

来月の消費予報

春の季節消費が盛り上がり、
3月としての過去最低値に

株式会社博報堂(本社・東京)のシンクタンク博報堂生活総合研究所は、20~69歳の男女1,500名を対象に「来月の消費意欲」を点数化してもらうなど、消費の先行きに関する調査を毎月実施。その結果を「来月の消費予報」として発表しています。

3月の消費意欲指数は45.1点。前月比+4.4ポイントと上昇したものの、前年比は-1.8ポイントで、3月としての過去最低値となりました。

3月の消費意欲指数



【前月比】

+4.4 ポイント

【前年比】

-1.8 ポイント

■：前月比／前年比で上昇

■：前月比／前年比で下降

「消費意欲が最高に高まった状態を100点とすると、あなたの来月(3月)の消費意欲は何点くらいですか？」と質問。

カテゴリー別 消費意向

【前月比】



【前年比】



★ UP : 前月比／前年比で20人以上増加

● DOWN : 前月比／前年比で20人以上減少

「来月(3月)、特に買いたいモノ・利用したいサービスがありますか？」という質問に「ある」と回答した人に、具体的に「買いたいモノ・利用したいサービス」を選んでもらった結果を前月／前年と比較して作成。

3月のポイント

Point 1：ファッショなど季節消費への意欲が伸びず、
3月としての過去最低値に

3月の消費意欲指数は、2013年は50.3点、2014年は53.8点とともに50点を超え、季節の変わり目で意欲が高まる月でしたが、消費税増税後の2015年以降は46点前後が続いている。今年についても、調査開始以来の最低値だった前月からは+4.4ポイントと伸びたものの、前年比はマイナスで、3月としての過去最低値となりました。

消費意欲指数の理由(自由回答)を見ると、「春物衣料が欲しい」(2017年3月82件→2018年3月50件)という声が減少したほか、「意欲はあるが、今は様子見」(2017年3月79件→2018年3月90件)という声も若干増加しています。また、特に買いたいモノ・利用したいサービスについても、「旅行」が前年比-24件となっており、記録的な寒波の影響もあってか、春らしい消費への意欲が高まっていないようです。

Point 2：男性の低調が続くものの、女性若年層は堅調

1月、2月と男性の消費意欲が低調でしたが、3月も男性が足を引っ張っています(41.7点、女性との差は-6.8ポイント)。一方、女性20代(54.4点、前年比+3.8ポイント)、女性30代(50.5点、前年比+0.1ポイント)は昨年12月以降、比較的安定した消費意欲指数を示し続けており、4月以降の消費意欲はこれらの層がどこまで牽引するかによって変わってきそうです。

