

報道関係各位

平成23年 5月31日
株式会社 クロス・マーケティング
(東証マザーズ3629)

北海道・震災エリアでは『アウトレットモール』や『リサイクルストア』の利用増加
全国では『飲酒目的の外出頻度』など、飲食関連が震災前まで回復傾向
“自粛活動”にもそろそろ終止符

—「消費動向」に関する調査(2011年5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。

■調査背景・目的

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として、2009年2月より3ヵ月ごとに実施しております。

本年4月には、3月11日に発生し、未曾有の被害をもたらした「東日本大震災」後の生活者の動向変化を観測するために、変則的に4月に緊急調査も行いました。定点調査としては、今回で10回目となります。

■調査結果トピックス

- 北海道・震災エリアでは、震災後4月から特に【アウトレットモール】【リサイクルストア】の利用が大幅に増加している。<図1>
また、4月に上昇した【プライベートブランドの購入頻度】は、-15.8ポイントと大きく低下。
- 全国では、【飲酒目的の外出頻度】が2月より回復、【冷凍食品の購入頻度】においては2月から上昇しており、飲食関連は概ね震災前の状況に戻りつつある。<図2>
- 震災後、全国的に【趣味に費やす時間】【食費】の『DIの差分』は大きく低下したが、本年2月時点まで回復傾向。
- 消費動向の推移を見ると、前回調査の車・旅行関連で大きく低下した【家用車のガソリン消費量】【高速道路の利用頻度】【国内旅行の回数】が回復傾向にあるが、いずれも震災前までは回復していない。

※『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へ⇒ <http://www.cross-m.co.jp/report/report.html?id/5175/>

<図1> 店舗レジャー施設利用・サービス利用の増減(北海道・震災エリア)

			(%)			消費動向DI	DIの差分	
●凡例			増えた	変わらない	減った			
アウトレットモール	【2011年5月】	(n= 80)	15.0	60.0	25.0	-10.0	33.6	→
	【2011年4月】	(n= 59)	1.1	54.1	44.7	-43.6	-36.2	
	【2011年2月】	(n= 54)	11.1	70.4	18.5	-7.4		
リサイクルストア	【2011年5月】	(n= 86)	17.4	68.6	14.0	3.4	30.9	→
	【2011年4月】	(n= 48)	6.8	58.9	34.3	-27.5	-18.6	
	【2011年2月】	(n= 45)	11.1	68.9	20.0	-8.9		

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・サービス利用の増減(全国)

			(%)			消費動向 DI	DIの 差分	
●凡例			増えた	変わらない	減った			
飲食	食事目的の外食頻度	【2011年5月】 (n=1121)	13.2	56.2	30.6	-17.4	4.5	...
		【2011年4月】 (n=1811)	13.4	51.4	35.3	-21.9	0.6	
		【2011年2月】 (n=1109)	11.9	53.7	34.4	-22.5		
	飲酒目的の外食頻度	【2011年5月】 (n= 804)	7.7	58.8	33.5	-25.8	8.9	→
		【2011年4月】 (n=1338)	6.7	51.9	41.4	-34.7	-3.9	
		【2011年2月】 (n= 841)	8.0	53.3	38.8	-30.8		
	中食の購入頻度	【2011年5月】 (n=1014)	10.3	72.0	17.8	-7.5	1.6	↔
		【2011年4月】 (n=1644)	11.2	68.6	20.3	-9.1	0.4	
		【2011年2月】 (n=1009)	11.1	68.4	20.5	-9.4		
	内食の頻度	【2011年5月】 (n=1103)	14.1	73.8	12.1	2.0	-2.9	↔
		【2011年4月】 (n=1789)	17.9	69.1	13.0	4.9	0.0	
		【2011年2月】 (n=1101)	17.4	70.0	12.5	4.9		
	(家庭での)ビール飲用量	【2011年5月】 (n= 705)	6.7	65.7	27.7	-21.0	5.9	→
		【2011年4月】 (n=1173)	6.0	61.2	32.8	-26.9	-0.2	
		【2011年2月】 (n= 746)	6.6	60.2	33.2	-26.7		
	(家庭での)発泡酒飲用量	【2011年5月】 (n= 613)	11.3	66.1	22.7	-11.4	1.8	↔
		【2011年4月】 (n=1052)	13.0	60.7	26.2	-13.2	1.1	
		【2011年2月】 (n= 628)	14.3	57.0	28.7	-14.3		
冷凍食品の購入頻度	【2011年5月】 (n=1016)	12.7	73.0	14.3	-1.6	4.7	...	
	【2011年4月】 (n=1647)	12.3	69.2	18.6	-6.3	1.0		
	【2011年2月】 (n=1025)	11.2	70.2	18.5	-7.3			
健康食品の購入頻度	【2011年5月】 (n= 736)	11.1	73.2	15.6	-4.5	1.1	↔	
	【2011年4月】 (n=1206)	11.3	71.8	16.9	-5.6	-4.7		
	【2011年2月】 (n= 757)	15.7	67.6	16.6	-0.9			
低カロリー・ダイエット食品の購入頻度	【2011年5月】 (n= 506)	11.7	74.7	13.6	-1.9	2.6	↔	
	【2011年4月】 (n= 804)	11.3	72.9	15.8	-4.5	-3.0		
	【2011年2月】 (n= 489)	14.9	68.7	16.4	-1.4			

■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 : 2011年 5月 13日(金)~ 2011年5月 15日(日)
 有効回答数 : 1,200サンプル(人口構成比に基づいて割付)

【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 : 03-3549-0603 FAX : 03-3549-0232 E-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・・・」