

来月の消費予報

**4月の消費意欲指数は、過去5年の同月最高値に。
社会情勢への懸念はあるものの、春らしい意欲の高まり**

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。※3月3～7日に調査(詳細はP5)

4月の消費意欲指数は48.0点。前月比は+0.9ptの微増、前年比では+0.3ptとほぼ横ばいとなりました。

4月の消費意欲指数



【前月比】

【前年比】

+0.9 ポイント

+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(4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(4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。

4月のポイント

Point1：コロナ禍の影響は減少し、消費意欲は女性を中心に4月らしい高まり

例年4月は、3月から消費意欲指数の変動が少ない月です。今年も前月から+0.9ptの微増、前年比では+0.3ptの横ばいと、前月比・前年比ともに大きな動きはありませんが、過去5年の4月で最も高い指数です。今年に入って4か月連続で過去5年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(3月339件→4月396件)、ネガティブな回答は減少しました(3月901件→4月842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(3月111件→4月160件)」や「欲しいものがある(3月79件→4月102件)」が大きく増加しています。一方ネガティブな回答では、「コロナ禍が落ち着いていない(3月63件→4月35件)」や「コロナ禍で外出自粛(3月65件→4月34件)」など、コロナ禍に関するネガティブな回答が大幅に減少しました(3月165件→4月99件)。

また、消費意欲指数を男女別にみると、前月比で男性-0.7pt、女性+2.6ptと差があり、女性の方が季節的な出費などを中心とした消費にポジティブな回答が前月より増加しています(女性3月206件→4月257件)。

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4月390件→22年4月396件)、ネガティブな回答は「金銭的理由で節約・我慢(21年4月249件→22年4月191件)」や「コロナ禍に関する回答(21年4月169件→22年4月99件)」が大きく減少しました。懸念点として、「物価上昇/社会不安(21年4月10件→22年4月65件)」は前年より増加しており、オミクロン株や物価上昇、ウクライナ情勢などの不安材料はありますが、現状では消費意欲への影響は限定的です。消費意欲は春本番を迎え、女性を中心に4月らしい高まりが期待できそうです。

Point2：消費意向は、外出関連カテゴリーで前月比増

「特に買いたいモノ/利用したいカテゴリーがある」人は27.5%で、前月比は+0.2ptの横ばい、前年比では-1.9ptの低下となっています。カテゴリー別の消費意向をみると、前月比では16カテゴリー中「旅行」「車・バイク」の2カテゴリーで20件以上増加しており、コロナ禍の影響が落ち着き、より遠出を意識したカテゴリーで前月より消費意向が高まっていることがうかがえます。一方、前年比では20件以上増えているカテゴリーはなく、「外食」「スマホ・携帯」が20件以上減っています。

