

来月の消費予報

3月の消費意欲指数は、47.1点。

コロナ禍や物価上昇への懸念はあるも、過去5年での同月最高値に

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。※2月1-4日に調査(詳細はP5)

3月の消費意欲指数は47.1点。前月比は+4.2ptの上昇、前年比では+0.6ptの微増となりました。

3月の消費意欲指数



【前月比】

+4.2 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(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

Point1：新生活・新年度に向けて、消費意欲指数は3月らしい高まり

例年3月は、新生活や新年度に向けて消費意欲が高まる月です。今年も前月から+4.2ptと上昇し、前年比では+0.6ptの微増で、過去5年の3月で最も高い指数です。今年に入り3か月連続で過去5年間の同月最高値が続いています。

消費意欲指数の理由(自由回答)をみると、前月と比べて消費にポジティブな回答は増加し(2月248件→3月339件)、ネガティブな回答は減少しました(2月988件→3月901件)。具体的には、ポジティブな回答では「(新生活・新年度の準備/春物の服が欲しいなど)季節的な出費や意欲向上(2月248件→3月339件)」が大きく増加しています。一方、ネガティブな回答では、「コロナ禍で外出・買物できない(2月27件→3月65件)」「物価高・値上がり(2月5件→3月49件)」が前月から増えるも、「今までに多く使った反動でセーブ(2月150件→3月47件)」は大きく減少しています。また、消費意欲指数を男女別にみると、前月比で男性+6.3pt、女性+1.9ptと差があり、女性の方がコロナ禍に関するネガティブな回答が増えたことが影響しているようです。

一方、前年と比べると、消費にポジティブな回答はほぼ同数で(21年3月330件→22年3月339件)、ネガティブな回答はコロナ禍に関する回答を中心に減少しました(21年3月948件→22年3月901件)。具体的には、「コロナ禍で外出・買物できない(21年3月119件→22年3月65件)」が大きく減り、「(収入・ボーナス減など)金銭的理由で節約・我慢(21年3月238件→22年3月203件)」「将来不安(21年3月72件→22年3月49件)」も減っています。新型コロナの感染が急拡大するなか、消費意欲への影響は、緊急事態宣言下にあった前年ほどではなく、物価上昇のマイナス要因もありますが、新生活・新年度に向けて、季節的な消費意欲は健在のようです。

Point2：消費意向はソト向きカテゴリーを中心に前月増

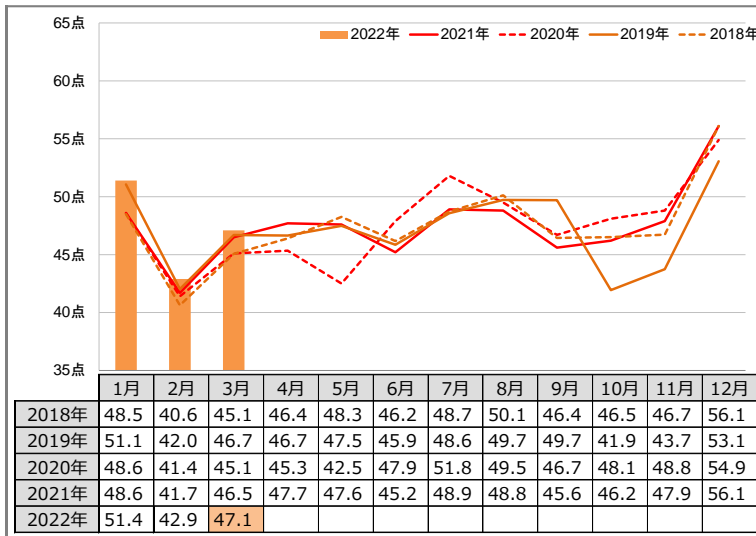
「特に買いたいモノ/利用したいカテゴリーがある」人は27.3%で、前月比+4.8ptの上昇、前年比は-0.8ptの微減となっています。カテゴリー別の消費意向をみると、前月比では、「ファッション」「レジャー」「書籍・エンタメ」をはじめとして、16カテゴリー中7カテゴリーで20件以上増加しています。一方、前年比で20件以上増えているのは、「レジャー」のみとなっており、ソト向きを中心とした様々なカテゴリーで消費意向が高まっていることがうかがえます。