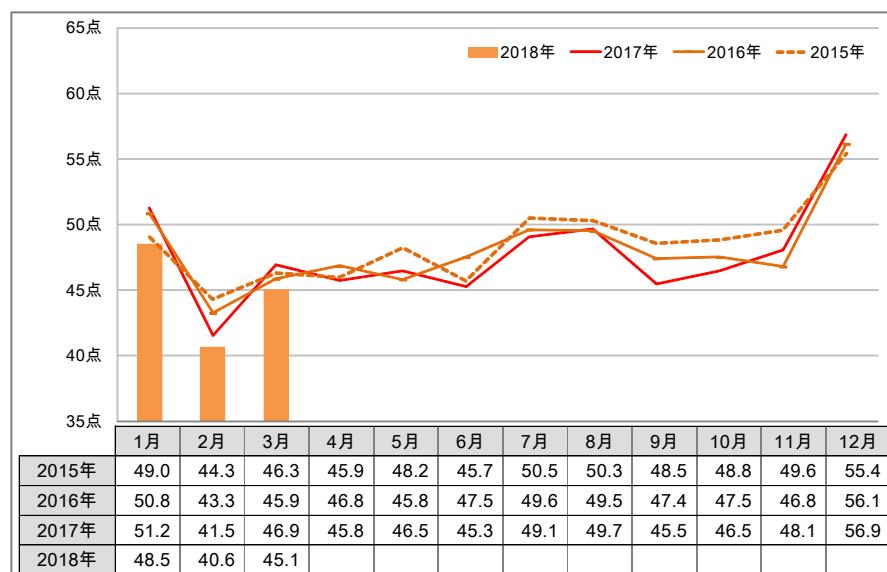
補足資料①

消費意欲指数

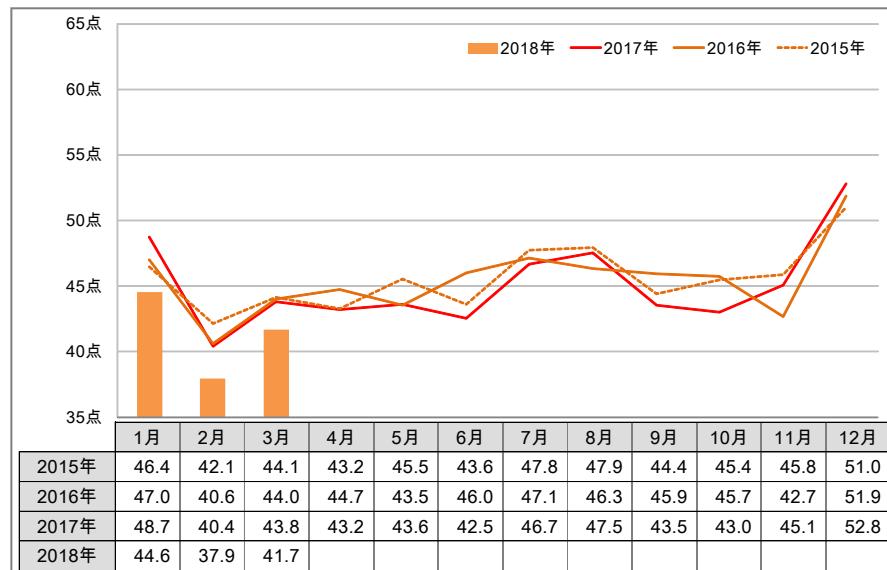
■ 時系列グラフ

Q. 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、あなたの来月(3月)の消費意欲は何点くらいですか。(自由回答)

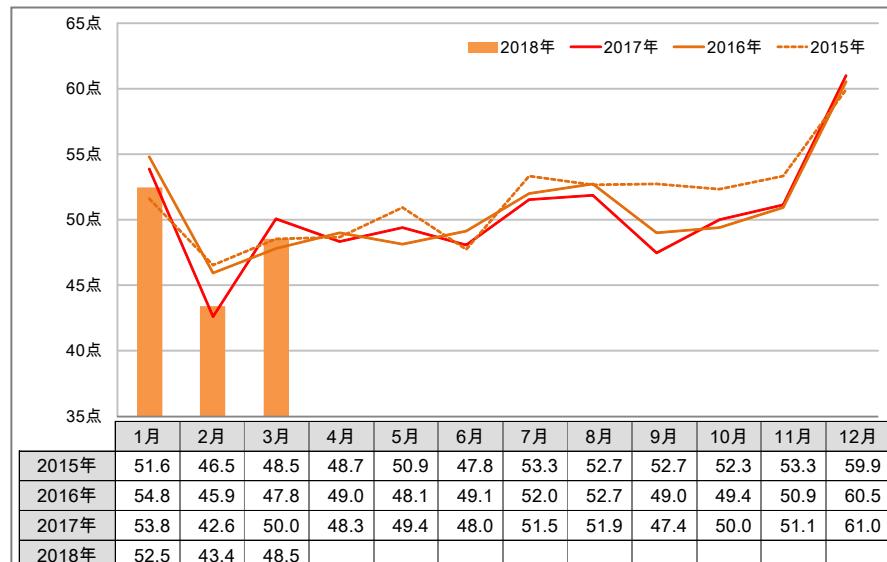
【全体】



【男性】



【女性】



■ 消費意欲指数の理由(抜粋)

Q. (消費意欲の点数について)あなたがその点数をつけた理由をお答えください。(自由回答)

<生活者の声～消費意欲指数の理由～【意欲はあるが、今は様子見】>

- ・欲しいものはあるがお金がないので(30点・男性24歳・愛知県)
- ・欲しいものはあるものの、必ず来月に必要かと言われる悩む(60点・男性32歳・大阪府)
- ・買いたいものはあるが、経済的にやや苦しいので我慢せざるを得ない(50点・男性45歳・大阪府)
- ・買いたい気持ちはあるが、金がない(50点・男性56歳・愛知県)
- ・欲しいものがあるのだが、買う時期を考えている(50点・男性68歳・大阪府)
- ・欲しいものがあっても、悩みすぎて結局いらなくなりそう(60点・女性21歳・千葉県)
- ・欲しいものはいっぱいあるけどお金がない(50点・女性30歳・埼玉県)
- ・使いたいけど、貯金しないと(50点・女性46歳・大阪府)
- ・ほしいけどお金があるかわからないため(50点・女性51歳・千葉県)
- ・特にこれといった欲しいものがない(50点・女性64歳・兵庫県)

