

8月末に調査した2004年9月の「消費意欲指数」の結果がまとまりました。  
2004年9月の消費意欲は、先月から1.6ポイント減少し、  
51.3でした。

前年同月比では、1.4ポイントの上昇。

「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。

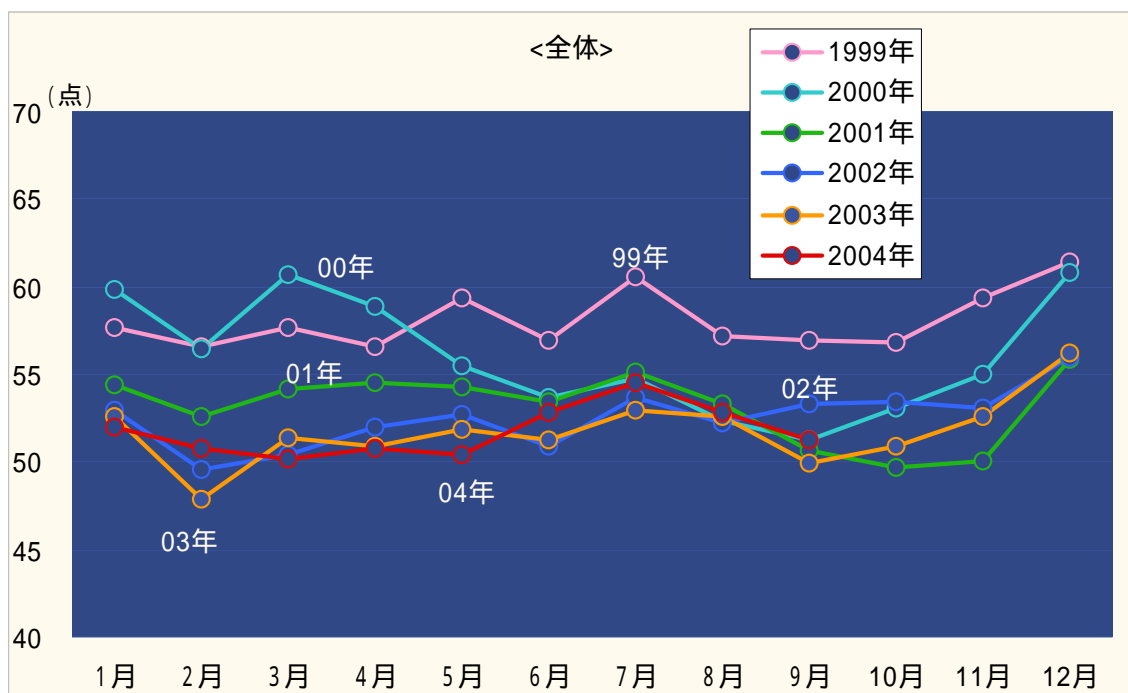
8月末時点で、博報堂生活総合研究所の調査パネルである一般生活者420名に対し「消費意欲(モノを買いたい、サービスを利用したいという欲求)が最高に高まった状態を100点とすると、あなたの9月の消費意欲は何点ぐらいでしょうか?」と質問した結果が、「9月の消費意欲指数」です。

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9月、消費意欲指数は、先月から1.6ポイント減少し、51.3点でした。

