

2月末に調査した2004年3月の「消費意欲指数」の結果がまとまりました。
2004年3月の消費意欲は、先月から0.7ポイント減少し、
50.1でした。

前年同月比で1.3ポイント減。3月としては過去最低となりました。

「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。

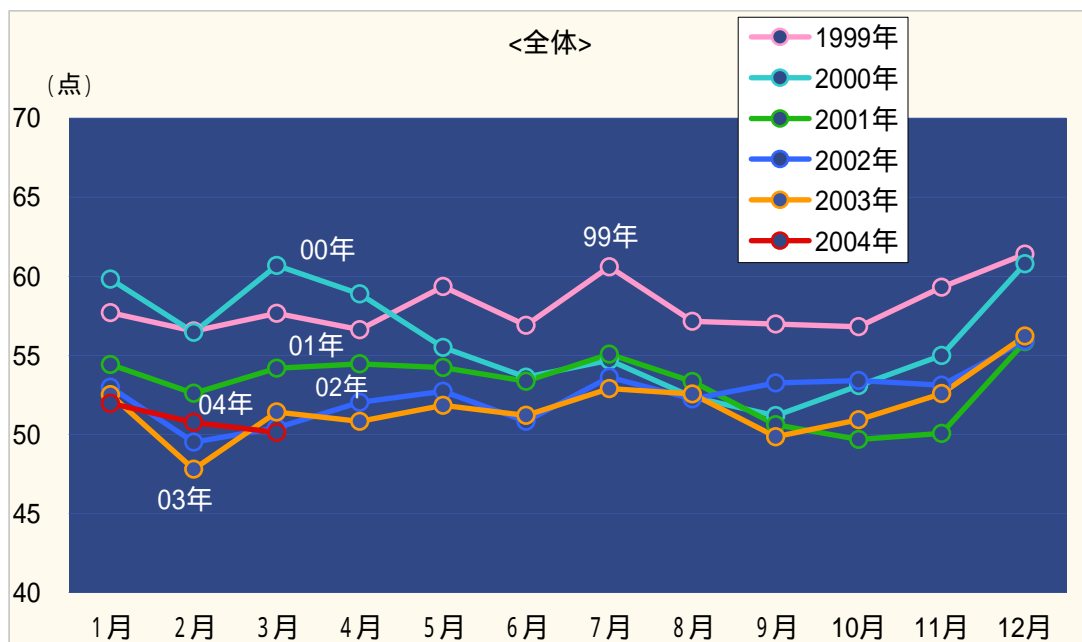
2月末時点で、博報堂生活総合研究所の調査パネルである一般生活者420名に対し「消費意欲(モノを買いたい、サービスを利用したいという欲求)が最高に高まった状態を100点とすると、あなたの3月の消費意欲は何点ぐらいでしょうか?」と質問した結果が、「3月の消費意欲指数」です。

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。

2004年3月、消費意欲指数は、先月から0.7ポイント減少し、50.1点でした。

今月の消費意欲指数は、50.1(先月50.8から0.7ポイントDOWN)となりました。例年、消費意欲は2月で底を打ち、3月に向けては春需要で上昇していく傾向にありますが、今年は3月の力強い伸びが見られませんでした。

この背景として、「暖冬効果」が一つの影響要因として考えられます。今年は「暖冬」の影響で2月の落ち込みは緩やかであったものの、春の訪れへの期待が弱まっているのか、3月消費が喚起されていません。

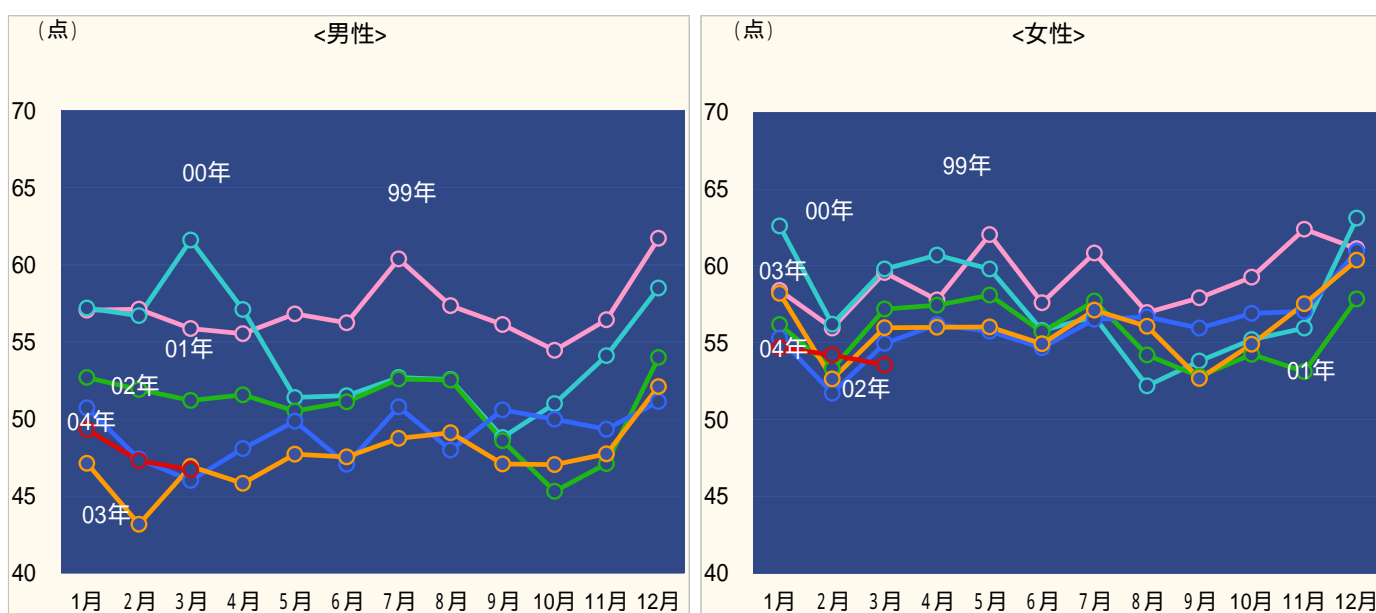


女性で特異な動き。上がらない消費意欲の要因は「暖冬」と「食の不安」？

特に女性層において、上記の3月不調傾向が強くなっています。グラフの月毎推移パターンを見れば明らかですが、今年は2月-3月にかけて特異な動きを示しています。

例年は2-3月にかけてはかなり鋭角的な上昇パターンにあるのが、今年は逆に0.6ポイントDOWNとなっており、前年同月比でも2.4ポイントDOWNと落ち込んでいます。

この背景としては、女性の場合、「暖冬効果」で春物衣料への消費が2月に前倒しされてしまった可能性が有りそうです。また、「鳥インフルエンザ」などの発生による「食の不安」が、日常的なスーパーでの買物、外食における主婦層の消費意欲にネガティブな影響を与えている可能性も一因として考えられます。



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。

