

2月末に調査した2006年3月の「消費意欲指数」の結果がまとまりました。
2006年3月の消費意欲は、先月から2.5ポイント増加し、
53.4点でした。

3月としては、2002年以降での最高値を記録しました。

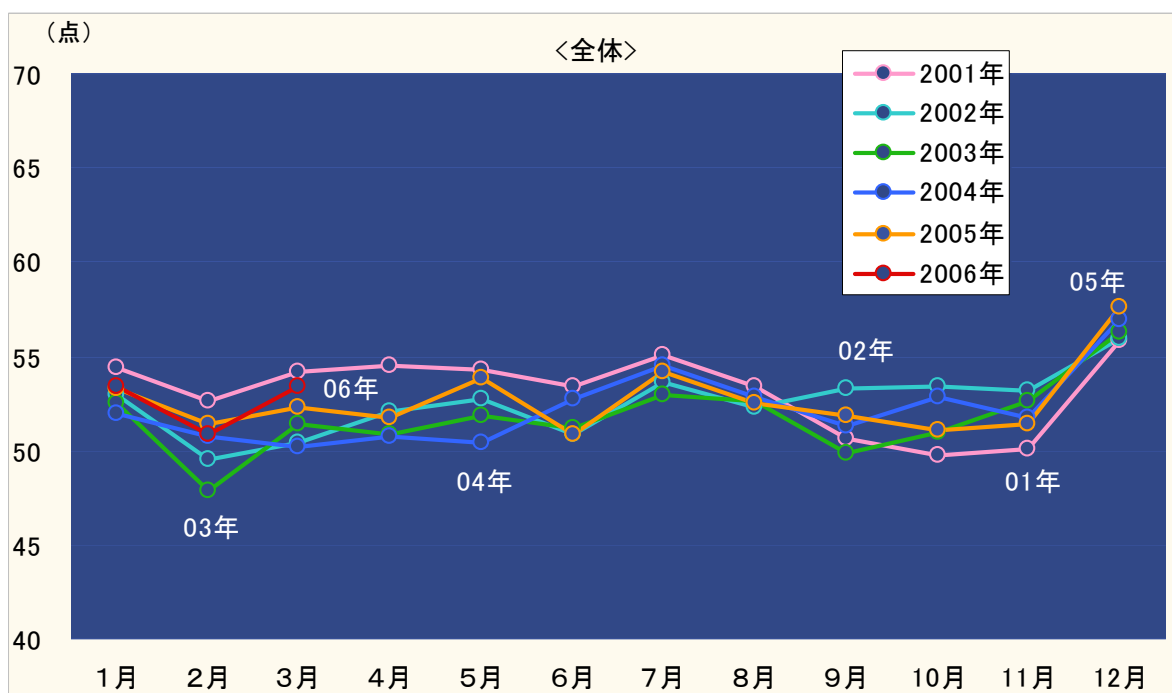
「消費意欲指数」は、月別の消費の先行指標として、1993年より注目されているデータです。

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。

2006年3月の消費意欲指数は、先月から2.5ポイント増加し、53.4点でした。

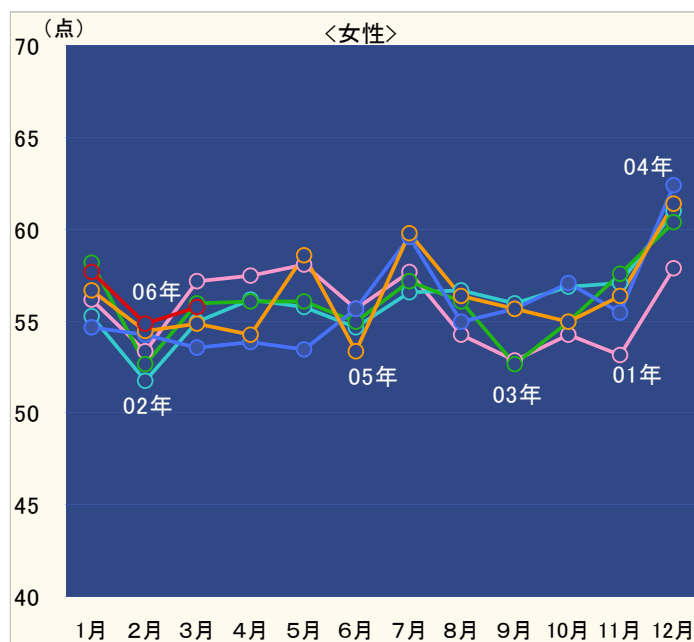
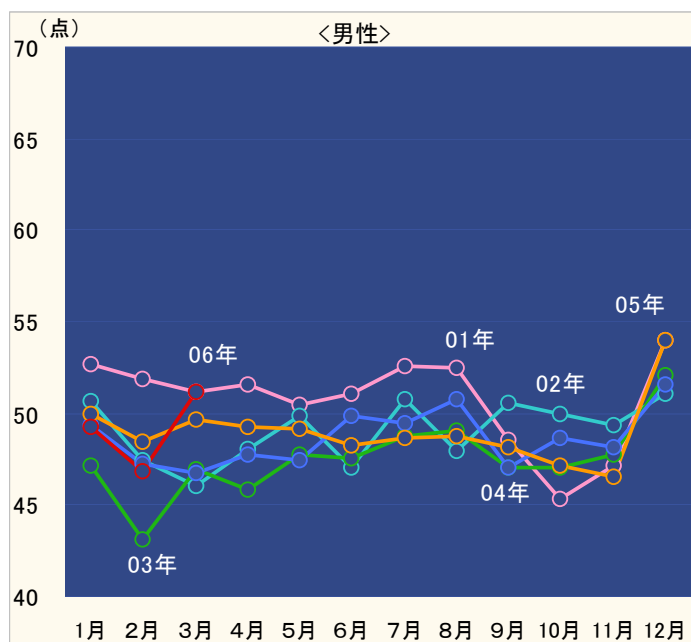
3月の消費意欲指数は先月から2.5ポイント増加し、53.4点となりました。前年同月比で見ても1.1ポイントの増加で、3月としては2002年以降の5年間で最高の数値となりました。企業業績が好調に推移していることが、雇用状況の改善やベースアップ復活といった家計面にも好影響を与えつつあると言えそうです。景気の勢いが続く状況の中で、4月以降の数値にも期待が持てそうです。



男女ともに消費意欲が増加。男性は、3月では2001年以来の50点超えとなる。

3月の男女別の消費意欲指数はともに増加し、男性が+4.2ポイントの大幅増で51.1点、女性が+0.8ポイントの55.7点となりました。前年同月比では男性が+1.4ポイント、女性が+0.9ポイントでした。男性の3月の消費意欲指数が50点超えとなるのは2001年以来です。また、女性の指数は今年に入って3ヶ月連続で前年同月の数値を上回り、好調さを維持しています。

同時に調査をしている生活力点の「買い物」行動を見ると、男女ともに「大きな値の張る買い物」「中くらいの買い物」「日常的な買い物」のいずれもが高い数値を示しており、“モノ消費”に対する意欲は年末並みの旺盛さとなっています。自由回答では、春物衣料、薄型テレビ、自動車などといった商品を購入したいという声が挙がっています。



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。

