

【報道関係各位】

【MACROMILL WEEKLY INDEX REPORT】

2013年5～6月、高所得者層の消費金額が増加。中低所得者層はこれから？

- 2013年5～6月、一般消費者全体の消費金額は、昨年よりも減少
- 高所得者層の消費金額は増加、中低所得者層へのアベノミクス効果の浸透はこれから？
- お金の使い道を分析、「食事会・飲み会」が昨年より減少傾向に

2013年7月4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、2013年5～6月の一般消費者の消費行動の変化を分析しました。調査手法はインターネットリサーチ。有効回答数は 1,000 名。

<調査分析背景>

内閣府がまとめた景気ウォッチャー調査の 2～3 カ月先の景況感を示す“先行き判断指数”が、約 7 年ぶりに過去最高を更新し、金融緩和や財政政策などのアベノミクス効果により街角景気に明るい兆しが見え始めるようになりました。では、一般消費者の消費行動にも変化が見られるようになったのでしょうか・・・？一般消費者の“財布の紐”の実態を調査しました。

<調査結果URL>

http://www.macromill.com/r_data/20130704mwi/index.html

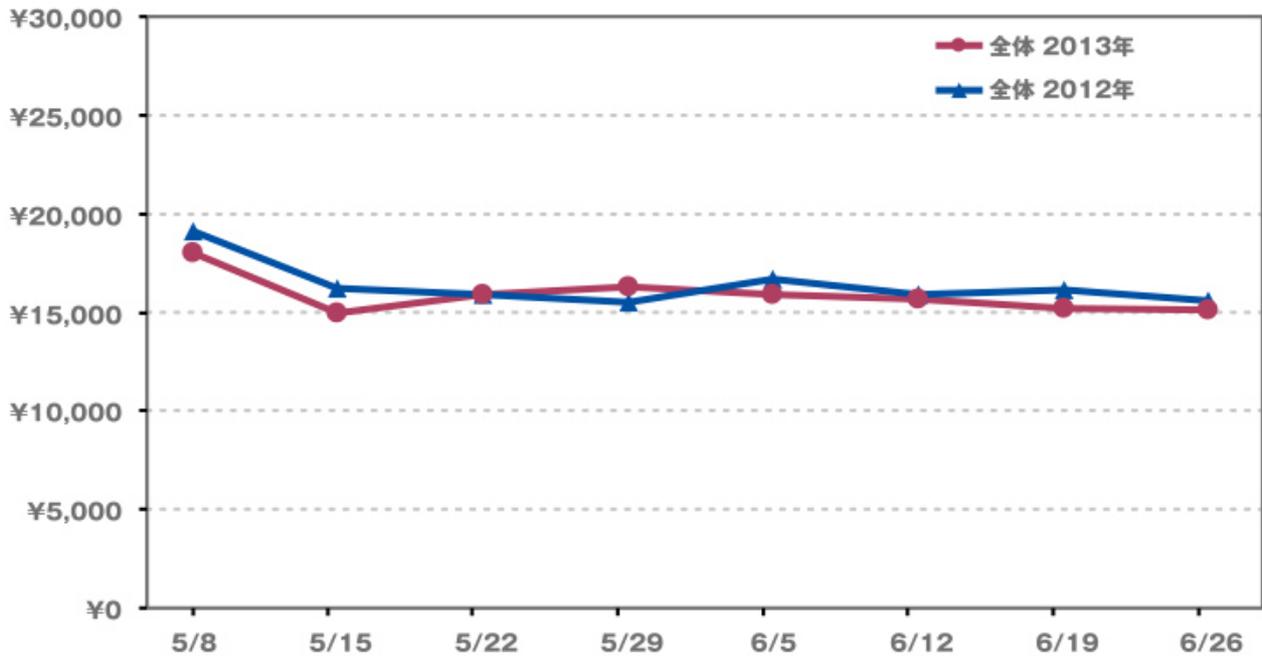
－ 本件に関するお問い合わせ先 －

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
URL：<http://www.macromill.com/>

■ 2013年5～6月、一般消費者全体の消費金額は、昨年よりも減少

一般消費者が1週間あたりにモノやサービスに対して支払った消費金額を今年と昨年の5～6月で比較すると、今年の消費金額はほぼ去年と同じか、むしろやや低くなっています。一般消費者全体の消費金額からは、まだ消費が上向いているとは言えないようです。【図1】

