

全国210万人の富裕層データベースをもつランドスケイプだからこそ可能になった
現代のリアルな富裕層の生活をとらえたマーケティングレポート

『富裕層ライフスタイル調査レポート2015』 販売のご案内(ダイジェスト版)

2015. 9

株式会社ランドスケイプ

『富裕層ライフスタイル調査レポート』 の特長

アンケート回答と消費者データベースによる複合分析

通常のアンケートであれば、回答を正として判断しますが、当社では9500万件の消費者データベースと照合し、またGoogle Mapを活用する等、複雑なロジックで分析対象を絞り、かつ判断しています。

コールセンター+イベントをフル活用したリアルなレポート

アンケートの送付のみでは正確な情報は掴めない。ランドスケイプの調査ではコールセンターによるコンタクトと対話、さらに希望者をリアルなイベントに招待して対話を深めることで、よりリアルなレポートを作成しています。

『富裕層ライフスタイル調査』とは？

『富裕層ライフスタイル調査』は以下の聴取項目を含む、全4ページ・21項目の質問から成っています。
回答は選択枝から選ぶ方式です。

主な聴取項目

プロフィール

- ・個人(本人・世帯主)・世帯プロフィール、所得・資産プロフィール、住居プロフィール

生活意識・価値観

- ・生活満足度、労働観、生活意識

富裕層意識

- ・富裕層のイメージ、富裕層意識

ライフスタイル

- ・自動車・ファッション・食・旅行・インテリア・文化芸術・子弟の教育・寄付について

消費実態・ニーズ

- ・百貨店外商利用・買い物時の不満

生活実態・ニーズ

- ・家事の状況、生活関連サービス、ホームパーティー

住居ニーズ

- ・一戸建・集合住宅への好み

老後の生活

- ・老後の生活意向・ニーズ

ライフスタイルアンケート調査票
記入上のおお願い

1. ご回答の仕方は、あてはまるものを1つ選んでチェックをつけるものと、複数チェックできるものがあります。
2. 本アンケートを返送いただいた方はもちろん、2月26日(金)、2月27日(金)にレストラン「シェパード 鶴山サロンの」おごりでのご宴會を希望される方は、アンケート回答より招待状ご協力いただけますと幸いです。
ご協力のほど、どうぞ宜しくお願いいたします。

1. 基本的なプロフィール
各項目ごとに1つ選んでチェックを付けて下さい。

性別	<input type="checkbox"/> 男
	<input type="checkbox"/> 女
年齢	<input type="checkbox"/> 30代以下
	<input type="checkbox"/> 40代
	<input type="checkbox"/> 50代
	<input type="checkbox"/> 60代
	<input type="checkbox"/> 70代
	<input type="checkbox"/> 80代以上
未婚	<input type="checkbox"/> 未婚
	<input type="checkbox"/> 既婚・子供なし
	<input type="checkbox"/> 既婚・未子未就学
	<input type="checkbox"/> 既婚・未子小学生
	<input type="checkbox"/> 既婚・未子中学生
	<input type="checkbox"/> 既婚・未子高校生
	<input type="checkbox"/> 既婚・未子大学生など
	<input type="checkbox"/> 既婚・未子社会人(同国)
	<input type="checkbox"/> 既婚・未子社会人(異国)
	<input type="checkbox"/> 既婚・離死別
	<input type="checkbox"/> 独居
世帯主との関係	<input type="checkbox"/> 世帯主の配偶者
	<input type="checkbox"/> 世帯主の子供・親族
	<input type="checkbox"/> その他

2. 居住形態
あてはまるものに複数チェックを付けて下さい。

居住形態	<input type="checkbox"/> 一戸建 専ら
	<input type="checkbox"/> 一戸建 持ち家
	<input type="checkbox"/> 賃貸マンション
	<input type="checkbox"/> 分譲マンション
	<input type="checkbox"/> 付帯・寮・寮舎
	<input type="checkbox"/> その他