消費意欲指数

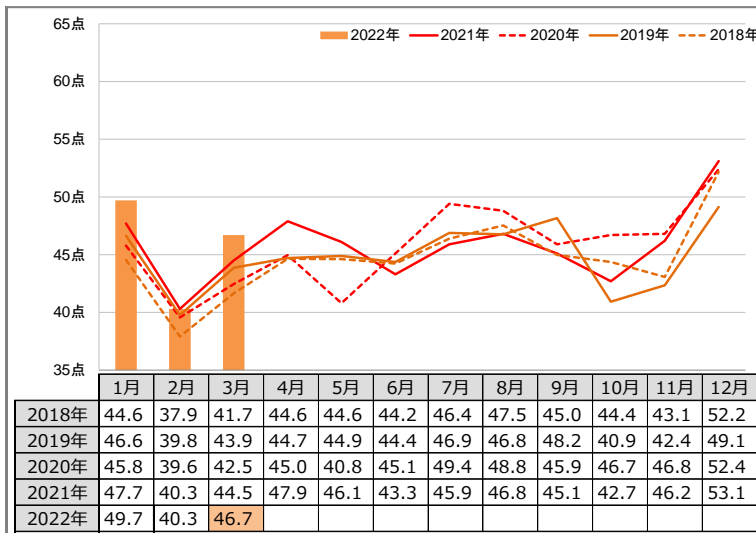
■ 時系列グラフ

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(3月)の消費意欲は何点くらいですか。(自由回答)

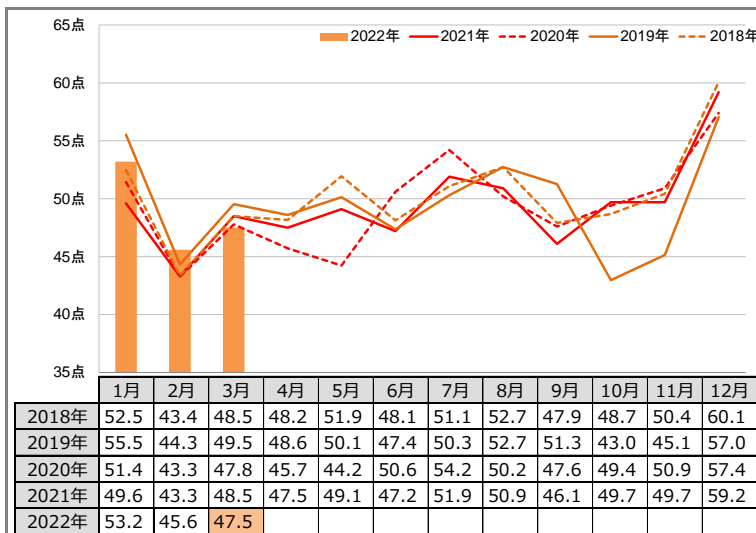
【全体】



【男性】



【女性】



消費意欲指数

■ 性別/年代別比較

	(点)						22年3月比較	
	21年10月	21年11月	21年12月	22年1月	22年2月	22年3月	前月比	前年比
全体	46.2	47.9	56.1	51.4	42.9	47.1	4.2	0.6
男性	42.7	46.2	53.1	49.7	40.3	46.7	6.3	2.1
女性	49.7	49.7	59.2	53.2	45.6	47.5	1.9	-1.0
20代	49.8	50.0	59.0	53.4	45.3	49.3	4.0	1.3
30代	46.5	48.8	58.2	53.4	43.5	50.2	6.7	2.6
40代	43.9	46.5	56.5	52.5	43.1	46.1	3.0	-1.1
50代	44.6	48.2	53.1	47.7	40.3	44.7	4.3	2.1
60代	47.5	46.9	54.7	50.8	43.3	46.4	3.1	-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～【季節的な出費や意欲向上】>

- ・年度末のため、何か欲しい気持ちになる(60点・男性25歳・岐阜県)
- ・新生活シーズンなので(70点・男性35歳・大阪府)
- ・春になり、いろいろと買いたいものが増えてきているので(70点・男性47歳・東京都)
- ・暖かくなり服装などおしゃれがしたくなる。また食欲も増し食事や飲酒がしたくなる(85点・男性52歳・神奈川県)
- ・春が近づいてきて暖かくなってきたので、気持ちも膨らみがちだから(80点・男性69歳・大阪府)
- ・新社会人になるので必要なものが多いし、いい暮らしがしたいのでインテリアや服も良いものを買いたい。卒業旅行や遊びの予定が多い(95点・女性24歳・愛知県)
- ・息子の保育園入園に向けて、様々な準備が必要になるため、購入品が増えると思うから(80点・女性37歳・愛知県)
- ・買い換えたい家具や家電などが沢山ある。春は新生活シーズンで新商品が出るので気に入るものがあれば是非買い換えたい(100点・女性40歳・東京都)
- ・ずっと我慢してるので、春だし新しい物を買って気分転換にお出かけなどを沢山したいので(70点・女性58歳・奈良県)
- ・春なのでそれなりの服装を買いたいし、孫たちにも何か買ってやりたい(70点・女性63歳・大阪府)

