

## NEWS RELEASE

平成 20 年 5 月 29 日

**消費マインド指数は 5.6 ポイント低下したものの、  
分野別の支出意欲はやや改善**

株式会社電通消費者研究センターでは、消費動向を占うとともに、その背景要因を探るために消費者の景気・消費に対する「消費実感調査」を 1993 年 6 月より継続的に調査しております。

2008 年 4 月度調査(4 月 3 日～13 日実施)においては、通常の固定質問に加え、「貯蓄の目的・きっかけ」、「現在の貯蓄状況」から「今後の貯蓄意識」について消費者の意識を調査いたしました。

## ■ 調査結果のポイント ■

## ◆ トピックス ◆

**1. 貯蓄意向は強まり、「無駄遣いを減らして貯蓄を増やしたい」が過半数を占める**

今後の貯蓄意識をみると、「無駄遣いを減らして貯蓄を増やしたい」が 55.8%で最も多く、「今の貯蓄ペースや仕方でよい」(20.4%)を大きく上回っている。「生活費を切り詰めても貯蓄を増やしたい」という人も 14.3%みられ、今より貯蓄志向が高まっている。(図 2.)

**2. 現在“貯蓄をしている”が 8 割近く、大半の人は現状に「不十分」と感じている**

現在の貯蓄をしている人は全体の 8 割であるが、その中では、55.7%の人が「貯蓄しているが不十分」と答えており、「貯蓄は必要で着々としている」(21.9%)を上回っている。「貯蓄はできる状況ではない」(14.0%)も上位にあがり、貯蓄をしたいが理想どおりにできない人が多いことがわかった。また、“貯蓄していない”人は 2 割程度にであった。この層は特に男性 20 代では 43.6%と顕著に多い。一方、女性 20 代では 1 割強にとどまり、同年代でも男女で対照的な結果となった。(図 1.)

## ◆ 消費マインド ◆

**3. 消費マインド指数は 5.6 ポイント低下、2002 年 12 月の水準に**

消費マインド指数は前回の 2 月度調査より 5.6 ポイント低下した (276.6)。2007 年 10 月度調査から 4 回連続して減少傾向にあり、2002 年 12 月とほぼ同水準となった。(図 3.)

消費心理を表す「気分指数」が 5.8 ポイント低下したことが大きな要因となっているが、消費分野別の意欲を総合した「支出意識指数」は横ばいに推移している。(図 4.)

**4. 「景気の見通し」は後退し、物価上昇を受けて「暮らし向き予想」も後退**

「景気の見通し」は前回に続いて後退し、「悪くなる」と答えた人は 57.5%と 5 割を超えた。(図 5) また、急激な物価上昇を受けて、「暮らし向き予想」は後退し、「良くなる」は 18.4%、「悪くなる」は 30.4%となった(図 6)

**5. 消費の引き締め意識は強まるものの、支出意欲は堅調**

1 年前と比較して消費支出を「引き締めていない」人は 25.3%と前回調査 (27.8%) より 2.5 ポイント減少し、消費の引き締め傾向がやや強まっている(図 7)。

一方で、6 項目分野別の支出意欲をみると、「ファッション」を除いては前回の 2 月度調査からはわずかながら改善しており、消費意欲は堅調な水準を維持している(図 8)。

