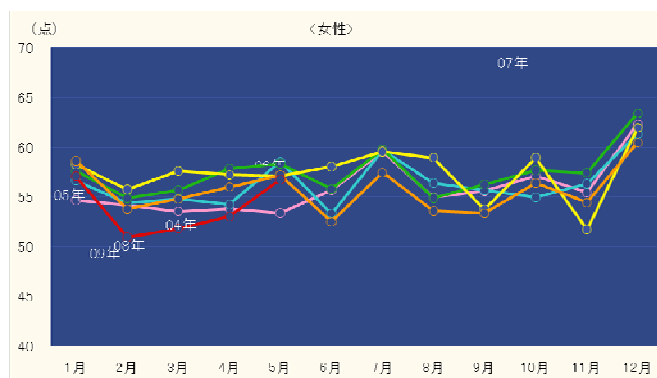
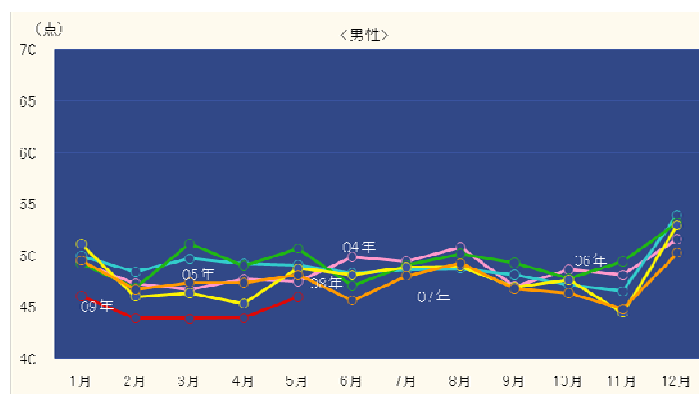




## ■ 男性は今月も当月最低値を記録。女性は久々に大きくアップ。

男女別の消費意欲指数は、男性が先月比で2.0ポイント増加したものの、前年同月比は2.1ポイント減少の46.0点と3ヶ月連続で当月の最低値を記録、女性は先月比3.8ポイント増加、前年同月比0.4ポイント減少の56.8点で3ヶ月続いていた当月最低値にストップがかかりました。女性は昨年12月以来久々に前月比が大幅にアップしましたが、男性は相変わらず低空飛行です。

同時調査の生活力点の「モノ消費」項目をみると、男性は低水準で推移していましたが、今月は「日常的な小さな」「中くらいな」「大きな値の張る」の3項目で今年の最高値、女性も比較的高い数値となりました。また、「余暇・レジャー」「趣味・遊び」の項目も数値が高くなっています。調査時期が大型のGWと重なったことや、高速道路料金の値下げや家電のエコポイント制度など景気対策への期待感も気分的に影響したと考えられます。



※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：生活発見パートナーズ調査】

調査地域：首都圏／調査対象者：18～75才の男女個人413人／調査方法：郵送法

本件に関するお問い合わせ

博報堂広報室 大野・西尾 (03-6441-6161)

博報堂生活総合研究所 (03-6441-6450)



消費意欲指数・12ヶ月移動平均※（ウェイトバック数値）

消費意欲	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	平均
1993年													
1994年				60.3	60.6	60.7	60.9	60.9	60.8	60.9	61.1	61.5	60.9
1995年	61.7	61.6	61.5	61.5	61.4	61.4	61.2	61.2	61.1	60.9	60.9	60.6	61.3
1996年	60.4	60.4	60.3	60.3	60.3	60.3	60.3	60.2	60.4	60.3	60.4	60.7	60.4
1997年	60.6	60.4	60.6	60.4	60.0	59.7	59.7	59.7	59.5	59.4	59.2	58.8	59.8
1998年	58.7	58.4	57.9	57.9	58.1	58.0	57.7	57.6	57.5	57.5	57.4	57.4	57.8
1999年	57.3	57.6	57.9	57.9	58.0	58.0	58.2	58.2	58.2	58.2	58.2	58.1	58.0
2000年	58.3	58.3	58.5	58.7	58.4	58.1	57.6	57.2	56.7	56.4	56.1	56.0	57.5
2001年	55.6	55.2	54.7	54.3	54.2	54.2	54.2	54.3	54.3	54.0	53.6	53.2	54.3
2002年	53.0	52.8	52.5	52.3	52.1	51.9	51.8	51.7	51.9	52.3	52.5	52.5	52.3
2003年	52.5	52.3	52.4	52.3	52.2	52.3	52.2	52.2	52.0	51.7	51.7	51.7	52.1
2004年	51.7	51.9	51.8	51.8	51.7	51.8	52.0	52.0	52.1	52.3	52.2	52.3	52.0
2005年	52.4	52.4	52.6	52.7	53.0	52.8	52.8	52.7	52.8	52.6	52.6	52.7	52.7
2006年	52.7	52.6	52.7	52.9	52.9	53.0	53.0	53.0	53.1	53.2	53.4	53.4	53.0
2007年	53.5	53.5	53.4	53.2	53.1	53.3	53.2	53.4	53.2	53.2	52.8	52.7	53.2
2008年	52.6	52.6	52.5	52.5	52.5	52.2	52.1	51.9	51.8	51.7	51.8	51.6	52.2
2009年	51.4	51.2	50.9	50.6	50.5								50.9
前年比	97.7	97.3	97.0	96.4	96.2								96.9

※本数値は季節調整手法により、四季の気候や特定月に発生するイベント・出来事などの影響を除去した時系列データです。