

【報道関係各位】

**【MACROMILL WEEKLY INDEX REPORT】2013年ゴールデンウィークの振り返り**

- GWのお出かけ日数は“昨年と同水準”に推移
- GWの消費金額、アベノミクス効果はまだ顕著に見られない？
- イベントや体験など“コト”への出費は堅調、“モノ”に対しては節約意識が根強く

2013年5月17日

株式会社マクロミル

(証券コード：東証一部 3730)

株式会社マクロミル（本社：東京都港区、代表取締役会長兼社長：杉本哲哉、以下「マクロミル」）は、全国の一般消費者の消費に対する意識と実態を毎週定点で観測しているMACROMILL WEEKLY INDEX（マクロミル定点観測調査）のデータから、ゴールデンウィーク（以下「GW」）の消費について昨年と今年の比較で傾向を分析しました。

**<調査分析背景>**

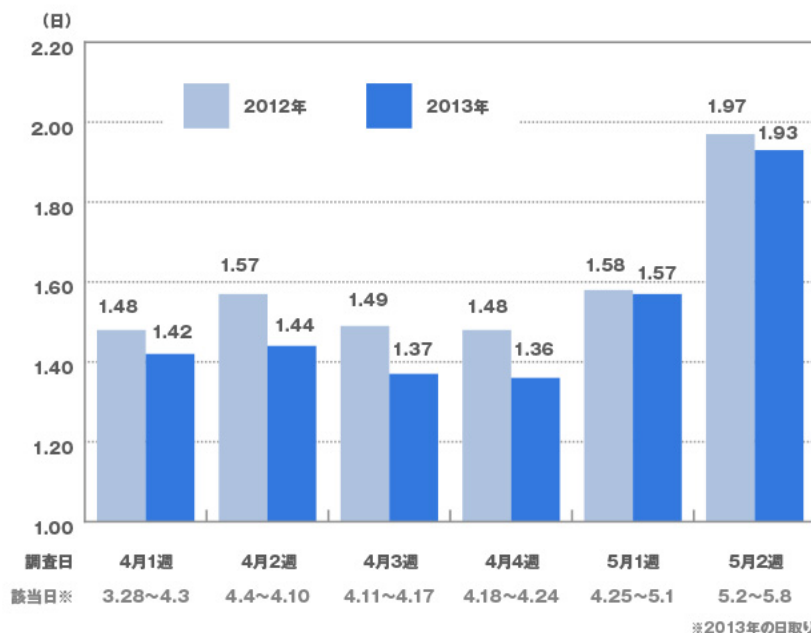
2013年GWは全国的に天候にめぐまれ、カレンダーの日並びの悪さや円安ということもあり、国内旅行や行楽地・観光施設の人出が注目されました。また折しも株価の上昇に伴い景気回復の兆しがうかがえる中、GWの個人の消費にはどのような変化がみられたのか、実態を調査しました。

**■ GWのお出かけ日数は“昨年と同水準”に推移**

「最近1週間に特別な買物やレジャー、会合などで外出した日数」に対する回答結果をみると、平均お出かけ日数は、連休前半（5月1週調査）が1.6日、連休後半（5月2週調査）が1.9日でした。4月に入ってから昨年を下回る傾向が続いていましたが、GWに入ってようやく昨年と同水準に戻りました。

**1週間あたりの平均外出日数**

Q.あなたはこの1週間に特別な買物やレジャー・会合などにお出かけになった日（通勤通学途上の寄り道なども含む）が7日間で、何日くらいありましたか。（単一回答）



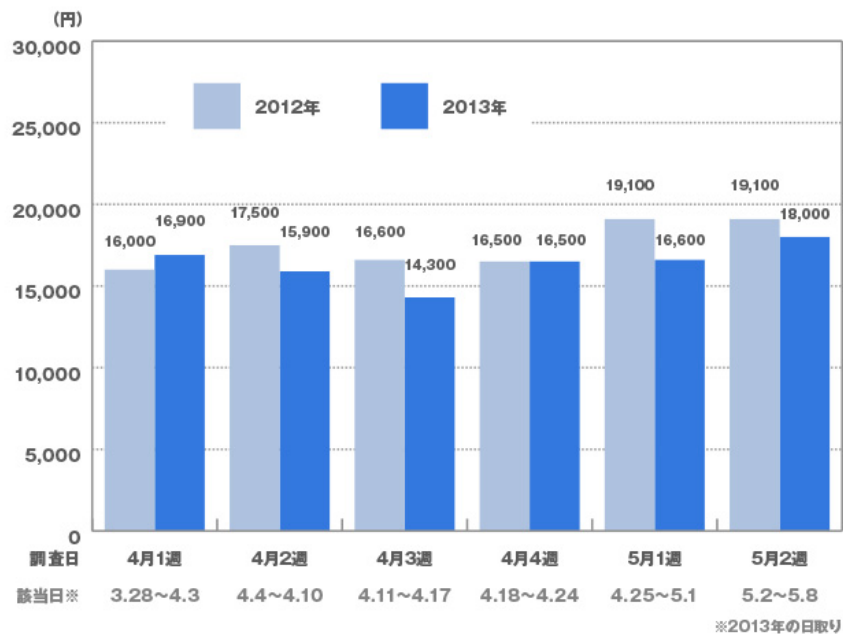
## ■ GWの消費金額、アベノミクス効果はまだ顕著に見られない？

「最近1週間にモノやサービスに総額でどれくらいのお金を使ったか」に対する回答をみると、昨年を下回る水準で推移していました。4連休があった5月2週になってようやく18,000円になり、それまでの週より出費金額が増えたものの、昨年より1,000円近いマイナスとなりました。

