

来月の消費予報

2020年1月27日

年末年始の連休の出費などが影響し、 消費意欲指数は歴代ワースト2位

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」を点数化してもらいなど、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。

2月の消費意欲指数は41.4点。前月比-7.2ポイントと大きく低下。前年比は-0.6ポイントながら、2月としても歴代ワースト2位となりました。

2月の消費意欲指数



【前月比】

【前年比】

-7.2 ポイント

-0.6 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(2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】



食品



飲料



外食



ファッション



日用品



旅行



レジャー



車・バイク



理美容



化粧品



インテリア



PCタブレット



装飾品



書籍・エンタメ



家電・AV



スマホ・携帯



食品



飲料



外食



ファッション



日用品



旅行



レジャー



車・バイク



理美容



化粧品



インテリア



PCタブレット



装飾品



書籍・エンタメ



家電・AV



スマホ・携帯

★ 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(2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。

2月のポイント

Point 1：最大9連休だった年末年始の影響か、引き締め意識が強まっている

2月は年末年始の出費やセールの反動で、一年の中で最も消費意欲指数が落ち込む月であり、今年も前月からは7.2ポイント低下。前年との比較ではほぼ横ばいですが、2018年2月に次ぐ歴代ワースト2位となる低い消費意欲指数となりました。消費意欲指数の理由(自由回答)を見ると、年末年始の使いすぎなど「今月までに多く使った反動でセーブしたい」という意見が前年より増加しています(19年2月208件→20年2月233件)。今年の年末年始は最大9連休だったこともあり、引き締め意識が強まったようです。

一方、「消費税増税のため消費を控えたい」という意見は、増税前のレベルにまで戻っています(2019年9月34件→2019年10月530件→2020年2月23件)。増税が今後の消費意欲にどう影響を及ぼすか、引き続き注目したいところです。

Point 2：気持ち次第で抑えられる消費を控える意識が強い

特に買いたいモノ・利用したいサービスがある人の割合は20.5%と、2月としては過去最低値となりました。その内訳をみると、「化粧品」「スマートフォン・携帯電話」を除くすべてのカテゴリーで前年からマイナスとなっています。

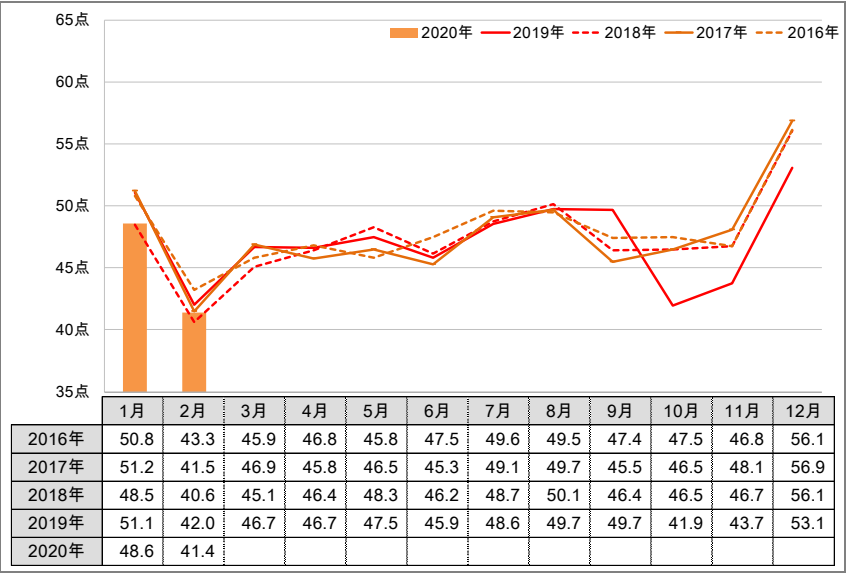
なお、「食品(前年比-3件)」「飲料(前年比-7件)」といった生活必需品では前年からの減少幅が小さい一方、「外食(前年比-45件)」「旅行(前年比-35件)」「ファッション(前年比-25件)」「書籍・エンタメ(前年比-25件)」では前年からの減少が大きくなっています。2月はもともと引き締め意識が強い月ということもあり、すでに引き締めている生活必需品をさらに控えるというよりは、気持ち次第で抑えられる消費を控えたい気持ちが強いようです。

