

報道関係各位

平成25年 8月5日
株式会社 クロス・マーケティング

直近2年以内に購入した高額商品は？

購入上位は「自家用車」「パソコン」「白物家電」「テレビ」と耐久消費財が多く、
購入理由は「日常生活の中でどうしても必要だったから」
「消費税増税は家計に影響」という声も7割弱と生活者はアベノミクスに懐疑的

－高額商品の購入をめぐる意識調査－

株式会社クロス・マーケティング(本社:東京都中央区 代表取締役社長兼CEO:五十嵐 幹)は、全国の15～69歳男女2,000人を対象に、「高額商品の購入をめぐる意識調査」を実施いたしました。

■調査背景・目的

昨今、様々な変化が見られる経済事象下において、「アベノミクス」や「消費税」は消費者にどのような影響を与えているのだろうか？そして、消費者の購入における意識変化とは？

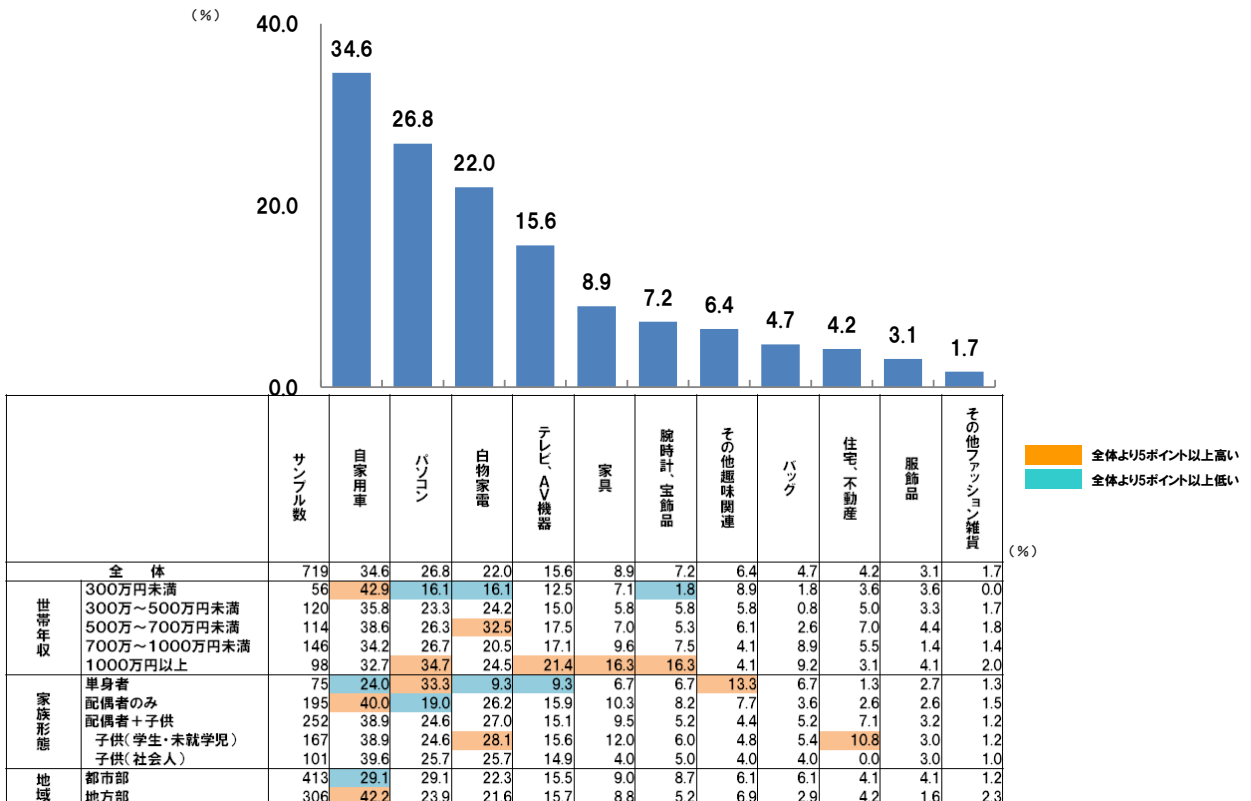
本調査では、10万円以上の商品購入を「高額消費」と定義し、高額消費の実態から消費者の意識を探りました。