今月の消費意欲指数は、先月52.9から1.6ポイント減少し、51.3となりました。

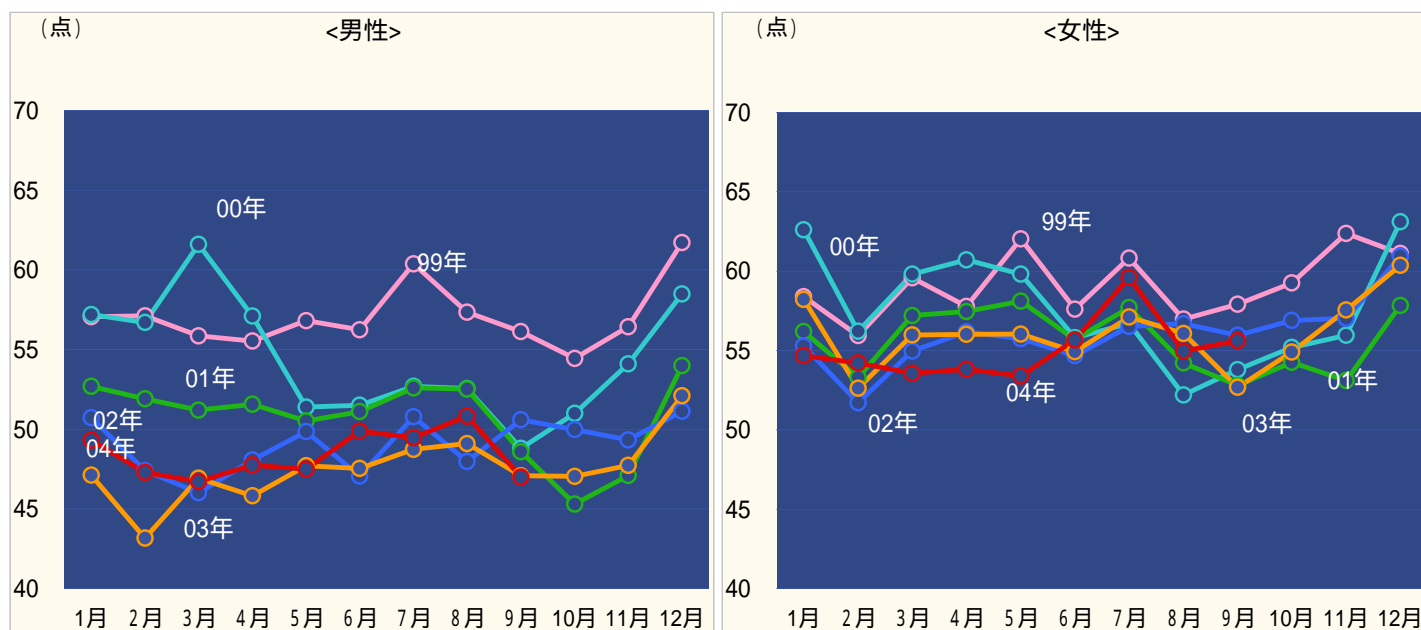
例年、8月から9月にかけては消費意欲が減少する傾向にあり、今月の減少については季節要因の影響があるかと思われます。しかし、前年同月比では1.4ポイント上昇となっており、消費意欲は全体的には好調を安定維持していると考えられます。



## 男性の消費意欲が減少。

男性の消費意欲が8月：50.8 9月：47.0と大きく減少しているのが今月の特徴です。8月に今年初めて50点を超えましたが、また40点台に逆戻りで、今年に入って2番目に低い数値となりました。一方、女性の消費意欲は8月：55.0 9月：55.6と、例年は消費意欲が減少する9月であるにも関わらず上昇傾向にあります。また、女性は前年同月比でも2.9ポイント上昇と好調を維持しています。

この男性層での消費意欲減少の背景を、同時に調査を行っている生活力点の結果から見ていくと、8月に大きく上昇した「家族との生活」(前月比9.8ポイントUP)、「余暇・レジャー」(前月比12.5ポイントUP)の2つの力点が大きく減少していることが分かります。9月の「家族との生活」は前月比12.8ポイントDOWN、「余暇・レジャー」は前月比24.3ポイントDOWNと大きく減少しました。特に30～40代男性の減少が目立ちます。猛暑とオリンピック観戦で体力を消耗し、家族サービスでお金を使い果たしたので、9月はちょっと一休みというお父さんの気持ちが窺われます。



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。

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
2004年	52.0	50.8	50.1	50.7	50.4	52.8	54.5	52.9	51.3				
前年比	98.9	106.2	97.5	99.8	97.3	103.0	103.0	100.6	102.9				

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
04年	49.3	47.3	46.7	47.7	47.5	49.9	49.5	50.8	47.0				
前年比	104.7	109.5	99.5	104.2	99.6	104.9	101.5	103.5	99.9				

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
04年	54.7	54.2	53.6	53.8	53.4	55.7	59.6	55.0	55.6				55.1
前年比	93.9	103.0	95.7	96.1	95.3	101.4	104.3	98.0	105.6				