<生活者の声～消費意欲指数の理由～【コロナ禍で外出・買物自粛】>

- ・外に出るのを基本的に控えるため(30点・男性34歳・大阪府)
- ・コロナ禍で海外旅行などにも行けないため(10点・男性48歳・愛知県)
- ・これといって欲しいものが思い浮かばない。強いて言えば海外旅行に行きたいがコロナの影響で叶わない(20点・男性55歳・神奈川県)
- ・コロナ禍で外出を控えているし、特にほしい物が無い(10点・男性60歳・埼玉県)
- ・コロナで外出も控えたいから、旅行は避けたいから(20点・男性65歳・大阪府)
- ・コロナはまだ流行っているので、自宅で過ごすことが多いと思いますので、消費意欲はほとんどないです(30点・女性27歳・大阪府)
- ・第二子が誕生予定で、コロナの感染者も多いので今よりも外出を控えると思うから(10点・女性36歳・大阪府)
- ・コロナ禍で積極的に出掛けたいとは思わない(30点・女性49歳・神奈川県)
- ・一番の出費意欲は旅行なのに、オミクロン株の拡大で大きな旅行が2つダメになったから(10点・女性54歳・愛知県)
- ・この環境でお店に行行って買い物をしたくない(30点・女性64歳・千葉県)

()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(1月4日～7日)後より今回調査(2月1日～4日)まで

- 1月9日 「まん延防止等重点措置」、沖縄・山口・広島3県に適用 (1月9日～31日)
- 1月21日 同重点措置、首都圏1都3県を含む13都県追加(1月21日～2月13日)
- 1月25日 全国新感染者数が8万人を突破、東京は1万2千人超
- 1月27日 同重点措置、大阪・京都・兵庫を含む18道府県追加(1月27日～2月20日)
合計で34都道府県に適用
保育所等の全面休園、37都道府県644か所で最多記録(厚生労働省)
- 1月28日 自宅療養者は26万人超に(厚生省発表) 全国知事会、教育施設への対策を国に提言
- 1月29日 全国新感染者数が9万人を突破、東京は前日に続き1万7千人超

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(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)

	2022年3月(%)	前月比(pt)	前年比(pt)
全体	27.3	4.8	-0.8
男性	26.7	6.2	1.1
女性	28.0	3.4	-2.6

■ 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】(410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	213	+64	+9
2	食品	180	+11	-1
3	外食	167	+23	+2
4	旅行	142	+24	+15
5	書籍・エンタメ	125	+29	-2
6	理美容	121	+23	+8
7	レジャー	117	+38	+33
8	飲料	116	+1	-8
9	化粧品	114	+22	+10
10	家電・AV	96	+15	+10
10	日用品	96	-1	-9
12	インテリア用品	70	+14	-5
13	パソコン・タブレット・周辺機器	63	+19	+15
14	装飾品	62	+14	+3
15	スマートフォン・携帯電話	58	+18	+5
16	車・バイク	35	±0	-12

参考:男性(202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	78	+21	+9
2	食品	77	+4	+14
3	外食	76	+9	+4
4	書籍・エンタメ	71	+15	+5
5	旅行	65	+12	±0
6	家電・AV	56	+14	+2
7	飲料	54	-5	+5
8	レジャー	50	+14	+7
9	パソコン・タブレット・周辺機器	41	+11	+7
10	理美容	33	+13	+11
11	スマートフォン・携帯電話	32	+7	+2
11	日用品	32	-2	-10
13	車・バイク	28	+3	-12
14	インテリア用品	27	+11	±0
15	化粧品	21	+9	+12
16	装飾品	19	+4	-3

参考:女性(208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	135	+43	±0
2	食品	103	+7	-15
3	化粧品	93	+13	-2
4	外食	91	+14	-2
5	理美容	88	+10	-3
6	旅行	77	+12	+15
7	レジャー	67	+24	+26
8	日用品	64	+1	+1
9	飲料	62	+6	-13
10	書籍・エンタメ	54	+14	-7
11	装飾品	43	+10	+6
11	インテリア用品	43	+3	-5
13	家電・AV	40	+1	+8
14	スマートフォン・携帯電話	26	+11	+3
15	パソコン・タブレット・周辺機器	22	+8	+8
16	車・バイク	7	-3	±0

<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(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	122	143	187	169	136	757
女性	118	139	183	164	139	743
合計	240	282	370	333	275	1,500
調査方法	インターネット調査					
調査時期	2022年2月1日(火)～4日(金) (2012年5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数を発表いたします。

・博報堂生活総合研究所は、2/22付で「2022年2月 新型コロナウイルスに関する生活者調査」を発表いたしました。

<https://www.hakuhodo.co.jp/uploads/2022/02/20220222.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 中田 03-6441-6161 koho.mail@hakuhodo.co.jp

データ公開 本調査のデータは、生活総研のホームページ(<https://seikatsusoken.jp/shohiyoho/2022-03/>)からダウンロードしていただけます。