

(報道関係各位)

1ヶ月先の消費を占う「消費意欲指数」は、
毎月25日前後に発表いたします。

1月末に調査した2008年2月の「消費意欲指数」の結果がまとまりました。
2008年2月の消費意欲は、先月から3.8ポイント減少し、
50.3点でした。

前年同月比は0.6ポイントの減少。2月としては2004年以降の最低値。

■ 「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415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2008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。

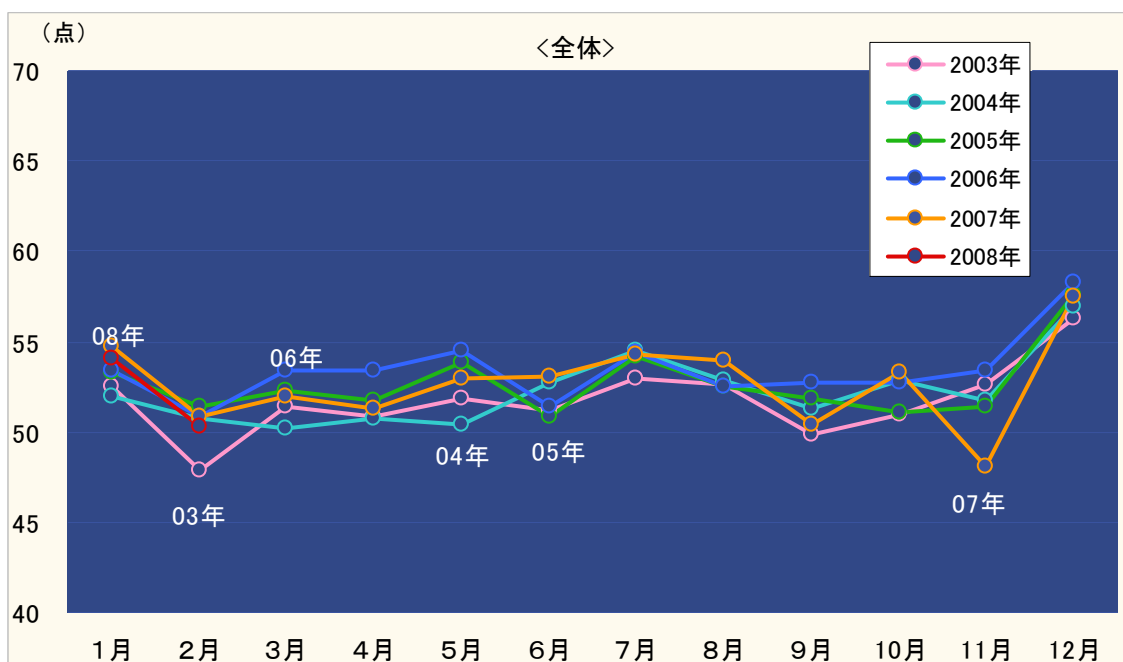
この消費意欲指数は、月別の消費を占う先行指標として、1993年4月の調査開始以来、幅広く活用して頂いています。

■ 2008年2月の消費意欲指数は先月から3.8ポイント減少し、50.3点でした。

2008年2月の消費意欲指数は先月から3.8ポイント減少し50.3点となりました。前年同月比も0.6ポイントの減少で、これで4ヶ月連続で前年を下回りました。例年2月は指数が下がりますが、今回は2月としては2004年以降の最低値となっています。

株価の低迷が続き、内閣府が発表した1月の「街角の景気」も10ヶ月連続で悪化、景気の先行きに不透明感が拭えない中、暮らしの面でも身近な商品やサービスなどで値上げされる品目が拡大しており、家計への負担感が増しているようです。

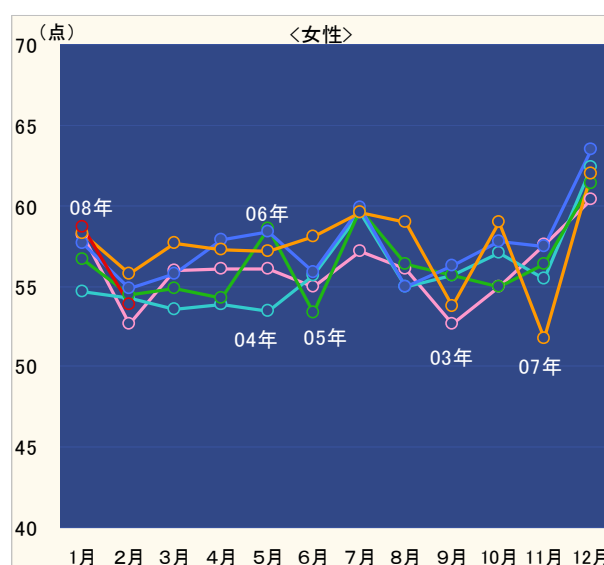
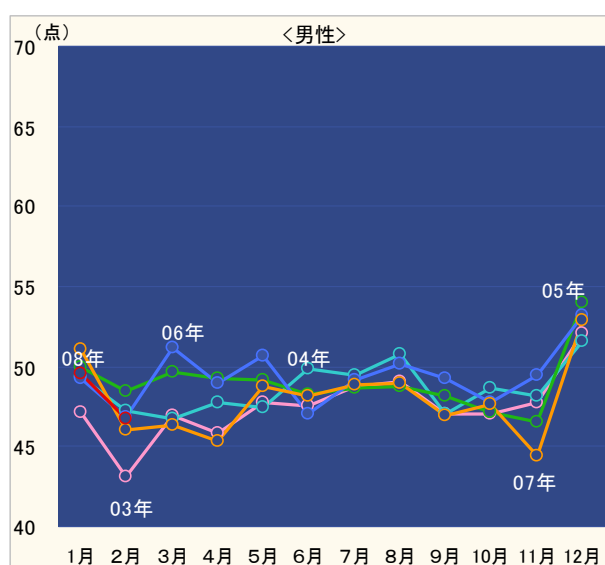
このような状況下で、これからの消費意欲指数にどのような影響が出るか、3月にはどの程度回復するのか、今後の動向を見守っていきたいところです。



■ 男性の指数が8ヶ月ぶりに前年超え。女性は2004年以降の最低値に。

男女別の消費意欲指数をみると、男性が先月比2.9ポイント減の46.7点、女性が4.9ポイント減の53.8点となりました。女性の指数は2004年以降での最低値です。前年同月比は男性が0.7ポイント増、女性が2.0ポイント減でした。男性は数値は低い水準ですが8ヶ月ぶりの前年超えとなりました。

同時調査の生活力点の「モノ消費」項目では、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」いずれも1月に続き先月比で減少し、過去1年間での最低値に近い数値になっています。女性も冬物バーゲンへの支出が一段落、また身の回りの商品やサービスの値上がりもあって、「日常的な買い物」「中くらいの買い物」がともに先月比で10ポイント余り減少しました。季節要因もありますが、男女ともに「モノ消費」に関して慎重になっている様子が窺えます。



※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 415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。

