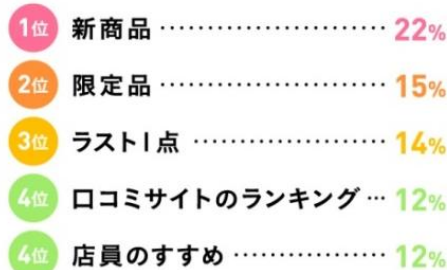
堅実な女性が多いF1層は、どんなときに購買欲が高まるのかを調査。1位が「新商品（22%）」2位は「限定品（15%）」3位は「ラスト1点（14%）」という結果となりました。

男性よりも買い物慣れしている女性は、やはり新しいものや限られた商品に惹かれる傾向があるようです。アパレル店員から「残り1つです」と言われて、つい購入したくなったという経験を持つ女性も多いはず。

また、店頭だけでなく、いまやECサイトなどの充実によって、いつでもどこでも商品を買える時代。「手軽に買えるネット通販」でつい購入してしまう人は44%もいるようで、「（試着ができないので）思っていたサイズではなかった」（20歳 販売員）「（写真とは）色味が全然違った」（30歳 事務職）など、失敗談を持つ人も多くいるようです。

店頭やネット通販でつい衝動買いをしてしまった日の月末や、友人・恋人とのつき合いで交際費がかさみ、「金欠」となったときの行動について聞いてみると、「食費を削る」という人が38%という結果となりました。

Q どのようなときに購買欲が高まりますか？（複数回答可）

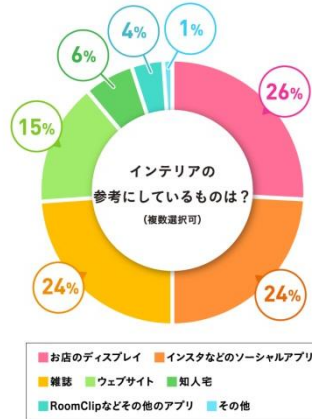


N=711

## ■ 30代が分かれ目？ インテリア選びは店頭派とSNS派の二極化が進む！

インテリアの参考にしているものは何かを調査したところ、「お店のディスプレイ」を参考にすると答えた人が26%と一番多く、そのほかは「ウェブサイト」「ソーシャルアプリ」「雑誌」など均等に分かれる結果となりました。

年代別にみると、10代から20代は「InstagramなどのSNS」と答えた人が53%で、「お店のディスプレイ」と答えたのは12%でした。30代でも同様で、もっとも多かった回答は「InstagramなどのSNS」（30%）でした。しかし40代になると「雑誌」と答えた人が42%ともっとも多く、「InstagramなどのSNS」は18%にとどまる結果となりました。このことから、40歳あたりを境に女性の購買行動が大きく変わっていることが実感できます。



N=1,077

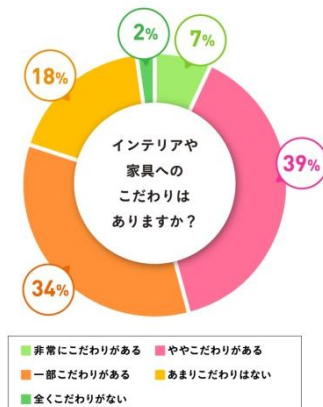
## ■ 忙しい人ほどインテリアにこだわっている？

部屋のインテリアについて「非常にこだわりがある/ややこだわりがある」と答えた女性は46%と約半数を占めました。また、「キッチン」は女性にとって聖域と考える人も多い印象ですが、実際はもっともこだわりたいのは「リビング」で54%と半数を超えました。

また有職者に対して、インテリアや家具へのこだわりがあるかどうかを調査。「こだわりがある」と回答した人は91%と多くの割合を占めました。また「インテリアに非常にこだわりがある」と回答した人のうち43%がDIY経験者で、75%が「リサイクル品や友人から譲り受けた中古家具を使用していない」ことがわかりました。このことから、インテリアに非常にこだわりがある人ほど、新品家具やDIYで暮らしを楽しんでいることがわかります。

さらに、インテリアにこだわっている人の業種を見てみると、ウェブデザイナー、美容関係、アパレルと、トレンドに関わりのある職業が目立ちました。また、こだわっている人ほど、休日に家で過ごす時間が短くなる（こだわりがある人平均10.4時間、こだわらない人平均12時間）ということがわかりました。

忙しい人こそ、インテリアにこだわることで日々の疲れを癒しているのかもしれない。

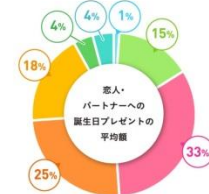
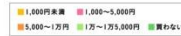
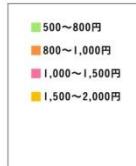


Q 特にこだわりたい空間はどこですか？

1位	リビング	54%
2位	ベッドルーム	25%
3位	キッチン	11%
4位	ダイニング	4%
5位	玄関	2%
5位	バスルーム	2%
7位	子供部屋	1%
7位	その他	1%

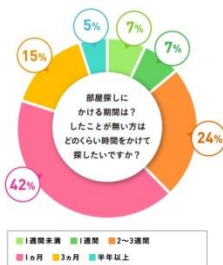
N=1,077

## データ一覧 ～お金編～



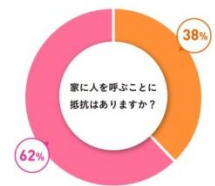
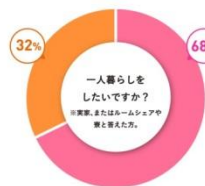
N=711

## データ一覧 ～暮らし編～



Q 部屋選びで優先するのは何ですか? (3つまで)

- 1位 家賃 ..... 22%
- 2位 バストイレ別 ..... 17%
- 3位 通勤通学時間 ..... 14%
- 4位 駅近 ..... 9%
- 5位 部屋の広さ ..... 8%
- 6位 セキュリティー ..... 6%
- 6位 築年数 ..... 6%
- 8位 2階以上 ..... 4%
- 9位 コンビニなど周辺環境 ..... 3%
- 9位 収納の広さ ..... 3%



N=1,077 4

## 『ミュゼマーケティング』について

美容意識の高い女性を中心とした会員層を有し、自社デジタルメディアと全国175店舗のサロンによるクロスメディアアプローチが特徴のメディアサービスです。店頭サンプリング、商品モニター、リサーチ、デジタル広告やメールマガジンによるサービス告知などを提供しています。

F1層をコアとした全国325万人以上の会員さまへ向け、自社サービスの認知拡大、継続的な収益モデルを検討したい企業様は、ミュゼマーケティングへお問い合わせください。

▶サービスの詳細・資料ダウンロードはこちら：<https://musee-marketing.com/>



MUSÉE  
MARKETING

## 美容脱毛サロン『ミュゼプラチナム』について

“全ての女性のキレイをお手伝いしたい”との想いを込め2003年に誕生した、高品質の美容脱毛専門サロン。多くの女性の支持を受け、現在では全国に175（※1）店舗を展開中。

▶ミュゼプラチナム ホームページ <https://musee-pla.com/>

（※1）店舗数は2017年11月末日時点



MUSÉE  
PLATINUM  
ミュゼプラチナム

※本リリースの調査結果・グラフをご利用いただく際は、必ず【ミュゼマーケティング調べ】とご明記ください。

### 【本件に関するお問い合わせ先】

(株) ミュゼプラチナム 広報・PR担当 柳沼・渡辺  
TEL : 03-3486-2097 FAX : 03-3486-2081