

2月末に調査した2007年3月の「消費意欲指数」の結果がまとまりました。
2007年3月の消費意欲は、先月から1.1ポイント増加し、
52.0点でした。

前年同月比では1.4ポイント減少、昨年8月以来の前年割れとなる。

■「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。

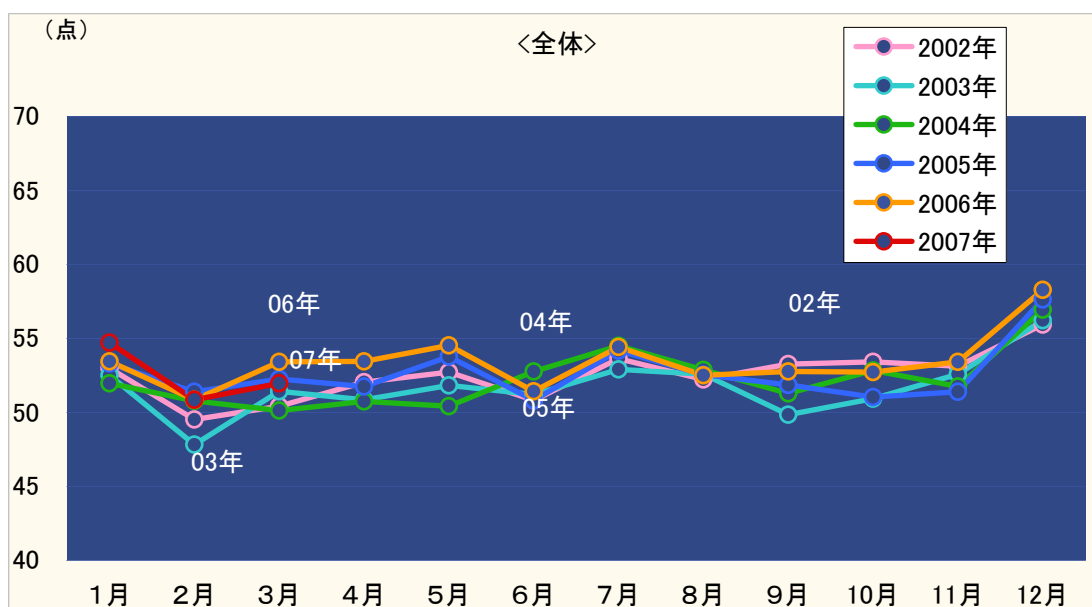
2月末時点で、博報堂生活総合研究所の調査パネルである一般生活者420名に対し「消費意欲（モノを買いたい、サービスを利用したいという欲求）が最高に高まった状態を100点とすると、あなたの2007年3月の消費意欲は何点ぐらいでしょうか？」と質問した結果が、「3月の消費意欲指数」です。

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。

■ 2007年3月の消費意欲指数は、先月から1.1ポイント増加し、52.0点でした。

3月の消費意欲指数は先月より1.1ポイント増加し52.0点となりました。しかし、前年同月比では1.4ポイントの減少で、昨年の8月以来7ヶ月ぶりの前年割れとなりました。

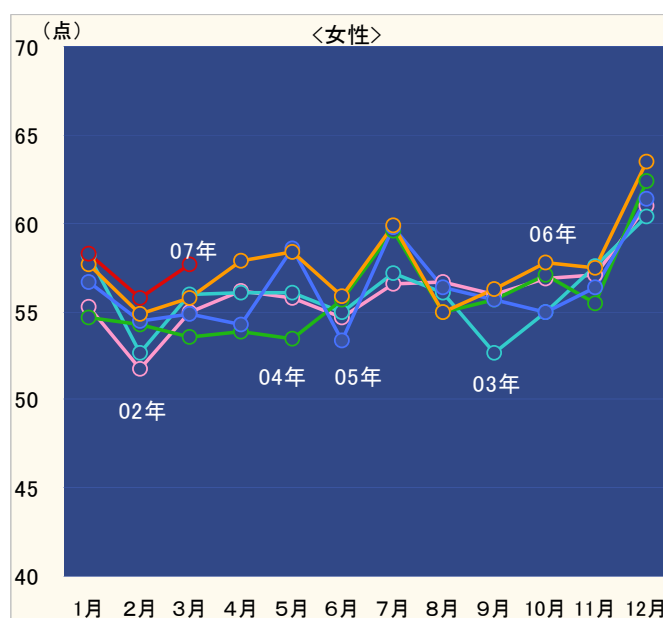
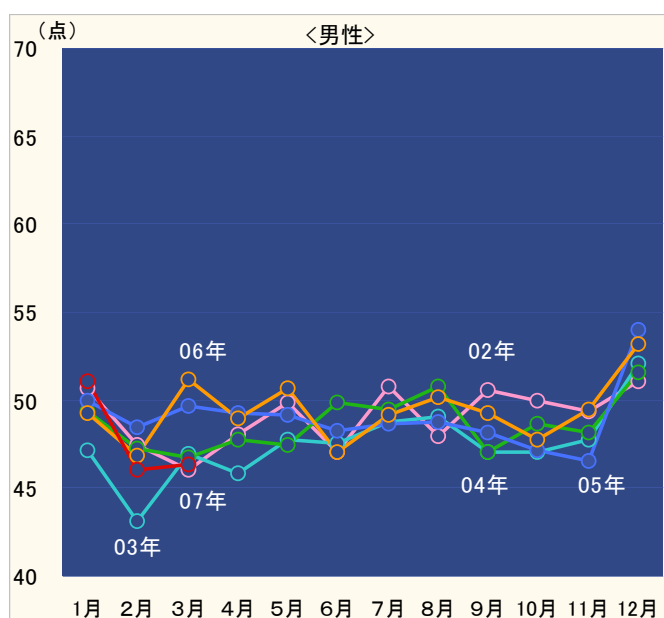
例年3月は春に向けて消費意欲が上昇する傾向にありますが、今年はやや力強さに欠ける結果となりました。これからの株価推移などマクロ経済の動向が、消費意欲にどのような形で反映されるかを注目したいところです。



■ 男性の消費意欲指数が低迷、女性は好調を持続。

男女別では、男性が先月比+0.4ポイントと微増で46.4点、女性は+1.9ポイントで57.7点となり、男女で11ポイント以上の差がつかしました。これは2001年以降では最大の差になっています。前年同月比で見ても、男性は-4.7ポイントと大きく減少し2003年以降の最低値となっています。一方、女性は+2.0ポイントと好調を維持しており、これで7ヶ月連続で2001年以降の最高値を記録しました。この原因としては、マクロな要因に左右されやすい男性の消費心理に、2月末に起きた世界同時株安が影響を与えたのではないかと推測されます。

同時調査の生活力点の「モノ消費」項目も、女性は平均的な数値でしたが、男性は「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」のいずれもこの1年で最低の数値となっています。このところ、元気な女性、低迷する男性という構図が続いています。今後、男性の消費意欲のアップが期待されるところです。



※博報堂生活総合研究所のHP (<http://www.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。