3. 所属している会員制クラブ
あてはまるものに複数チェックを付けて下さい。

所属している 会員制クラブ	<input type="checkbox"/> ライオンズクラブ
	<input type="checkbox"/> ロータリークラブ
	<input type="checkbox"/> 青年会議所(JCY)
	<input type="checkbox"/> ブライバート・クラブ
	<input type="checkbox"/> 会員制テニスクラブ
	<input type="checkbox"/> 会員制ゴルフクラブ
	<input type="checkbox"/> 会員制スポーツクラブ
	<input type="checkbox"/> 会員制エステ・スパ
	<input type="checkbox"/> その他()

4. 職業

5. 職業・会社の情報
あてはまるものに複数チェックを付けて下さい。

職業からの 職業・会社の 継承状況	<input type="checkbox"/> 専ら
	<input type="checkbox"/> 親父
	<input type="checkbox"/> 親の
	<input type="checkbox"/> 引き継

6. 世帯年収
1つ選んでチェックを付けて下さい。

世帯年収	<input type="checkbox"/> 1.0
	<input type="checkbox"/> 1.0
	<input type="checkbox"/> 1.2
	<input type="checkbox"/> 1.5
	<input type="checkbox"/> 2.0
	<input type="checkbox"/> 3.0
	<input type="checkbox"/> 5.0
	<input type="checkbox"/> 7.0
	<input type="checkbox"/> 1~3
	<input type="checkbox"/> 3倍以上

7. 資産額
各項目ごとに1つ選んで下さい。

調査概要のまとめ

(1)調査対象者

株式会社ランドスケイプが保有する「富裕層データベース」210万件のうち、東京都内・横浜市・鎌倉市の年齢40代以上を対象として抽出

(2)調査方法

郵送アンケート調査

アンケート調査票を同梱したダイレクトメール発送後、フォローコールを実施し、アンケート回収。その際、謝礼としてパーティーへの参加または商品券5000円送付することを条件で実施。回答者を招待したパーティーで、さらにインタビュー調査を実施。ランドスケイプ保有の富裕層データ属性項目での第三者検証。

(3)配布サンプル数

配布数：30,000世帯・60,000サンプル(1世帯につき調査票を2部送付)

回収数：2583サンプル(回収率4.30%)

集計対象数：1113サンプル(回収率1.86%)

※「総資産」が「1億円～3億円」以上のサンプルを有効とし、他は対象からはずした。

(4)調査実施期間

2015年1月15日から2015年7月8日

調査対象者の特性1

日本の金融資産の2割を占める2%層に該当する調査対象者が3分の1以上を占める

日本の純金融資産保有マーケット構造		本調査対象者構成比	
73兆円(5.7%) 5.4万世帯(0.1%)	5億円以上	3.2%	34.0%
168兆円(13.1%) 95.3万世帯(1.8%)	1億円以上	30.7%	
242兆円(18.8%) 315.2万世帯(6.0%)	0.5億円以上	23.7%	33.7%
264兆円(20.5%) 651.7万世帯(12.4%)	0.3億円以上	10.0%	
539兆円(41.9%) 4182.7万世帯(79.7%)	0.3億円未満	19.7%	19.7%

