



## 腕時計に関する消費者意識調査

2006

スイス時計協会 FH は、消費者の腕時計に対する意識、購買動向などについてのアンケート調査を実施した。アンケートは、年齢 20 才以上の男女個人で高級腕時計に興味関心のある人を対象に、インターネットリサーチ(WEB調査)方式で行うこととし、(株)帝国データバンク 産業調査部に調査依頼した。調査期間は 2006 年 2 月 6 日から 17 日で、1,005 人から回答を得て集計した。

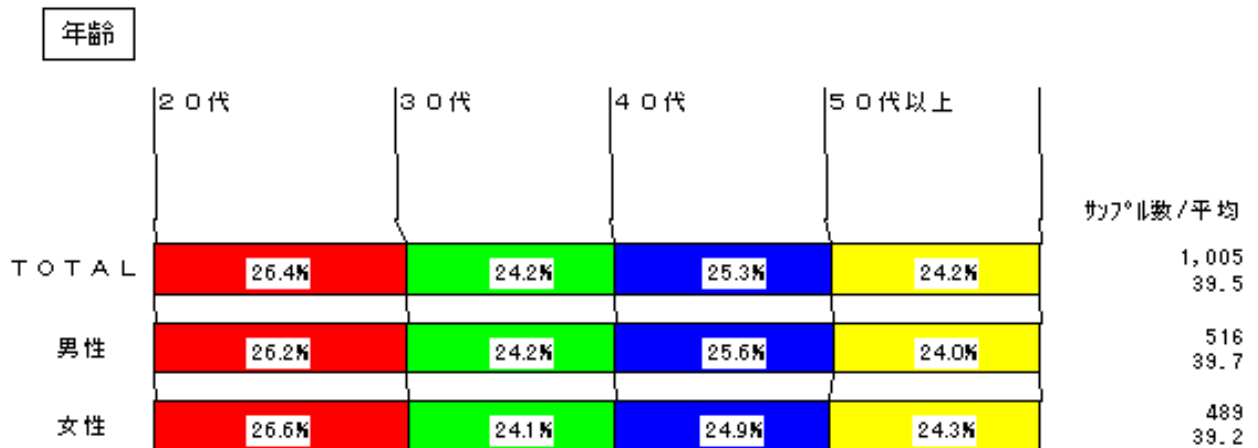
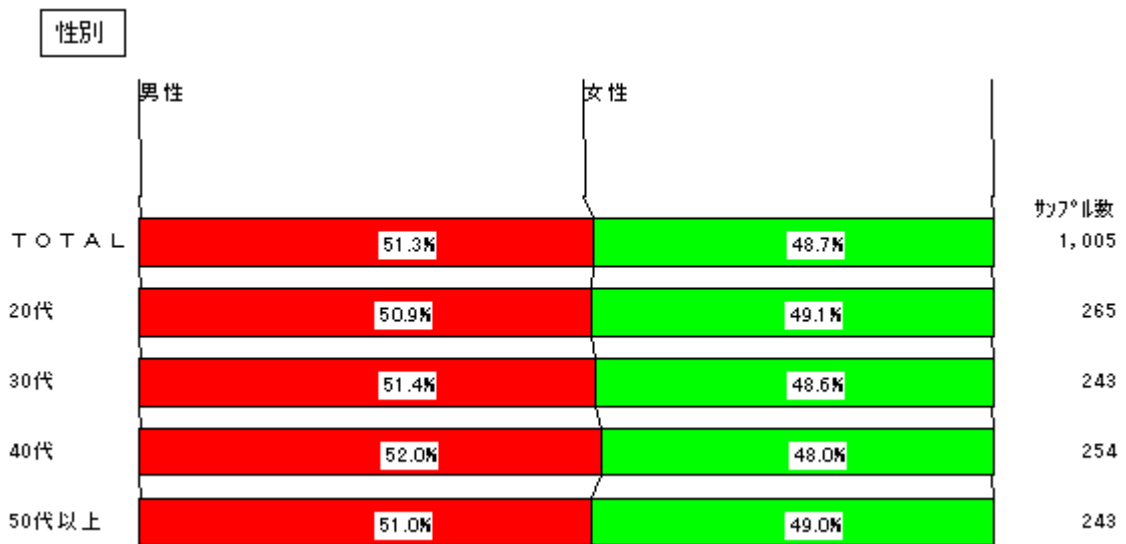
- 調査地域 全国
- 調査方法 WEB 調査
- 標本抽出 外部協力会社の調査モニター
- 調査対象 1. 年齢 20 才以上の男女個人, で  
2. 高級腕時計に興味関心のある人  
(スクリーニングにより 10 万円以上の腕時計に「興味ある」または「やや興味ある」回答者のみ抽出)
- 調査標本数 集計サンプル数 1,005

	合計	20 代	30 代	40 代	50 代以上
合計	1005	265	243	254	243
男性	516	135	125	132	124
女性	489	130	118	122	119

調査期間 2006 年 2 月 6 日(月)~2 月 17 日(金)



