

セレブリティの素顔に迫る  
富裕層向けの定性調査(デプスインタビュー)の御提案



# 市場背景

BACKGROUND

**富裕層の定義** 一般的に世帯年収が3000万円以上、  
純金融資産(不動産除く)が1億円以上の高額所得者を指すことが多い

しかし、業種により富裕層の定義に差がある

ある証券会社では・・・自社の証券口座に5000万円以上の預入額がある顧客を富裕層と定義している  
また、ある流通・小売業では・・・世帯収入1500万円以上を富裕層と定義

## 今、なぜ富裕層なのか

日経MJが選ぶ2005年上期ヒット商品番付

東の横綱は「**富裕層向けサービス**」

「楽天」に“高級品市場”がオープン

ネット通販にも“**富裕層マーケティング**”の波

## 富裕層マーケティングが台頭する要因

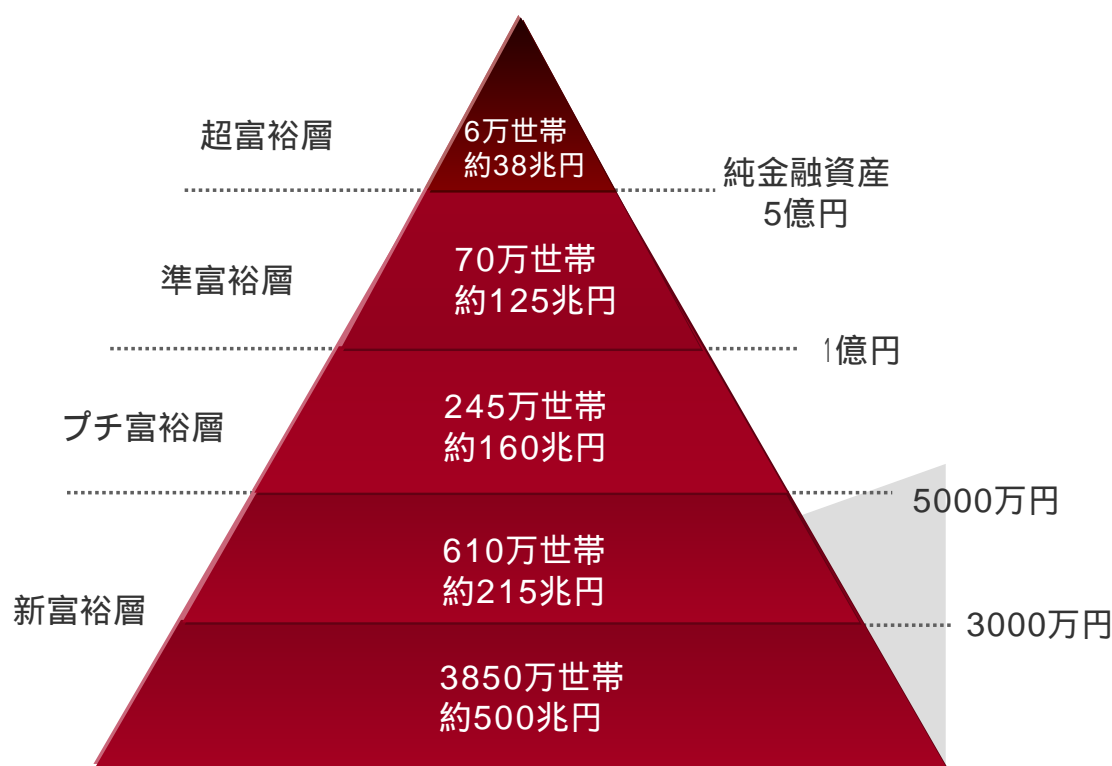
消費の二極化 景気回復  
団塊世代のリタイア目前  
IT長者の台頭 地価価格上昇 こだわり消費



# 富裕層の市場規模

## 狙うべきターゲットとしての 準・富裕層

準・富裕層とは、純金融資産が1億円～5億円の富裕層のことを指し、約70万世帯、125兆円のマーケットと言われています。また、新富裕層は、団塊世代の定年退職により2007年以降、大量増加が予想される



# 富裕層を理解する

彼らは何を欲し、求めているのか?

