

生活者研究レポート

RESEARCH & DESIGN **M2**
for Marketing & Merchandising

CenSor's センサーズアイ EYE

Trend Report & Life Style Information
for Marketing & Merchandising

Vol .
142

2010/3

特集

おうち時間を「楽しく」
「ちょっとリッチに」

巣ごもり消費

M2生活者モニター・アンケート調査レポート

THE ヒット商品

小林製薬 株式会社

「チンしてこんがり魚焼きパック」

特集

「おうち時間を楽しく」「ちょっとリッチに」

巣ごもり消費

個人消費の冷え込みが厳しさを増し、消費関連企業の景況感を示す日経消費DI()の1月調査によると、業況判断指数はマイナス67と過去最低となりました。

長引く不況のために、レジャーや外食にかかる経費を切り詰めた人たちが、家で過ごす時間を大切にするようになりました。

節約はしながらも、「おうち時間を豊かにする」支出は惜しまないというメリハリ消費が目立ち、通販や家電も「巣ごもり志向」が追い風に、そこで今号は、M-2生活者モニターアンケート結果から、「おうち時間を豊かに楽しむ」消費傾向を探ります。

日本経済新聞社が四半期ごとにまとめる消費の現場の景気指標。

今年の景気は「今のまま」43%。
「わが家の財布のひもは「固い」約7割。

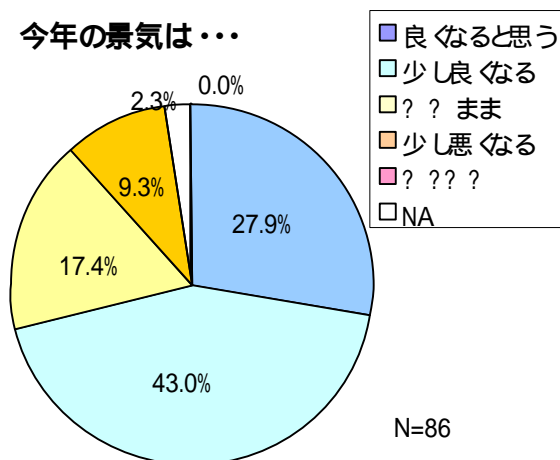
M-2生活者モニターアンケート

調査時期：2010年1月下旬
調査対象：全国の30～60代主婦86名
調査手法：Fax日記アンケート

今年の景気は、「今のままだと思う」が43.0%。
「良くなる」0.0% + 「少し良くなる」27.9% = 27.9%、
「悪くなる」9.3% + 「少し悪くなる」17.4% = 26.7%
と分かれる結果に。

今年のわが家の財布のひもは、
「固い」24.4% + 「少し固い」46.5% = 70.9%。
今後も引き締めムードが続きそうです。

今年の景気は・・・



今年のわが家の財布のひもは・・・