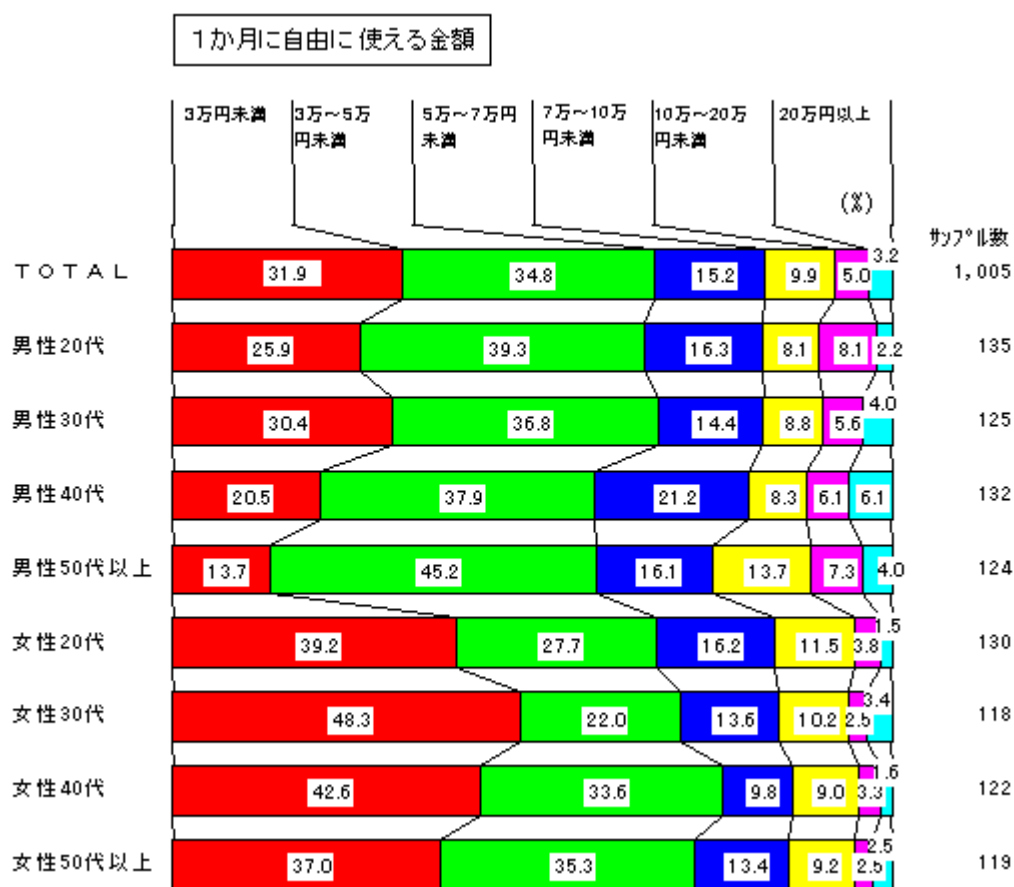
## 性別・年齢





## 1か月に自由に使える金額 - 5万円未満が67%

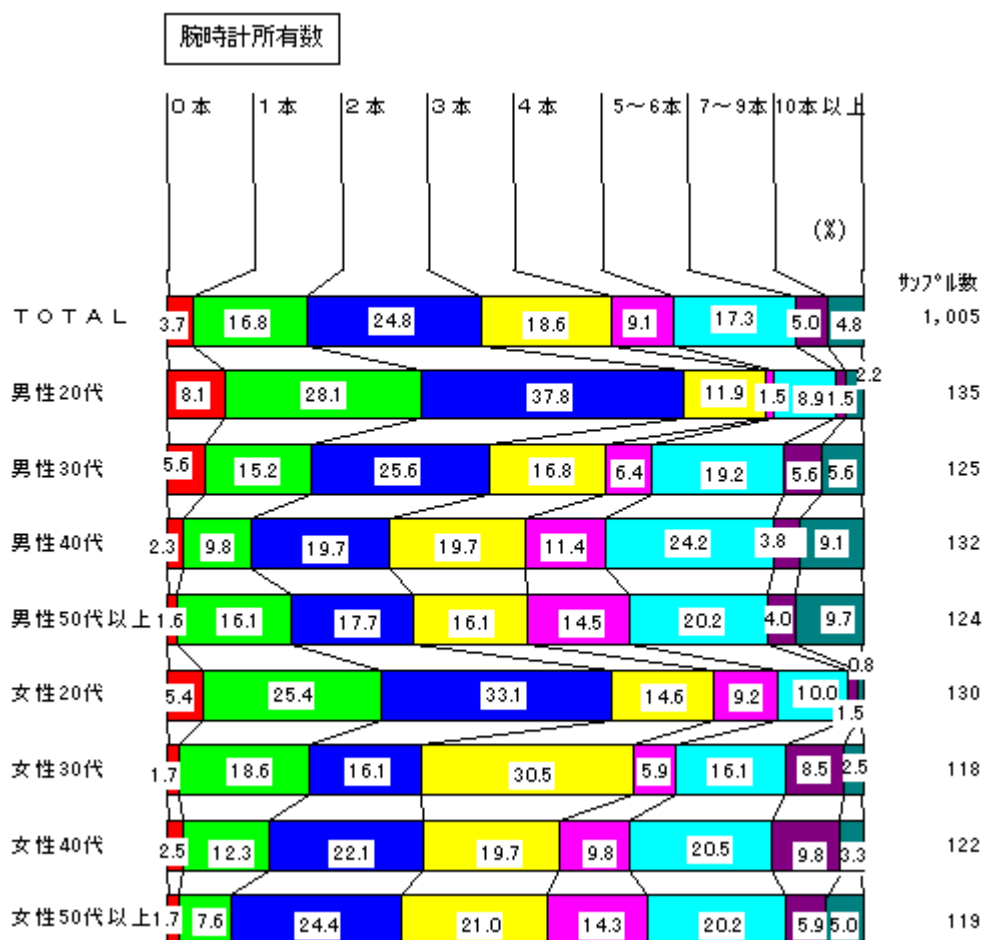
1ヶ月に自由に使える金額は「3万円未満」31.9%、「3～5万円未満」34.8%となり、5万円未満が全体の約67%を占めている。また、「10万円以上」の回答は全体の8.2%にとどまった。





## 腕時計所有本数 -腕時計所有「1本」は17%にとどまる

腕時計所有「1本」は16.8%、「2本」は24.8%という結果となった。3本以上所有者は全体の54.8%となっており、半数以上が3本以上所有していることになる。「10本以上」との回答も全体の4.8%を占めた。

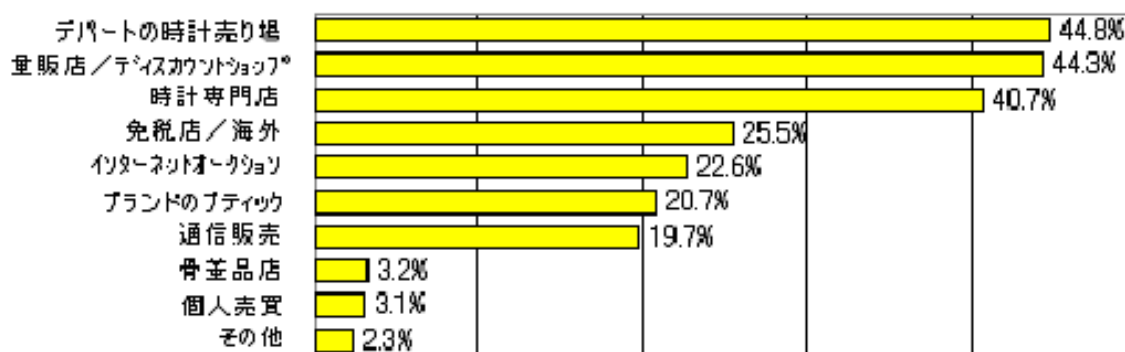




## 購入(もしくは購入予定)場所 - 時計専門店は41%

最も多かったのは「デパートの時計売場」で、「時計専門店」は「量販店・ディスカウントショップ」に続いて高い。

(複数回答)



購入場所	TOTAL	男 性				女 性			
		20代	30代	40代	50以上	20代	30代	40代	50以上
回答者数計	1,005	135	125	132	124	130	118	122	119
デパートの時計売り場	44.8%	36.3%	39.2%	37.1%	31.5%	65.4%	52.5%	48.4%	48.7%
量販店/ディスカウントショップ*	44.3%	39.3%	49.6%	62.9%	56.5%	26.9%	39.0%	41.0%	38.7%
時計専門店	40.7%	44.4%	48.0%	45.5%	44.4%	30.8%	38.1%	35.2%	38.7%
免税店/海外	25.5%	8.1%	19.2%	26.5%	25.8%	24.6%	27.1%	38.5%	36.1%
インターネットオークション	22.6%	20.7%	22.4%	40.2%	22.6%	15.4%	20.3%	19.7%	18.5%
ブランドのブティック	20.7%	22.2%	12.0%	10.6%	8.9%	36.2%	33.9%	18.9%	23.5%
通信販売	19.7%	21.5%	24.0%	32.6%	12.9%	13.8%	11.0%	22.1%	18.5%
骨董品店	3.2%	2.2%	7.2%	6.1%	3.2%	2.3%	2.5%	0.8%	0.8%
個人売買	3.1%	1.5%	4.0%	6.8%	3.2%	1.5%	3.4%	1.6%	2.5%
その他	2.3%	4.4%	0.8%	0.8%	0.8%	3.1%	4.2%	2.5%	1.7%



## よく行く時計専門店

購入場所が「時計専門店」との回答者への設問。トップはエバンス。次いで、ウォッチマン、和光等が多い。地元の無名時計店の回答も多数存在した。

(自由回答)

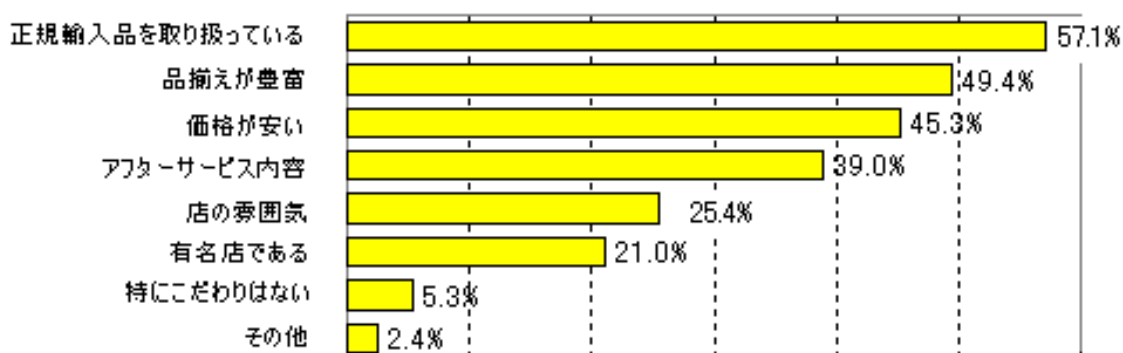
順位	店舗名	回答数	構成比	順位	店舗名	回答数	構成比
1	エバンス	22	5.4%	21	さくらや	2	0.5%
2	ウォッチマン	14	3.4%	21	サテンドール	2	0.5%
2	和光	14	3.4%	21	ジュエリーパリ	2	0.5%
4	ロレックス	13	3.2%	21	セイコー	2	0.5%
5	服部時計店	9	2.2%	21	タグホイヤー	2	0.5%
6	地元、近所の店	8	2.0%	21	タミヤ時計店	2	0.5%
7	チックタック	7	1.7%	21	ビックカメラ	2	0.5%
7	モンデール	7	1.7%	21	吉田時計店	2	0.5%
9	スウォッチ	6	1.5%	21	三越	2	0.5%
10	BEST	5	1.2%	21	時報堂	2	0.5%
10	ヨドバシカメラ	5	1.2%	21	小野時計店	2	0.5%
10	天賞堂	5	1.2%	21	尚美堂	2	0.5%
13	オメガ	4	1.0%	21	大丸	2	0.5%
14	ami	3	0.7%	21	大西時計店	2	0.5%
14	SEIKO	3	0.7%	21	平野時計店	2	0.5%
14	クォーク	3	0.7%	21	宝石広場	2	0.5%
14	ナニワ	3	0.7%	21	麻生時計店	2	0.5%
14	丸井	3	0.7%		その他	158	38.6%
14	高島屋	3	0.7%		特になし、決めて ない、わからない	75	18.3%
14	寺内	3	0.7%		合計	409	100.0%
21	オメガ	2	0.5%				



## 時計購入店の選択において重視するポイント

57%が、「正規輸入品を取り扱っている」を重視すると回答。「品揃え豊富」「価格が安い」よりも「正規輸入品を取り扱っている」ことを重視している人が多い。「時計に興味のある人」をスクリーニングしたため、時計そのものの価値を考えるモニターが多かったものと思われる。

