

報道関係各位

2018年11月27日
株式会社クロス・マーケティング

「中食の購入頻度」が調査開始9年間で初のプラス転換 社会構造の変化やフードデリバリーサービスの影響がみられる

－消費動向に関する定点調査(2018年10月度)－

株式会社クロス・マーケティング(本社:東京都新宿区、代表取締役社長:五十嵐 幹)は、全国47都道府県に在住する20～69歳の男女を対象に「消費動向に関する定点調査(2018年10月度)」を実施しました。

■調査目的

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、2009年2月から2011年11月までは3カ月ごとに実施(※)、2012年からは、年2回、4月または5月と10月に実施しております。※ただし、2011年4月に東日本大震災後の生活者の動向変化を観測するために緊急調査を行っております。

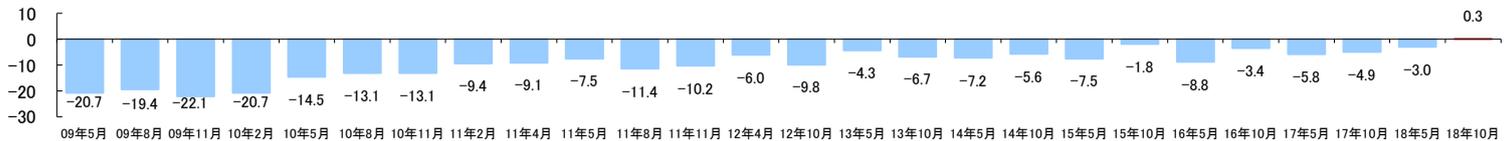
本調査においては、全国1,200人の生活実態や消費動向の推移に加えて、今後の景気の見通しについてどのように考えているのかといった景況感や、2017年2月に始まったプレミアムフライデーの認知・利用についても調査し、その実態を明らかにしました。

◆自主調査レポートの続きはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/exp/exp20181127/>

■調査結果 (一部抜粋)

- ✓ 中食(弁当や惣菜、宅配ピザなど)の購入頻度の経年推移をみると、2009年5月の調査以来、初めてプラスに転じた。また、冷凍食品の購入頻度も、2014年10月以来の調査開始後2度目のプラスとなった。共働き世帯や単身世帯の増加など社会構造の変化や、フードデリバリー(宅配)サービスが一般化してきていることが理由だと考えられる。<図1-1, 図1-2>
- ✓ 「自家用車のガソリン消費量」が17年10月から12ポイント上昇し、2009年5月の調査以来初めてプラスに転じた。また、「高速道路の利用頻度」「国内旅行の回数」も増加しており、自家用車で旅行が増加している可能性がある。<図2-1, 図1-2, 図2-3>
- ✓ プレミアムフライデーを認知している有職者がプレミアムフライデーに抱いている印象は、全体では「自分に関係ない」(38%)、「帰れない」(22%)「今さら」(14%)といったネガティブな印象が上位に並んだ。一方で、利用状況別にみると、利用経験のある層では上記の項目に加え、「メリハリ」(15%)「休める」前向き」(13%)といったポジティブな印象が高い指標になった。<図3>

