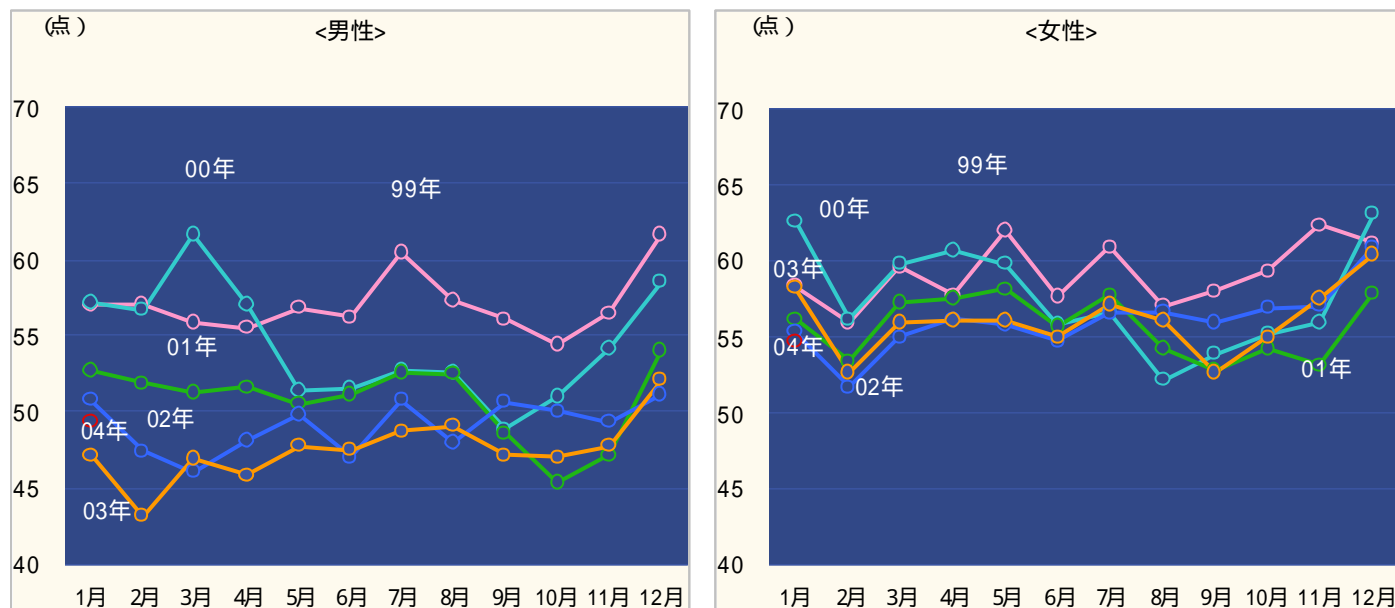




## 前年同月比で女性は大幅DOWNも、男性はUPとなる。

こうした1月消費意欲の背景については、男女別分析によって状況がより鮮明に見えてきます。

男女別推移では、男性が先月52.1 今月49.3(2.8ポイントDOWN)、女性が先月60.4 今月54.7(5.7ポイントDOWN)と、女性に比べ男性の落ち込みが小さくなっているのが特徴です。前年同月比で見ると、男性が2.2ポイントUPする一方で、女性は3.5ポイントDOWNとなっており、今月の消費意欲指数の低さは「女性」に大きな原因があるようです。



これまでの傾向から見て、男性層の消費意欲はマクロな経済動向に影響を受けやすくなっており、昨年秋以降の企業の業績回復・株価の上昇等の景気回復に敏感に反応していると思われます。かたや、身近な生活実感を大事にする女性層は、マクロレベルと生活者レベルで景気回復感が連動していないためか、年を越して冷静さを取り戻し、引き締め意識を持ち始めている、と言えそうです。

博報堂生活総合研究所のHP ([www.athill.com](http://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。

