

来月の消費予報

2月の消費意欲指数は例年並みだが、コロナ禍の消費への影響続く。

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。※1月4~7日に調査(詳細はP5)

2021年2月の消費意欲指数は41.7点。前月比-6.9ptの低下、前年比+0.3ptと横ばいのスコアとなっています。

2月の消費意欲指数

41.7点

【前月比】

-6.9 ポイント

【前年比】

+0.3 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: 1年で最低値の2月、コロナ関連の消費にネガティブな回答も高止まり

年末年始のイベントを終えた2月は、1年で最も消費意欲指数が落ち込む月です。今回の41.7点も1年で最低値となりましたが、過去5年の2月と同水準で例年通りの結果といえます。

消費意欲指数の理由(OA)をみると、消費にポジティブな回答は、指数同様前月から大きく減少し(21年1月317件→2月203件)(以下、西暦略)、ネガティブな回答が増加しています(1月970件→2月1,103件)。

具体的には、「今月までに多く使った反動でセーブしたい」(1月73件→2月121件)や「ほしいものは買った」(1月260件→2月309件)などが増えています。また、前年と比べると「バレンタイン」など季節柄の消費(20年2月50件→21年2月39件)や「旅行の予定」(20年2月26件→21年2月13件)、「セール」(20年2月22件→21年2月6件)など、イベントへの意欲は減少しました。

さらにコロナ禍に関する消費にネガティブな回答は前月に急増し、高止まっています(20年12月149件→21年1月253件→2月260件)。なかでも、「外出規制/緊急事態宣言のため(1月1件→2月24件)」、「コロナで先行き不安で消費を控える」(1月9件→2月25件)などが前月から増加しており、コロナ禍の消費に与える影響について、今後も引き続き注視する必要があります。

Point 2: カテゴリー別では前月から外出関連が減、前年からイエナカ関連が増

「特に買いたいモノ・利用したいカテゴリーがある」人は、20.1%で前月比-6.6pt、前年比-0.4ptの減少で、調査開始以来2月の最低値となりました。

カテゴリー別の消費意向をみると、前月から20件以上減少したのは16カテゴリー中10カテゴリーで、なかでも「ファッション」、「旅行」、「レジャー」、「外食」など、外出関連が大きく減っています。

また、前年と比べると「ファッション」、「旅行」、「レジャー」は前月比と同様20件以上減少していますが、「書籍・エンタメ」、「PCタブレット」は20件以上増加。コロナ禍で在宅時間が長くなることで、イエナカ消費への意向が高まっています。

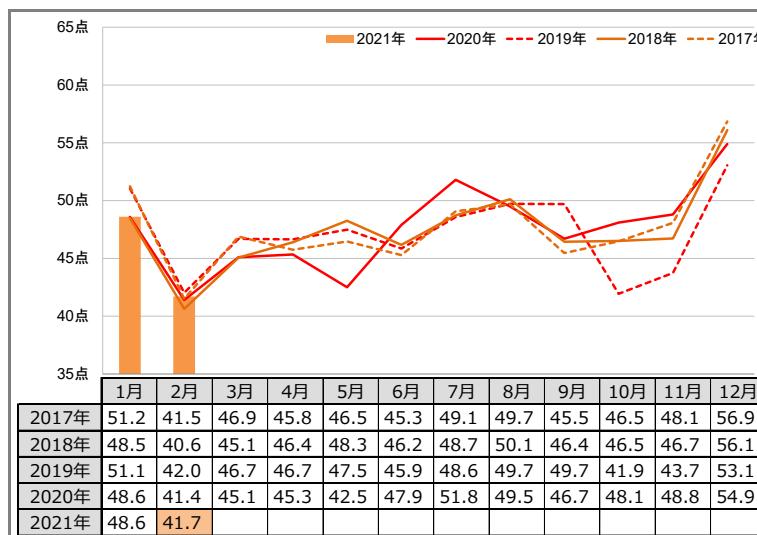
補足資料①

消費意欲指数

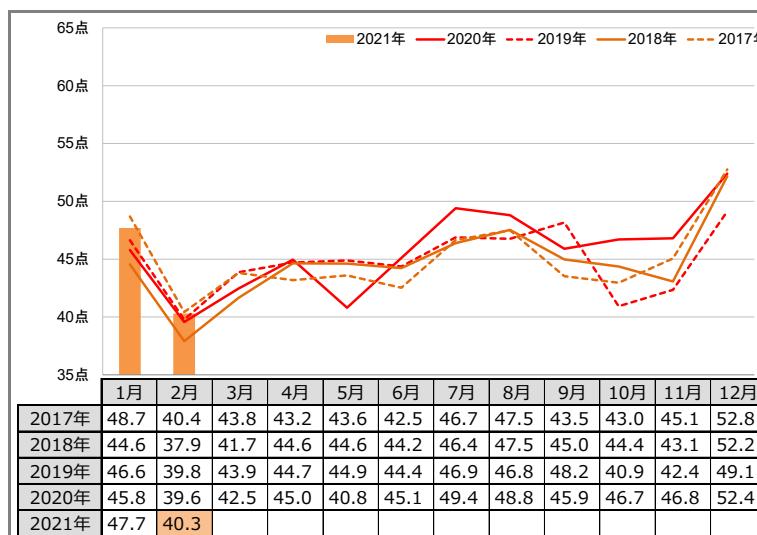
■ 時系列グラフ

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)