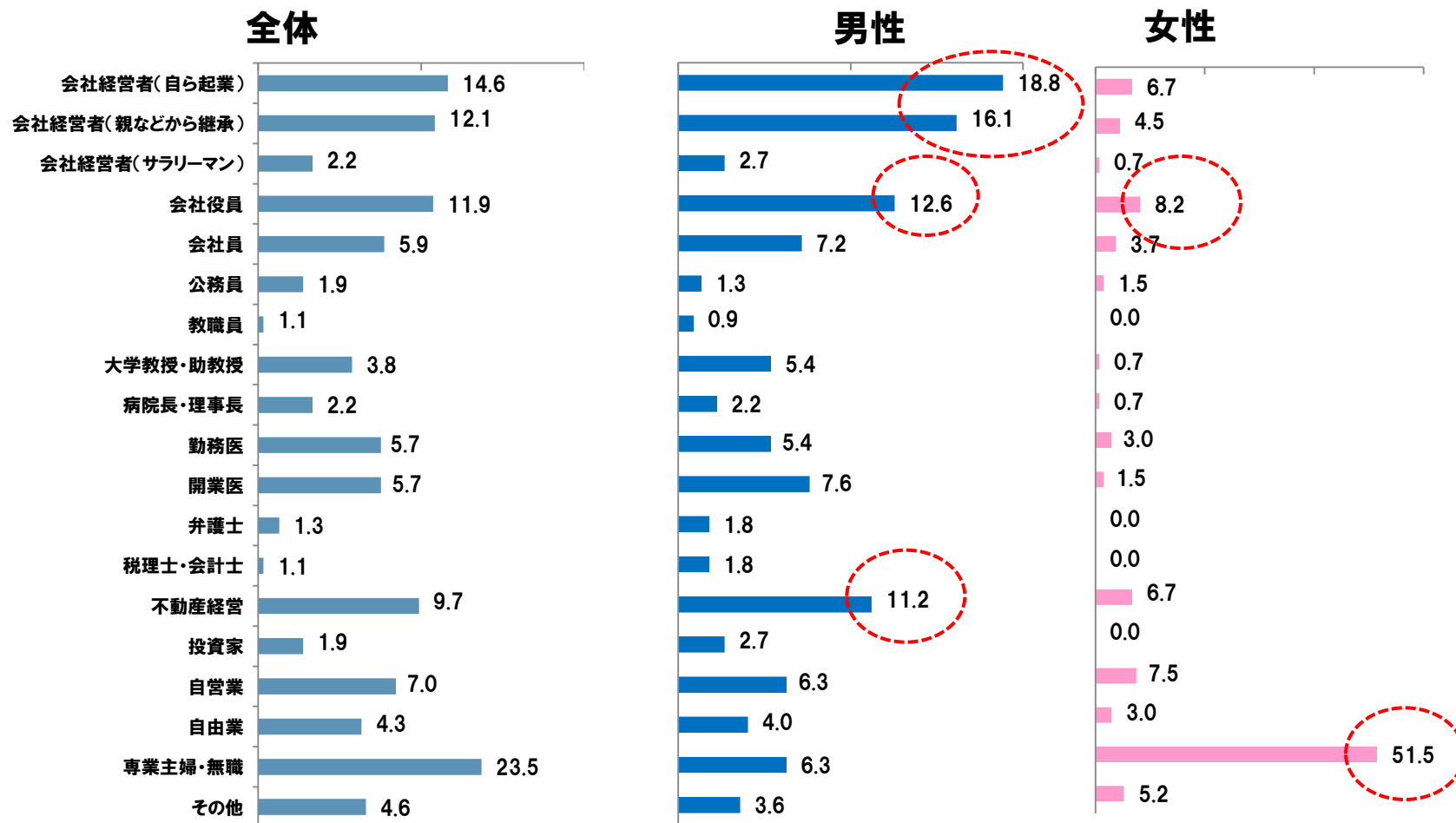
2013年時点の野村総合研究所による推計

※不明12.7%

調査対象者の特性2

職業は「オーナー経営者」「会社役員」「不動産経営」が多い。

本人職業(個人ベース)