(複数回答)

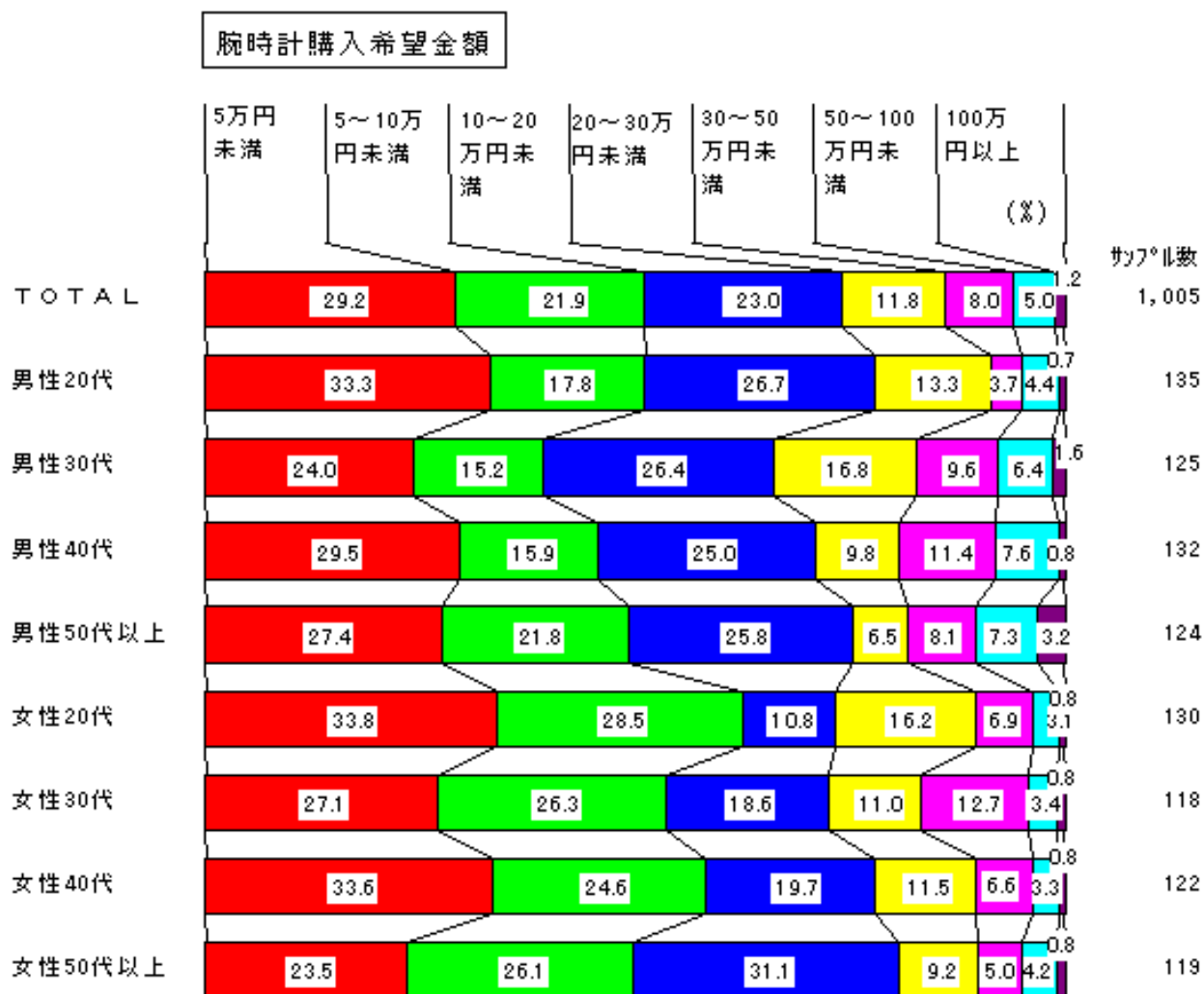


購入店選択のポイント	TOTAL	男 性				女 性			
		20代	30代	40代	50以上	20代	30代	40代	50以上
回答者合計	1,005	135	125	132	124	130	118	122	119
正規輸入品を取り扱っている	57.1%	51.9%	57.6%	50.8%	51.6%	61.5%	69.5%	54.9%	60.5%
品揃えが豊富	49.4%	41.5%	44.0%	47.0%	54.8%	51.5%	56.8%	50.8%	49.6%
価格が安い	45.3%	52.6%	50.4%	64.4%	52.4%	31.5%	37.3%	39.3%	31.9%
アフターサービス内容	39.0%	34.1%	37.6%	37.1%	37.1%	39.2%	40.7%	41.0%	46.2%
店の雰囲気	25.4%	28.9%	20.8%	18.9%	14.5%	32.3%	33.9%	27.0%	26.9%
有名店である	21.0%	22.2%	22.4%	19.7%	16.1%	28.5%	19.5%	16.4%	22.7%
特にこだわりはない	5.3%	3.0%	3.2%	2.3%	8.9%	6.2%	3.4%	8.2%	7.6%
その他	2.4%	3.0%	2.4%	3.8%	0.8%	2.3%	2.5%	2.5%	1.7%



## 腕時計購入の予定金額 - 20万円以上の購入予定は26%

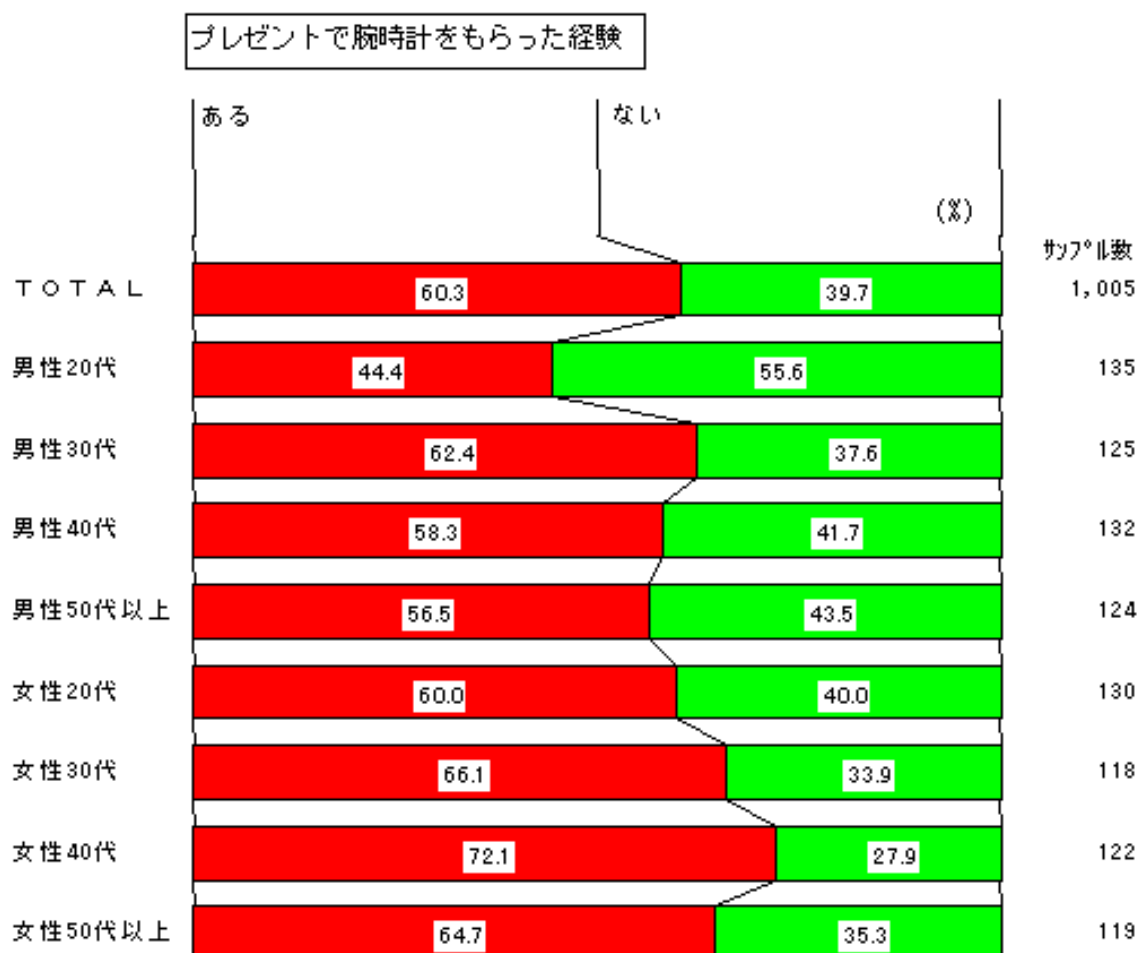
腕時計購入予定金額 20 万円以上が全体の 26.0%を占める。30 万円以上は 14.2%、100 万円以上は 1.2%となっている。年代においてもそれほど大きな差異はなく、若い世代でも高額な時計を購入したいという層は多いようだ。