■調査結果

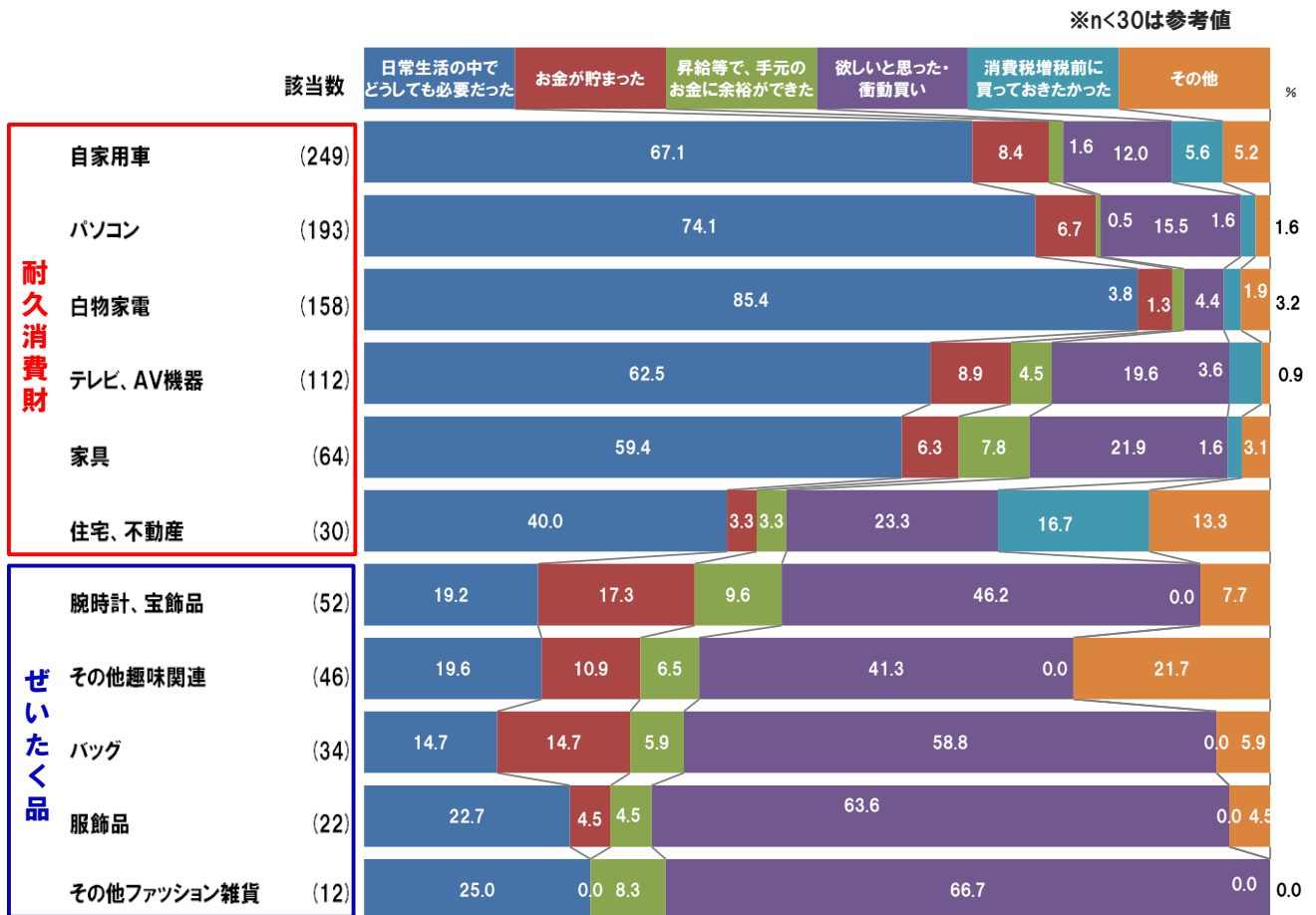
- ✓ 高額商品、購入上位は「自家用車」「パソコン」「白物家電」「テレビ、AV機器」<図1>
- ✓ 上位購入商品の大半は耐久消費財(家庭財)。購入理由は「日常生活の中でどうしても必要だった」から。<図2>
- ✓ 高額商品、2割弱が購入意向を示すも、直近2年以内の購入率を大きく下回る<図3>
- ✓ 生活者はアベノミクスに懐疑的「消費税は家計に影響」7割弱<図4>

◆自主調査レポートの続きはこちらへ⇒ <http://www.cross-m.co.jp/report/> ●●●●

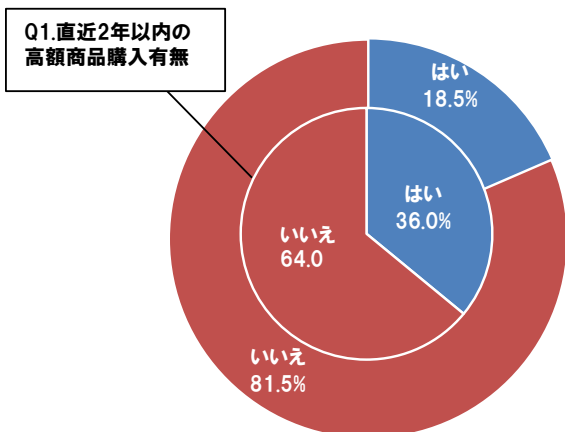
<図1> 直近2年以内に購入した高額商品はどのような商品ですか。(MA)