()内点数:消費意欲指数

特に買いたいモノ・利用したいサービス

■ 特に買いたいモノ・利用したいサービスがある人の割合

Q. あなたが来月(3月)、特に買いたいモノ・利用したいサービスはありますか。(単一回答:ある／ない)

	2018年3月(%)	前月比(pt)	前年比(pt)
全体	24.7	+2.7	-3.1
男性	21.4	+0.9	-4.2
女性	28.0	+4.5	-2.1

■ 買いたいモノ・利用したいサービス

(特に買いたいモノ・利用したいサービスがある人ベース)

Q. 特に買いたいモノ・利用したいサービスとは何ですか。(複数回答)

【全体】(371人)

参考:男性 (161人)

参考:女性 (210人)

順位	カテゴリー	3月 (人数)	前月比	前年比
1	ファッション	209	+47	-11
2	外食	165	+47	+10
3	旅行	143	+28	-24
4	食品	141	+30	-15
5	飲料	101	+43	-9
5	書籍・エンタメ	101	+23	-12
7	家電・A V	99	+17	+13
8	レジャー	97	+38	-3
9	化粧品	92	+26	-7
10	理美容	90	+15	-7
11	インテリア用品	75	+27	+21
12	日用品	68	+14	-5
13	装飾品	66	+18	-5
14	パソコン・タブレット・周辺機器	60	+15	+5
15	車・バイク	45	+5	+19
16	スマートフォン・携帯電話	44	+11	-2

順位	カテゴリー	3月 (人数)	前月比	前年比
1	ファッション	66	-4	-6
2	外食	59	+10	+7
3	旅行	57	+5	-21
4	家電・A V	51	-3	±0
5	食品	48	+10	-7
6	書籍・エンタメ	46	-5	-13
7	飲料	40	+15	-6
8	パソコン・タブレット・周辺機器	39	+4	-1
8	レジャー	39	+7	-3
10	車・バイク	35	+3	+11
11	スマートフォン・携帯電話	25	±0	-7
12	インテリア用品	23	+4	+4
13	装飾品	22	+1	-1
14	日用品	20	-1	-2
15	理美容	17	+1	-3
16	化粧品	6	-4	+1

順位	カテゴリー	3月 (人数)	前月比	前年比
1	ファッション	143	+51	-5
2	外食	106	+37	+3
3	食品	93	+20	-8
4	化粧品	86	+30	-8
4	旅行	86	+23	-3
6	理美容	73	+14	-4
7	飲料	61	+28	-3
8	レジャー	58	+31	±0
9	書籍・エンタメ	55	+28	+1
10	インテリア用品	52	+23	+17
11	家電・A V	48	+20	+13
11	日用品	48	+15	-3
13	装飾品	44	+17	-4
14	パソコン・タブレット・周辺機器	21	+11	+6
15	スマートフォン・携帯電話	19	+11	+5
16	車・バイク	10	+2	+8

※男女別ランキングは、母数が少ないと参考値

<全体にのみ下記基準で色付け>

:前月比/前年比で20人以上増加

:前月比/前年比で20人以上減少

調査概要

■ 質問項目(質問文)

【消費意欲指数】

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、あなたの来月(3月)の消費意欲は何点くらいですか。(自由回答)
また、あなたがその点数をつけた理由をお答えください。(自由回答)

【特に買いたいモノ・利用したいサービス】

あなたが来月(3月)、特に買いたいモノ・利用したいサービスはありますか。(単一回答:ある／ない)
特に買いたいモノ・利用したいサービスとは何ですか。(複数回答)

調査概要 生活総研が、生活者の気持ちの変化を読み解くために、
生活に関する意識を指數(100点満点評価)で回答してもらうものです。

調査地域 ①首都40km圏 ②名古屋40km圏 ③阪神30km圏

調査対象者 20～69歳の男女

対象者割付 調査地域①～③各500人を各地域の人口構成比(性年代)に合わせ割付

サンプル数 合計1,500人

	20代	30代	40代	50代	60代	合計
男性	124	150	189	140	148	751
女性	121	147	185	138	158	749
合計	245	297	374	278	306	1,500

調査方法 インターネット調査

調査時期 2018年2月1日(木)～5日(月)(2012年4月から調査開始／毎月上旬に実査)

調査機関 株式会社 東京サーベイ・リサーチ

<備考>

「来月の消費予報」は、毎月下旬に翌月の消費意欲指數を発表いたします。

問い合わせ先 株式会社博報堂 博報堂生活総合研究所(十河・酒井) TEL.03-6441-6450

株式会社博報堂 広報室(西尾・大足) TEL.03-6441-6161

データ公開 本調査のデータは、生活総研のホームページ(<http://seikatsusoken.jp/shohiyoho/2018-03/>)から
ダウンロードしていただけます