

報道関係各位

平成25年 6月17日
株式会社 クロス・マーケティング
(東証マザーズ3629)

株式売買回数は、例年のマイナス傾向から大幅にプラス アベノミクス効果は国内旅行やレジャーにも大きく影響

－消費動向に関する調査(2013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か月ごとに実施しております。

2011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。2012年からは、年2回、6か月ごとに実施し、定点調査としては、今回で16回目となります。

■調査結果トピックス

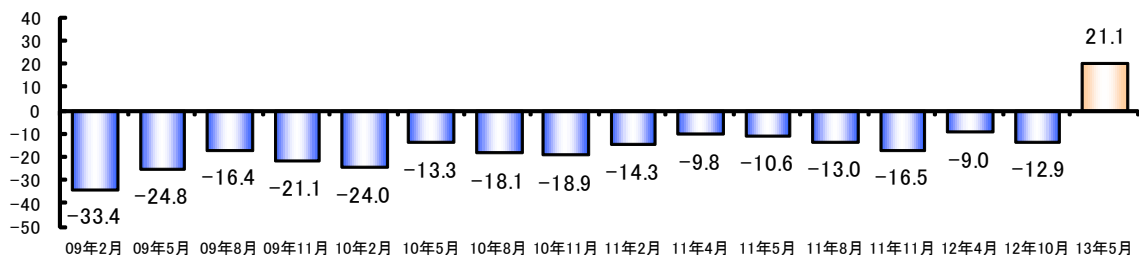
- 消費動向(消費動向DI※)の推移で、【株式の売買回数】は例年のマイナス傾向から転じて、大幅にプラスの推移となった。<図1>
- 【国内旅行の回数】は、東日本大震災後の2011年4月調査以降ゆるやかな上昇傾向が続いており、今回の調査では2009年2月の調査開始以降最も高いスコアまで上昇した。<図2>
- 店舗やレジャー施設利用の推移については、【カラオケ】【遊園地・テーマパーク】【美容院・理髪店】も、調査開始以降最も高いスコアとなった。<図3>
- 生活実態の経年推移で、【給与所得】【預貯金】【おこづかい】【食費】は、依然としてマイナスではあるものの、いずれも調査開始以来最高値。<図4>

※『消費動向DI』

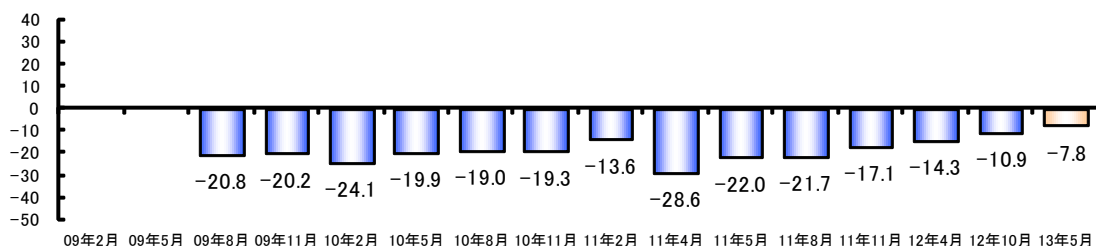
クロス・マーケティングでは、世の中全体の消費に対する意識や実態を把握するための指標として『消費動向DI』を定義しています。
『消費動向DI』: 商品購入・サービス利用、店舗・レジャー施設利用について、「増えた」の回答比率-「減った」の回答比率