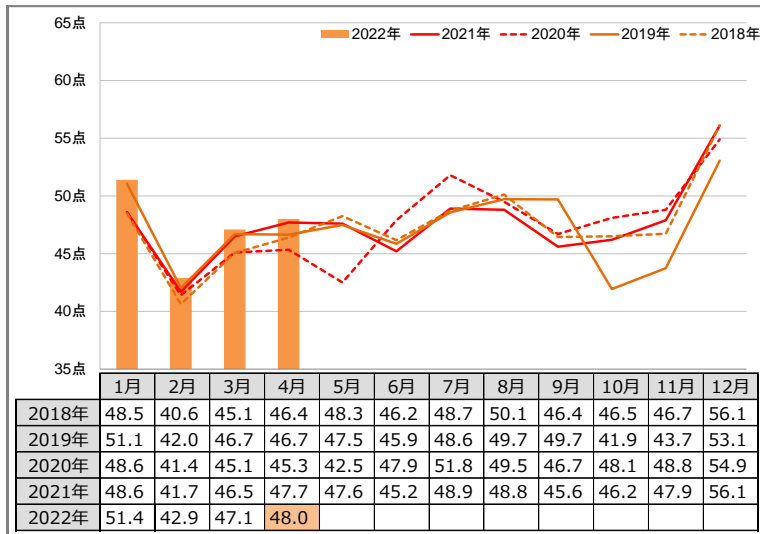
補足資料①

消費意欲指数

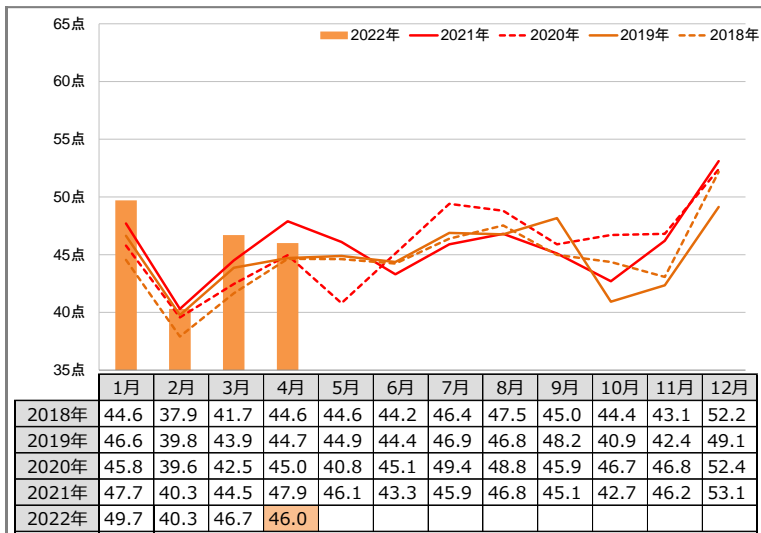
■ 時系列グラフ

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(4月)の消費意欲は何点くらいですか。(自由回答)

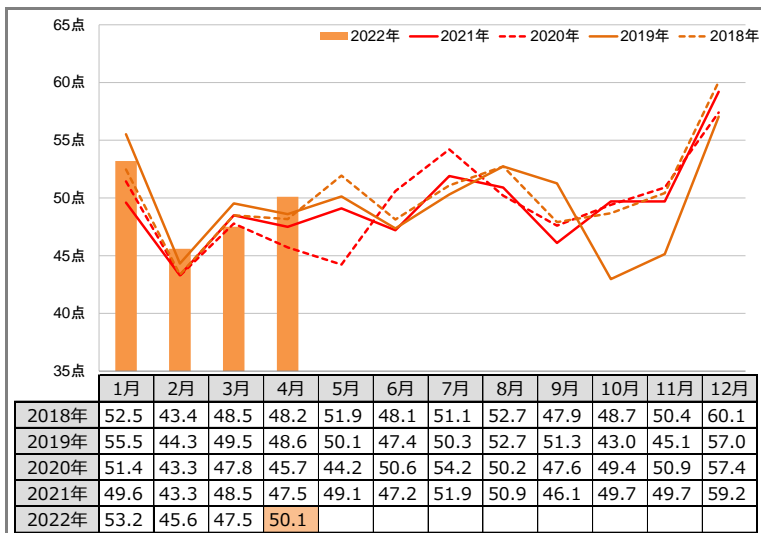
【全体】



【男性】



【女性】



消費意欲指数

■ 性別/年代別比較

	(点)						22年4月比較	
	21年11月	21年12月	22年1月	22年2月	22年3月	22年4月	前月比	前年比
全体	47.9	56.1	51.4	42.9	47.1	48.0	0.9	0.3
男性	46.2	53.1	49.7	40.3	46.7	46.0	-0.7	-1.9
女性	49.7	59.2	53.2	45.6	47.5	50.1	2.6	2.6
20代	50.0	59.0	53.4	45.3	49.3	51.5	2.3	1.3
30代	48.8	58.2	53.4	43.5	50.2	49.0	-1.2	0.8
40代	46.5	56.5	52.5	43.1	46.1	47.8	1.8	-1.3
50代	48.2	53.1	47.7	40.3	44.7	46.6	2.0	2.0
60代	46.9	54.7	50.8	43.3	46.4	46.0	-0.4	-0.6

■ +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】>

- ・新年度でスーツや靴など仕事着を一新したいから(80点・男性29歳・東京都)
- ・年度が切り替わり、物欲が高まりそうなため(80点・男性35歳・愛知県)
- ・子供の進学など必要なものが多々あるから(80点・男性49歳・三重県)
- ・春になり旅行や行楽に出かけたいため(70点・男性54歳・大阪府)
- ・春になれば気分がウキウキしてきそうだから(60点・男性66歳・兵庫県)
- ・新生活が始まり、色々なものが欲しくなってくると思うから(80点・女性23歳・愛知県)
- ・職業柄、年度始めに資料等の購入や、挑戦してみたい事への意欲が高まり、色々買いがちなため(100点・女性38歳・千葉県)
- ・街やお店が新生活の雰囲気になる。季節の変わり目は買い物したくなる。家族の新生活が始まる(70点・女性45歳・埼玉県)
- ・春になり、服装も変わる時期であり、気持ちもウキウキし、洋服を買いたくなる(80点・女性57歳・奈良県)
- ・欲しい服もあり、外食も楽しみたいし、子や孫にプレゼントをしたいから(100点・女性63歳・大阪府)