調査レポートのご案内

■分析結果まとめイメージ

4-1.各クラスターのプロフィール

	男性CL1	男性CL2	男性CL3	男性CL4
生活意識 面情報	<ul style="list-style-type: none"> ●買い物は車で、手間や時間をかけていない。そのため、通販販売への抵抗感は低く、直接売場に必ず行く、物販する。 ●自分のために、今の生活スタイルに必要に応じて、また、オンパツが好きで自分の外見に投資する傾向が強い。 ●社会的で、多くの友人・知人を囲いたいと考えている。 	<ul style="list-style-type: none"> ●商品を購入する際には品質と自分の価値や主観を重視している。 ●人や社会の役に立たいと考えており、ボランティア精神が強い。地域環境を守るためにも多少の不便は我慢できる。 ●サブミットなどに精通し、音読の意事から継続的に行っている。 ●教養や文化への造詣が深い、功だと考えている。 	<ul style="list-style-type: none"> ●上昇志向が強く、影響力の強い、ボランティアに立ちたいという思いが強い。 ●オンパツ好きで、ブランド志向が強い。 ●旅行、新商品には必ず行く。また、買い物は必ず行く。物販する傾向が強い。 ●人や社会の役に立たいと考えており、ボランティア精神が強い。地域環境を守るためにも多少の不便は我慢できる。 ●サブミットなどに精通し、音読の意事から継続的に行っている。 ●教養や文化への造詣が深い、功だと考えている。 	<ul style="list-style-type: none"> ●経営志向が強く、将来の成長を5年以上考慮し、計画的に生きたいと考えている。また、資産増強を望んでいる。 ●旅行、新商品には必ず行く。また、買い物は必ず行く。物販する傾向が強い。 ●人や社会の役に立たいと考えており、ボランティア精神が強い。地域環境を守るためにも多少の不便は我慢できる。 ●サブミットなどに精通し、音読の意事から継続的に行っている。 ●教養や文化への造詣が深い、功だと考えている。
プロフィール	<ul style="list-style-type: none"> ●ほぼ60代が中心。他のクラスターよりも60代以上の割合が多い。 ●「自宅経営」・「会社経営」・「自営業」・「投資家」の割合が高い。 ●世帯年収は他のクラスターよりも低く、1,000万円未満の割合が最も多い。 ●全資産額は1,000万円未満の割合が25%を占める。一方で、5,000万~7,000万円の方の割合は他のクラスターよりも高い。 ●総資産額は1,000万~3,000万円、5,000万~7,000万円、3~5億円未満の方の他のクラスターよりも多い。 ●「国内の不動産」・「国内の別荘」・「海外の不動産」を持つ割合が高い。 ●子供への資産継承意向が高い。 ●キャリアの方が多い。 	<ul style="list-style-type: none"> ●50~70代が幅広く分布。 ●「教職者」、「勤務先・開業」、「自営業」の割合が高い。 ●世帯年収は比較的均等。大きな特異性は少ない。 ●全資産額は1,000万~3,000万円未満、3,000万円以上の割合が他のクラスターよりも高い。 ●総資産額は3,000万~5,000万円未満、7,000万~1億円未満の方の他のクラスターよりも多い。 ●保有している不動産や資産・特物はなく、不動産を所有していない割合が他のクラスターよりも高い。 ●子供への資産継承意向は低い。 	<ul style="list-style-type: none"> ●60~70代が中心。他のクラスターよりも70代以上の割合が多い。 ●「経営者」、「公務員」、「大学教授」、「士業」の割合が高い。 ●世帯年収は高額の層が大きい。1,000万~1,500万円未満の方の割合が他のクラスターよりも高い。 ●投資資産額は高額の層が大きい。一方で、3,000万円以上の割合が他のクラスターよりも高い。 ●総資産額は1~2億円、5~10億円未満の方の他のクラスターよりも多い。 ●保有している不動産や資産・特物は「海外の不動産」、「海外の別荘」、「海外の不動産」、「海外の別荘」、「海外の不動産」を持つ割合が高い。 ●子供への資産継承意向は高い。 	<ul style="list-style-type: none"> ●経営志向が強く、将来の成長を5年以上考慮し、計画的に生きたいと考えている。また、資産増強を望んでいる。 ●旅行、新商品には必ず行く。また、買い物は必ず行く。物販する傾向が強い。 ●人や社会の役に立たいと考えており、ボランティア精神が強い。地域環境を守るためにも多少の不便は我慢できる。 ●サブミットなどに精通し、音読の意事から継続的に行っている。 ●教養や文化への造詣が深い、功だと考えている。 ●外へ出かけるよりも家で過ごす方が好きで、自分一人で過ごす時間も大切にしている。 ●60~70代が中心。他のクラスターよりも70代以上の割合が多い。 ●「経営者」、「公務員」、「大学教授」、「士業」の割合が高い。 ●世帯年収は1,500万~3,000万円の方の割合が他のクラスターよりも高い。 ●総資産額は1~2億円、5~10億円未満の方の他のクラスターよりも多い。 ●保有している不動産や資産・特物は「海外の不動産」、「海外の別荘」、「海外の不動産」を持つ割合が高い。 ●子供への資産継承意向は高い。

