

報道関係者各位

平成21年5月29日
株式会社 クロス・マーケティング
(東証マザーズ3629)

－「消費動向」に関する調査(2009年5月度)－ おこづかい減少で消費を抑える男性50代、節約しながらアクティブに生活する女性20代

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、「消費動向」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『現在の暮らしの状況』を、所得・消費・行動の観点で前回調査(今年2月実施)と比較し、景気動向判断の基礎資料を得ることを目的に実施いたしました。また、今回の調査では、『自宅で過ごす時間』『趣味に費やす時間』『食費』における変化、『中食』『内食』『高速道路』の利用頻度についても尋ねました。

※参考資料(当社HP:<http://www.cross-m.co.jp/>より参照)
2009.2実施調査レポート:<http://www.cross-m.co.jp/report/index.html>

■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20～69歳の男女
調査期間 : 09年5月15日(金)～09年5月19日(火)
有効回答数 : 1,200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

- ・『自宅で過ごす時間』は3割の人が「増えた」、『給与所得』『預貯金』『食費』は4割超が「減った」と実感している。
- ・前回調査と比較して『労働時間』は「増えた」が、『睡眠時間』『給与所得』は「減った」が微増。
- ・『商品の購入・サービスの利用』は、『内食』を除いてすべての項目で「減った」が「増えた」を上回る。
- ・前回調査と比較して【消費動向DI】が改善されたものは『ビール・発泡酒飲用量』が上位にあがる。

◆調査結果の続きはこちらから⇒<https://www.cross-m.co.jp/report/request.php>

※【消費動向DI】について
当社では、世の中全体の消費に対する意識や実態を把握するための指標として【消費動向DI】を定義しています。

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」「マーケティングリサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」