◆自主調査レポートの続きはこちらへ⇒ <http://www.cross-m.co.jp/report/exp20130617/>

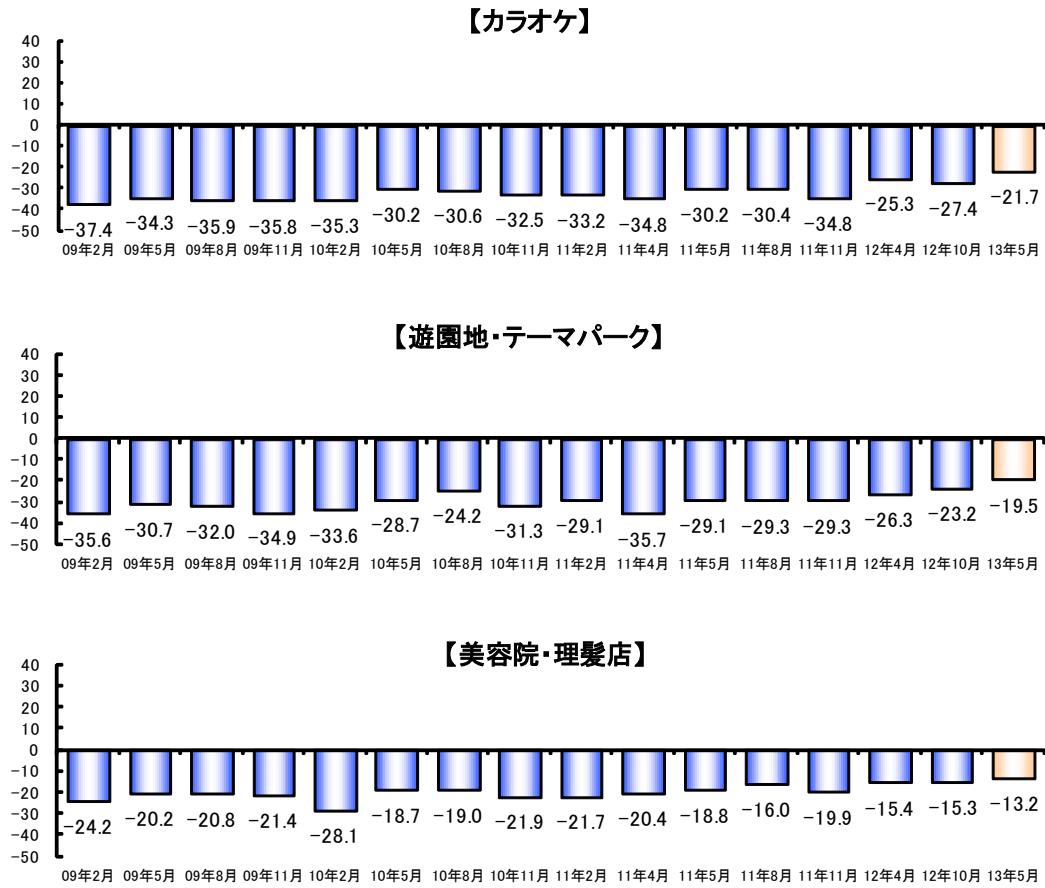
<図1> 商品購入・サービス利用の推移【株式の売買回数】



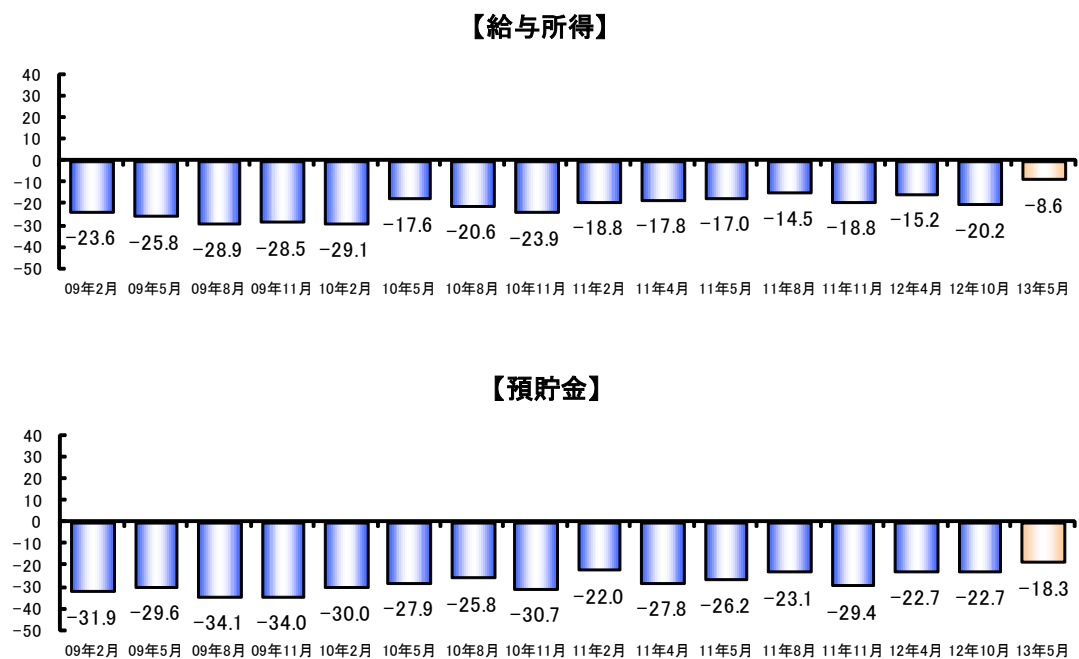
<図2> 商品購入・サービス利用の推移【国内旅行の回数】



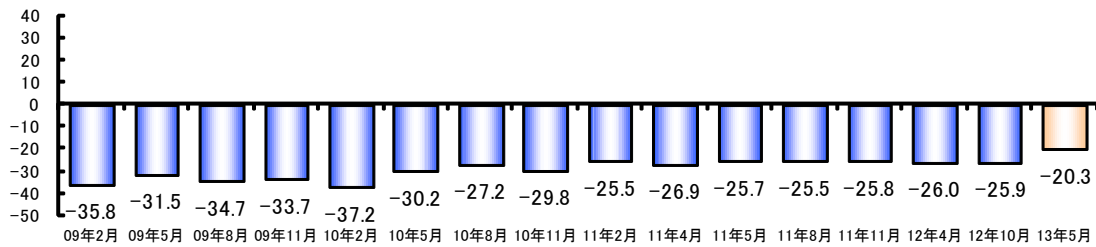
<図3> 店舗・レジャー施設利用の推移



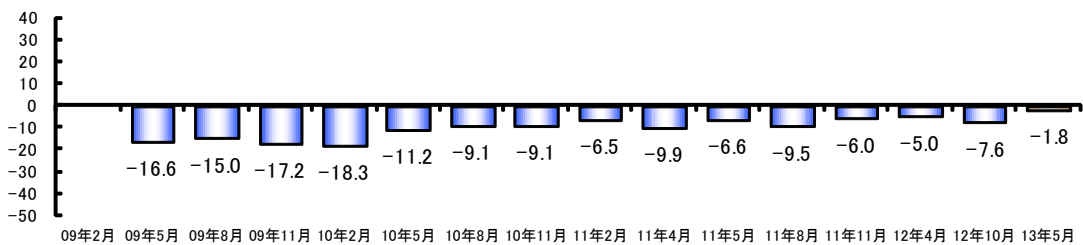
<図4> 生活実態の推移



【おこづかい(自分で自由に使えるお金)】



【食費】



■ 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 : 2013年5月17日(金)～2013年5月19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
 代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹
 事業内容 : リサーチ事業、ITソリューション事業

◆ 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 広報担当 大島
 TEL : 03-3549-0328 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・・・」