消費意欲指数

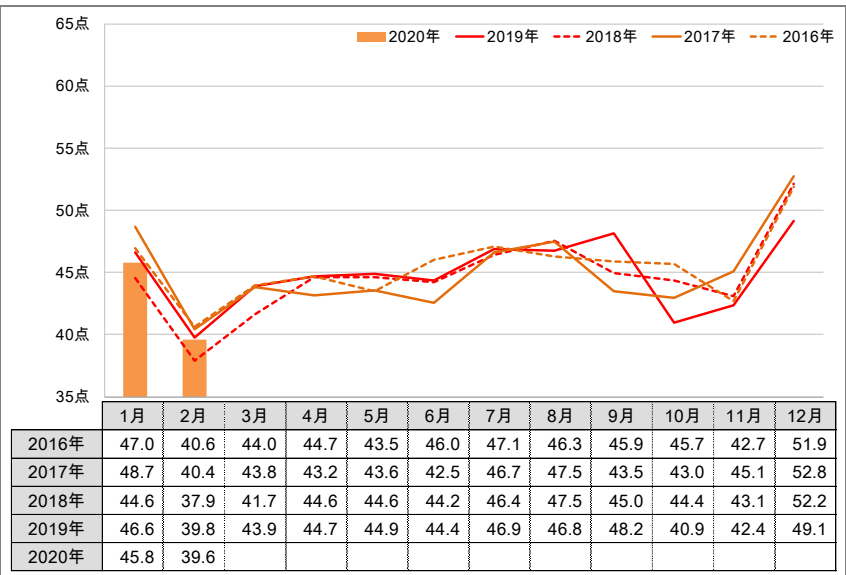
時系列グラフ

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(2月)の消費意欲は何点くらいですか。(自由回答)

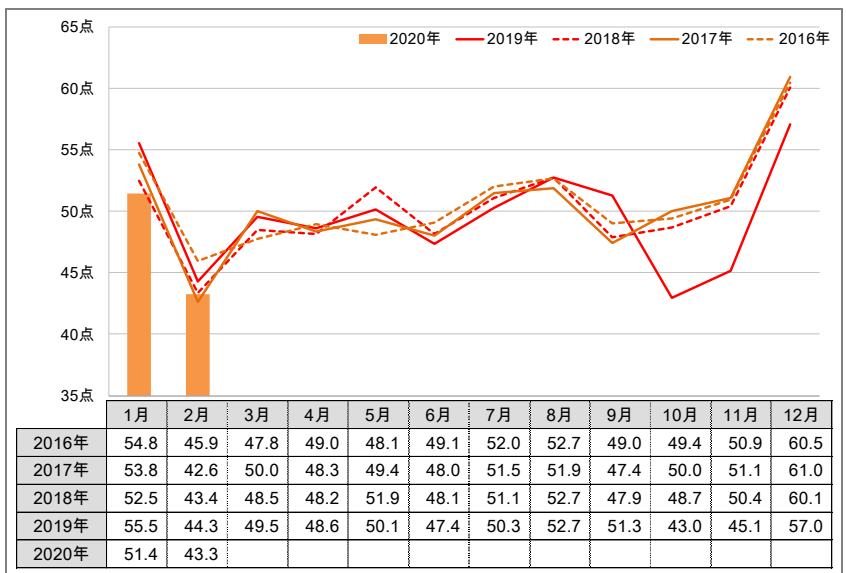
【全体】



【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～【今月までに多く使った反動でセーブしたい】>

・年末年始にお金を使ったので、節約したいから(30点・男性27歳・愛知県)

・年末年始に出費が重なったため(30点・男性34歳・大阪府)

・消費税増税で年末年始のダメージがジワジワ来ているので節約したいから(15点・男性44歳・東京都)

・年末年始に散財したので節約するつもりだから(20点・男性56歳・東京都)

・年末年始の出費が予定以上になってしまったため、消費を控えたいという思いが強い(20点・男性60歳・愛知県)

