

(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。

2001.07.24

博報堂 広報室 寺島・木下

6月に調査した7月の「消費意欲指数」の結果がまとまりました。

2001年7月の消費意欲は、55.1点でした。

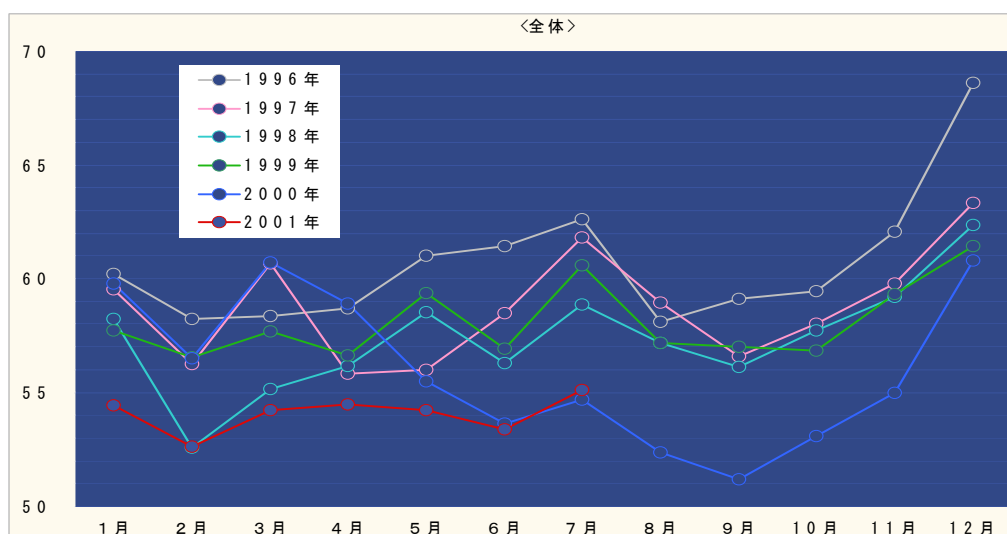
■ 「消費意欲指数」は、月別の消費の先行指標として、1993年より注目されているデータです。

6月の時点で、博報堂生活総合研究所の調査パネルである一般生活者440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7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「7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。

■ 2001年7月の消費意欲指数は、約1年ぶりに前年同月を越え55.1点になりました。

(消費意欲指数)



グラフで見ると明らかなように、約1年ぶりに前年同月を越えました。
生活者レベルの消費では、一段落といった雰囲気です。

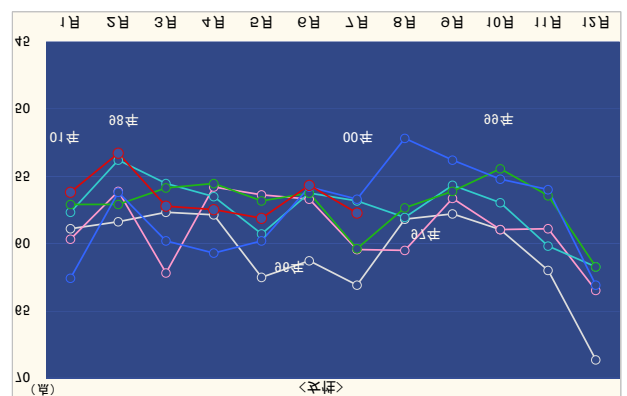
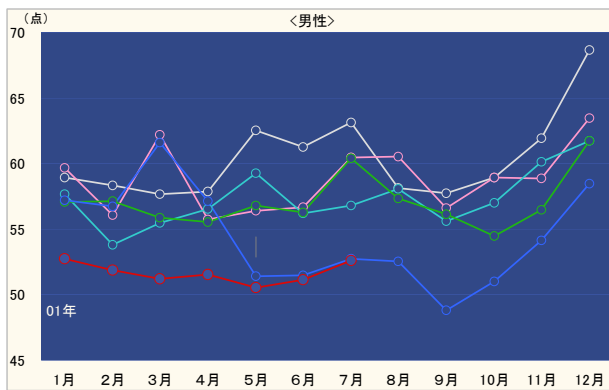
ここ数ヶ月、安定した推移を見せている消費意欲に対して、株価のほうはいよいよ低迷を極めており、「株価」と「実態経済」の間の乖離が目立ってきました。

■男女別では女性の消費意欲の高さに注目。

男女別では、特に女性の元気さ（57.7点）が目立ちます。レジャー産業も、ブランドショップも彼女達のパワーで活況を呈しはじめています。

それに比べると男性の消費意欲は低め安定が続いています。世の中で取りざたされている経済ニュースに、男性が、より敏感に反応することと関係しているようです。

いってみれば「消費不況」というよりも「ビジネス不況」ということです。
このあたりの不況の正体をしっかりつかむことは、とても大切なことのように思います。



※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: 18~76の男女個人440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。