

(報道関係各位)

1ヶ月先の消費を占う「消費意欲指数」は、
毎月25日前後に発表いたします。

2003.6.23
博報堂 広報室 宮川・西村

5月末に調査した2003年6月の「消費意欲指数」の結果がまとまりました。
2003年6月の消費意欲は、0.6ポイント低下し、
51.2点でした。

3ヶ月ぶりに前年の消費意欲指数を上回りました。

「消費意欲指数」は、月別の消費の先行指標として、1993年より注目されているデータです。

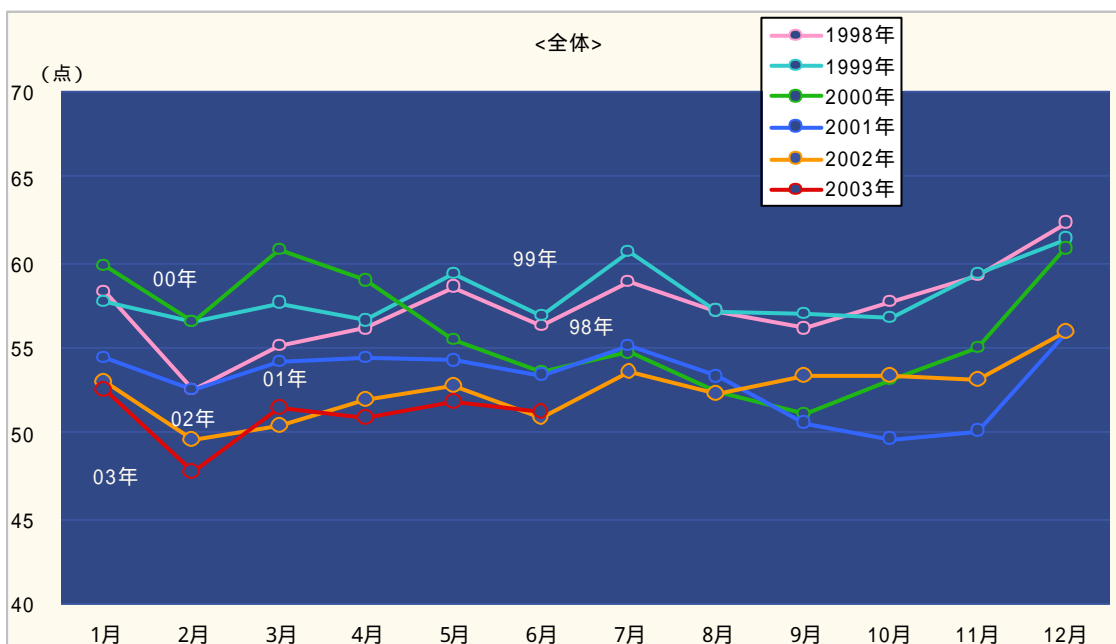
5月末時点で、博報堂生活総合研究所の調査パネルである一般生活者420名に対し「消費意欲(モノを買いたい、サービスを利用したいという欲求)が最高に高まった状態を100点とすると、あなたの6月の消費意欲は何点ぐらいでしょうか?」と質問した結果が、「6月の消費意欲指数」です。

この消費意欲指数は、月別の消費を占う先行指標として、1993年4月の調査開始以来、幅広く活用して頂いています。

2003年6月、消費意欲指数は、先月から0.6ポイント下落し、51.2点でした。

今月の消費意欲指数は、51.2(先月51.8から0.6ポイントDOWN)となりました。ここ半年の推移をみると、今年2月(47.8)を底として、3~6月は50のラインでほぼ安定しており、対前年比でも100.8%(昨年50.8)と、前年を僅かに上回っています。消費意欲の低下は底を打ち、最悪の状態からは脱した、と見られます。

