

1月末に調査した2006年2月の「消費意欲指数」の結果がまとまりました。
2006年2月の消費意欲は、先月から2.6ポイント減少し、
50.9点でした。

女性の消費意欲は好調を維持し、2月としては2001年以降で最高値。

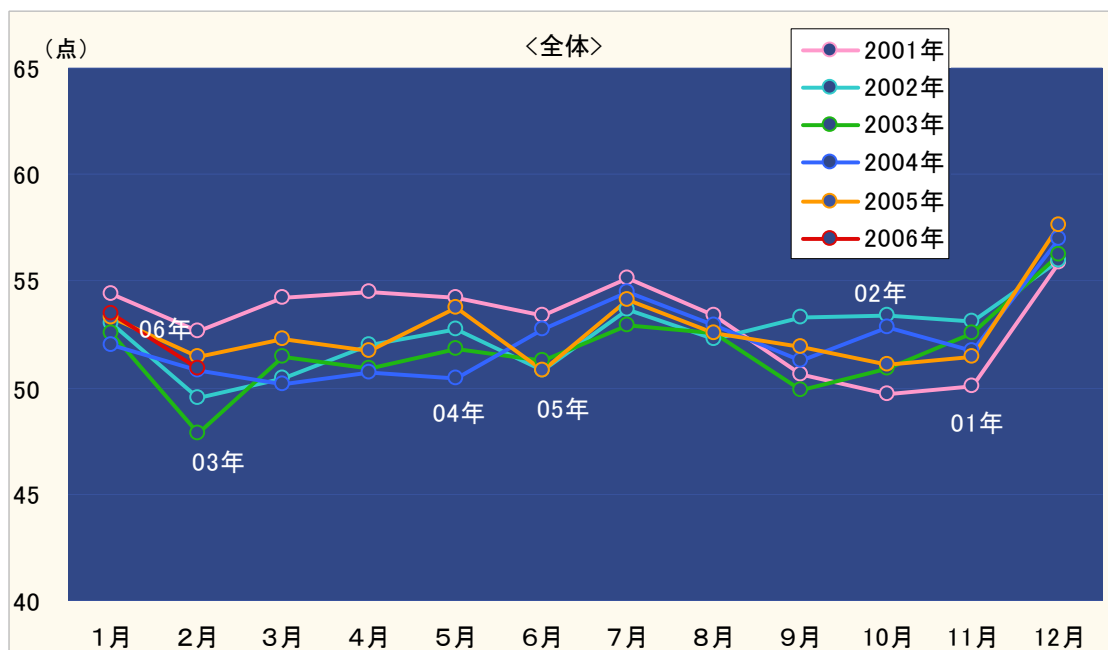
「消費意欲指数」は、月別の消費の先行指標として、1993年より注目されているデータです。

1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2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、「2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。

2006年2月の消費意欲指数は、先月から2.6ポイント減少し、50.9点でした。

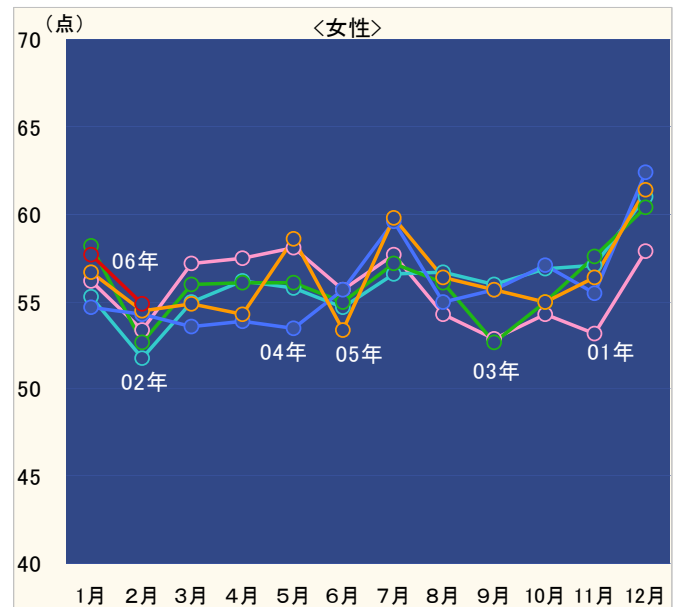
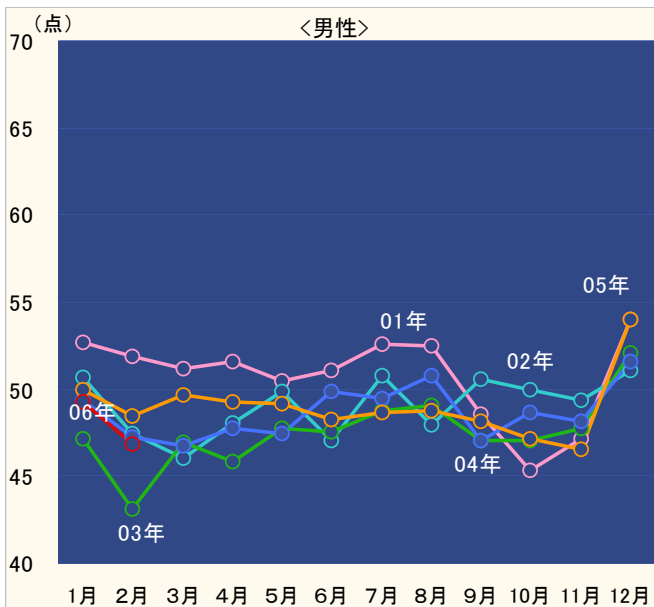
2月の消費意欲指数は先月から2.6ポイント減少し、50.9点となりました。例年、2月は指数が減少する傾向にあり、今年もその傾向が現れたものといえそうです。ただ、前年同月比でも0.5ポイントの減少となっており、好調な出足だった1月の数値から見るとやや予想外な感があります。今月は、株式市場が不安定な状況だった1月末の調査のためか、マイナス影響があったのかもしれませんが、3月以降の数値を引き続き注意深く見ていきたいところです。



女性の消費意欲は1月に続いて好調。

2月の男女別の消費意欲指数を見ると、男性が - 2.3ポイントの46.9点、女性が - 2.8ポイントの54.9点となりました。また、前年同月比は男性が - 1.5ポイント、女性が + 0.5ポイントでした。女性の指数は、2月としては2001年以降で最高の数値になり、1月に続いて好調を維持しています。

男性は先月比、前年同月比とも減少していますが、同時に調査をしている生活力点の「買い物」行動では、「大きな値の張る買い物」の数値が先月比で大きく改善しており、「中くらいな買い物」「日常的な買い物」も標準的な数値を示しています。買い物行動で見る限り、男性の“モノ消費”は消極的になっていません。こうした点からは、男性の指数低下は一時的、心理的なものではないか、と推測されます。



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。

