【Cross Scope】「高額商品の購入」に関する調査 データ販売開始

報道関係者各位

平成２３年９月１４日
株式会社クロス・マーケティング
（東証マザーズ 3629）

【Cross Scope】「高額商品の購入」に関する調査 データ販売開始

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

■■ 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）では、全国の20～69歳の男女1,000人に行ったアンケート調査「【Cross Scope】「高額商品の購入」に関する調査」のローデータの販売を開始しました。

詳細URL：http://www.cross-shop.jp/products/detail.php?product_id=653

■■ 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

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」

・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。

・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。

■■ 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

■■ 商品概要 ■■

詳細：http://www.cross-shop.jp/products/detail.php?product_id=653

商品名 ：【Cross Scope】「高額商品の購入」に関する調査
発刊日 ： 2011年9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 ： ローデータ・GT表・ラベル(Excel)
◆付録 報告書(PDF)

価 格 ： 31,500円(本体30,000円＋消費税1,500円)

◇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。

◆「高額商品の購入に関する調査」無料PDF
http://www.cross-m.co.jp/report/report.html$/id/10077/

■■ 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=653

【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 Scope】スマートフォンユーザーの実態把握調査
http://www.cross-shop.jp/products/detail.php?product_id=651

【Cross Scope】クラウド・コンピューティングに関する企業の意識調査
http://www.cross-shop.jp/products/detail.php?product_id=645

【Cross Scope EXPRESS】
飼っている犬と自宅で運転しているクルマに関する調査
http://www.cross-shop.jp/products/detail.php?product_id=628

【共同調査】
第3回首都圏における震災3ヶ月後の生活と消費の意識に関するアンケート
http://www.cross-shop.jp/products/detail.php?product_id=585

【共同調査】
第2回首都圏における震災2ヵ月後の生活と消費の意識に関するアンケート
http://www.cross-shop.jp/products/detail.php?product_id=581

【共同調査】
首都圏における震災1ヶ月後の生活と消費の意識に関するアンケート
http://www.cross-shop.jp/products/detail.php?product_id=567

オーガニック化粧品に関する調査
http://www.cross-shop.jp/products/detail.php?product_id=576

■■ 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