

報道関係各位

平成23年 2月28日
株式会社 クロス・マーケティング
(東証マザーズ3629)

消費動向に明るい兆し 「金融」「趣味」「車・旅行」をはじめ、全体的に回復傾向 —「消費動向」に関する調査(2011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しました。本調査は第1回調査(2009年2月実施)から3ヵ月ごとに実施しており、今回が第9回調査となります。

■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に実施しました。1年前(前年同月)と比較した生活実態と消費動向、またそれぞれの推移について明らかにしました。

■調査結果トピックス

- ・「金融」「趣味」「車・旅行」をはじめ、全体的に『消費動向DI』スコアが上昇し、消費の回復傾向がうかがえる。
- ・「日用品関連」項目の『DIの差分』は前年より増加しているが、【プライベートブランド商品の購入頻度】が前年より10.7ポイント減少した。<図1>
- ・給与所得は、全体でみると「減った(37.5%)」が「増えた(18.7%)」のおよそ2倍。
世帯年収別の『生活実態DI』では、【1000万円以上】が5.7ポイントと世帯年収層で唯一のプラス。
- ・【預貯金】【おこづかい】【食費】の『生活実態DI』は依然マイナスだが、そのスコアはこれまで最も少ない。<図2>

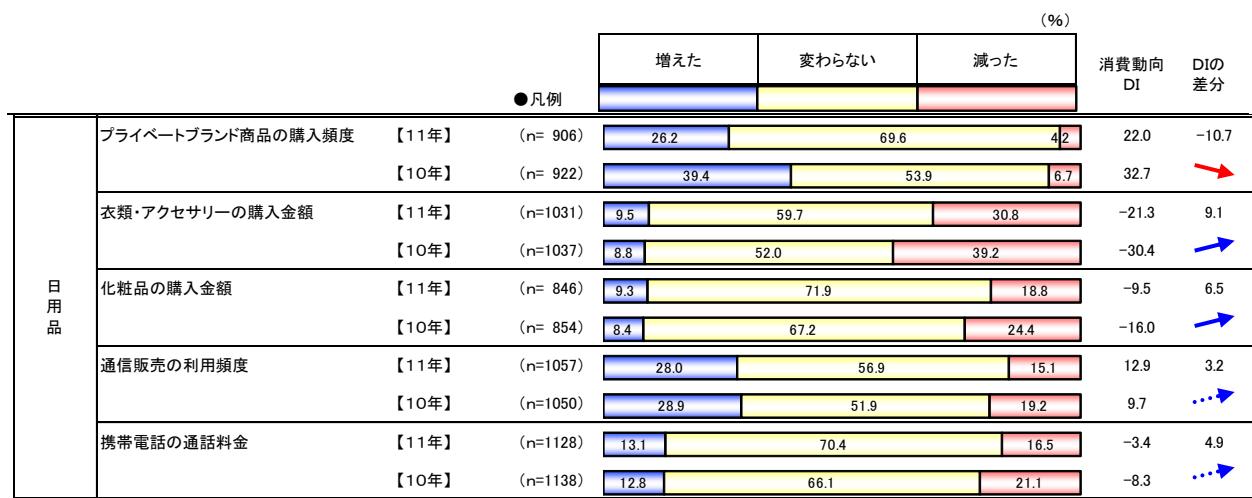
※『消費動向DI』

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

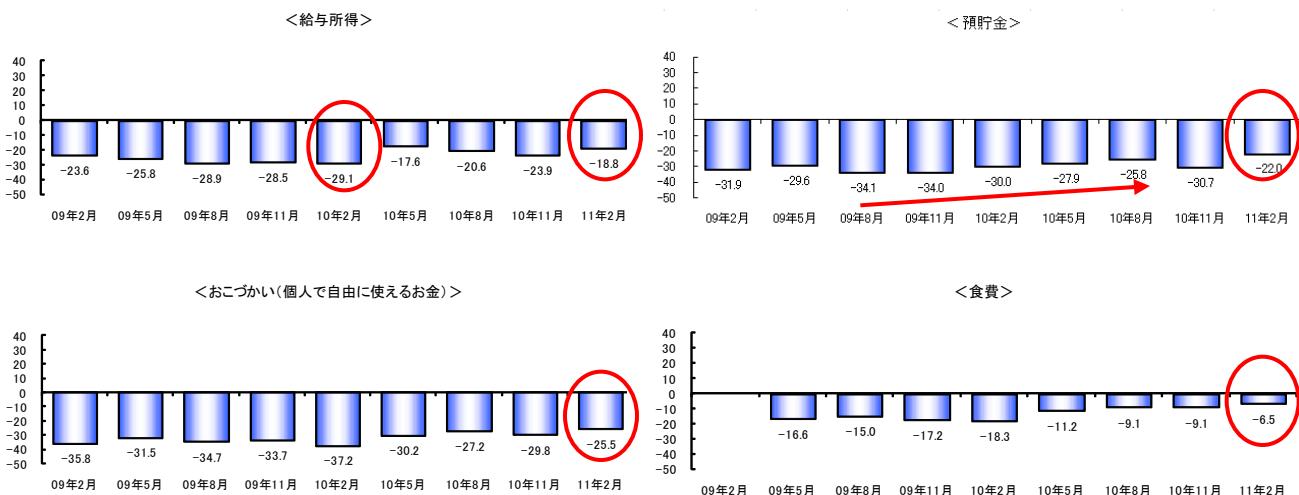
◆自主調査レポートの続きはこちらへ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/request.php>

<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>生活実態の推移 ※『生活実態DI』の推移を時系列にまとめた。



■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2月8日(火)～2010年2月9日(水)
 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 : 03-3549-0603 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…」