・年末年始に誕生日やらクリスマスやらバーゲンが続いて散財してしまったから。できるだけ節約したい(10点・女性26歳・埼玉県)

・年末年始に出費がかさんだし、医療費など特別な出費も多かったから、できる限り節約したい(10点・女性33歳・大阪府)

・正月休みが長すぎて、食費などの出費がかさんだので。できるだけ節約したいと考えている(10点・女性45歳・千葉県)

・年末年始に購入したものがたくさんあるので、2月は少し抑え気味にしていこうと考えている(20点・女性57歳・岐阜県)

・年末からお正月にかけて、食費だけでなくお年玉などいろいろとお金がかかったから。来月は節約しないといけないし、今のところ必要なものもない(30点・女性63歳・大阪府)

()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(2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)

	2020年2月(%)	前月比(pt)	前年比(pt)
全体	20.5	-5.6	-2.3
男性	18.4	-7.6	-2.8
女性	22.7	-3.5	-1.7

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】(308人)

参考:男性(139人)

参考:女性(169人)

順位	カテゴリー	2月 (人数)	前月比	前年比
1	食品	141	-35	- 3
2	ファッション	132	-101	-25
3	旅行	102	-38	-35
4	外食	101	-68	-45
5	飲料	96	-31	- 7
6	化粧品	73	- 5	+ 6
7	書籍・エンタメ	70	-31	-25
7	レジャー	70	-10	- 7
9	理美容	69	+ 5	- 7
10	日用品	67	-16	- 9
11	家電・A V	63	-37	-16
12	スマートフォン・携帯電話	49	- 3	+ 1
13	装飾品	42	-29	- 3
14	パソコン・タブレット・周辺機器	40	-23	-12
15	インテリア用品	35	-29	-13
16	車・バイク	32	-19	- 1

順位	カテゴリー	2月 (人数)	前月比	前年比
1	食品	50	-37	- 9
2	ファッション	47	-37	-14
3	外食	45	-36	-24
4	飲料	44	-28	- 6
5	旅行	42	-27	-27
6	家電・A V	38	-24	- 2
6	書籍・エンタメ	38	-20	-18
8	レジャー	33	- 6	- 9
9	パソコン・タブレット・周辺機器	32	-14	- 2
10	スマートフォン・携帯電話	30	±0	+ 3
11	車・バイク	25	-19	±0
12	装飾品	21	-10	+ 3
12	日用品	21	-16	- 3
14	理美容	18	+ 4	- 5
15	インテリア用品	15	- 7	- 1
16	化粧品	11	+ 3	+ 1

順位	カテゴリー	2月 (人数)	前月比	前年比
1	食品	91	+ 2	+ 6
2	ファッション	85	-64	-11
3	化粧品	62	- 8	+ 5
4	旅行	60	-11	- 8
5	外食	56	-32	-21
6	飲料	52	- 3	- 1
7	理美容	51	+ 1	- 2
8	日用品	46	±0	- 6
9	レジャー	37	- 4	+ 2
10	書籍・エンタメ	32	-11	- 7
11	家電・A V	25	-13	-14
12	装飾品	21	-19	- 6
13	インテリア用品	20	-22	-12
14	スマートフォン・携帯電話	19	- 3	- 2
15	パソコン・タブレット・周辺機器	8	- 9	-10
16	車・バイク	7	±0	- 1

<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

※男女別ランキングは、母数が少ないため参考値

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(2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(2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数(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	147	190	154	140	755
女性	119	143	186	150	147	745
合計	243	290	376	304	287	1,500

調査方法	インターネット調査
調査時期	2020年1月6日(月)～8日(水)(2012年4月から調査開始／毎月月上旬に実査)
調査機関	株式会社 H.M.マーケティングリサーチ

<備考>

「来月の消費予報」は、毎月下旬に翌月の消費意欲指数を発表いたします。

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・佐香) TEL.03-6441-6450
株式会社博報堂 広報室(大野) 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(<https://seikatsusoken.jp/shohiyoho/2020-01/>)からダウンロードしていただけます