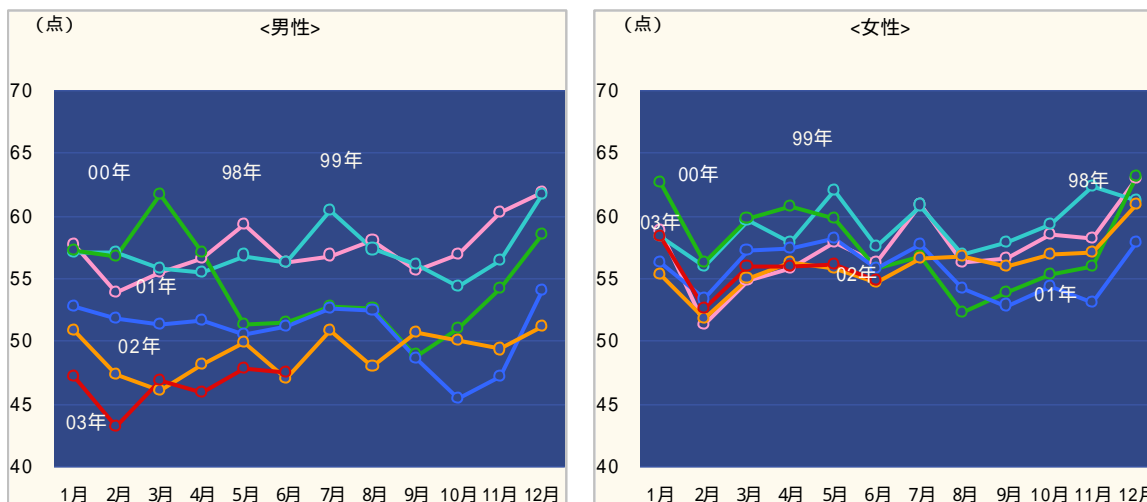
ただし、この51.2という数字は、95~96年頃の60ラインには程遠く、まだまだ回復基



調にあるとは言い難いでしょう。今後回復基調に向かうかどうかは様子見の状況で「消費意欲は、回復に向けての踊り場にいる」と言えます。例年数値が大きく上がる7月で、どこまで数値が上がるかが、消費が回復の軌道に乗っているかの目安となるでしょう。

男性の消費意欲はほぼ横道だが、女性は大幅な減少となる。

男女別の分析では、これまで変動の大きかった男性が先月47.7 今月47.5とほぼ変化が無いのに対して、女性では先月56.0 今月54.9と、1.1ポイントDOWNしているのが気になるところです。



では、今後の消費回復の芽はどこにあるのでしょうか？ 同時に調査を行っている「生活力点」からは、そのヒントが垣間見れます。

先月に比べ大きく上昇している生活力点が2つあります。それは「学び」(先月58.9 今月62.9)、「健康」(先月87.9 今月90.6)です。一方、「趣味・遊び」(先月63.2 今月55.3)「余暇・レジャー」(先月57.3 今月49.1)は大きく下がっています。SARS等の影響で旅行レジャーなどの消費意欲が減少気味なのに対して、学び・健康といった『内面消費』に対する関心が高まっているようです。

博報堂生活総合研究所のHP (www.athill.com)では、「消費意欲指数」も含め、生活者に関する調査データにご自由にアクセスすることが可能となっております。是非一度ご覧ください。

【調査概要 :HILL ネット調査】
 調査地域 :首都圏 / 調査対象者 : 19~73 才の男女個人 420 人 / 調査方法 :郵送法

本件に関する詳細のお問い合わせは
 博報堂生活総合研究所 (03-3233-6450) までお願いいたします。

御参考：

全体消費意欲(ウェイトバック数値)