## プレゼントで時計をもらった経験の有無 - 60%が経験あり

腕時計をプレゼントにもらったことのある人は 60.3%となり、半数以上を占めている。男性20代は 44.4%と全体の中では最も低い結果となった。

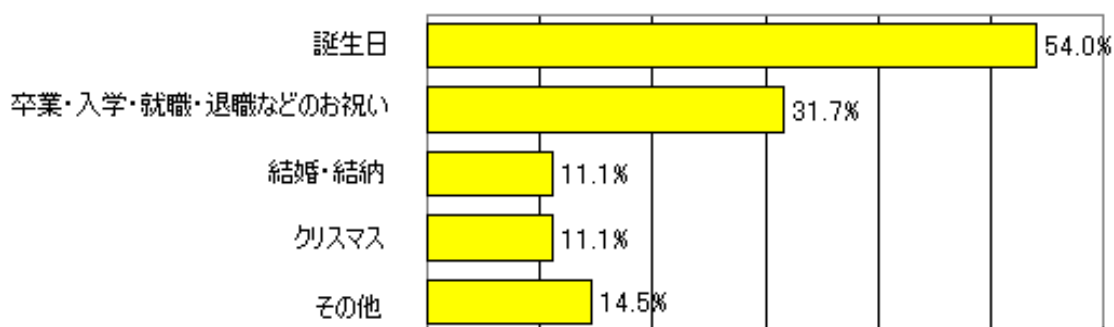




## プレゼントで腕時計をもらったシチュエーション - 「誕生日」が54%

プレゼントでもらった経験ありの人への設問、プレゼントでもらうシチュエーションは「誕生日」が多く、次いで「卒業・入学・就職・退職などのお祝い」となった。

(複数回答)



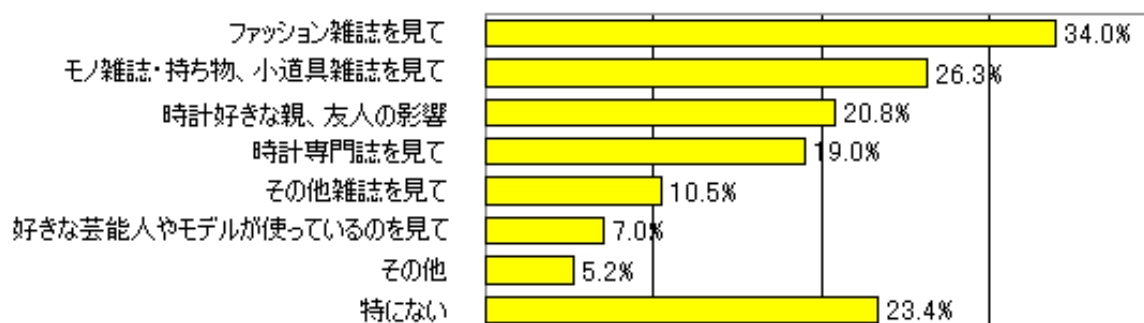
プレゼントでもらうシチュエーション	TOTAL	男 性				女 性			
		20代	30代	40代	50以上	20代	30代	40代	50以上
回答者合計	606	60	78	77	70	78	78	88	77
誕生日	54.0%	50.0%	64.1%	41.6%	45.7%	53.8%	70.5%	58.0%	45.5%
卒業・入学・就職・退職などのお祝い	31.7%	40.0%	17.9%	42.9%	38.6%	29.5%	24.4%	35.2%	27.3%
結婚・結納	11.1%	10.0%	17.9%	23.4%	8.6%	3.8%	6.4%	10.2%	7.8%
クリスマス	11.1%	10.0%	9.0%	5.2%	4.3%	19.2%	15.4%	14.8%	9.1%
その他	14.5%	11.7%	6.4%	10.4%	18.6%	15.4%	6.4%	20.5%	26.0%



## 時計に興味を持ったきっかけ - 「ファッション雑誌」が34%

女性は「ファッション雑誌」が多く、男性は「モノ雑誌・小道具雑誌」「時計専門雑誌」からの影響が大きい。

(複数回答)



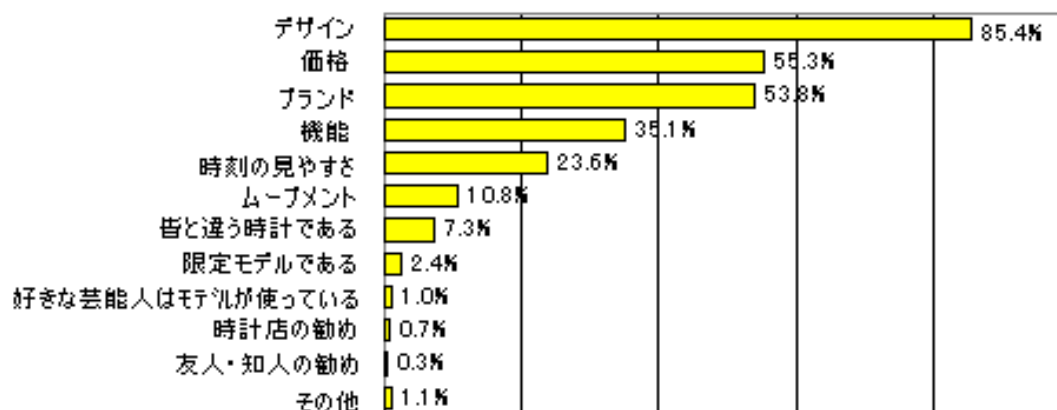
興味のきっかけ	TOTAL	男 性				女 性			
		20代	30代	40代	50以上	20代	30代	40代	50以上
回答者合計	1,005	135	125	132	124	130	118	122	119
ファッション雑誌を見て	34.0%	37.8%	17.6%	17.4%	4.8%	66.9%	49.2%	43.4%	35.3%
モノ雑誌・持ち物、小道具雑誌を見て	26.3%	23.7%	42.4%	39.4%	28.2%	16.2%	22.0%	16.4%	21.0%
時計好きな親、友人の影響	20.8%	15.6%	18.4%	20.5%	19.4%	20.8%	23.7%	21.3%	27.7%
時計専門誌を見て	19.0%	20.7%	40.8%	31.8%	23.4%	5.4%	9.3%	9.8%	9.2%
その他雑誌を見て	10.5%	9.6%	10.4%	9.1%	12.9%	10.8%	10.2%	12.3%	9.2%
好きな芸能人やモデルが使っているのを見て	7.0%	6.7%	4.0%	2.3%	2.4%	13.1%	11.0%	8.2%	8.4%
その他	5.2%	4.4%	7.2%	6.8%	5.6%	4.6%	6.8%	4.9%	0.8%
特になし	23.4%	30.4%	18.4%	19.7%	37.1%	15.4%	16.9%	23.0%	26.1%



## 腕時計選択時の重要要素 - 選択時重視点は「デザイン」「価格」「ブランド」

腕時計の選択時重視ポイントは「デザイン」「価格」「ブランド」。男性40代、50代では「機能」も重視点として高くなっている様子がうかがえる。

(3つのみ選択)



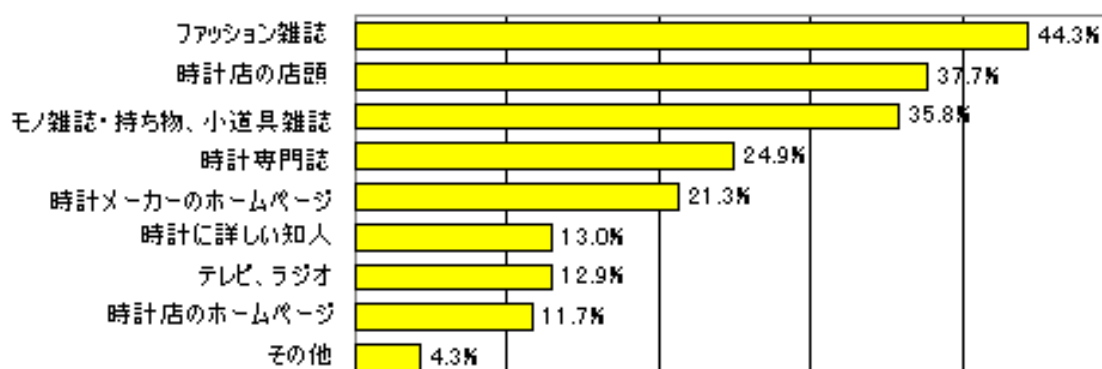
選択時の重要要素	TOTAL	男性				女性			
		20代	30代	40代	50以上	20代	30代	40代	50以上
回答者合計	1,005	135	125	132	124	130	118	122	119
デザイン	85.4%	83.7%	87.2%	78.0%	70.2%	95.4%	93.2%	88.5%	87.4%
価格	55.3%	49.6%	55.2%	51.5%	54.0%	58.5%	57.6%	59.8%	57.1%
ブランド	53.8%	63.0%	50.4%	55.3%	46.0%	55.4%	60.2%	52.5%	47.1%
機能	35.1%	34.1%	43.2%	46.2%	47.6%	28.5%	17.8%	35.2%	26.9%
時刻の見やすさ	23.6%	15.6%	10.4%	12.9%	23.4%	27.7%	28.8%	27.9%	44.5%
ムーブメント	10.8%	14.1%	22.4%	12.9%	18.5%	2.3%	5.9%	5.7%	4.2%
皆と違う時計である	7.3%	7.4%	8.8%	7.6%	4.8%	6.9%	9.3%	4.1%	9.2%
限定モデルである	2.4%	1.5%	5.6%	6.8%	2.4%	0.0%	0.8%	0.8%	0.8%
好きな芸能人はモデルが使っている	1.0%	0.0%	0.0%	0.8%	0.0%	4.6%	1.7%	0.8%	0.0%
時計店の勧め	0.7%	0.0%	0.0%	0.8%	0.8%	0.8%	0.8%	0.0%	2.5%
友人・知人の勧め	0.3%	0.0%	0.0%	0.0%	1.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.8%
その他	1.1%	0.7%	0.0%	2.3%	0.8%	0.8%	0.8%	1.6%	1.7%