■ 主な調査結果 ■

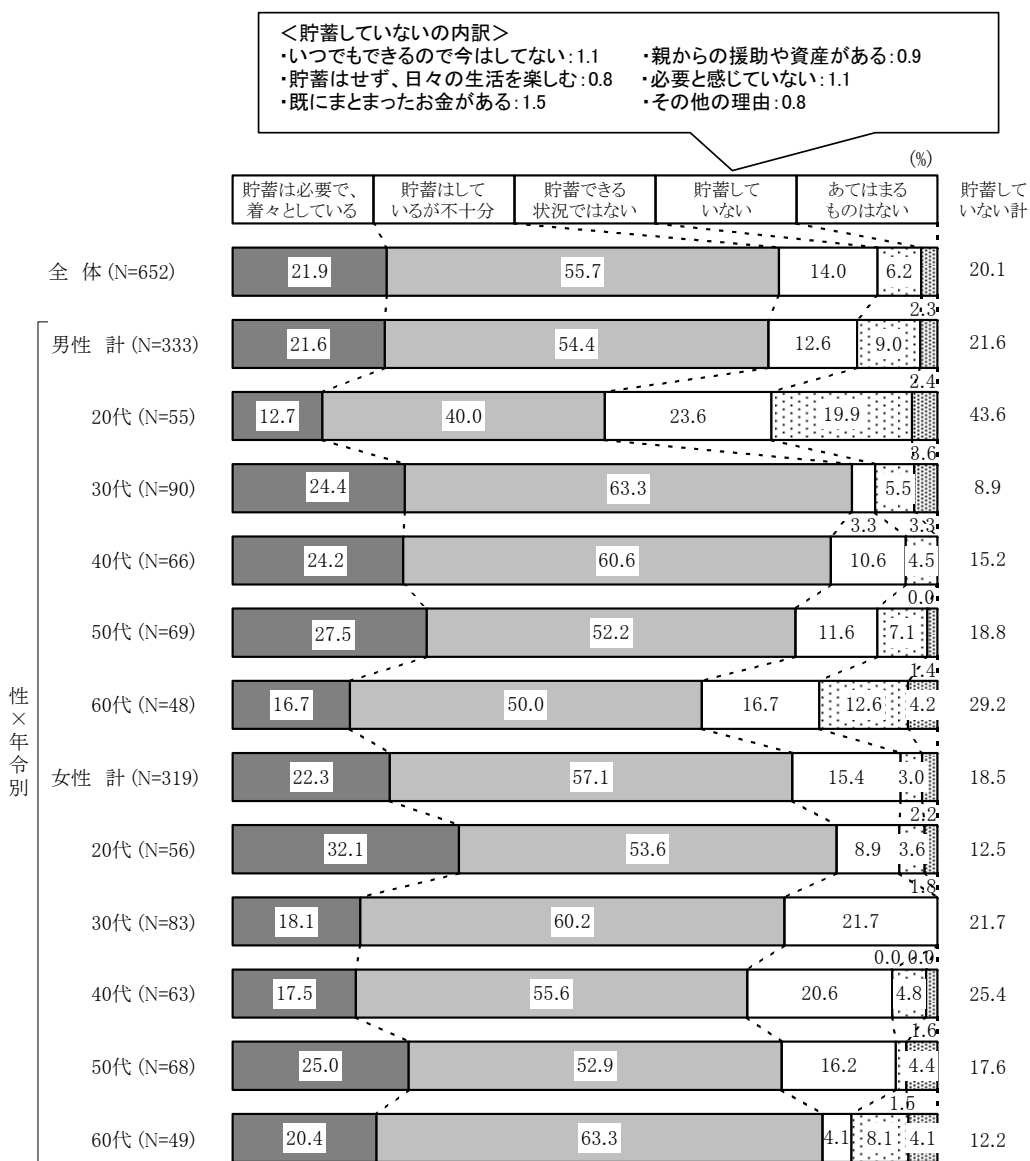
◆ トピックス ◆

1. 「貯蓄はしているが不十分」が過半数の 55.7% を占める

現在の貯蓄に対する気持ちや状況に最も近いものを質問したところ、「貯蓄はしているが不十分」が最も多く、55.7%を占める。次いで「貯蓄は必要で着々としている」が21.9%。「貯蓄できる状況ではない」が14.0%、「何らかの理由で貯蓄していない」が6.2%であり、「貯蓄をしていない」人は2割程度である。

男女別年齢別にみると、男性20代では「貯蓄をしていない」人が43.6%と圧倒的に多い。一方で、女性20代では「貯蓄をしていない」が1割にとどまり、「貯蓄は必要で着々としている」が3割以上と同年代の男性とは対照的な結果となった。

