

(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。

2003.12.22
博報堂 広報室 宮川・西村

11月末に調査した2003年12月の「消費意欲指数」の結果がまとまりました。
2003年12月の消費意欲は、先月から3.6ポイント上昇し、
56.2点でした。

36ヶ月ぶりに56点台を回復。

「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。

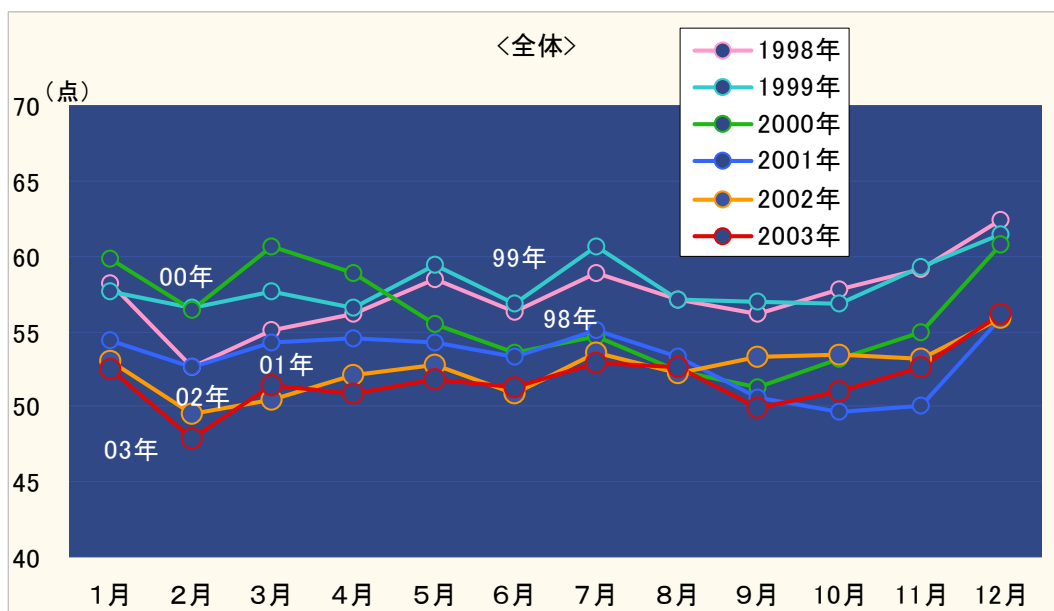
11月末時点で、博報堂生活総合研究所の調査パネルである一般生活者420名に対し「消費意欲(モノを買いたい、サービスを利用したいという欲求)が最高に高まった状態を100点とすると、あなたの12月の消費意欲は何点ぐらいでしょうか?」と質問した結果が、「12月の消費意欲指数」です。

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12月、消費意欲指数は、先月から3.6ポイント上昇し、56.2点でした。

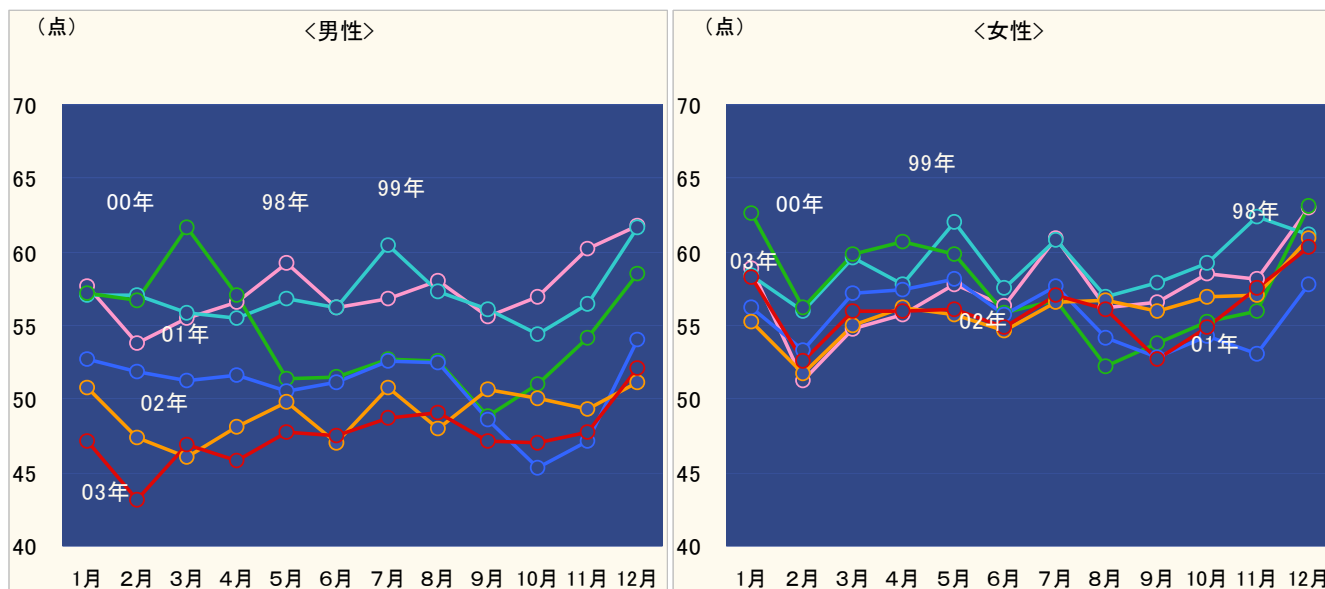
今月の消費意欲指数は、56.2(先月52.6から3.6ポイントUP)となりました。

10月以降、上昇基調にあった消費意欲指数ですが、今月は3.6ポイントUPと特に大きな伸びを示しています。前年同月比でも0.3ポイントUPとなっており、12月としては2001年以降で最も高い数値です。また消費意欲指数が56点を超えたのは、なんと36ヶ月ぶりのことです。



男性の消費意欲回復が目立つ。

男女別では、男性が先月47.7 今月52.1(4.4ポイントUP)、女性が先月57.5 今月60.4(2.9ポイントUP)と、これまでは女性に比べ上昇力が鈍かった男性が、年末になって大きく消費意欲を伸ばしていることが注目されます。



同時に調査を行っている生活力点からは、こうした消費意欲上昇の要因をはっきり見てとることができます。今月の結果で際立っているのは、「中くらいの買い物」に対するマインドの伸びで(11月15.7% 12月27.0%)、今月の数値は、2000年5月に生活力点調査を開始して以来最高の数値となっています。年末商戦では、新三種の神器(薄型テレビ、DVDレコーダー、デジタルカメラ)が絶好調ようですが、こうした魅力的な商品の出現が女性だけでなく男性の消費意欲まで引っ張っていることが窺えます。

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	52.9	52.6	49.9	50.9	52.6	56.2	51.7
前年比	99.1	96.5	102.0	97.7	98.3	100.8	98.7	100.6	93.6	95.3	99.0	100.5	

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	48.7	49.1	47.1	47.0	47.7	52.1	47.5
前年比	92.9	91.1	102.0	95.3	95.7	101.0	96.0	102.4	93.0	94.1	96.7	101.9	

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	57.1	56.1	52.7	54.9	57.5	60.4	56.0
前年比	105.3	101.8	101.8	99.7	100.5	100.5	101.0	98.9	94.2	96.5	100.9	99.1	