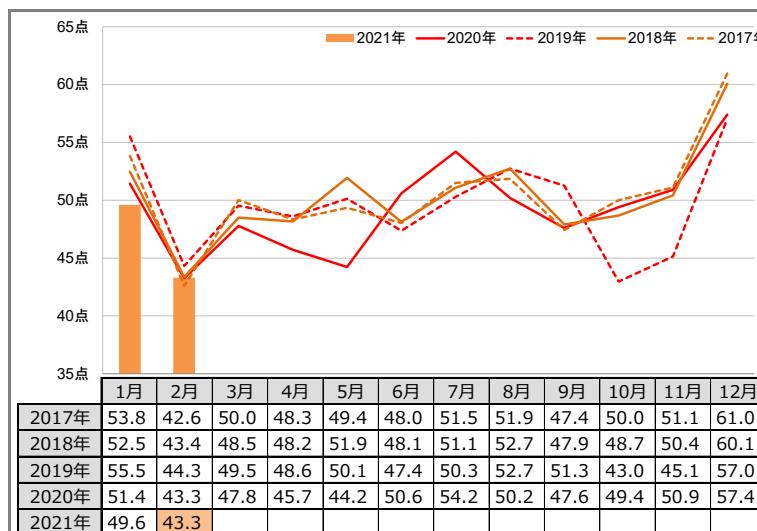
【全体】



【男性】



【女性】



補足資料②

消費意欲指数

■ 性別/年代別比較

	20年9月	20年10月	20年11月	20年12月	21年1月	21年2月	21年2月比較	
							(点)	前月比
全体	46.7	48.1	48.8	54.9	48.6	41.7	-6.9	0.3
男性	45.9	46.7	46.8	52.4	47.7	40.3	-7.4	0.7
女性	47.6	49.4	50.9	57.4	49.6	43.3	-6.4	0.0
20代	47.1	49.2	48.8	56.6	48.9	41.1	-7.8	-2.3
30代	43.4	49.4	49.0	55.7	50.6	42.6	-8.0	0.6
40代	47.3	48.6	49.0	57.1	50.1	41.1	-9.0	0.3
50代	47.4	43.9	47.0	51.5	45.0	41.4	-3.5	4.0
60代	48.4	49.7	50.5	53.6	48.7	42.7	-6.0	-1.4

+3pt以上の増加
-3pt以上の減少

■ 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】〉

- ・福袋や初売りセールで1月にお金を使いすぎてしまったから(40点・男性21歳・千葉県)
- ・12月1月と使い過ぎた(0点・男性29歳・愛知県)
- ・今欲しいものがない、正月でそこそこ使ったので節約したい(30点・男性36歳・大阪府)
- ・1月に遊びでお金を使ったから(30点・男性54歳・大阪府)
- ・年末年始に消費した分節約したい(20点・男性61歳・東京都)

・ボーナス月、クリスマス、年末年始とイベントが多い12月に出費が多くかったため(40点・女性29歳・兵庫県)

- ・正月の出費が大きかったのもあり、自粛したい(30点・女性30歳・千葉県)
- ・特に買いたいものもないし、正月にお金を使いすぎたため、節約しなくてはいけないから(30点・女性42歳・愛知県)
- ・1月に色々とお金を使ったため。パソコン購入、年間のふるさと納税など(20点・女性51歳・大阪府)
- ・年末に使い過ぎたので調整(20点・女性61歳・愛知県)

〈生活者の声～消費意欲指数の理由～【コロナ禍に関する消費にネガティブな回答】〉

- ・コロナ感染者がどんどん増えて将来が心配なのでなるべく消費せず節約して将来に備えたいから(10点・男性28歳・岐阜県)
- ・コロナ禍で厳しい状況にあり、出来るだけ支出を抑えたいから(40点・男性33歳・大阪府)
- ・緊急事態宣言で先行き不透明と思われる(30点・男性47歳・神奈川県)
- ・新型コロナの影響で購買意欲が薄れているため(30点・男性50歳・東京都)
- ・コロナの影響で給料が半減しているから(0点・男性66歳・大阪府)

・特に欲しいものがない。コロナ禍でどうなるのかわからないから少しでも節約しておきたい(10点・女性29歳・愛知県)

- ・コロナの影響で家族の収入が減り、自分自身も育児休業中で収入が入ってこないため(10点・女性31歳・千葉県)
- ・自粛期間が継続していると思われ、消費の必要性が低いから(30点・女性40歳・東京都)