〈図2〉購入理由やきっかけは何ですか。最も当てはまるものをお選びください。(SA)
※各品目の全体

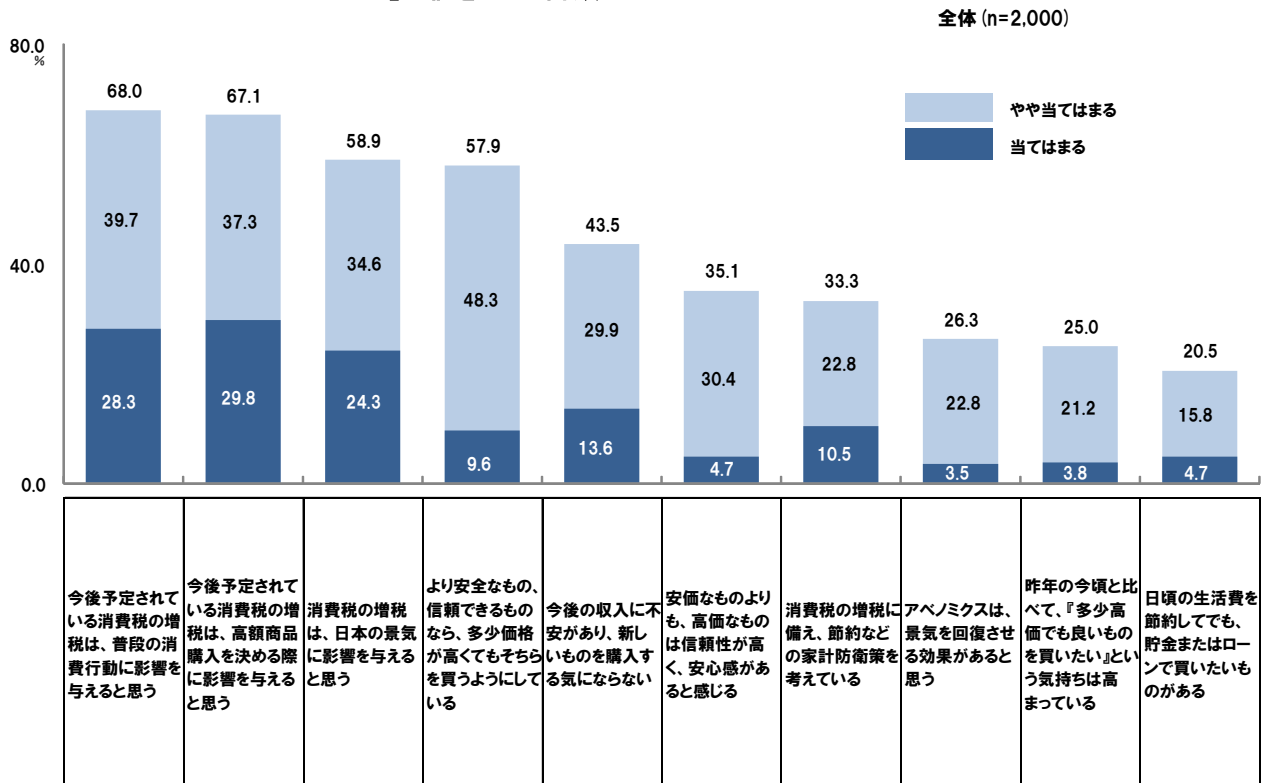


〈図3〉 今後1年以内に単価が10万円以上の商品を購入する予定はありますか。
(車、高級時計、ブランドバッグ、大型家電など)(SA)



		サンプル数	はい	いいえ	%
全 体		2000	18.5	81.5	
世帯年収	300万円未満	227	12.3	87.7	
	300万~500万円未満	345	15.1	84.9	
	500万~700万円未満	292	20.5	79.5	
	700万~1000万円未満	278	28.8	71.2	
	1000万円以上	162	40.7	59.3	
家族形態	単身者	292	15.1	84.9	
	配偶者のみ	408	21.1	78.9	
	配偶者+子供	600	20.7	79.3	
	子供(学生・未就学児)	428	20.8	79.2	
	子供(社会人)	209	21.5	78.5	
地域	都市部	1217	17.9	82.1	
	地方部	783	19.4	80.6	

〈図4〉以下の設問について、最も近いものをお選びください。
※「当てはまる+やや当てはまる」の値をもとに降順にソート



■ 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)
 調査地域 : 全国
 調査対象 : 15～69歳男女
 調査期間 : 2013年7月5日(金)～7月6日(土)
 有効回答数 : 本調査2,000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
 代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹
 事業内容 : 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: 中野 TEL : 03-3549-0328 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・・・」