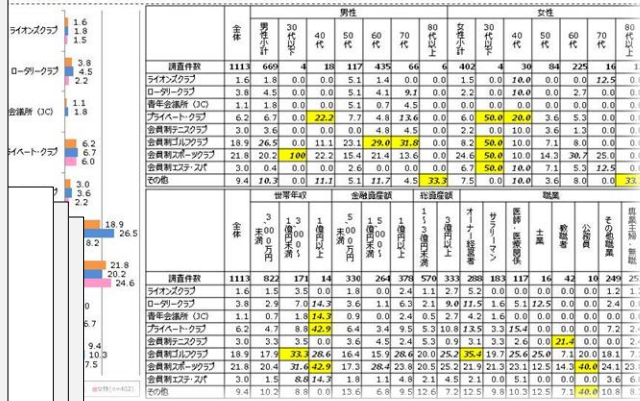
■分析コメントレポートイメージ

所属している会員制クラブ

男性の7割、女性の8割が会員制クラブに所属

所属している会員制クラブは男性では「会員制ゴルフクラブ」が最も多く、次いで「会員制スポーツクラブ」が最も多く、「会員制ゴルフクラブ」と続く。

世帯年収・全資産・総資産が多くなるほど会員制クラブに所属する割合は高く、特に世帯年収3000万円超、全資産1億円以上、総資産1億円以上は、本人職業別ではオーナー経営者が、会員制クラブに所属している割合が最も高い。



■数表編イメージ

クラブ種別	全業	30代以下	40代	50代	60代	70代	80代以上
会員制ゴルフクラブ	2.4	1.8	0.0	0.0	5.1	1.4	0.0
会員制スポーツクラブ	4.3	4.9	0.0	22.2	7.7	4.8	0.0
青年会	1.9	3.1	0.0	5.1	0.7	4.5	0.0
プライベートクラブ	3.8	2.3	0.0	22.2	0.0	2.6	0.0
会員制テニスクラブ	1.1	1.3	0.0	0.0	5.1	0.7	0.0
会員制ゴルフクラブ	18.9	26.5	0.0	11.1	23.1	29.0	0.0
会員制スポーツクラブ	21.8	20.2	2.0	22.2	15.4	13.6	0.0
会員制エステクラブ	3.0	0.4	0.0	2.6	0.0	0.0	0.0
その他	9.4	10.3	0.0	11.1	11.7	4.5	0.0

【レポートの形式と価格】

- ・調査結果データ、分析結果レポートをペーパー(プリント)及び電子媒体で納品

【販売価格】

項 目	金額(税別)	備 考
富裕層ライフスタイル調査 レポートのご購入	50万円	※ペーパー及び電子媒体での 納品となります。
オ プ シ ョ ン 貴社の顧客データ分析	都度お見積り	貴社データをお預かりし、弊社 富裕層データベースとのマッ チングにより分析いたします。

【お申し込み条件】

- ・広告代理店様、リサーチ会社様等には販売致しません。
- ・原則事業部単位のお申込みとさせていただきます。