図1. ▶現在の貯蓄状況



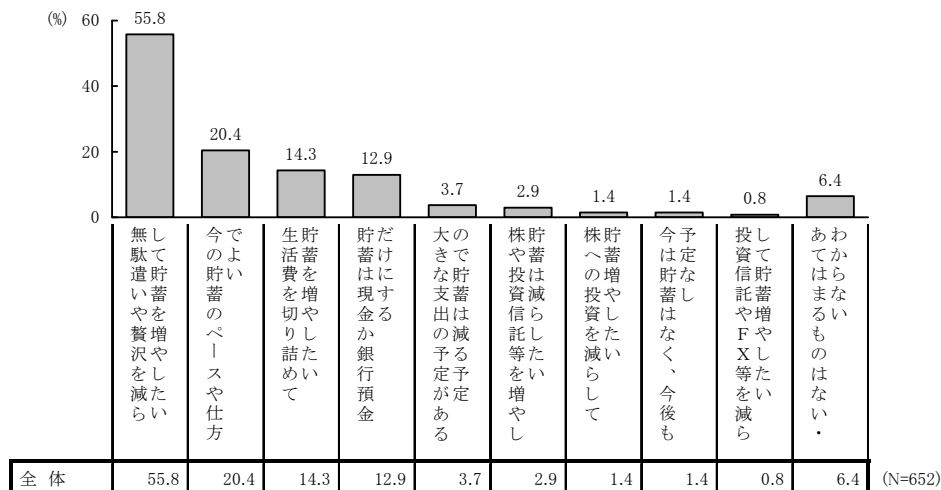
※10代はサンプル数、少数のため割愛

## 2. 今後は「無駄遣いを減らして貯蓄を増やしたい」が5割強

今後の貯蓄について、あなたのお考えにあてはまるものを質問したところ、「無駄遣いや贅沢を減らして貯蓄を増やしたい」が55.8%で圧倒的に多く、「今の貯蓄ペースや仕方でよい」(20.4%)を大きく上回っている。「生活費を切り詰めても貯蓄を増やしたい」という人も14.3%みられ、今より貯蓄を増やしたいと考えている人は非常に多い結果となった。

男女年齢別にみると、女性30代では「無駄遣いや贅沢を減らして貯蓄を増やしたい」が7割近く、特に高い。

図2. ◆今後の貯蓄意識(複数回答)

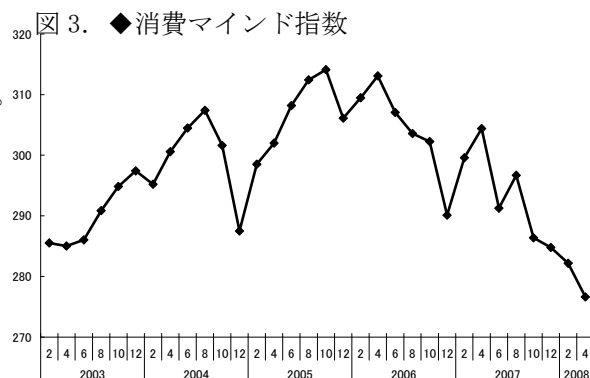


## 3. 消費マインド指数は276.6に低下したが、支出意欲は横ばいに推移

### ①消費マインド指数は4回連続低下

消費マインド指数は2008年2月度調査と比べて5.6ポイント低い276.6となった。これは2002年12月とほぼ同水準である。

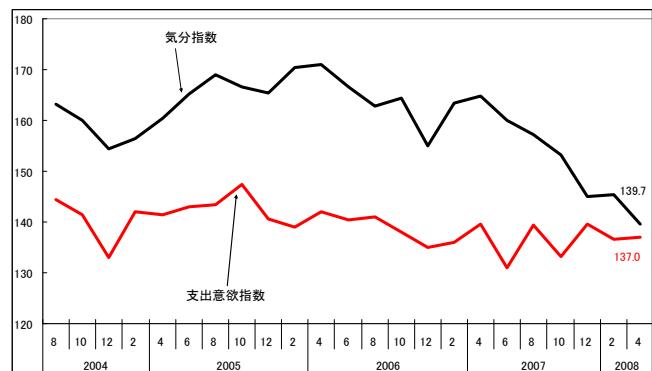
年代別にみると、60代が-28.5ポイントと、大きく低下している。一方で、20代~50代では概ね横ばいで推移している。



### ②「気分指数」は低下したものの、「支出意欲指数」は横ばい

「消費マインド指数」を構成する6項目についてそれぞれ2ヶ月と比較した。全般的な消費心理を表す「気分指数」は「景気見通し」をはじめとして、3指数すべてが低下し、前回より5.8ポイント低下の139.7となった。一方、具体的消費分野の意欲を総合した「支出意欲指数」はいずれも横ばいで推移しており、

前回並みの137.0となった。



#### 4. 「景気見通し」「暮らし向き」は後退

景気の見通しは「良くなる」と考えている人が9.8%と、前回調査（12.2%）から2.4ポイント低下。一方、「悪くなる」は57.5%と、前回（49.8%）より7.7ポイント増加となり、今後の見通しは前回より後退している。

今後一年ぐらいを考えたときの自分の暮らし向き予想について、「良くなる」は18.4%と前回よりやや低下。一方、「悪くなる」は30.4%と、ここ1年間増加傾向が続いており、見通しは後退している。

図 5.

