

報道関係各位

平成23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)

**消費動向は、未だ全体的に停滞気味。
今夏は節電対策の影響か、『電気料金』は25.2%が減り、
『扇風機の使用台数』は21.3%が増えた傾向。**

—「消費動向」に関する調査(2011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。

■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11回目となります。

■調査結果トピックス

- ・今夏は節電対策の影響か、1年前と比較して【電気料金の支払い金額】は「減った」が25.2%、【扇風機の使用台数】は「増えた」が21.3%。<図1>
- ・【高速道路の利用頻度】の『消費動向DI』は-17.2ポイントと大幅に低下。<図1> “休日料金・上限1,000円”の廃止が大きく影響しているとみられる。
- ・【発泡酒飲用量】の『消費動向DI』は、【ビール飲用量】より15.5ポイント高く、家庭ではビールよりも安価な発泡酒が人気とみられるが、今回調査では【ビール飲用量】の『DI』が、マイナスながら調査開始以降最も高いポイント(-15.2)となり、やや上昇傾向。<図2>
- ・消費動向は全体的に停滞気味。【ガソリン消費量】【インターネットショッピング】は、震災前の水準に戻りつつあり、回復の兆し。

※『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/8585/>

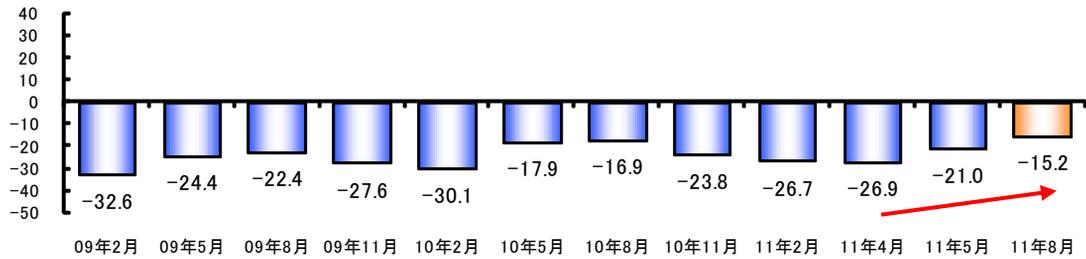
<図1> サービス利用の増減

		(%)			消費動向 DI	DIの 差分
●凡例		増えた	変わらない	減った		
電気料金の支払い金額	【11年】 (n=1137)	15.8	59.0	25.2	-9.4	-
扇風機の使用台数	【11年】 (n=1057)	21.3	76.0	2.7	18.6	-
高速道路の利用頻度	【11年】 (n= 763)	8.5	58.1	33.4	-24.9	-17.2
	【10年】 (n= 814)	17.0	58.4	24.7	-7.7	↓

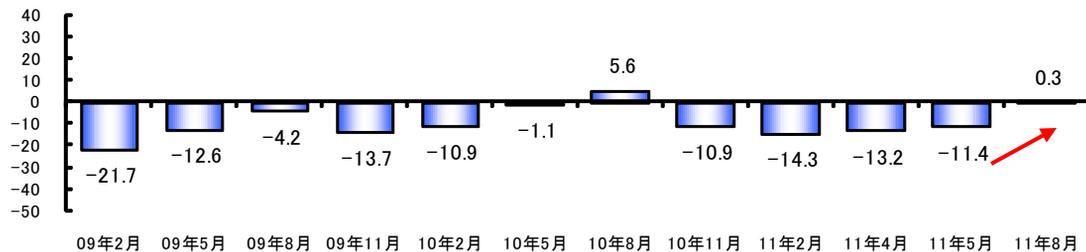
記号の意味・・・[-5pt以下 ↓] [-5pt~-3pt ↓] [-3pt~+3pt ↔] [+3pt~+5pt... ↑] [5ポイント以上 ↑]

<図2>商品購入の推移

<(家庭での)ビール飲用量>



<(家庭での)発泡酒飲用量>



■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 8月 6日(土)~ 2011年8月 7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・・・」