・物欲はない。主人がコロナリストラで節約が必要(30点・女性59歳・大阪府)

- ・コロナウイルスの感染が広がっていて、全体的に閉塞感があるので、買いたい気持ちは低い。緊急事態宣言が出そうなので、お店の営業がどうなるかわからないのも意欲の足を引っ張る(20点・女性61歳・兵庫県)

()内点数:消費意欲指数

(参考) 新型コロナウイルス周りの主な動き ※前回調査(12月3日～8日)後より今回調査(1月4日～7日)まで

- 12月10日 全国的新規感染者数、2,973人で過去最多に
- 12月17日 東京都の新規感染者数、822人で過去最多 医療警戒レベルは「ひつ迫」
- 12月18日 GoTo トラベル、東京都一時停止 米製薬大手ファイザー、ワクチン国内初申請
- 12月24日 全国的新規感染者数、3,739人で過去最多 東京都888人で最多更新
- 12月26日 コロナウイルスの変異種、国内検疫買いで初確認
- 12月28日 GoToトラベル、全国で一時中止
- 12月30日 東京都の新規感染者数1,337人で初めての1千人超え
- 1月4日 首都圏4都県、飲食店20時まで・外出規制 政府要請受け入れへ
- 1月5日 海外からの新規入国、全面停止へ

補足資料③

特に買いたいモノ・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。(单一回答:ある/ない)

	2021年2月(%)	前月比(pt)	前年比(pt)
全体	20.1	-6.6	-0.4
男性	19.3	-5.5	0.9
女性	20.9	-7.7	1.8

■ 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】(302人)

順位	カテゴリー	2月 (人数)	前月比	前年比
1	食品	150	-14	+ 9
2	外食	114	-36	+13
3	ファッション	107	-97	-25
4	飲料	100	-16	+ 4
5	書籍・エンタメ	93	-20	+23
6	旅行	78	-53	-24
7	家電・A V	77	-30	+14
7	日用品	77	-15	+10
9	化粧品	76	-21	+ 3
10	理美容	65	-12	- 4
11	パソコン・タブレット・周辺機器	63	- 9	+23
12	レジヤー	50	-41	-20
13	スマートフォン・携帯電話	47	- 9	- 2
14	装飾品	38	-20	- 4
14	インテリア用品	38	-29	+ 3
16	車・バイク	21	-21	-11

参考:男性 (146人)

順位	カテゴリー	2月 (人数)	前月比	前年比
1	食品	64	- 1	+14
2	外食	51	-12	+ 6
3	家電・A V	47	-13	+ 9
4	飲料	45	- 5	+ 1
5	書籍・エンタメ	44	-15	+ 6
5	旅行	44	-18	+ 2
7	パソコン・タブレット・周辺機器	42	- 3	+10
8	ファッション	40	-36	- 7
9	スマートフォン・携帯電話	27	- 8	- 3
10	レジヤー	26	-19	- 7
11	日用品	24	-16	+ 3
12	車・バイク	17	-17	- 8
13	装飾品	15	-10	- 6
13	インテリア用品	15	-11	±0
15	理美容	13	- 6	- 5
16	化粧品	10	- 9	- 1

参考:女性 (156人)

順位	カテゴリー	2月 (人数)	前月比	前年比
1	食品	86	-13	- 5
2	ファッション	67	-61	-18
3	化粧品	66	-12	+ 4
4	外食	63	-24	+ 7
5	飲料	55	-11	+ 3
6	日用品	53	+ 1	+ 7
7	理美容	52	- 6	+ 1
8	書籍・エンタメ	49	- 5	+17
9	旅行	34	-35	-26
10	家電・A V	30	-17	+ 5
11	レジヤー	24	-22	-13
12	装飾品	23	-10	+ 2
12	インテリア用品	23	-18	+ 3
14	パソコン・タブレット・周辺機器	21	- 6	+13
15	スマートフォン・携帯電話	20	- 1	+ 1
16	車・バイク	4	- 4	- 3

〈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	122	145	190	161	137	755
女性	119	141	185	158	142	745
合計	241	286	375	319	279	1,500

調査方法 インタ-ネット調査

調査時期 2021年1月4日(月)～7日(木)(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-ケティングリサ-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。

・博報堂生活総合研究所は、1/22付で「第10回 新型コロナウイルスに関する生活者調査(2021年1月)」を発表いたしました。

<https://www.hakuhodo.co.jp/uploads/2021/01/20210122.pdf>

こちらは、毎月第3～4週頃に発表する予定です。併せてご利用下さい。

問い合わせ先 株式会社博報堂 広報室(寺村) 03-6441-6161 koho.mail@hakuhodo.co.jp

データ公開 本調査のデータは、生活総研のホ-ムペ-ジ(<https://seikatsusoken.jp/shohiyoho/2021-02/>)からダウンロードしていただけます。