

報道関係各位

平成23年 9月5日
株式会社 クロス・マーケティング
(東証マザーズ3629)

今年に入って購入した高額商品は？
1位「パソコン」、2位「テレビ」、3位「ブルーレイ/DVDレコーダー」と、
TOP3は地デジ対応・デジタル家電系商品に

－「高額商品の購入」に関する調査－

株式会社クロス・マーケティング(本社:東京都中央区 代表取締役社長:五十嵐 幹)では、全国の20～69歳の男女1,000人を対象に、「高額商品の購入」に関する調査を実施いたしました。

■調査背景・目的

国内の景気低迷が長く続いている影響で、生活者の消費マインドは冷え込んでおり、一部回復傾向はみられるものの、活性化に向かっているとは言い難い状況といえます。しかし節約を心掛ける一方で、日用品とは異なる高額な商品の購入も行われています。今年に入って購入された、高額商品とその値段は？また、その購入場所や購入理由とは？

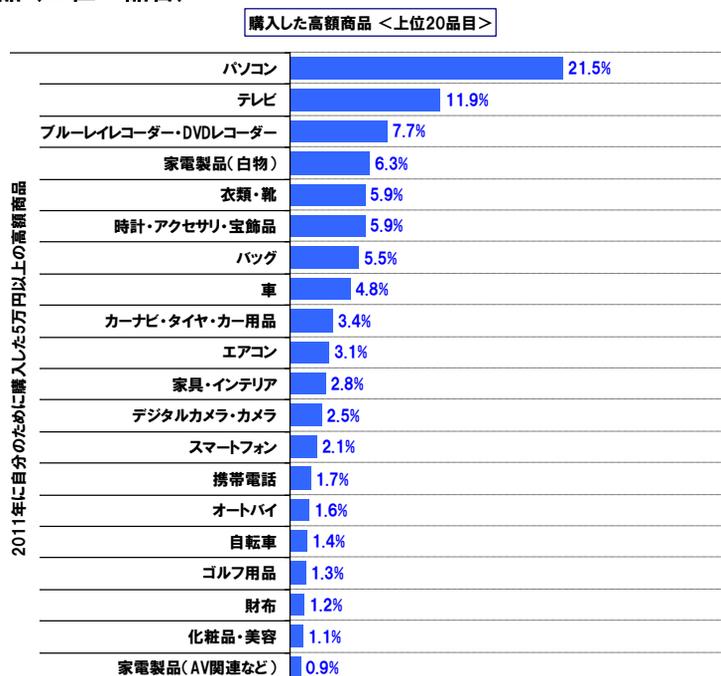
本調査では、2011年に、5万円以上の商品を自分のために購入し、かつその商品を「高額商品だと思う」人を“高額商品購入者”と定義し、購入した商品の具体例、価格、購入の決め手などを明らかにしました。

■調査結果トピックス

- ✓自分のために購入した高額商品は、1位「パソコン」、2位「テレビ」、3位「ブルーレイ/DVDレコーダー」など、地デジ対応・デジタル家電系商品が占める<図1>。
- ✓平均購入価格が最も高い品目は「家・土地」、最も安いのは「スキー・ダイビング・アウトドア」<図2>。
- ✓どこで高額商品を知ったかは、「実店舗」と「インターネット・メルマガ」がほぼ同数<図3>。
- ✓購入理由は、「安かったから・お買い得・ポイントがつくから」(15.9%)が一番高く、高額商品とはいえ、価格やお得感は最後のきっかけとなっている。<図4>

◆自主調査レポートの続きはこちらへ⇒ [http://www.cross-m.co.jp/report/report.html\\$/id/10077/](http://www.cross-m.co.jp/report/report.html$/id/10077/)