## 腕時計の情報収集源 - 情報源は「ファッション雑誌」「時計店の店頭」「モノ雑誌」

「ファッション雑誌」は、主に女性であるが、若者向けに発刊している種類が多いからか男性20代でも高いものとなっている。

(複数回答)



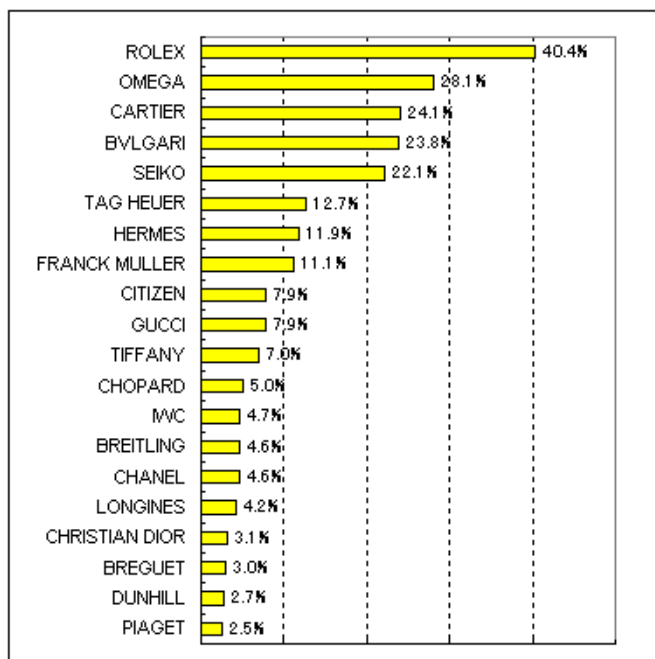
情報収集源	TOTAL	男 性				女 性			
		20代	30代	40代	50以上	20代	30代	40代	50以上
回答者合計	1,005	135	125	132	124	130	118	122	119
ファッション雑誌	44.3%	44.4%	18.4%	22.7%	7.3%	75.4%	70.3%	69.7%	47.9%
時計店の店頭	37.7%	26.7%	29.6%	37.1%	44.4%	36.9%	32.2%	40.2%	56.3%
モノ雑誌・持ち物、小道具雑誌	35.8%	31.9%	49.6%	55.3%	41.1%	16.9%	30.5%	24.6%	36.1%
時計専門誌	24.9%	33.3%	46.4%	39.4%	29.8%	6.9%	16.9%	13.9%	10.1%
時計メーカーのホームページ	21.3%	28.9%	25.6%	28.0%	25.0%	15.4%	11.9%	18.0%	16.0%
時計に詳しい知人	13.0%	15.6%	11.2%	12.1%	5.6%	14.6%	11.9%	14.8%	18.5%
テレビ、ラジオ	12.9%	6.7%	11.2%	12.1%	10.5%	23.1%	11.0%	9.0%	20.2%
時計店のホームページ	11.7%	14.8%	20.0%	12.9%	12.1%	6.9%	11.0%	9.8%	5.9%
その他	4.3%	4.4%	5.6%	6.1%	5.6%	1.5%	4.2%	4.1%	2.5%



## 好きなブランド・買いたいブランド(上位 20 ブランド)

好きなブランド、買いたいブランドを3位まで順に回答してもらった。上位は、Rolex, Omega, Cartier, Bvlgari, Seiko。Rolex は男女、共に人気が高い。

(複数回答)

