

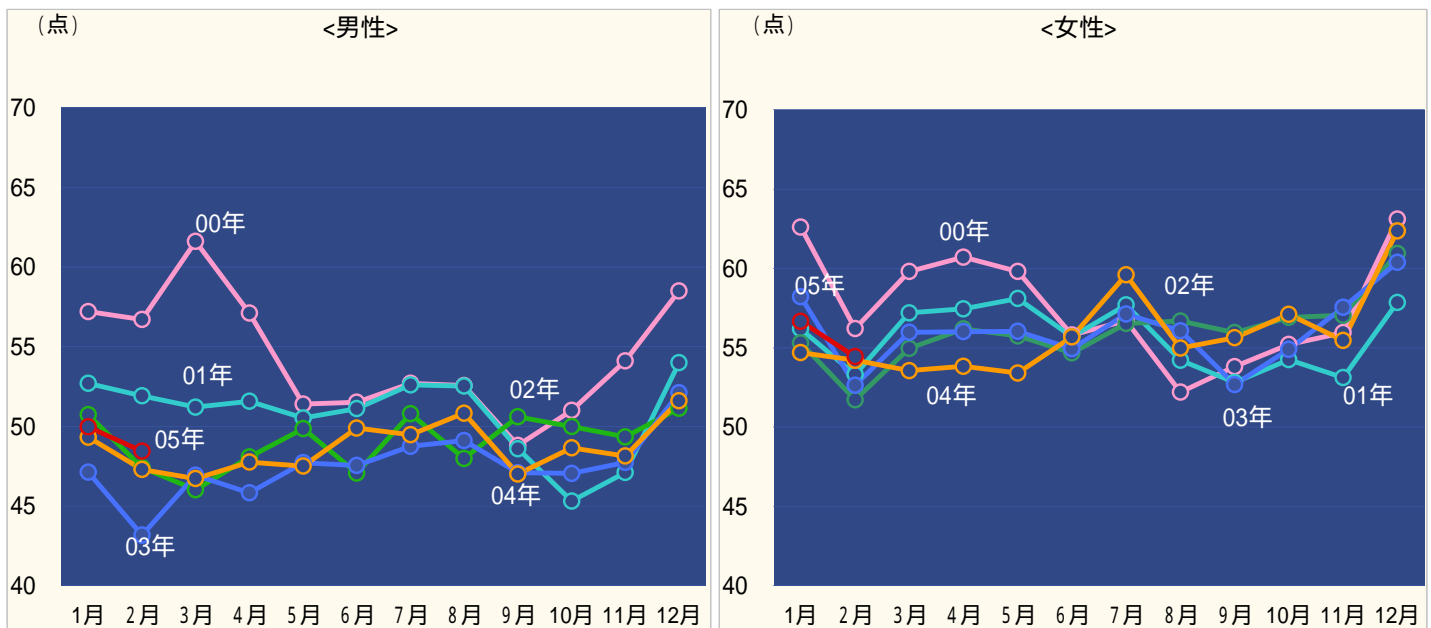
男女とも前年同月比では高水準を維持。

2月の消費意欲指数を先月比で見ると、男性が1.6ポイントの減少、女性も2.3ポイントの減少となっています。

しかし前年同月比で見ると、男女とも消費意欲指数が増加しています。男性で+1.1ポイント、女性で+0.2ポイントの増加です。指数の数値自体も男性が48.4点で2001年以来、女性が54.4点で2000年以来の高い数値になっています。昨年中頃からの消費意欲の回復傾向は順調に続いていると言えそうです。

同時に調査をしている生活力点の中の買い物行動を見ますと、12月、1月は男女ともに高かった「中くらいの買い物」「日常的な小さな買い物」の数値が、普段の水準に落ちついてきたようです。しかしこれを前年同月比で見ると、やはり高水準を維持しており、特に女性で3割強の増加となっている点が目立ちます。

1月の東京地区百貨店売上高が、雑貨や身の回り品を中心に11ヶ月ぶりに増加(前年同月比)したとのことですが、生活力点はこういった消費意欲の高まりを裏付けているといえそうです。



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。