【図1】 1週間あたりの消費金額

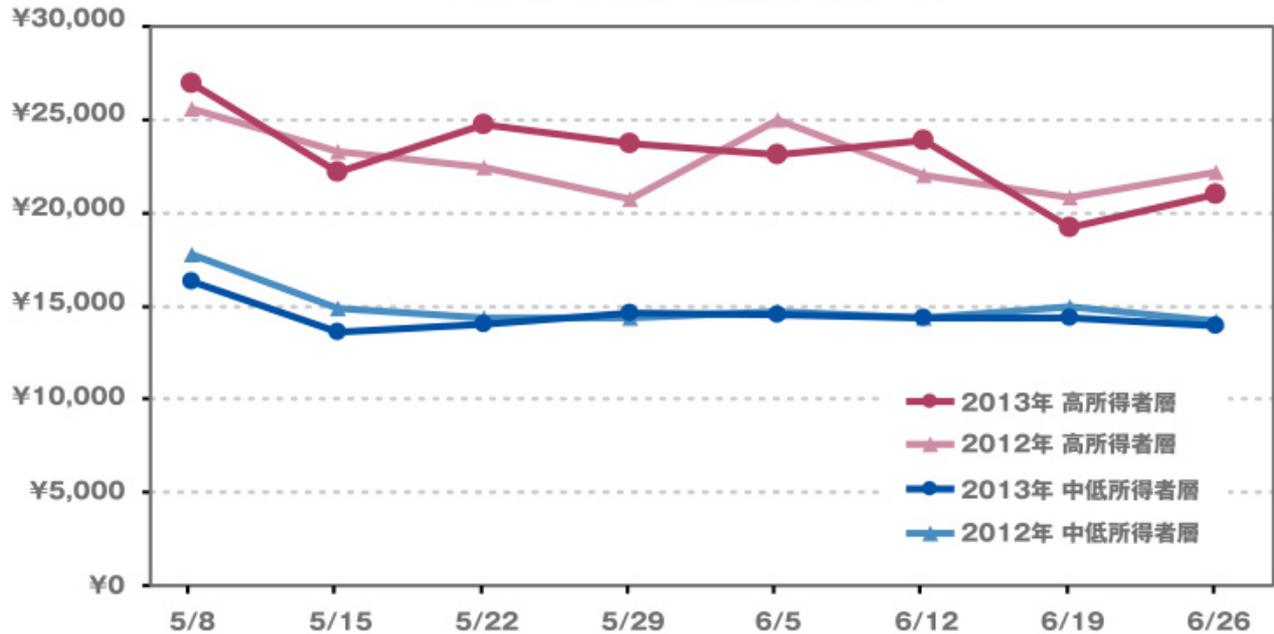


■ 高所得者層の消費金額は増加、 中低所得者層へのアベノミクス効果の浸透はこれから？

1週間あたりの消費金額を世帯年収別に、今年と昨年の5～6月で比較しました。中低所得者層は昨年とほぼ同じ水準になっていますが、高所得層は昨年よりも増減の幅がはっきりと見られます。【図2】

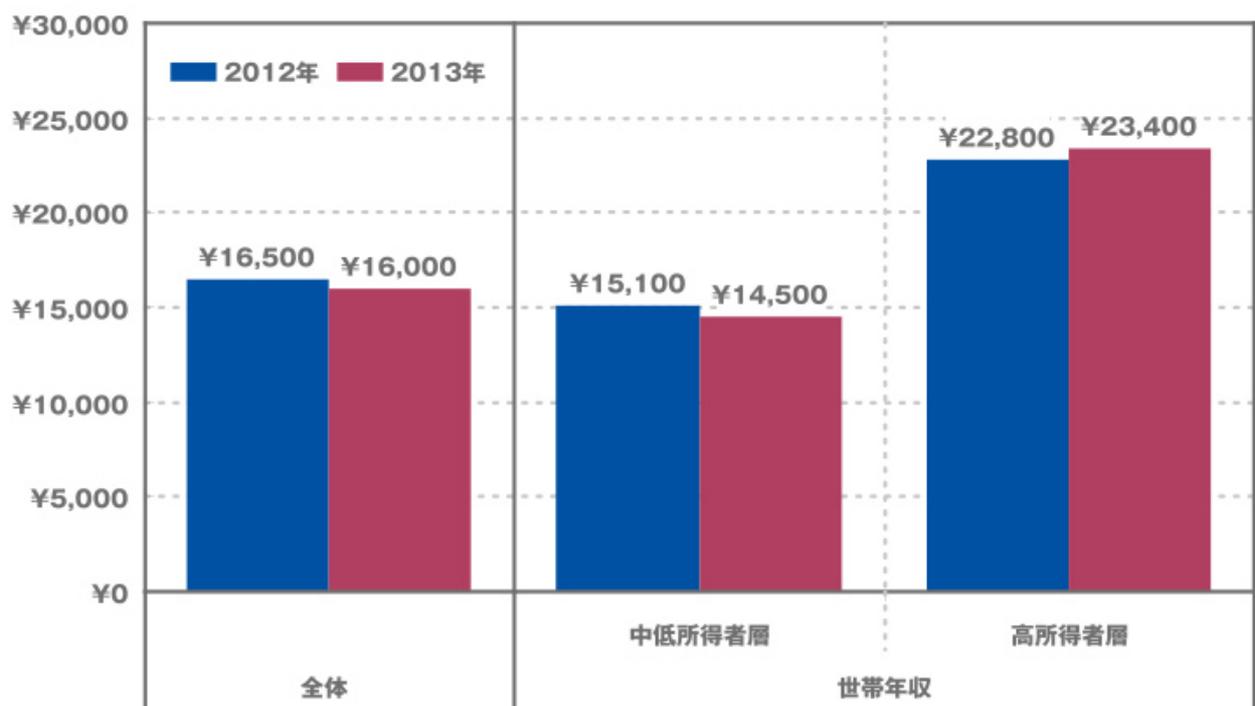
5～6月の消費金額について前年と比較すると、高所得者層は600円プラスになっているのに対して、中低所得者層は600円マイナスとなり、アベノミクス効果は現段階ではまだすべての消費者には行き届いていないようです。【図3】（※世帯年収が800万円未満＝中低所得者層、800万円以上＝高所得者層と定義）