<生活者の声～消費意欲指数の理由～【物価上昇/社会不安】>

- ・ガソリン価格の高騰などあらゆるものの値上げがひどい(20点・男性26歳・岐阜県)
- ・昨今の情勢が不透明だったり、値上げラッシュだったり、なるべく出費を抑えたい(50点・男性39歳・愛知県)
- ・コロナやウクライナ情勢等で消費したいという気持ちにならない(50点・男性43歳・愛知県)
- ・戦争などによる先行き不安(15点・男性59歳・大阪府)
- ・ウクライナの戦争もあり、世の中不安だらけなので(60点・男性63歳・大阪府)
- ・様々なモノが値上げしてきているので、買いたいものがあっても今は買うべきではないと思う(50点・女性28歳・埼玉県)
- ・子供の新学期で購入するものはあるが、ガソリンや色んなものが値上がりしており、あまりお金を使いたくない(20点・女性33歳・岐阜県)
- ・今の情勢で消費するのは怖い気がする(50点・女性46歳・愛知県)
- ・エネルギーや物の価格が上がってきているので、必要なもののみ買ってストックしておきたい(50点・女性57歳・大阪府)
- ・まだコロナが続いている気がするうえに、ここへきてウクライナのことや物の値上げもあるので買う気がおきない(20点・女性60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(2月1日～4日)後より今回調査(3月3日～7日)まで

- 2月8日 全国の新規感染者数、2月1日に続いて10万人を突破
- 2月下旬 全国の新規感染者数が減少傾向に
- 2月20日 まん延防止等重点措置、山口、山形、沖縄、島根、大分の5県で解除
- 2月22日 1日の死者が300人超との報道 救急搬送困難事案が6週連続で最多更新と発表(総務省)
- 2月24日 ロシア軍、ウクライナへの全面的な侵攻を開始
- 3月4日 まん延防止等重点措置、18都道府県で3月21日まで延長決定(埼玉、千葉、東京、神奈川、岐阜、愛知、京都、大阪、兵庫を含む)

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(4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4月(%)	前月比(pt)	前年比(pt)
全体	27.5	0.2	-1.9
男性	24.2	-2.5	-5.3
女性	31.0	3.0	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】(413人)

参考:男性(183人)

参考:女性(230人)

順位	カテゴリー	4月 (人数)	前月比	前年比
1	ファッション	229	+16	-17
2	食品	183	+3	+7
3	外食	172	+5	-26
4	旅行	170	+28	+13
5	書籍・エンタメ	133	+8	-1
6	レジャー	122	+5	-6
7	飲料	119	+3	-4
8	理美容	117	-4	+1
9	化粧品	116	+2	+10
10	日用品	105	+9	-1
11	家電・AV	102	+6	-14
12	インテリア用品	88	+18	-5
13	装飾品	67	+5	-5
14	パソコン・タブレット・周辺機器	64	+1	-2
15	スマートフォン・携帯電話	59	+1	-21
16	車・バイク	55	+20	+1

順位	カテゴリー	4月 (人数)	前月比	前年比
1	旅行	76	+11	-7
2	食品	74	-3	-3
2	ファッション	74	-4	-23
4	書籍・エンタメ	70	-1	-2
5	外食	69	-7	-26
6	レジャー	54	+4	-10
7	飲料	52	-2	-14
7	家電・AV	52	-4	-20
9	パソコン・タブレット・周辺機器	45	+4	-1
10	車・バイク	38	+10	-4
11	スマートフォン・携帯電話	37	+5	-12
12	日用品	32	±0	-13
13	インテリア用品	28	+1	-12
14	装飾品	26	+7	-7
15	理美容	25	-8	-15
16	化粧品	13	-8	-6

順位	カテゴリー	4月 (人数)	前月比	前年比
1	ファッション	155	+20	+6
2	食品	109	+6	+10
3	化粧品	103	+10	+16
3	外食	103	+12	±0
5	旅行	94	+17	+20
6	理美容	92	+4	+16
7	日用品	73	+9	+12
8	レジャー	68	+1	+4
9	飲料	67	+5	+10
10	書籍・エンタメ	63	+9	+1
11	インテリア用品	60	+17	+7
12	家電・AV	50	+10	+6
13	装飾品	41	-2	+2
14	スマートフォン・携帯電話	22	-4	-9
15	パソコン・タブレット・周辺機器	19	-3	-1
16	車・バイク	17	+10	+5

<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(4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(4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3月3日(木)～7日(月)(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、3/23付で「2022年3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/2022/03/20220323_1.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/2022-04/>)からダウンロードしていただけます。