

来月の消費予報

季節の変わり目らしい意欲の高まりはあるものの、
指数は3月としては過去最低水準に

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。

3月の消費意欲指数は45.1点。前月比+3.7ポイントと、前月からは回復しましたが、前年比は-1.6ポイントとなりました。

3月の消費意欲指数



【前月比】

【前年比】

+3.7 ポイント

-1.6 ポイント

■：前月比／前年比で上昇 ■：前月比／前年比で下落

「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】



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



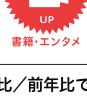
インテリア



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



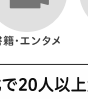
インテリア



PCタブレット



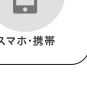
装飾品



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(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：買い控え意識が強まり、消費意欲指数は高まらず

季節の変わり目である3月は例年消費意欲が高まる月で、今年も消費意欲指数は前月から3.7ポイント上昇しました。特に買いたいモノ・利用したいサービスについても、あると回答した人の割合は前月比+5.5ポイントの26.0%となったほか、「車・バイク」を除くすべてのカテゴリーで前月からプラスとなっています(うち12件は+20件以上)。

一方、前年との比較では指数は1.6ポイント低下し、3月としては過去最低値となった2018年と同水準の値となりました。消費意欲指数の理由(自由回答)をみても、「季節の変わり目の買い物」や「春物の服が欲しい」といった季節消費への意欲に関する意見は前月からは増加したものの(20年2月50件→20年3月121件)、前年との比較では減少(19年3月141件→20年3月121件)。「今月までに多く使った反動でセーブ」(19年3月73件→20年3月93件)、「他の予定や買い物のために控える」(19年3月24件→20年3月37件)といった意見も前年から増えています。買い控え意識が強まったことで、消費意欲が盛り上がりきらなかったようです。

Point 2：消費税増税や病気の流行も消費意欲に影響か

「消費税増税のために消費を抑えたい」という意見はここ数ヶ月減少してきていましたが、若干ではあるものの再び増加(20年1月41件→20年2月23件→20年3月32件)したほか、「消費税が上がり、より儉約するようになった」といった増税による買い控えを感じさせる回答も散見されます。

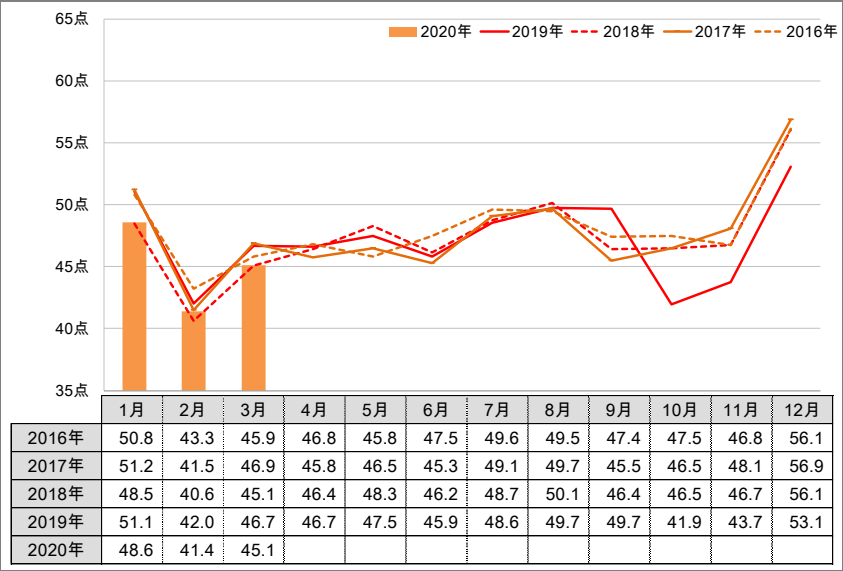
また、新型コロナウイルス等を受け、中高年層の女性を中心に「病気が流行しているので消費意欲が上がらない」という意見もあがっています(計17件：うち男性5件、女性12件。前年同月は0件)。

消費意欲指数

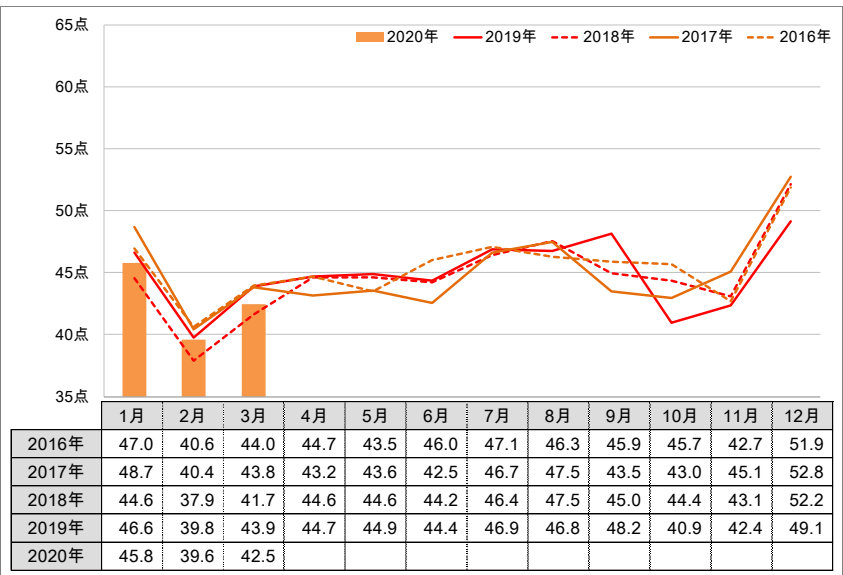
時系列グラフ

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)

