【Cross Scope】「女性の家電製品の購入実態」に関する調査

報道関係者各位

平成２３年４月１９日
株式会社クロス・マーケティング
（東証マザーズ 3629）

【Cross Scope】「女性の家電製品の購入実態」に関する調査

～利用頻度の高い人には、家電量販店とは、「見ていて楽しい」、「ポイントが魅力的」、「衝動買いをしてしまいそう」なところ。利用頻度の低い人には「あまり印象に残らない」、「ひとりでは行きにくい」ところ。～

■■ 要約 ■■

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）は、関東地区（東京、神奈川、千葉、埼玉）居住の18歳以上の女性で1年以内（2010年2月 ~2011年2月 ）に、所定の家電製品を購入した3,789人を対象に、「家電製品の購入に関する調査」を実施し調査結果のデータ販売を開始いたしました。

詳細URL：http://www.cross-shop.jp/products/detail.php?product_id=538

■■ 調査目的 ■■

厳しい雇用・所得環境のもと、消費マインドの冷え込みが依然として続いている中、家電メーカー各社からは、「毎日の家事をもっと楽で、気持ち良いものにするための生活家電」や、「もっと健やかに、美しくなるための美容・健康家電」といった、女性を意識した家電製品がリリースされています。本調査では、「政府エコポイント」の導入や消費者意識、消費行動が積極的な女性が家電製品を購入する際に、どのような購買行動をとったのかについてみていきます。

また、第二部のレポートでは、購入に影響している購入店舗内のコンタクトポイントなどについて、みていく予定です。

■■ 調査結果トピックス ■■

◇4白物家電購入のきっかけ・理由は、年齢層によって差がある。
「壊れていなくても、性能の良いものを」を求めて購入するシニア層。

結婚やひとり暮らしをきっかけに購入する若年層。

◇あらかじめメーカー・ブランドを決めていた割合は、ゲーム機器やデジタル家電、理美容品で高い。白物家電の事前決定率は３割程度。

◇８割強の人が、家電製品を家電量販店で購入。

◇「女性向け」と感じられている家電量販店は「ヤマダ電機(LABI)」。
「見ていて楽しい」店は、「ヨドバシカメラ」、「ヤマダ電機(LABI)」。
「衝動買いをしてしまいそう」な店は、「ヨドバシカメラ」、「ビックカメラ」。

■■ 調査項目 ■■

・ 属性設問（性別、年齢、居住地、職業、未既婚、子どもの有無／年齢、同居家族、世帯年収）
・ 直近1年間の家電製品の購入の有無（SA）
・ 直近1年間に購入した家電製品（MA）
・ 直近1年間に家電製品を購入したチャネル（MA）
・ 家電量販店の利用頻度（SA）
・ 直近1年間に家電製品を購入した家電量販店（MA）
・ 直近1年間に家電製品を購入したチャネル以外に利用したチャネル（MA）
・ 家電量販店の利用目的（SA）
・ 家電製品を購入したきっかけ・理由
・ 購入店訪店前のメーカー・ブランド選定状況
・ 家電製品を購入する際に気にしていること（訪店前／訪店時）
・ 家電製品を購入する際に決め手となるもの
・ 家電量販店（全般）に対するイメージ（SA）
・ 家電量販店（店舗別）に対するイメージ

■■ 調査概要 ■■

調査方法：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：関東地区（東京、神奈川、千葉、埼玉在住）の18歳以上の女性（1年以内（2010年2月 ~2011年2月 ）に、所定の家電製品を購入した人）
有効回収数：3,789サンプル
調査実施期間：2011年2月28日（月） ~2011年3月 １日（火）
回答者属性：以下記載なお、本調査では10代、20代については「30代未満」、60代、70代以上については、「60代以上」として分析を行った。

■■ 商品概要 ■■

商品名 ： 女性の家電製品の購入実態に関する調査
発刊日 ： 2011年2月
調 査 ： 株式会社クロス・マーケティング

実 査 ： 株式会社クロス・マーケティング
販 売 ： 株式会社クロス・マーケティング
版 型 ： はじめに（Text）・ローデータ・GT表・ラベル（Excel）・
レポート（Pdf）・調査概要（Ppt）
※レポートは、無量配布しております。
レポートのみご希望の場合は、下記よりお申し込みください。
価 格 ：
■ローデータ 31,500円(本体 30,000円＋消費税1,500円)
■PDF 105,000円(本体100,000円＋消費税5,000円)

◇ローデータ加工サービス
ローデータをグラフ等に加工し、納品するサービスも承ります。
別途お見積りいたしますので、どうぞお気軽にご相談ください。

◇無料配布
調査結果のレポートは、無料配布しております。
ご希望の方は、下記リンク先よりお申し込みください。

「女性の家電製品の購入実態」に関する調査
http://www.cross-m.co.jp/report/report.html$/id/220/

「女性の家電製品の購入実態」に関する調査Part.2
http://www.cross-m.co.jp/report/report.html$/id/1873/

■■ 購入方法 ■■

下記URLよりお申し込みください。
詳細：http://www.cross-shop.jp/products/detail.php?product_id=538

【お支払い方法】
法人様・・銀行振込みの後払いとなります。
商品と同封、または別送にて請求書と納品書をお送りいたしますので、振込み
期日までに指定口座へお振込みください。

個人様・・銀行振込みの前払いとなります。
お申し込み後に請求書をお送りいたします。
ご入金が確認されましてから、商品を発送いたします。

■■ 株式会社クロス・マーケティング オリジナル資料 ■■

【Cross Shop Research】美顔器に関する調査
～お家エステの実態を調査～
http://www.cross-shop.jp/products/detail.php?product_id=520

【Cross Shop Research】キッチン家電に関する調査
～「キッチン家電」の利用実態を調査～

http://www.cross-shop.jp/products/detail.php?product_id=515

■■ 株式会社クロス・マーケティングについて ■■

株式会社クロス・マーケティングは、国内130万人超の大規模モニターを軸に、生活者の「生」の声を、主にインターネットを活用して収集するマーケティングリサーチ会社です。
生活者の嗜好の多様化や、商品サイクルの短期化に対応するため、ネットリサーチの優位性である「スピード」「コスト」に加え、「品質」を最大限に重視したリサーチサービスを展開しています。
調査企画から設計、実査、集計・分析レポートまで、マーケティングリサーチに関するあらゆるサービスをトータルにサポートいたします。

■■ 株式会社クロス・マーケティング 会社概要 ■■

名称：株式会社クロス・マーケティング
本社所在地：東京都中央区銀座8丁目15番2号 銀座COMビル6Ｆ
代表者：代表取締役社長 五十嵐 幹
設立：2003年4月
URL：http://www.cross-m.co.jp/

■■ 本件に関するお問い合わせ先 ■■

株式会社クロス・マーケティング
Cross Shop 販売窓口担当
Tel： 03-3549-1319
Fax： 03-5565-5458
Mail： cs-info@cross-m.co.jp
Facebook：http://www.facebook.com/pages/Cross-Shop/164004066984033
twitter：http://twitter.com/cross_CS

Generated by ぷれりりプレスリリース
https://www.prerele.com