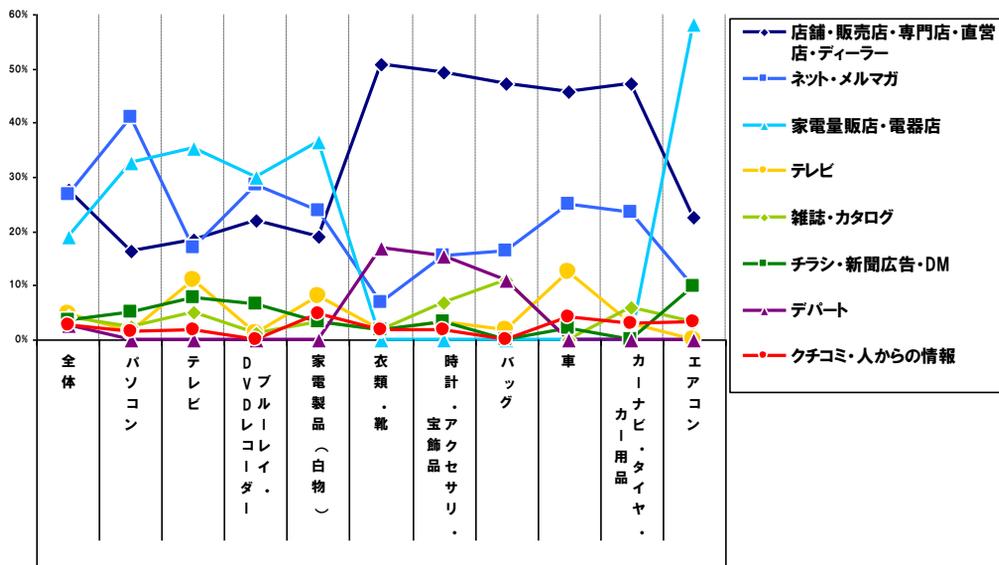
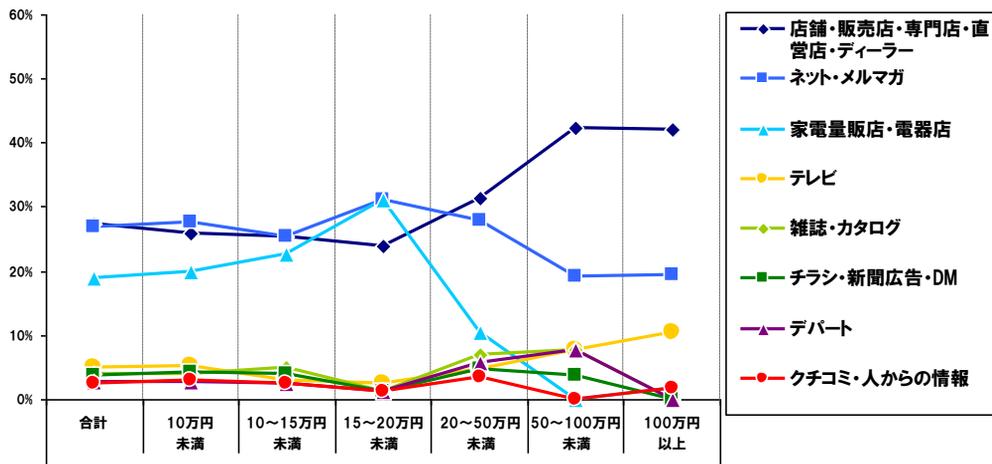
<図1> 購入した高額商品（上位20品目）



<図2> 自分のために購入した『高額商品』のHigh & Low

平均購入価格「高」上位10品目	平均購入価格	平均購入価格「低」上位10品目	平均購入価格
家・土地	¥ 31,800,000	スキー・ダイビング・アウトドア	¥ 53,300
車	¥ 2,266,700	携帯電話	¥ 60,000
墓地	¥ 1,250,000	財布	¥ 63,500
自宅周り	¥ 1,160,000	タブレットPC・iPad	¥ 64,000
着物(和服)	¥ 326,500	スマートフォン	¥ 64,600
家具・インテリア	¥ 301,000	家電製品(AV関連など)	¥ 79,800
オートバイ	¥ 294,600	デジタルカメラ・カメラ	¥ 81,700
時計・アクセサリ・宝飾品	¥ 292,000	自転車	¥ 85,200
絵画	¥ 260,000	ブルーレイレコーダー・DVDレコーダー	¥ 87,600
飾り物	¥ 218,800	眼鏡	¥ 90,100

<図3> 自分のために購入した『高額商品』をどこで知ったか



〈図4〉 最終的にその商品の購入に踏み切った理由(上位3品目)

順位	1位	2位	3位
全体	安かったから・お買い得・ポイントがつくから	気に入ったから	ほしかったから・探していたから
パソコン	(今持っているものが)壊れたから	(今持っているものが)古くなったから	安かったから・お買い得・ポイントがつくから
テレビ	地デジに対応するため	安かったから・お買い得・ポイントがつくから	品質・機能
ブルーレイ・DVDレコーダー	地デジに対応するため	安かったから・お買い得・ポイントがつくから	品質・機能
家電製品(白物)	安かったから・お買い得・ポイントがつくから	(今持っているものが)壊れたから	必要だったから・仕方なく
衣類・靴	気に入ったから	ほしかったから・探していたから	必要だったから・仕方なく
時計・アクセサリ・宝飾品	気に入ったから	ほしかったから・探していたから	ご褒美・記念
バッグ	気に入ったから	ほしかったから・探していたから	安かったから・お買い得・ポイントがつくから
車	(今持っているものが)古くなったから	必要だったから・仕方なく	気に入ったから
カーナビ・タイヤ・カー用品	(今持っているものが)古くなったから	必要だったから・仕方なく	品質・機能
エアコン	(今持っているものが)壊れたから	(今持っているものが)古くなったから	品質・機能

■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)
 調査対象 : 全国の20~69歳の男女
 調査期間 : 2011年8月16日(火)~2011年8月18日(木)
 有効回答数 : 1,000サンプル

【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 : 東京都中央区銀座8-15-2 銀座COMビル6F
 設立 : 2003年4月1日
 公開市場 : 東証マザーズ(証券コード:3629)
 代表者 : 代表取締役社長 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:大島 理香(おおしまりか) TEL : 03-3549-0603 FAX : 03-3549-0232
 E-mail 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・・・」