

報道関係各位

平成22年11月30日
株式会社クロス・マーケティング
(東証マザーズ3629)

増税の影響でたばこ離れが顕著 健康食品や低カロリー・ダイエット食品の購入が増え、ヘルシー志向に －「消費動向」に関する調査(2010年11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。今回の調査は第1回調査(2009年2月実施)から3ヶ月ごとに実施し、今回は第8回調査となります。

■調査背景・目的

景気状況は回復基調にあるものの、2007年の米国における金融危機を発端とした社会経済情勢の変化や、最近の円高・株安の煽りを受け、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

- ・『消費動向DI』が大きく減少したのは「たばこの本数」で、前年より27.3ポイントと大幅にダウン。<図1>
 - ・また、「たばこの本数」は時系列で見ると今回の調査で急激に減少しており、今年10月より実施された、たばこ増税に伴う値上げの影響と考えられる。
 - ・「健康食品の購入頻度」と「低カロリー・ダイエット食品の購入頻度」は前年のマイナスからプラスに転じ、それぞれ17.1ポイント、19.4ポイント増加。
 - ・「(家庭での)発泡酒飲用量」は-10.9ポイントとマイナスに転じた。「(家庭での)ビール飲用量」も減少していることから、季節的な要因と考えられる。<図2>
 - ・店舗・レジャー施設は昨年より利用されている傾向。特に「映画館」は1年前より9.8ポイントアップと、その中で上昇率が1番高い。

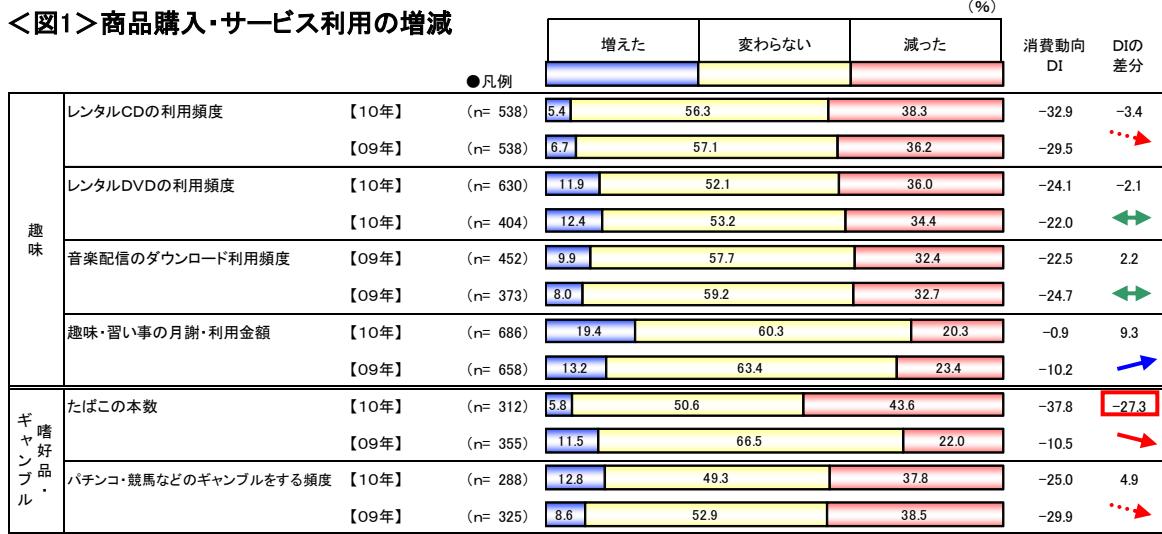
※「消費動向DI

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D1』: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を読むこちらへ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/request.php>

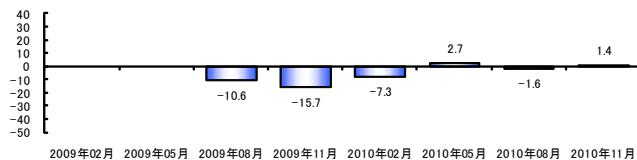
＜図1＞商品購入・サービス利用の増減



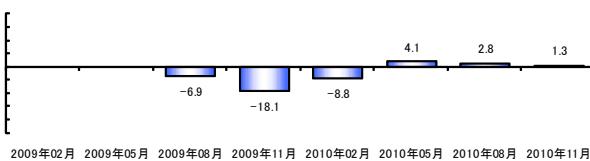
記号の意味… [-5pt以下] [-5pt～-3pt] [-3pt～+3pt] [+3pt～+5pt] [5ポイント以上]

＜図2＞商品購入・サービス利用の推移 ※『消費動向DL』の推移を時系列にまとめた。

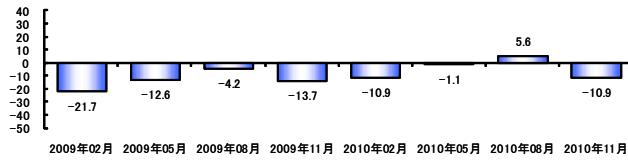
＜健康食品の購入頻度＞



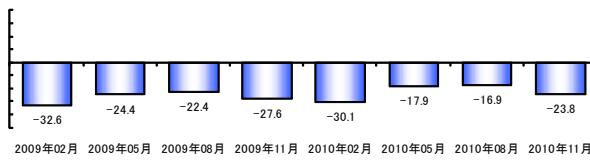
＜低カロリー・ダイエット食品の購入頻度＞



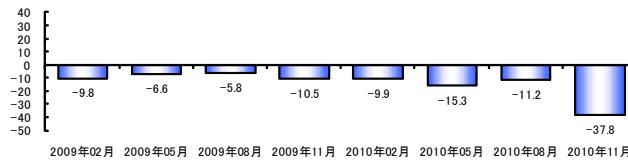
＜(家庭での)発泡酒飲用量＞



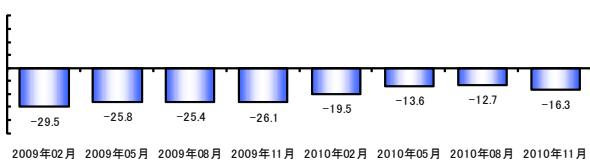
＜(家庭での)ビール飲用量＞



＜たばこの本数＞



＜映画館＞



■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11月8日(月)~2010年11月9日(火)
 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
 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: 03-3549-0222 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…」