# 富裕層のライフスタイル LIFE STYLE



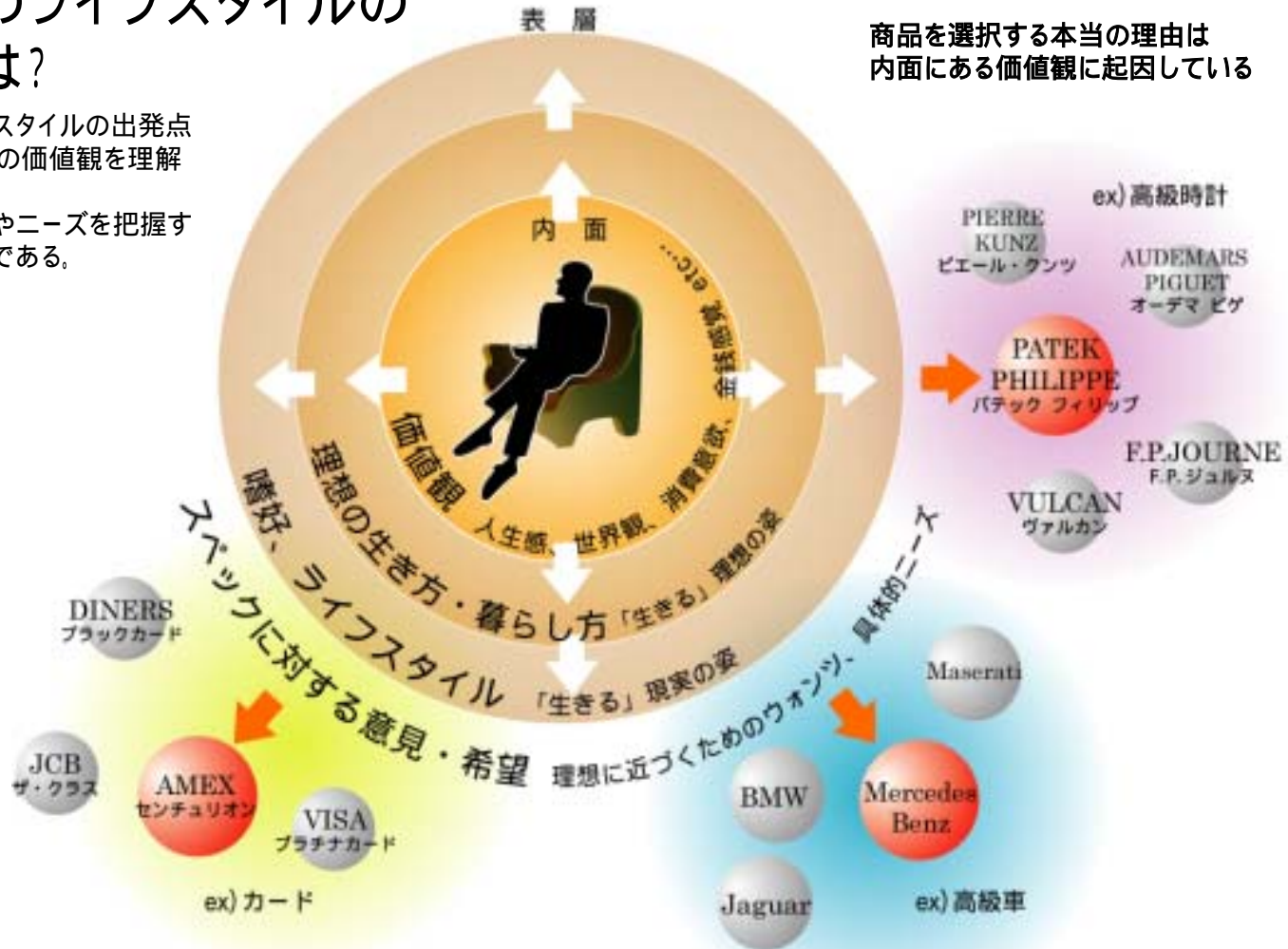
しかし…富裕層のライフスタイル=表層

このようなライフスタイルのアクティビティや趣味嗜好といった表出した部分だけに着目しても富裕層の本心・本音に迫ることは出来ない

# 富裕層のライフスタイルの出発点は?

表出するライフスタイルの出発点である人生からの価値観を理解することなく、正確にウォンツやニーズを把握することは不可能である。

商品を選択する本当の理由は内面にある価値観に起因している



# 富裕層を理解するための戦略

ネットマイニング・ジャパンが提供するソリューション 富裕層定性調査

# 富裕層マーケティングの壁を越えるための構造

ネットマイニング・ジャパン  
富裕層マーケティング・ソリューション



富裕層ならびに新富裕層達のインフルエンサー  
オピニオンリーダーとの繋がりを通して、マーケティング・リサーチから  
セールスプロモーションまでワンストップ・ソリューションをご提供します。