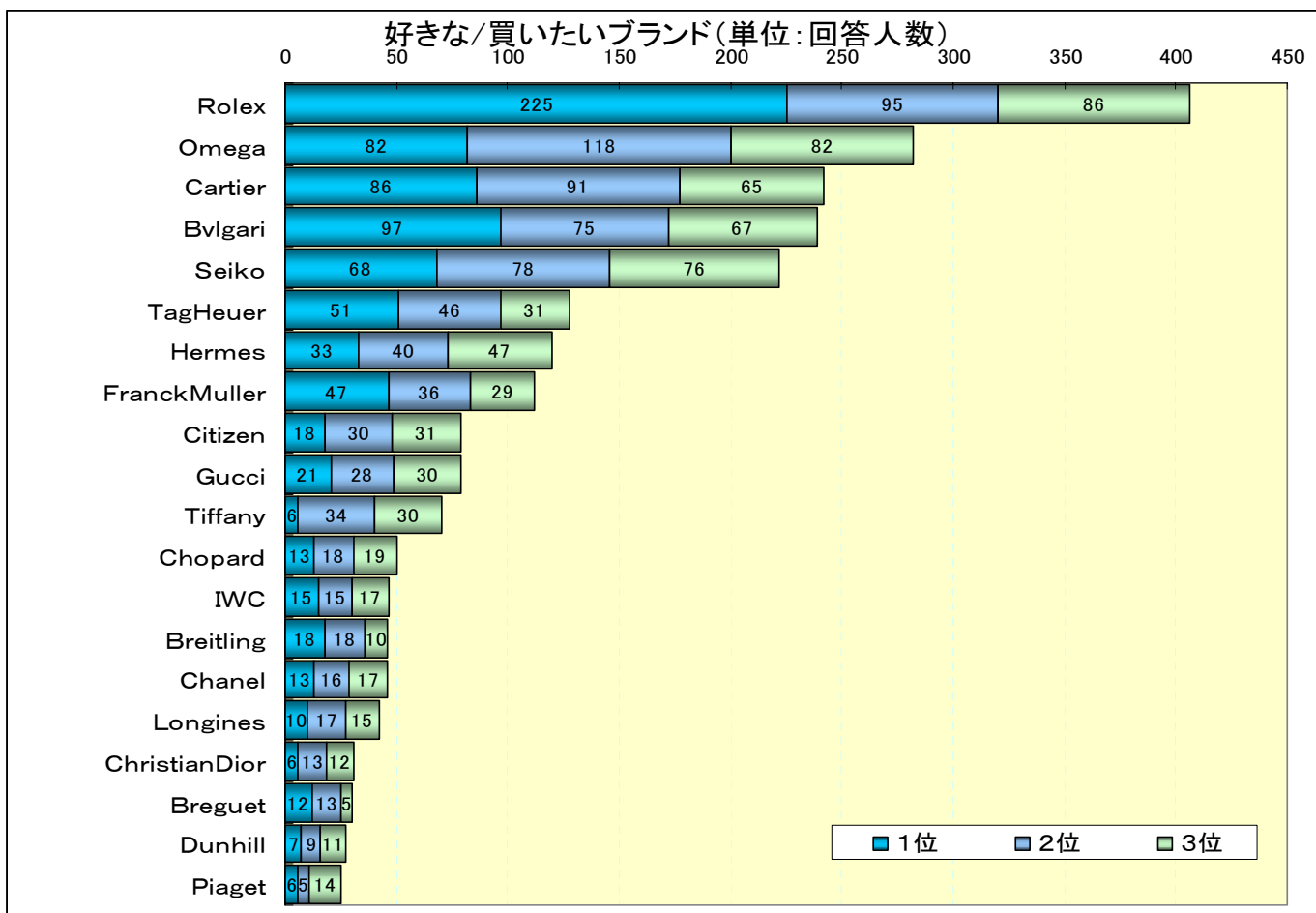


好きなブランド	TOTAL	男 性				女 性			
		20代	30代	40代	50以上	20代	30代	40代	50以上
回答者合計	1,005	135	125	132	124	130	118	122	119
ROLEX	40.4%	41.5%	42.4%	50.8%	57.3%	31.5%	39.8%	33.6%	25.2%
OMEGA	28.1%	44.4%	45.6%	28.8%	26.6%	20.0%	17.8%	18.0%	21.0%
CARTIER	24.1%	11.9%	7.2%	8.3%	14.5%	40.8%	39.8%	33.6%	39.5%
BVLGARI	23.8%	20.7%	14.4%	17.4%	11.3%	30.8%	33.1%	35.2%	28.6%
SEIKO	22.1%	22.2%	24.0%	24.2%	37.9%	19.2%	12.7%	18.9%	16.8%
TAG HEUER	12.7%	14.8%	20.8%	25.8%	18.5%	3.8%	9.3%	7.4%	0.0%
HERMES	11.9%	4.4%	4.8%	4.5%	1.6%	14.6%	26.3%	24.6%	16.8%
FRANCK MULLER	11.1%	17.8%	12.8%	8.3%	2.4%	19.2%	11.0%	9.0%	7.6%
CITIZEN	7.9%	7.4%	8.0%	8.3%	17.7%	6.2%	4.2%	5.7%	5.0%
GUCCI	7.9%	3.0%	4.0%	3.0%	4.8%	16.2%	11.9%	9.8%	10.9%
TIFFANY	7.0%	3.7%	0.8%	3.0%	1.6%	14.6%	12.7%	9.8%	10.1%
CHOPARD	5.0%	0.7%	0.8%	0.8%	0.0%	5.4%	13.6%	13.9%	5.9%
IWC	4.7%	3.7%	13.6%	8.3%	4.8%	2.3%	2.5%	1.6%	0.0%
BREITLING	4.6%	5.9%	8.8%	10.6%	5.6%	0.8%	1.7%	1.6%	0.8%
CHANEL	4.6%	2.2%	0.0%	3.0%	0.8%	5.4%	3.4%	11.5%	10.9%
LONGINES	4.2%	0.0%	4.0%	9.1%	10.5%	1.5%	1.7%	2.5%	4.2%
CHRISTIAN DIOR	3.1%	2.2%	0.0%	0.8%	0.0%	11.5%	1.7%	1.6%	6.7%
BREGUET	3.0%	3.7%	7.2%	1.5%	2.4%	2.3%	1.7%	3.3%	1.7%
DUNHILL	2.7%	3.0%	1.6%	6.8%	6.5%	0.8%	1.7%	0.0%	0.8%
PIAGET	2.5%	0.0%	0.8%	2.3%	1.6%	2.3%	0.8%	4.9%	7.6%



### 順位別でも Rolex が一番人気

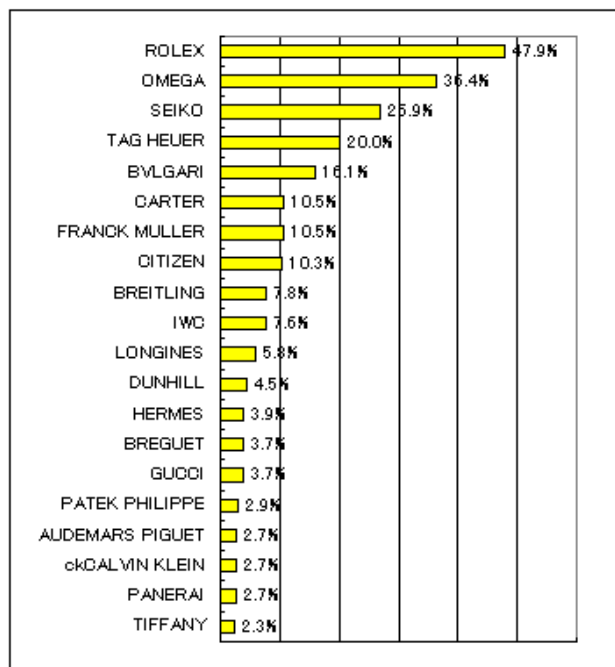
1位の人数では Bvlgari が2番目に多い。また Omega は、2位の人数が最も多い。





## 好きなブランド、買いたいブランド 上位 20 ブランド 男性・女性別

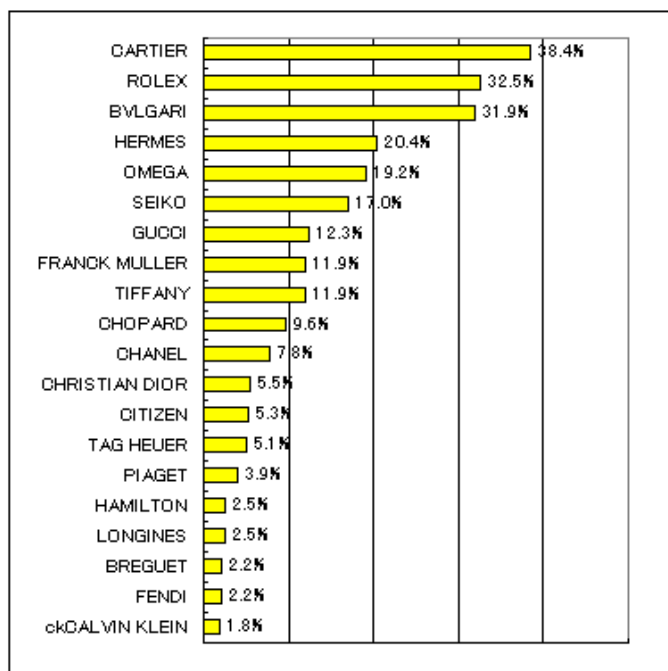
男性



好きなブランド 買いたいブランド	TOTAL	男 性			
		20代	30代	40代	50代以上
回答者合計	516	135	125	132	124
ROLEX	47.9%	41.5%	42.4%	50.8%	57.3%
OMEGA	36.4%	44.4%	45.6%	28.8%	26.6%
SEIKO	26.9%	22.2%	24.0%	24.2%	37.9%
TAG HEUER	20.0%	14.8%	20.8%	25.8%	18.5%
BVLGARI	16.1%	20.7%	14.4%	17.4%	11.3%
CARTIER	10.5%	11.9%	7.2%	8.3%	14.5%
FRANCK MULLER	10.5%	17.8%	12.8%	8.3%	2.4%
CITIZEN	10.3%	7.4%	8.0%	8.3%	17.7%
BREITLING	7.8%	5.9%	8.8%	10.6%	5.6%
IWC	7.6%	3.7%	13.6%	8.3%	4.8%
LONGINES	5.8%	0.0%	4.0%	9.1%	10.5%
DUNHILL	4.5%	3.0%	1.6%	6.8%	6.5%
HERMES	3.9%	4.4%	4.8%	4.5%	1.6%
BREGUET	3.7%	3.7%	7.2%	1.5%	2.4%
GUCCI	3.7%	3.0%	4.0%	3.0%	4.8%
PATEK PHILIPPE	2.9%	0.0%	3.2%	3.8%	4.8%
AUDEMARS PIGUET	2.7%	0.0%	2.4%	0.8%	8.1%
ckCALVIN KLEIN	2.7%	7.4%	0.8%	0.8%	1.6%
PANERAI	2.7%	5.2%	4.8%	0.8%	0.0%
TIFFANY	2.3%	3.7%	0.8%	3.0%	1.6%



女性



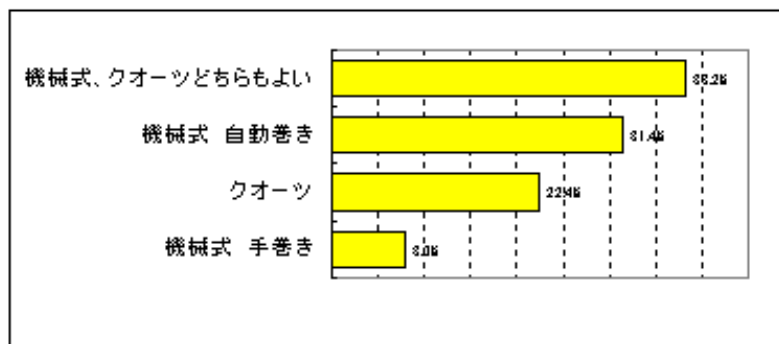
好きなブランド 買いたいブランド	TOTAL	女 性			
		20代	30代	40代	50代以上
回答者合計	489	130	118	122	119
CARTIER	38.4%	40.8%	39.8%	33.6%	39.5%
ROLEX	32.5%	31.5%	39.8%	33.6%	25.2%
BVLGARI	31.9%	30.8%	33.1%	35.2%	28.6%
HERMES	20.4%	14.6%	26.3%	24.6%	16.8%
OMEGA	19.2%	20.0%	17.8%	18.0%	21.0%
SEIKO	17.0%	19.2%	12.7%	18.9%	16.8%
GUCCI	12.3%	16.2%	11.9%	9.8%	10.9%
FRANCK MULLER	11.9%	19.2%	11.0%	9.0%	7.6%
TIFFANY	11.9%	14.6%	12.7%	9.8%	10.1%
CHOPARD	9.6%	5.4%	13.6%	13.9%	5.9%
CHANEL	7.8%	5.4%	3.4%	11.5%	10.9%
CHRISTIAN DIOR	5.5%	11.5%	1.7%	1.6%	6.7%
CITIZEN	5.3%	6.2%	4.2%	5.7%	5.0%
TAG HEUER	5.1%	3.8%	9.3%	7.4%	0.0%
PIAGET	3.9%	2.3%	0.8%	4.9%	7.6%
HAMILTON	2.5%	2.3%	4.2%	2.5%	0.8%
LONGINES	2.5%	1.5%	1.7%	2.5%	4.2%
BREGUET	2.2%	2.3%	1.7%	3.3%	1.7%
FENDI	2.2%	1.5%	1.7%	2.5%	3.4%
ckCALVIN KLEIN	1.8%	2.3%	0.0%	2.5%	2.5%



