

1月末に調査した2007年2月の「消費意欲指数」の結果がまとまりました。
2007年2月の消費意欲は、先月から3.8ポイント減少し、
50.9点でした。

4ヶ月連続の2001年以降最高値更新ならず、2月は前年と同数値に。

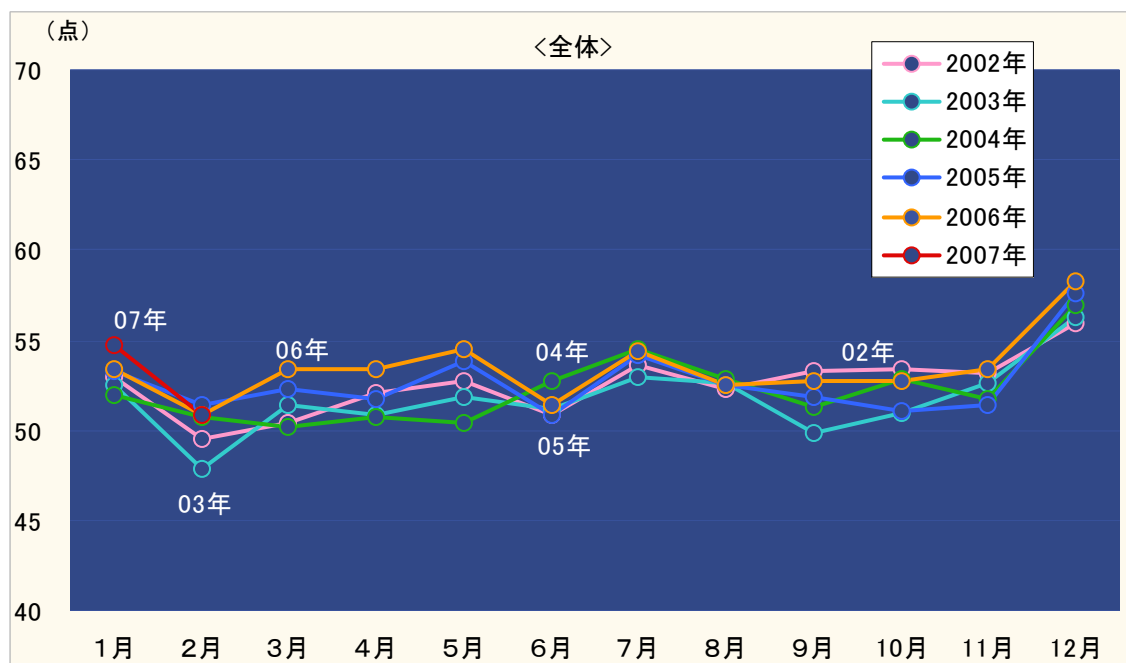
■ 「消費意欲指数」は、月別の消費の先行指標として、1993年より注目されているデータです。

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2007年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。

■ 2007年2月の消費意欲指数は、先月から3.8ポイント減少し、50.9点でした。

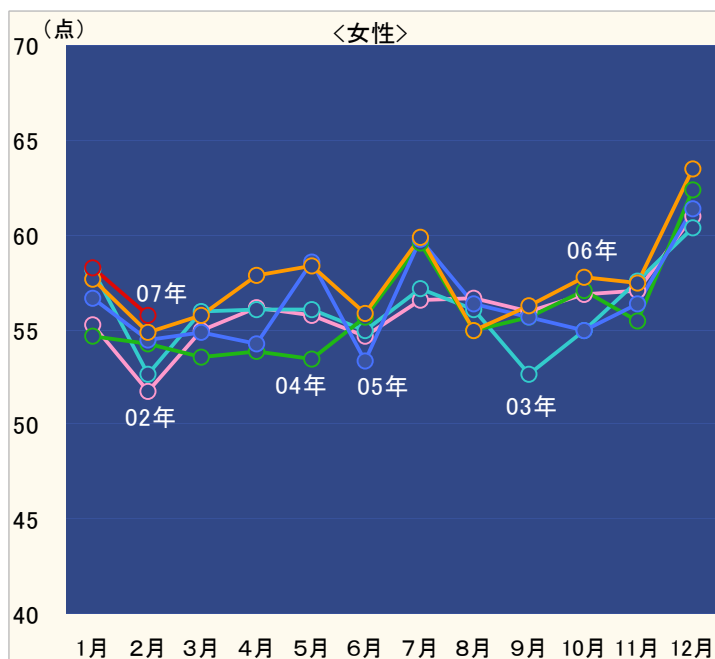
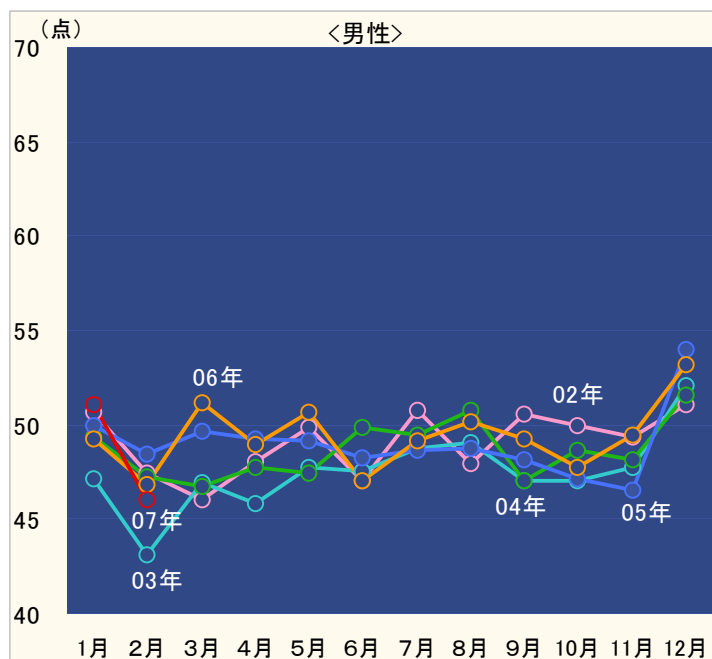
2月の消費意欲指数は例年大きく落ち込みますが、今年も前月より3.8ポイント減少し50.9点となり、前年比は±0ポイントでした。昨年11月から順調に推移し、1月も好スタートを切った消費意欲指数ですが、2月は一服し4ヶ月連続の2001年以降最高値の更新はなりませんでした。消費意欲指数が盛り返す3月に期待したいところではありますが、暖冬の影響で消費の状況はまだ模様です。この春の労使交渉で企業がどれだけ従業員に対し配分するかが、今後の個人消費の本格回復を左右することになりそうです。



■ 男性の消費意欲指数がダウン、一方女性は6ヶ月連続で2001年以降の最高値を記録。

男女別の2月の消費意欲指数は、男性が先月比-5.1ポイントと大きくダウンし46.0点、女性は-2.5ポイントの55.8点となりました。また、前年同月比では男性が-0.9ポイント、女性が+0.9ポイントでした。大きく落ち込んだ男性に対し、女性は6ヶ月連続で2001年以降の最高値を記録し好調を維持しています。

同時調査の生活力点では目立った動きはありません。「モノ消費」項目も、「日常的な小さな買い物」「中くらいの買い物」「大きな値の張る買い物」、いずれも男女とも平均的な数値でした。



※博報堂生活総合研究所のHP (<http://seikatsusoken.jp/>)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。