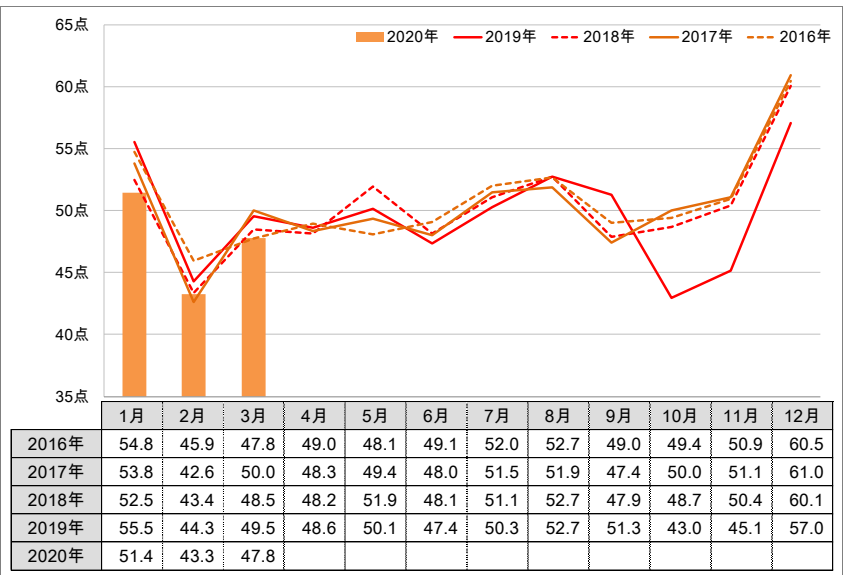
【全体】



【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～【消費税が上がったので控えたい】>

・消費税増税以降、極力節約をするようにしているから(10点・男性24歳・神奈川県)

・消費税でものが高いため(10点・男性39歳・東京都)

・消費税が増税されてから買い物は控えている(10点・女性47歳・愛知県)

・消費税が上がって、コロナウィルスで騒いでいるので、不要な外出は怖いという気持ちがあるため(30点・女性56歳・兵庫県)

・消費税が増税になり、収入が実質減ったので、買い物に対する意欲が減少した(40点・男性69歳・神奈川県)

<生活者の声 ～消費意欲指数の理由～【病気が流行しているため消費意欲が上がらない】>

・コロナウィルスが流行しているため、人が集まる場所にはなるべく行きたくない(10点・男性46歳・東京都)

・世の中がコロナウィルスで騒いでいるので、不要な外出は怖いという気持ちがあるため(50点・女性54歳・千葉県)

・肺炎が気になり意欲が上がらない(0点・女性56歳・東京都)

・コロナウィルスが発生していることもあり、外出したり、外食したりすることを極力避けたい(50点・女性61歳・大阪府)

・現在世の中はコロナウィルスで右往左往しているため、消費意欲は半減する(50点・女性69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(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)

	2020年3月(%)	前月比(pt)	前年比(pt)
全体	26.0	+5.5	-0.8
男性	23.0	+4.6	-2.6
女性	29.0	+6.3	+1.0

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】(390人)

参考:男性 (174人)

参考:女性 (216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	200	+68	- 4
2	食品	162	+21	+16
3	旅行	158	+56	+ 4
4	外食	152	+51	- 8
5	レジャー	111	+41	+14
6	飲料	107	+11	+ 1
6	化粧品	107	+34	+ 7
8	書籍・エンタメ	102	+32	- 7
9	家電・A V	95	+32	-10
10	理美容	94	+25	+13
11	日用品	84	+17	+ 2
12	装飾品	65	+23	-15
13	パソコン・タブレット・周辺機器	60	+20	- 1
14	インテリア用品	59	+24	- 4
15	スマートフォン・携帯電話	57	+ 8	+ 6
16	車・バイク	31	- 1	-20

順位	カテゴリー	3月 (人数)	前月比	前年比
1	旅行	71	+29	- 1
2	食品	66	+16	- 1
3	ファッション	65	+18	-14
3	外食	65	+20	- 7
5	飲料	51	+ 7	- 1
5	家電・A V	51	+13	-14
5	レジャー	51	+18	+ 7
8	書籍・エンタメ	50	+12	- 9
9	パソコン・タブレット・周辺機器	39	+ 7	- 9
10	スマートフォン・携帯電話	36	+ 6	+ 3
11	装飾品	32	+11	- 7
12	日用品	30	+ 9	+ 6
13	車・バイク	26	+ 1	-14
14	インテリア用品	24	+ 9	- 3
15	理美容	23	+ 5	+ 3
16	化粧品	14	+ 3	±0

順位	カテゴリー	3月 (人数)	前月比	前年比
1	ファッション	135	+50	+10
2	食品	96	+ 5	+17
3	化粧品	93	+31	+ 7
4	外食	87	+31	- 1
4	旅行	87	+27	+ 5
6	理美容	71	+20	+10
7	レジャー	60	+23	+ 7
8	飲料	56	+ 4	+ 2
9	日用品	54	+ 8	- 4
10	書籍・エンタメ	52	+20	+ 2
11	家電・A V	44	+19	+ 4
12	インテリア用品	35	+15	- 1
13	装飾品	33	+12	- 8
14	パソコン・タブレット・周辺機器	21	+13	+ 8
14	スマートフォン・携帯電話	21	+ 2	+ 3
16	車・バイク	5	- 2	- 6

※男女別ランキングは、母数が少ないため参考値

<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2月4日(火)～6日(木)(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/2020-02/>)からダウンロードしていただけます