【図2】 世帯年収別1週間あたりの消費金額



1週間あたりの消費金額

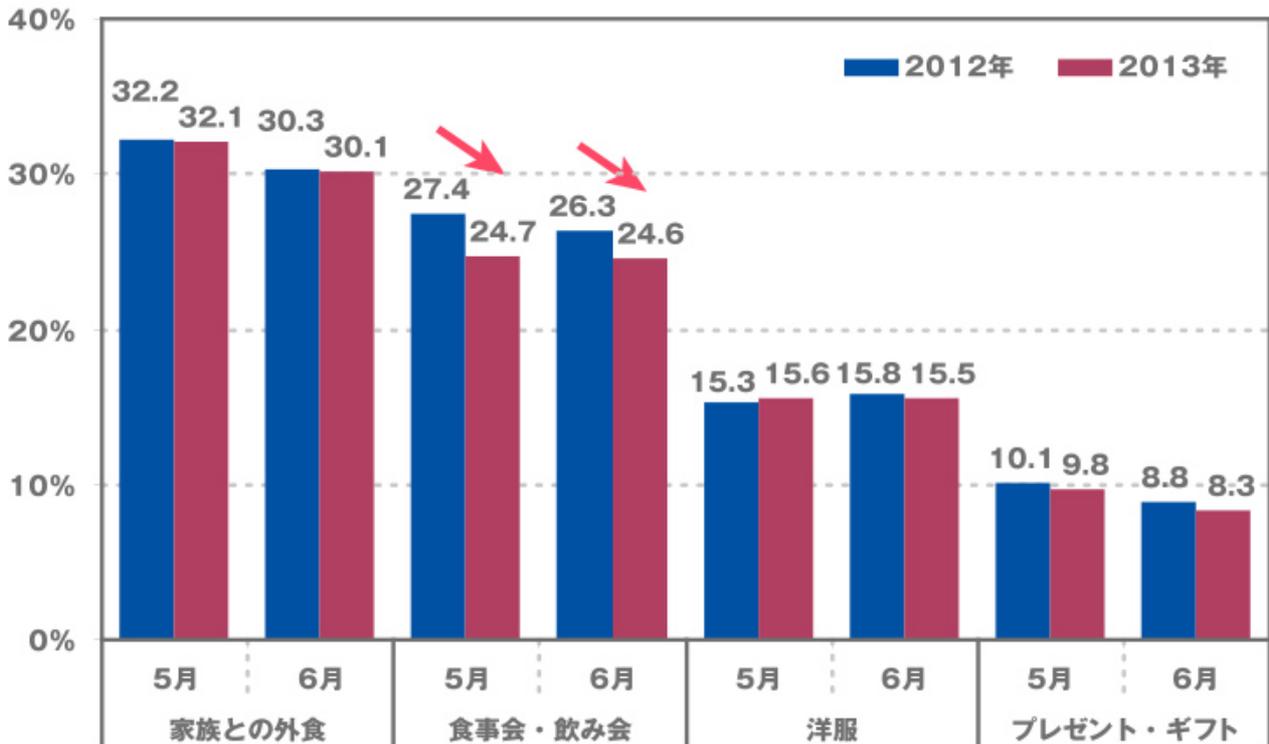
【図3】 世帯年収別1週間あたりの消費金額(5・6月)



■ お金の使い道を分析、「食事会・飲み会」が昨年より減少傾向に

1週間に消費したアイテムのうち、「家族との外食」「食事会・飲み会」について比較すると、「家族との外食」への消費は昨年とほぼ同水準で推移していますが、「食事会・飲み会」への消費は昨年よりも低調であることがわかります。【図4】

【図4】 1週間に消費したアイテム(5・6月)



アベノミクスによる景気回復が期待されている中、経団連がまとめた大手企業の2013年夏のボーナスの集計結果によると、前年比の伸び率が過去2番目の高さでした。また、今回のマクロミルの調査結果からも、『高所得者層の消費行動に、変化の兆しが見えてきた』と言えるかもしれません。

しかし、お中元に代表されるような「プレゼント・ギフト」への消費は未だ顕在化しておらず、アベノミクスの効果はまだ世の中全般の消費者にまで届いていないようです。マクロミルは今後も、一般消費者の財布の紐が緩むタイミングはいつなのか、景気回復のタイミングを週次でウォッチしてまいります。



MACROMILL WEEKLY INDEX(マクロミル定点観測調査)

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
調査対象 : 全国、20～69 歳の男女 1,000 サンプル (マクロミルモニタ会員)
割付方法 : 平成 22 年国勢調査による、エリア×性別×年代別の人口動態割付
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)

- 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
URL: <http://www.macromill.com/>