## 腕時計の好み「種類」「タイプ」「機能」「形状」

種類は意見が分かれ、タイプはクラシック・スタンダードタイプが人気。男性20・30代では機械式、女性20・30代ではファッションウォッチが人気。クラシック・スタンダードタイプは男女問わず人気が高い。

【時計の種類】

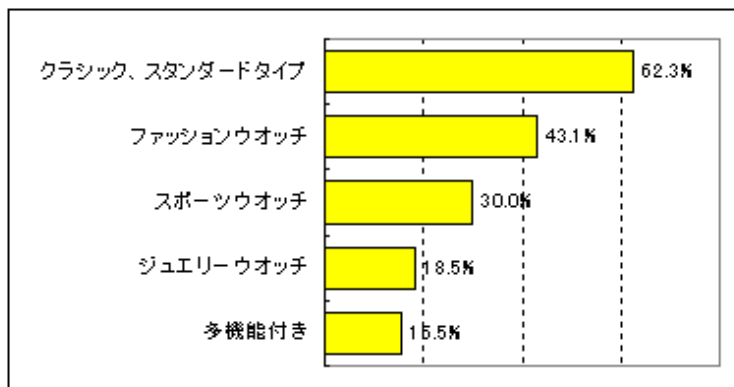


時計の種類	TOTAL	男性				女性			
		20代	30代	40代	50代以上	20代	30代	40代	50代以上
回答者合計	1,005	135	125	132	124	130	118	122	119
機械式、クォーツどちらもよい	38.2%	34.8%	24.0%	40.9%	38.7%	40.8%	40.7%	45.1%	41.2%
機械式 自動巻き	31.4%	40.0%	56.0%	28.8%	29.8%	29.2%	26.3%	23.8%	16.0%
クォーツ	22.4%	18.5%	11.2%	21.2%	21.8%	21.5%	23.7%	27.9%	34.5%
機械式 手巻き	8.0%	6.7%	8.8%	9.1%	9.7%	8.5%	9.3%	3.3%	8.4%



(複数回答)

【時計のタイプ】

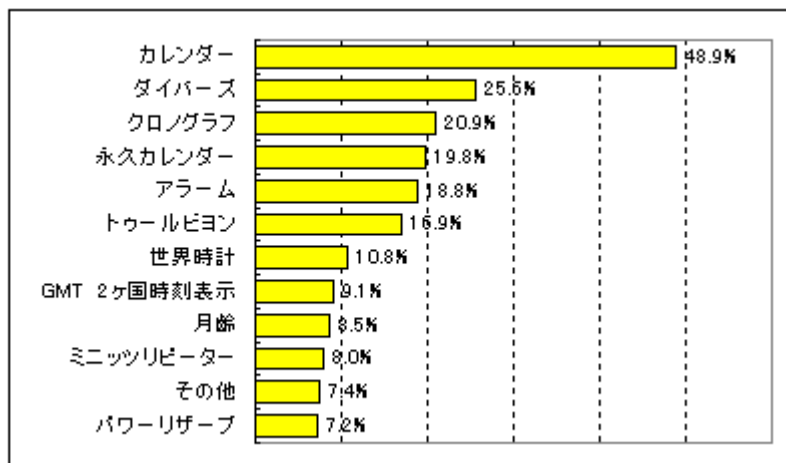


時計のタイプ	TOTAL	男 性				女 性			
		20代	30代	40代	50代以上	20代	30代	40代	50代以上
回答者合計	1,005	135	125	132	124	130	118	122	119
クラシック、スタンダードタイプ	62.3%	74.1%	61.6%	59.8%	72.6%	57.7%	59.3%	60.7%	51.3%
ファッションウォッチ	43.1%	32.6%	18.4%	29.5%	15.3%	69.2%	69.5%	54.1%	58.8%
スポーツウォッチ	30.0%	28.9%	49.6%	53.0%	30.6%	13.1%	28.0%	22.1%	12.6%
ジュエリーウォッチ	18.5%	4.4%	2.4%	3.0%	2.4%	40.8%	36.4%	34.4%	26.9%
多機能付き	15.5%	2.7%	28.0%	27.3%	23.4%	8.5%	5.1%	4.9%	4.2%



(複数回答)

【時計の機能】

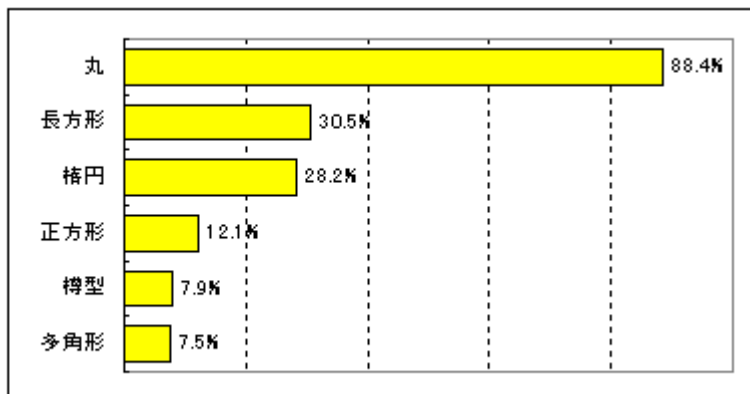


時計の機能	TOTAL	男 性				女 性			
		20代	30代	40代	50代以上	20代	30代	40代	50代以上
回答者合計	1,005	135	125	132	124	130	118	122	119
カレンダー	48.9%	51.1%	64.8%	61.4%	66.1%	43.1%	41.5%	29.5%	31.1%
ダイバーズ	25.6%	30.4%	43.2%	42.4%	25.0%	16.2%	20.3%	18.0%	6.7%
クロノグラフ	20.9%	32.6%	36.8%	34.8%	22.6%	9.2%	14.4%	9.0%	5.0%
永久カレンダー	19.8%	23.0%	21.6%	19.7%	29.0%	17.7%	16.1%	17.2%	13.4%
アラーム	18.8%	17.0%	21.6%	26.5%	22.6%	14.6%	11.0%	12.3%	24.4%
トゥールビヨン	16.9%	15.6%	13.6%	13.6%	13.7%	18.5%	20.3%	18.9%	21.8%
世界時計	10.8%	9.6%	8.0%	16.7%	11.3%	13.8%	9.3%	7.4%	10.1%
GMT 2ヶ国時刻表示	9.1%	9.6%	7.2%	15.2%	11.3%	5.4%	8.5%	8.2%	6.7%
月齢	8.5%	8.9%	4.8%	15.2%	8.1%	12.3%	9.3%	6.6%	1.7%
ミニッツリピーター	8.0%	5.9%	8.0%	11.4%	9.7%	3.8%	5.9%	5.7%	13.4%
その他	7.4%	3.0%	4.8%	3.8%	9.7%	8.5%	5.9%	13.9%	10.1%
パワーリザーブ	7.2%	9.6%	10.4%	10.6%	8.1%	3.8%	5.1%	4.9%	4.2%



(複数回答)

【時計の形状】



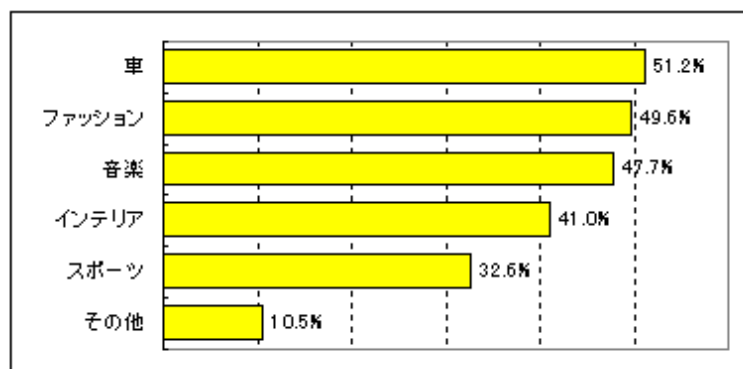
時計の形状	TOTAL	男 性				女 性			
		20代	30代	40代	50代以上	20代	30代	40代	50代以上
回答者合計	1,005	135	125	132	124	130	118	122	119
丸型	88.4%	95.6%	97.6%	97.0%	93.5%	88.5%	81.4%	76.2%	74.8%
長方形	30.5%	17.0%	17.6%	16.7%	17.7%	40.0%	46.6%	50.0%	42.0%
楕円	28.2%	20.0%	12.0%	12.9%	5.6%	45.4%	13.2%	45.1%	43.7%
正方形	12.1%	11.9%	5.6%	8.3%	8.1%	22.3%	19.5%	11.5%	10.1%
樽型	7.9%	11.9%	8.0%	7.6%	3.2%	7.7%	12.7%	5.7%	5.9%
多角形	7.5%	8.9%	8.8%	6.8%	3.2%	10.0%	5.9%	9.8%	5.9%



