

後悔した衝動買い...最も多いのは「洋服」「バッグ」「靴」などの【ファッションアイテム】

衝動買いに関する調査

インターネット調査会社の株式会社マーシュ(東京都世田谷区駒沢、代表:町田正一)は、1都3県、20代～50代の買い物が好きな男女800人を対象に、買い物、衝動買いについてのインターネット調査を実施しました。
実査期間: 2012年2月13日～2月15日

調査トピックス

買い物が好きな人のうち、89.9%が「ネットショッピング」で買い物をすると回答。
「実店舗」は98.8%、「通信販売」は31.4%(それぞれ「よくする」「たまにする」の合計)。
ネットショッピングの利用方法は「パソコン(デスクトップ、ノート)」が96.1%で圧倒的。
「スマートフォン」は18.9%、「携帯電話」は13.8%。
7割の人が衝動買いをすることが「よくある」または「たまにある」と回答。
衝動買いをする【タイミング】として最も多かったのは、「バーゲン期間、セール期間」(53.7%)。
衝動買いをする【気分・きっかけ】として最も多かったのは、「商品を見て(一目惚れ)」(68.1%)。
思わず衝動買いしてしまうキーワード、購入を迷った時に背中を押すキーワードの1位は、「期間限定」(53.0%)。
「個数限定・残り 点」(35.1%)、「(購入者だけの)特典付き・プレゼント付き」(33.1%)と続き、
【限定】要素に惹かれる人は多い。
最近の「後悔した衝動買い」として最も多かったのは、洋服、バッグ、靴といった【ファッションアイテム】で、
回答の約半数を占める。

調査結果URL http://www.marsh-research.co.jp/mini_research/mr201202_1shopping.html

調査概要

調査名: 衝動買いに関する調査
調査対象者: 1都3県の20代～50代男女で、買い物が好きな人
調査項目: ・属性(性別、年代、居住地、職業、未婚・既婚・子供有無、世帯年収)
・買い物をする頻度(実店舗、ネット、通信販売)(単一回答)
・ネットショッピングの利用方法(複数選択)
・衝動買いの頻度(単一回答)
・衝動買いをするタイミング(複数選択)
・衝動買いをする時の気分・きっかけ(複数選択)
・衝動買いのきっかけとなる、または背中を押すキーワード(複数選択)
・最近後悔した衝動買いについて(自由回答)
有効回答数: 800s
割付: 性年代別均等
【性別】 男性:50.0% / 女性:50.0%
【年代】 20代:25.0% / 30代:25.0% / 40代:25.0% / 50代:25.0%
実査期間: 2012年2月13日～2月15日
調査方法: インターネット調査
調査機関: 株式会社マーシュ
アンケートモニターサイト「D STYLE WEB」(<http://www.dstyleweb.com/>)の登録会員を対象に実施