消費意欲	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	平均
1993年					59.6	59.6	62.5	60.1	59.6	60.4	59.5	64.2	
1994年	60.1	58.9	60.9	58.3	62.7	61.2	65.5	59.4	58.4	62.0	61.3	69.2	61.5
1995年	62.2	58.3	59.3	58.9	60.8	61.7	63.1	59.3	56.8	60.2	60.7	65.8	60.6
1996年	60.2	58.2	58.4	58.7	61.0	61.4	62.6	58.1	59.1	59.5	62.1	68.6	60.7
1997年	59.5	56.2	60.7	55.8	56.0	58.5	61.8	58.9	56.6	58.0	59.8	63.3	58.8
1998年	58.2	52.6	55.1	56.2	58.5	56.3	58.8	57.2	56.1	57.7	59.2	62.4	57.4
1999年	57.7	56.5	57.7	56.6	59.4	56.9	60.6	57.2	57.0	56.8	59.3	61.4	58.1
2000年	59.8	56.5	60.7	58.9	55.5	53.6	54.7	52.4	51.2	53.1	55.0	60.8	56.0
2001年	54.4	52.6	54.2	54.5	54.2	53.4	55.1	53.4	50.6	49.7	50.1	55.9	53.2
2002年	53.0	49.5	50.4	52.0	52.7	50.8	53.6	52.2	53.3	53.4	53.1	55.9	52.5
2003年	52.5	47.8	51.4	50.8	51.8	51.2							50.9
前年比	99.1	96.5	102.0	97.7	98.3	100.8							

男性消費意欲

消費意欲	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	平均
93年					59.1	58.4	59.0	60.7	61.2	60.7	59.2	61.6	
94年	59.2	59.0	62.4	55.7	62.2	59.7	66.6	58.3	57.0	59.5	58.4	67.7	60.5
95年	61.3	57.4	59.1	56.7	58.5	58.7	61.7	60.5	54.9	58.9	59.3	65.1	59.3
96年	58.9	58.3	57.7	57.9	62.5	61.3	63.1	58.2	57.8	58.9	62.0	68.7	60.4
97年	59.7	56.1	62.2	55.8	56.4	56.7	60.5	60.5	56.6	58.9	58.9	63.5	58.8
98年	57.7	53.8	55.5	56.5	59.3	56.2	56.8	58.1	55.6	57.0	60.2	61.8	57.4
99年	57.1	57.1	55.9	55.5	56.8	56.3	60.4	57.3	56.1	54.5	56.4	61.7	57.1
00年	57.2	56.7	61.6	57.1	51.4	51.5	52.7	52.6	48.8	51.0	54.1	58.5	54.4
01年	52.7	51.9	51.2	51.6	50.5	51.1	52.6	52.5	48.6	45.3	47.1	54.0	50.8
02年	50.7	47.4	46.0	48.1	49.9	47.1	50.8	48.0	50.6	50.0	49.3	51.1	49.1
03年	47.1	43.2	46.9	45.8	47.7	47.5							46.4
前年比	92.9	91.1	102.0	95.3	95.7	101.0							

女性消費意欲

消費意欲	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	平均
93年					60.1	60.8	66.0	59.5	57.9	60.2	59.8	66.8	
94年	61.0	58.8	59.3	60.8	63.3	62.8	64.4	60.6	59.8	64.6	64.2	70.8	62.5
95年	63.0	59.2	59.6	61.2	63.2	64.8	64.6	58.1	58.8	61.5	62.1	66.5	61.9
96年	61.5	58.1	59.1	59.5	59.5	61.6	62.1	58.0	60.5	60.0	62.2	68.5	60.9
97年	59.4	56.4	59.1	55.9	55.5	60.4	63.2	57.3	56.6	57.1	60.8	63.2	58.7
98年	58.9	51.3	54.8	55.8	57.7	56.4	60.9	56.2	56.6	58.5	58.2	63.0	57.3
99年	58.4	55.9	59.6	57.8	62.0	57.6	60.8	57.0	57.9	59.3	62.4	61.1	59.2
00年	62.6	56.2	59.8	60.7	59.8	55.8	56.7	52.2	53.8	55.2	56.0	63.1	57.7
01年	56.2	53.3	57.2	57.5	58.1	55.7	57.7	54.2	52.8	54.3	53.1	57.8	55.7
02年	55.3	51.7	55.0	56.2	55.7	54.7	56.5	56.7	56.0	56.9	57.0	60.9	56.0
03年	58.2	52.6	56.0	56.0	56.0	54.9							55.6
前年比	105.3	101.8	101.8	99.7	100.5	100.5							