

## 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。

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】

- 7.2 ポイント

【前年比】

- 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】



★ 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(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。

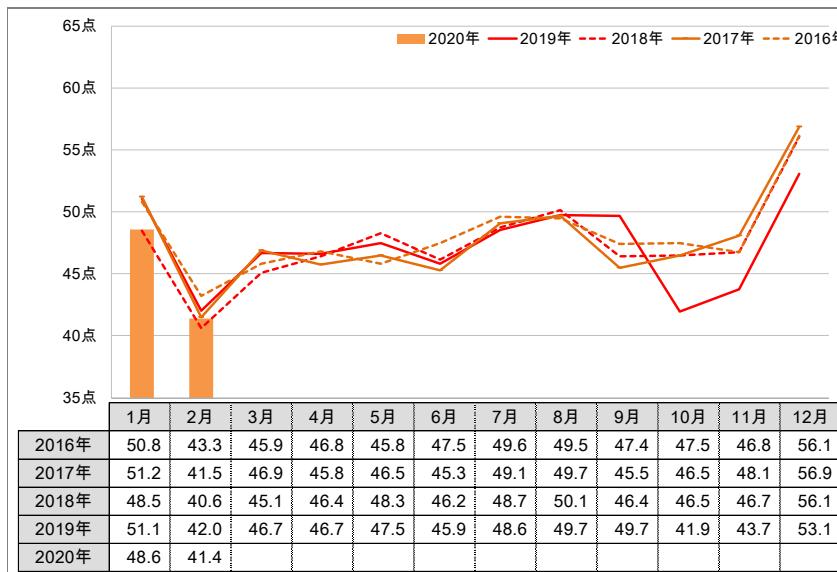
# 補足資料①

## 消費意欲指数

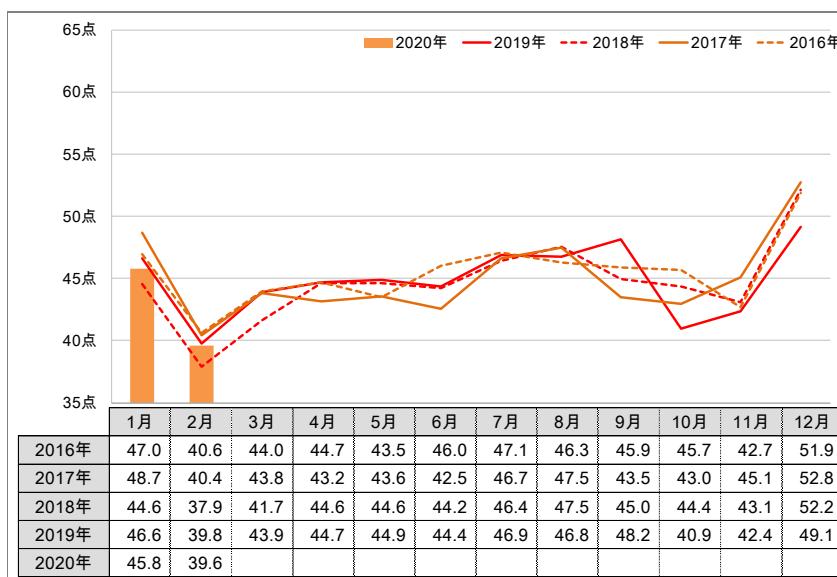
### ■ 時系列グラフ

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(2月)の消費意欲は何点くらいですか。(自由回答)

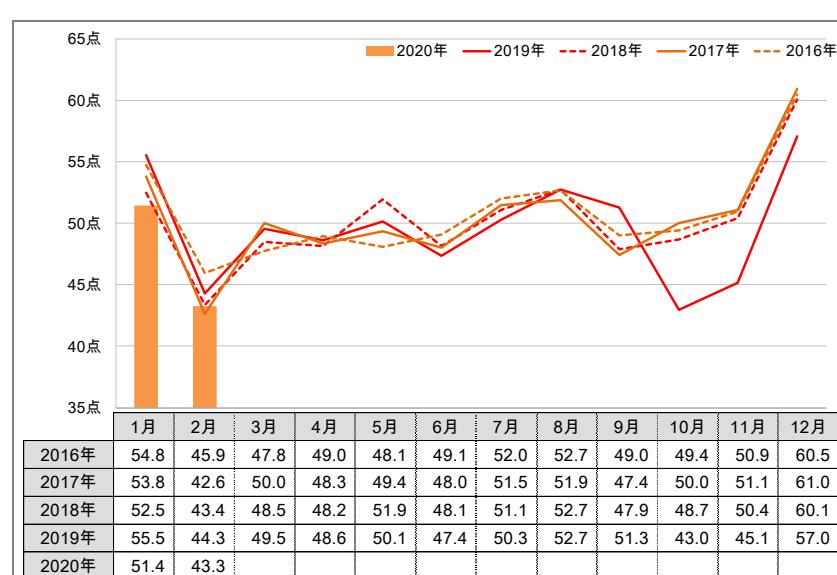
#### 【全体】



#### 【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、僕約したいから(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お金がかかってから。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

※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(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	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・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