# 特徴

## バックデータを生かした効率的なサンプリング

ネットマイニング・ジャパンは100数十名の富裕層のインタビューを通じて蓄積した豊富な基礎データを有しています。



抽出の例

- TYPE A ..... 3名
- TYPE B ..... 2名
- TYPE C ..... 3名
- TYPE D ..... 2名



リクルーティング条件の例

- 純金融資産 1億円以上
- 23区内に在住
- ゴルフコースに年10回以上行く

数々のタイプ別データからクライアントのリクルーティング条件に適切なモデルを選択。



TYPE A IT社長

富裕層モデル(例)

TYPE B 自営業

TYPE C 退職・etc

独自の富裕層モデルをによるフィルタリングでクライアントのターゲット像(調査対象)に最適なヒアリング対象者を選別

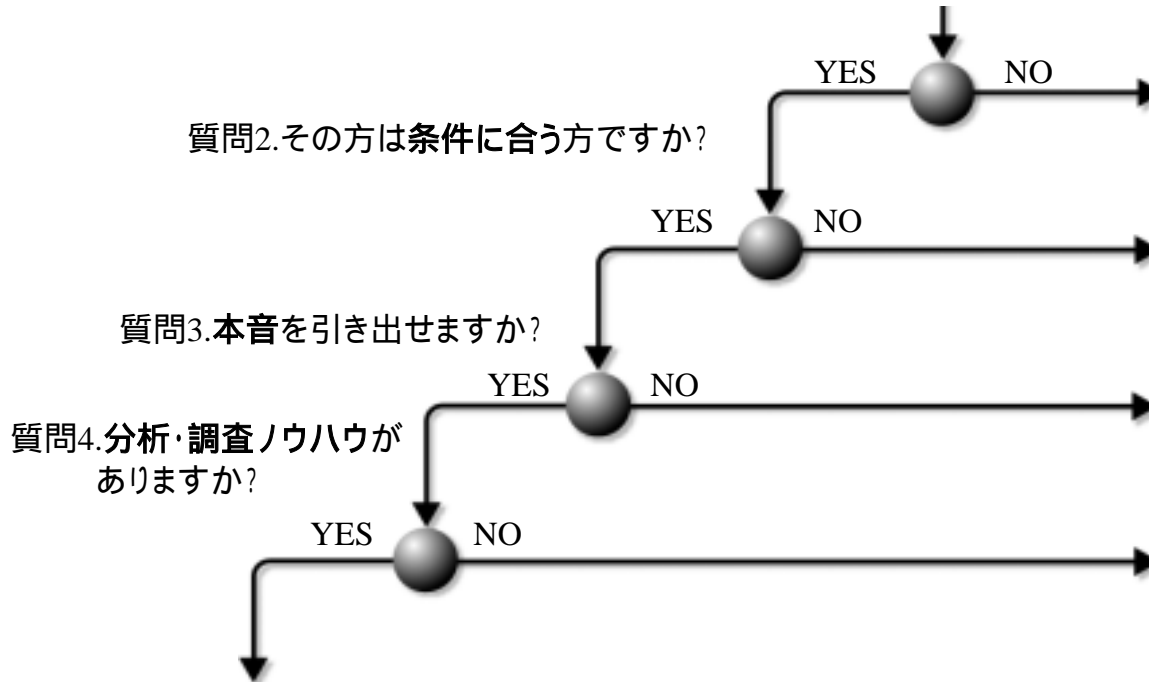
少人数で、極めて質の高いサンプリングが可能です。

# 特徴 本当の富裕層に会える

本当の富裕層に会って実際にインタビューに同行、直接、実態調査をすることが可能

富裕層プロデューサー自己判断テスト

質問1. 富裕層に会えますか?



NETMINING JAPAN



ネットマイニングの富裕層  
定性調査パッケージを御利用下さい

おめでとうございます。あなたは富裕層プロデューサーです。

ネットマイニング・ジャパンは、ヒアリング対象者の本音を聞くことが出来る機会を提供  
今までのインタビュー実績から、フラクでスムーズな雰囲気インタビューを実施