

報道関係各位

平成22年 8月31日  
株式会社 クロス・マーケティング  
(東証マザーズ3629)

1年前より消費は回復するものの、生活費の節約姿勢続く  
節約したお金は「通信販売の利用」や「趣味」などプライベートに投資  
—「消費動向」に関する調査(2010年8月度)—

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しました。今回の調査は第1回調査(2009年2月実施)から3か月ごとに実施し、今回は第7回調査となります。

■調査背景・目的

景気状況は回復基調にあるものの、2007年の米国における金融危機を発端とした社会経済情勢の変化や、最近の円高・株安の煽りを受け、家計を取り巻く環境は大きく変化しています。本調査は現在の消費者の『暮らしの状況』を、所得・消費・行動の観点で過去と比較し、景気動向判断の基礎資料を得ることを目的に実施しました。

■調査結果トピックス

- 『消費動向DI』が大きく増加したのは日用品関連-「通信販売の利用頻度」で、前年より15.9ポイント増。<図1> 一方、嗜好品・ギャンブル関連の消費は全体的にダウン。
- 食事や飲食目的での外食が減少。節約したお金は、趣味や通信販売など、プライベートで使用。<図2>
- 今年6月に開始した高速道路の無料化実験にも関わらず、「高速道路の利用頻度」は去年より1.4ポイント減少。
- 「(家庭での)発泡酒飲用量」は5.6ポイント増と初めてプラスに転じ、ビールより高い人気が続く。<図2>
- 「クレジットカード・金融商品」「食費」「日用品」などの商品購入やサービス利用は、全体的に上昇。1年前より消費が回復している傾向。

※『消費動向DI』

クロス・マーケティングでは、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。  
『消費動向DI』: 商品購入・サービス利用、店舗・レジャー施設利用について、「増えた」の回答比率-「減った」の回答比率

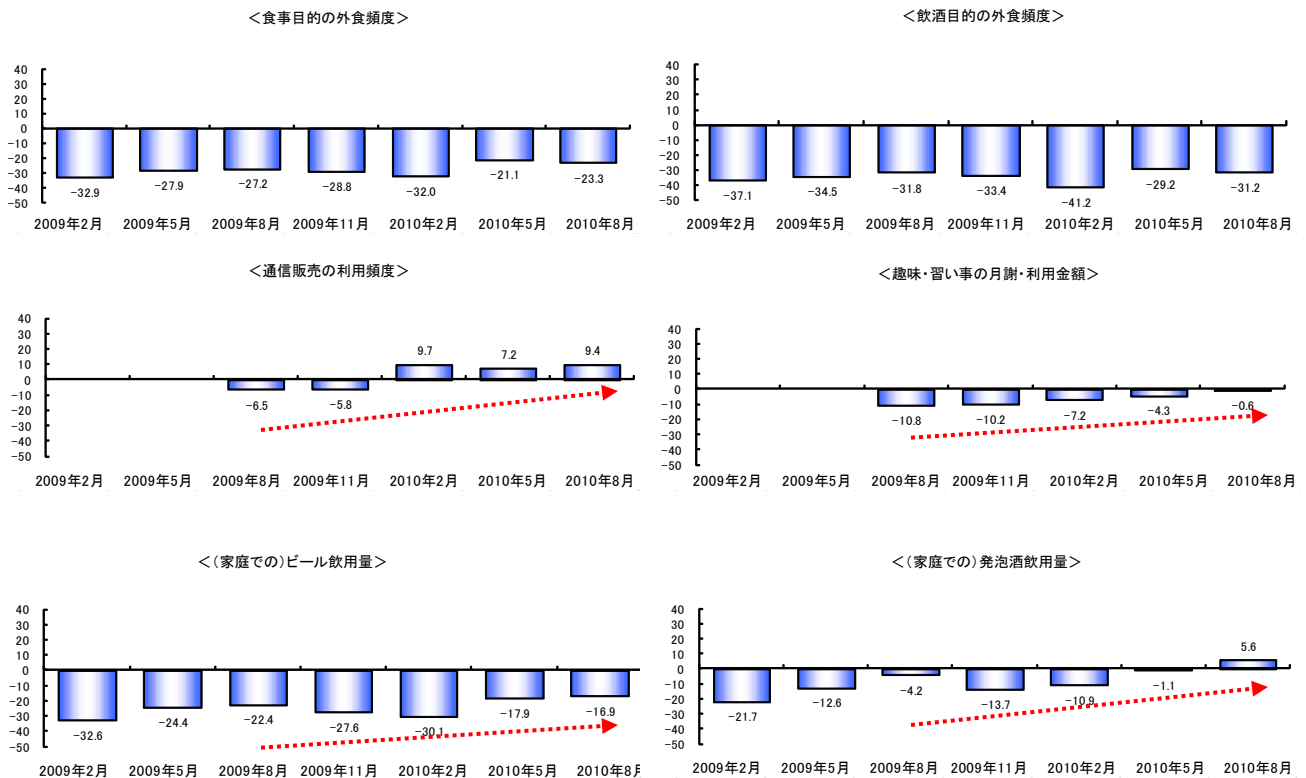
◆自主調査レポートの続きはこちら⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/request.php>

<図1>商品購入・サービス利用の増減

					(%)		
		増えた	変わらない	減った	消費動向DI	DIの差分	
日用品	プライベートブランド商品の購入頻度	【10年】 (n= 913)	30.8	64.4	4.8	26.0	0.8
		【09年】 (n= 935)	32.7	59.8	7.5	25.2	↔
	衣類・アクセサリーの購入金額	【10年】 (n=1020)	7.1	60.0	32.9	-25.8	-0.8
		【09年】 (n=1057)	8.0	58.9	33.0	-25.0	↔
	化粧品品の購入金額	【10年】 (n= 873)	8.4	70.4	21.2	-12.8	2.4
		【09年】 (n= 841)	8.3	68.1	23.5	-15.2	↔
	通信販売の利用頻度	【10年】 (n=1039)	25.5	58.4	16.1	9.4	15.9
		【09年】 (n=1061)	16.3	60.9	22.8	-6.5	→
	携帯電話の通話料金	【10年】 (n=1140)	11.8	69.6	18.5	-6.7	1.2
		【09年】 (n=1136)	12.3	67.5	20.2	-7.9	↔

記号の意味... [-5pt以下 →] [-5pt~-3pt →] [-3pt~+3pt ↔] [+3pt~+5pt... →] [5ポイント以上 →]

＜図2＞商品購入・サービス利用の推移 ※『消費動向DI』の推移を時系列にまとめた。



■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20～69歳の男女  
 調査期間 : 2010年 8月 6日(金)～ 2010年8月 8日(日)  
 有効回答数 : 1,200サンプル

【会社概要】

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <http://www.cross-m.co.jp/>  
 所在地 : 東京都中央区銀座8-15-2 銀座COMビル6F  
 設立 : 2003年4月1日  
 公開市場 : 東証マザーズ(証券コード:3629)  
 代表者 : 代表取締役社長 五十嵐 幹  
 事業内容 : マーケティング・リサーチ事業

◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

株式会社クロス・マーケティング 社長室 広報担当 大島  
 TEL : 03-3549-0222 FAX : 03-3549-0232 E-mail [pr-cm@cross-m.co.jp](mailto: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、必ず当社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>「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・・・」