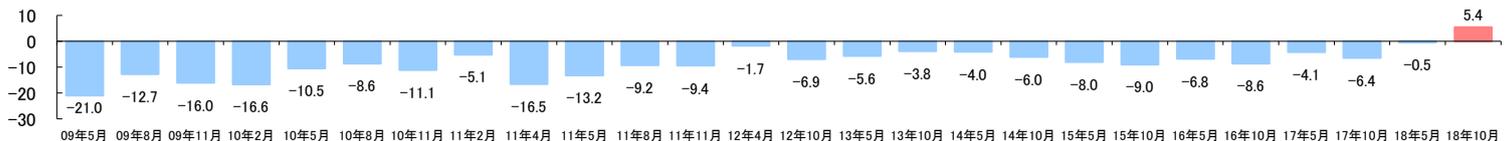
<図1-1> 中食の購入頻度の経年推移



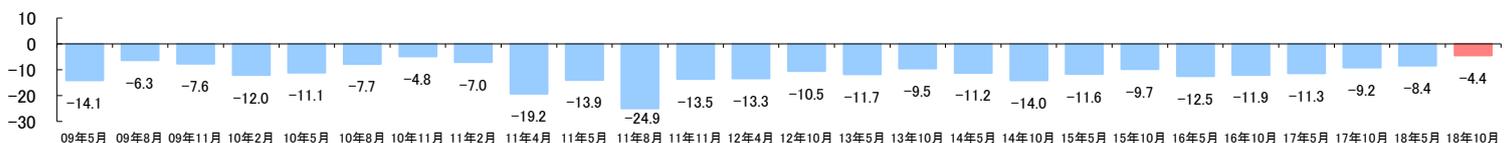
<図1-2> 冷凍食品の購入頻度の経年推移



<図2-1> 自家用車のガソリンの消費量の経年推移



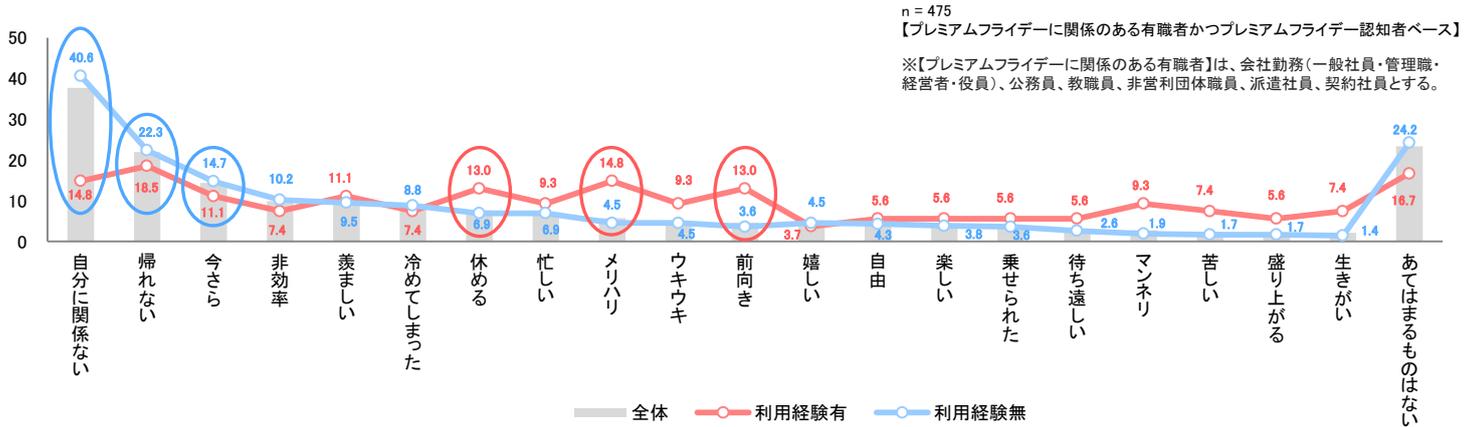
<図2-2> 高速道路の利用頻度の経年推移



<図2-3> 国内旅行の回数の経年推移



<図3> プレミアムフライデーに対する印象



■全調査内容

- 属性設問(性別・年齢・居住地・居住都市・婚姻状況・職業・業種・従業員規模・所属部署・役職・子供の年齢・同居の家族構成・住居形態・個人年収・世帯年収)
- 1年前と比較した、生活や労働に関わる時間、お金の増減(各SA)
- 1年前と比較した、商品購入、サービス利用の増減(各SA)
- 1年前と比較した、店舗の利用頻度の増減(各SA)
- 今後の景気の見通し(SA)
- 何年後に景気が良くなると思うか(NU)
- プレミアムフライデーの認知状況(SA)
- 2018年9月のプレミアムフライデー利用状況、これまでの利用回数(SA)
- プレミアムフライデー非利用理由(SA)
- プレミアムフライデー利用環境(SA)
- プレミアムフライデーの活用状況(退社時間・一緒に過ごした人・行ったこと・使用金額)(SA・MA)
- プレミアムフライデーに対する印象(MA)
- 今後のプレミアムフライデー利用意向・非利用意向・理由(FA)
- 今後のプレミアムフライデーで行ってみたいこと(MA)
- シャイニングマンデー利用意向(SA)
- シャイニングマンデーに対する気持ち(SA)
- シャイニングマンデー前の週末に楽しみたいこと(MA)

◆全調査項目のレポートダウンロードはこちらから <https://www.cross-m.co.jp/report/exp/exp20181127/>

■調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ
 調査地域 : 全国47都道府県
 調査対象 : 20~69歳の男女
 調査期間 : 2018年10月21日(日)~2018年10月22日(月)
 有効回答数 : 1,200サンプル(人口構成比に基づいて割付)

※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

【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 : 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F
 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 : マーケティングリサーチ事業

◆本件に関する報道関係者からのお問い合わせ先◆

広報担当 : 横田 TEL : 03-6859-2252 FAX : 03-6859-2275
 E-mail : pr-cm@cross-m.co.jp お問い合わせ : https://www.cross-m.co.jp/cromegane/cromegane_media/

《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・・・」