##### ◆景気見通し

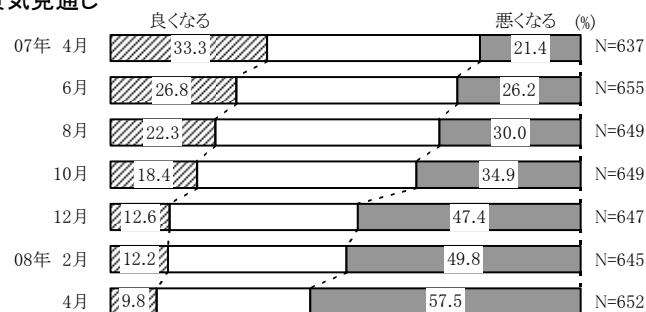
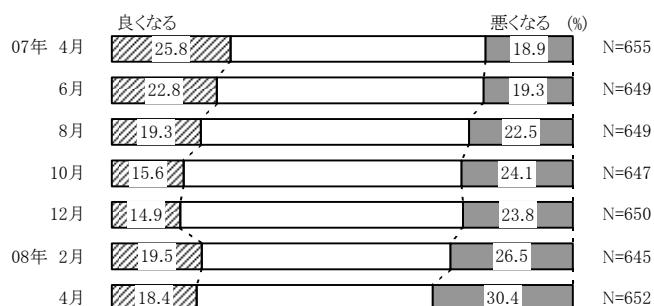


図 6.

##### ◆暮らし向き予想



#### 5. 引き締め傾向は強まるものの、分野別支出意欲はやや改善

1年前と比べて消費支出を「引き締めていない」人は25.3%と前回（27.8%）より2.5ポイント減少。一方で、「少し引き締めている」が36.9%から39.0%へと2.1ポイント増加しており、支出に関してはやや引き締め傾向が強まっている。

ただし、分野別の支出意識を見るとファッションを除いては前回の2月度調査よりやや改善している。

図 7.

##### ◆現在の支出の引き締め

(1年前と比較して)

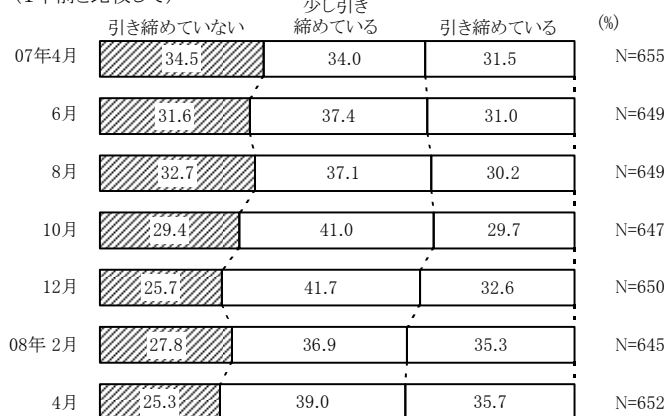


図 8. ◆分野別支出意欲

	4月	(2月)
食費	+0.3	(-1.2)
生活用品	+0.4	(+0.3)
教養・カルチャー	+1.2	(-0.3)
耐久財	+0.5	(-2.4)
ファッション	-0.6	(+0.8)
レジャー	+0.5	(-1.5)

##### 《 電通 消費実感調査の概要 》

- ・ 調査対象者：東京 30km 圏の学生を除く 18～69 歳 男女個人
- ・ 調査方法：質問紙による訪問面接
- ・ 調査時期：2008 年 4 月 3 日～13 日（偶数月に実施予定）
- ・ サンプル数：652 サンプル

<このリリースに関するお問い合わせ>

株式会社 電通 消費者研究センター 情報サービス室 袖川、清水

Tel: 03-6216-8708