## 腕時計以外に興味があること - 車、ファッション、音楽など広範に興味あり

男性では車、音楽の順、女性ではファッション、インテリア、音楽の順で興味を示している。

(複数回答)



時計以外の興味	TOTAL	男 性				女 性			
		20代	30代	40代	50代以上	20代	30代	40代	50代以上
回答者合計	1,005	135	125	132	124	130	118	122	119
車	51.2%	68.9%	76.0%	66.7%	70.2%	36.2%	37.3%	25.4%	25.2%
ファッション	49.6%	47.4%	27.2%	34.1%	12.9%	83.8%	69.5%	64.8%	58.0%
音楽	47.7%	55.6%	43.2%	44.7%	41.1%	57.7%	50.0%	47.5%	40.3%
インテリア	41.0%	34.1%	36.8%	21.2%	20.2%	60.8%	63.6%	50.0%	43.7%
スポーツ	32.6%	43.0%	49.6%	43.9%	35.5%	23.8%	16.1%	26.2%	20.2%
その他	10.5%	8.1%	8.8%	12.1%	13.7%	6.2%	6.8%	15.6%	13.4%



## 普段興味があることと、好きなブランドとの関連

ファッションに興味がある人は CARTIER、BVLGARI が多く、スポーツに興味がある人は ROLEX、OMEGA が多い。

TOTALと5ポイント以上の差	
関連性が強い	関連性が弱い

ブランド名	TOTAL	腕時計以外に興味のあること					
		ファッション	車	音楽	インテリア	スポーツ	その他
回答者合計	1,005	498	515	479	412	328	106
ROLEX	40.4%	41.0%	44.5%	39.0%	39.1%	45.7%	34.0%
OMEGA	28.1%	26.7%	35.5%	26.1%	26.9%	33.5%	21.7%
CARTIER	24.1%	32.3%	21.0%	24.4%	32.0%	20.4%	17.0%
BVLGARI	23.8%	28.9%	21.9%	25.3%	26.2%	20.1%	17.9%
SEIKO	22.1%	15.9%	21.7%	20.9%	16.5%	24.1%	29.2%
TAG HEUER	12.7%	8.2%	16.3%	13.4%	6.6%	16.8%	12.3%
HERMES	11.9%	16.3%	7.0%	11.3%	15.8%	7.9%	11.3%
FRANCK MULLER	11.1%	15.5%	11.5%	14.4%	14.3%	11.6%	6.6%
CITIZEN	7.9%	4.4%	7.4%	8.1%	5.8%	8.5%	7.5%
GUCCI	7.9%	9.6%	4.9%	7.7%	10.4%	4.6%	8.5%
TIFFANY	7.0%	10.2%	5.8%	7.1%	9.0%	5.8%	4.7%
CHOPARD	5.0%	7.2%	2.9%	5.8%	7.3%	2.4%	4.7%
IWC	4.7%	3.4%	6.4%	3.3%	3.9%	4.9%	7.5%
BREITLING	4.6%	3.4%	6.6%	5.2%	3.2%	4.9%	1.9%
CHANEL	4.6%	6.0%	3.9%	2.7%	5.3%	3.0%	3.8%
LONGINES	4.2%	2.4%	4.9%	5.2%	1.9%	4.6%	5.7%
CHRISTIAN DIOR	3.1%	3.6%	1.7%	4.0%	4.4%	1.2%	1.9%
BREGUET	3.0%	3.2%	4.3%	2.7%	3.4%	3.4%	1.9%
DUNHILL	2.7%	1.6%	2.7%	2.3%	0.5%	3.7%	1.9%
PIAGET	2.5%	2.6%	2.1%	2.1%	2.7%	1.2%	3.8%



## まとめ

消費者の意識は、時計を購入するまでの道のり(外部環境)に対する意識と、また時計そのものに対する意識の2種類に分けることができる。

「外部環境に対する意識」は、日本の消費者が時計マーケット全体に対しどう接しているか、考えているかを表しており、主に販売、宣伝等のマーケティング戦略の要素となり得る。また「時計自体に対する意識」は、日本の消費者の時計そのものに対する嗜好性を表しており、性別や世代等で詳細に分類することで「日本人好み」とはどんな時計なのかを見出すことができる。

### 外部環境に対する意識

購入する店	女性はデパートの時計売り場 量販店、ディスカウントショップは男女共に多い 時計専門店は男性にやや多い
購入予定金額	20万円以上は全体の26% 30代男性の60%が10万円以上の予定 100万円以上は全体の1.2%
情報源	女性はファッション雑誌 男性はモノ雑誌、時計専門誌
店選び	「正規輸入品を取り扱っている」が男女共に多い 「品揃えが豊富」 「価格が安い」

### 時計自体に対する意識

ブランド	全体では ROLEX が一位 男性は ROLEX, OMEGA, SEIKO が人気 女性は CARTIER, ROLEX, BVLGARI が人気
形状	男性は圧倒的に「丸型」を好む 女性には「丸型」以外に「長方形」、「楕円」もかなりの人気
時計選び	「デザイン」、「価格」、「ブランド」は3大前提 男性は「機能」にもこだわる 女性は「時刻の見やすさ」も重視
機能	男女共にカレンダーは大前提 男性はダイバーズを好む 女性にトゥールビヨンもやや人気が高い



◆購入(予定)店舗にばらつきはあるが、時計店を選ぶ際に重視することとしては、「正規輸入品の取り扱い」が非常に多いという結果となった。通常のパネル調査では、店選びの際、価格の安さや品揃えで選択するという回答が非常に多くなる傾向にあるが、高級品である時計ならではの回答結果になったと言える。

- 購入(予定)店は、「時計専門店」が41%。
- デパートの時計売場(45%)「量販店・ディスカウントストア」(44%)に続いて高い。
- 購入店舗の重視点上位3は、「正規輸入品を扱っている」(57%)「品揃えが豊富」(49%)「価格が安い」(45%)。
- よく行く時計専門店としては、「エバンス」がトップ。店舗の選択として「正規輸入品を扱っている」ことを重視することと矛盾する結果となったが、一部「正規輸入品も扱っている」ためか、あるいは、「正規輸入品を扱っている店である」と消費者が考えているためではないかと思われる。また、消費者が無意識に並行品販売店の信頼度を選別しているのではないかと考えられる。

◆時計の購入時に最も重視されるのは、圧倒的に「デザイン」が多かった。時計に興味がある人は大多数が時計の持つ「デザイン性」に魅了されていると言える。また、「ブランド」「機能」という回答も多かったが、「価格」もかなり重要視されている。デザインと価格の両立が非常に重要な要素と言える。また、形状は「丸型」が圧倒的に多くなったが、男女差で見ると男性は殆どが「丸型」を好み、女性は「丸型」を好む人が最も多いが、「長方形」「楕円」も人気が高いことが興味深い。

- 購入予定金額20万円以上は26%。30万円以上は14%。
- 選択時の重要要素は「デザイン」(85%)、「価格」(55%)、「ブランド」(54%)。
- 好きな・買いたいブランドは「Rolex」(40%)「Omega」(28%)「Cartier」(24%)「Bvlgari」(24%)「Seiko」(22%)。
- 種類(機械式/クォーツ)は意見が分かれたが、タイプは「クラシック・スタンダード」(62%)が人気。
- 機能は「カレンダー」(49%)、形状は「丸型」(88%)が人気。

◆好きなブランド・買いたいブランドは、Rolex がトップ、Seiko が5位となった。やや宝飾関連のブランドが上位を多く占めているが、Rolex の知名度と人気の高さが改めて浮き彫りとなった。某時計専門誌では「Breitling」が1位となっているものもあったが、あくまで時計マニアの中での順位であり、今回の一般消費者を対象としたアンケート調査では、Breitling のランキングは14位にとどまった。

◆プレゼントで腕時計をもらった経験は60%を占めた。誕生日にもらう(54%)パターンが最も多いようだ。

◆時計の情報源は主に雑誌と店頭であった。女性はファッション雑誌が多く、男性はモノ雑誌からの影響が大きかった。

- 腕時計の情報源は、「ファッション雑誌」(44%)「時計店の店頭」(38%)「モノ雑誌」(36%)。
- また、興味を持ったきっかけとしても「ファッション雑誌」(34%)「モノ雑誌」(26%)「時計専門誌」(19%)の媒体や「時計好きの人」(21%)が多い。

(March 20, 2006)