今年のGWは、お出かけする機会は昨年同様に多かったものの、消費金額はマイナスとなり、アベノミクス効果が一般消費者の財布の紐を大幅に緩めるまでには至っていないようです。

### 1週間あたりのモノやサービスに使った平均金額

Q.あなたご自身はこの1週間にモノやサービスに総額でどのくらいのお金を使いましたか。  
家賃やローン・公共料金・電話料金など毎月の支払いを除いてお知らせください。

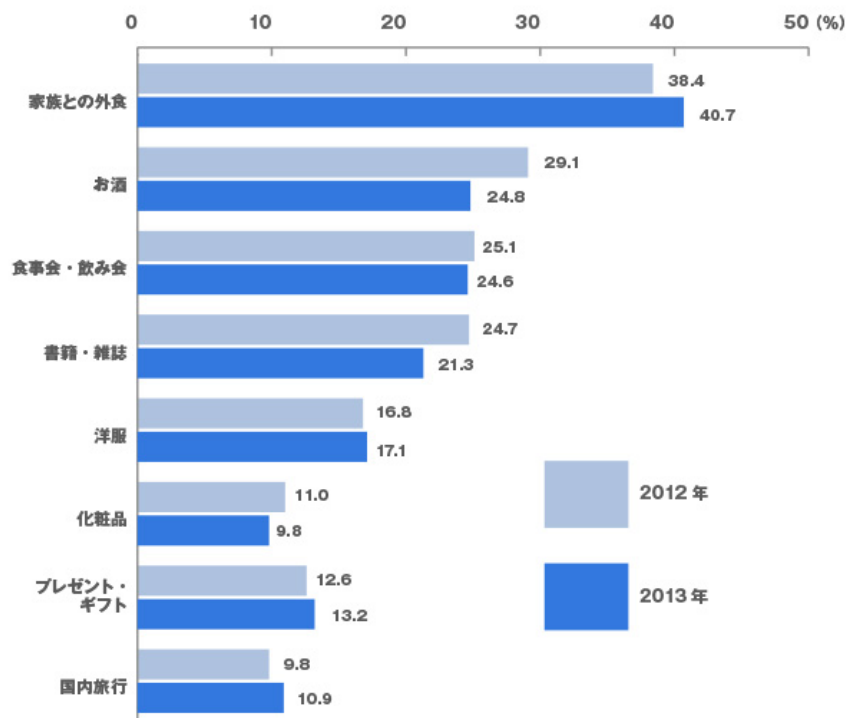


■ イベントや体験など“コト”への出費は堅調、“モノ”に対しては節約意識が根強く

出費が多かった5月2週の消費内容（実際に購入したもの、お金を支払って利用したもの）をみると、「家族との外食」「プレゼント・ギフト」「国内旅行」などが昨年と同水準または上昇しているのに対し、「酒」「書籍」「化粧品」などはマイナスとなりました。イベントや体験など“コト”に対する出費は堅調ながら、“モノ”の購入に対しては買い控えや節約意識が根強く残っていることがうかがえます。

5月2週に購入・利用した商品・サービス

Q.次にあげるモノやサービスのうち、あなたがこの1週間に実際に購入したもの、お金を支払って利用したものをすべてお知らせください。(複数回答) <一部抜粋>



今後は、“夏のボーナス”や“夏休み”など、消費のピークポイントがいくつか控えており、一般消費者の買物意欲がどのタイミングで上向いてくるのか、引き続き注目してゆきます。



## MACROMILL WEEKLY INDEX (マクロミル定点観測調査) とは？

MACROMILL WEEKLY INDEX は、2011 年 3 月から毎週水曜日に実施している定点観測調査です。全国の 1,000 人へアンケート調査を行い、過去 1 週間の消費実態行動や今後の買い物予定など消費意識や行動トレンドを観測しています。2013 年 3 月からは、景況感や政治への関心度、関心のある政治領域などの新たな質問項目を追加して、『消費者と政治への関心の今』をいち早くお伝えしています。

調査方法 : インターネットリサーチ  
対象 : 全国、20～69 歳の一般男女 (マクロミルモニタ会員)  
サンプル数 : 1,000 サンプル (毎週)  
実施日時 : 毎週水曜日実施  
調査機関 : マクロミル  
サイト URL : <http://www.macromill.com/weeklyindex/index.html>

※Twitter (@macromill\_mwi) で更新情報を配信しております。

### - 本件に関するお問い合わせ先 -

株式会社マクロミル 広報室：度会（わたらい）  
TEL：03-6716-0707 MAIL: [press@macromill.com](mailto:press@macromill.com)  
URL: <http://www.macromill.com/>