

報道関係者各位

平成 21 年 3 月 16 日
株式会社 クロス・マーケティング
(東証マザーズ 3629)

—「今年 1 年の消費計画に関する調査」—

大型商品の購入計画は「薄型テレビ」、行動計画では「国内旅行」
「薄型テレビ」の購入計画者は約 2 割と対象商品中最も多い。「国内旅行」は約半数が計画。

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)は、全国 20~69 歳の男女を対象に、「今年 1 年の消費計画に関する調査」を実施いたしました。

■調査背景・目的

昨年来の金融危機を発端とした社会経済情勢の変化や長引く景気低迷により、家計を取り巻く環境は大きく変化しています。本調査は、消費者の『暮らしの見通し』を、高額商品に関する購買計画の観点から把握し、今後の景気予測判断の基礎資料を得ることを目的に実施いたしました。

■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 20 歳~69 歳の男女
調査期間 : 09 年 2 月 17 日(火)~09 年 2 月 18 日(水)
有効回答数 : 2,400 サンプル (人口構成比に基づいて割付)

■調査結果トピックス

- ・今年計画しているものは、大型商品の購入では『薄型テレビ』が約 2 割、行動計画では『国内旅行』が約半数と、それぞれ最も高い。
 - ・『マンション/戸建ての購入』は購入を「検討した」中では「計画中止者」が約 4 割と高い。
 - ・低年収層では、大型商品の購入を控える傾向。
 - ・派遣・契約・パート・アルバイトでは、『国内旅行』を「計画していない」が半数以上。『海外旅行』を「計画していない」は 8 割以上。
- ◆調査結果の続きはこちらから⇒<https://www.cross-m.co.jp/report/request.php>

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。

■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 広報担当: 鷲野(わしの)
Tel: 03-3549-0222 Fax: 03-3549-0221 Mail: pr-cm@cross-m.co.jp

<< 引用・転載時のクレジット表記のお願い >>

本リリースの引用・転載時には、必ずクレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。

(例)「クロス・マーケティング調べ」「インターネット調査会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」