

報道関係各位

平成22年2月26日  
株式会社 クロス・マーケティング  
(東証マザーズ3629)

## 労働時間は長くなっているものの、給与所得は低下 1年前に比べて内食頻度が上昇、さらに巣籠り傾向広がる

—「消費動向」に関する調査(2010年2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いたしました。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5回調査となります。

### ■調査背景・目的

一昨年来の金融危機を発端とした社会経済情勢の変化や長引く景気低迷により、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

- 1年前と比べて「労働時間」は長くなっているものの、「給与所得」は減少。「おこづかい」「食費」などの節約傾向が続く。
- 全ての年代でおこづかいは減っているが、20代は男女とも「増えた」が1割強と比較的高い。
- 1年前と比較した消費動向は「巣籠り傾向」にあり、食事は手作りすることで、食費を抑えている。食品・日用品は、値引きのある店舗で購入と、節約姿勢が伺える。
- 日用品関連では、『消費動向DI』は「プライベートブランド商品の購入頻度」「通信販売の利用頻度」がそれぞれプラスに転じ、金融商品の『消費動向DI』では「クレジットカード」のみがプラス。
- 「スーパーマーケット」「100円ショップ」「ディスカウントストア」「アウトレットモール」の『消費動向DI』は上昇傾向、「ファミリーレストラン」「マンガ喫茶」「美容院・理髪店」は低下傾向にある。

※【消費動向DI】当社では、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。

◆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 1年前と比較した生活実態

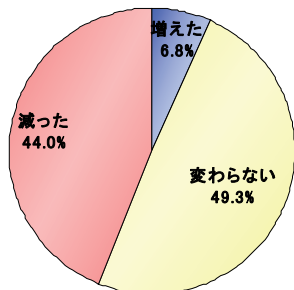
<生活時間・所得の増減>

		(%)		
		増えた	変わらない	減った
●凡例				
労働時間	【10年】 (n= 820)	24.6	49.8	25.6
	【09年】 (n=1 761)	22.4	48.2	29.4
睡眠時間	【10年】 (n=1 200)	14.2	56.4	29.4
	【09年】 (n=2 400)	12.7	60.2	27.1
自宅で過ごす時間	【10年】 (n=1 200)	32.6	48.1	19.3
	【09年5月】 (n=1 200)	30.2	52.4	17.4
趣味に費やす時間	【10年】 (n=1 200)	23.2	47.9	28.9
	【09年5月】 (n=1 200)	21.9	54.9	23.2
給与所得	【10年】 (n= 820)	15.7	39.5	44.8
	【09年】 (n=1 761)	17.5	41.5	41.1
預貯金	【10年】 (n=1 200)	16.8	36.5	46.8
	【09年】 (n=2 400)	16.3	35.5	48.2
おこづかい	【10年】 (n=1 200)	6.8	49.3	44.0
	【09年】 (n=2 400)	7.7	48.8	43.5
食費	【10年】 (n=1 200)	14.5	52.8	32.8
	【09年5月】 (n=1 200)	12.8	57.8	29.4

\*労働時間、給与所得は就労者ベース

※図2 1年前と比較した生活実態

<おこづかい(自分で自由に使えるお金)>



		(%)			生活実態 DI
		増えた	変わらない	減った	
●凡例					
全	体 (n=1200)	6.8	49.3	44.0	-37.2
性別	男性 (n= 600)	6.7	48.0	45.3	-38.6
	女性 (n= 600)	6.8	50.5	42.7	-35.9
性 × 年 代	男性20代 (n= 107)	15.0	41.1	43.9	-28.9
	男性30代 (n= 134)	7.5	51.5	41.0	-33.5
	男性40代 (n= 117)	4.3	56.4	39.3	-35.0
	男性50代 (n= 124)	2.4	42.7	54.8	-52.4
	男性60代 (n= 118)	5.1	47.5	47.5	-42.4
	女性20代 (n= 105)	12.4	41.9	45.7	-33.3
	女性30代 (n= 114)	6.1	46.5	47.4	-41.3
	女性40代 (n= 130)	6.2	46.2	47.7	-41.5
	女性50代 (n= 125)	6.4	56.0	37.6	-31.2
	女性60代 (n= 126)	4.0	60.3	35.7	-31.7
世 帯 年 収	500万円未満 (n= 451)	6.7	44.1	49.2	-42.5
	500 ~1000万円未満 (n= 441)	6.8	50.3	42.9	-36.1
	1000万円以上 (n= 141)	10.6	56.7	32.6	-22.0
増 1 年 前 と 比 較 し た も の り	労働時間 (n= 202)	14.9	44.6	40.6	-25.7
	給与所得 (n= 129)	29.5	45.7	24.8	4.7
	預貯金 (n= 201)	28.9	51.7	19.4	9.5
	食費 (n= 174)	19.0	36.2	44.8	-25.8
減 1 年 前 と 比 較 し た も の り	労働時間 (n= 210)	3.8	29.0	67.1	-63.3
	給与所得 (n= 367)	1.9	28.1	70.0	-68.1
	預貯金 (n= 561)	1.1	24.1	74.9	-73.8
	食費 (n= 393)	2.5	24.4	73.0	-70.5

■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2月8日(月)~2010年2月9日(火)  
 有効回答数 : 1,200サンプル(人口構成比に基づいて割付)

【株式会社クロス・マーケティングについて】

株式会社クロス・マーケティングは、国内130万人超の大規模モニターを軸に、生活者の「生」の声を、主にインターネットを活用して収集するマーケティングリサーチ会社です。生活者の嗜好の多様化や、商品サイクルの短期化に対応するため、ネットリサーチの優位性である「スピード」「コスト」に加え、「品質」を最大限に重視したりサーチサービスを展開しています。調査企画から設計、実査、集計・分析レポートまで、マーケティングリサーチに関するあらゆるサービスをトータルにサポートいたします。

【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 : ネットリサーチ事業 Webマーケティング事業

◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当: 鷲野(わしの) TEL : 03-3549-0222 FAX : 03-3549-0221  
 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・・・」