

## 来月の消費予報

## 「春支度消費」に対する意欲の高まりから消費意欲指数は前月比増も、前年に引き続き3月としては低い水準に

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5-7日に調査(詳細はP5)

2026年3月の消費意欲指数は44.0点。前月比では+1.7ptと上昇し、前年比では±0.0ptで横ばいとなりました。

## 3月の消費意欲指数



【前月比】

【前年比】

+1.7 ポイント

+0.0 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」と回答した人により、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 3月らしく新生活や春物への意欲は高まるも、前月より物価高の影響がやや強まる

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、今年も前月比で+1.7ptと上昇しました。一方、前年比では±0.0ptと横ばいで、前年に引き続き過去5年間の同月最低値となっています。

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(2月276件→3月355件)は増加し、ネガティブな回答(2月973件→3月852件)は大きく減少しています。具体的には、ポジティブな回答で、「(新生活・新年度の準備/春物の服が欲しいなど)季節的な意欲向上(2月56件→3月100件)」「(季節もの以外で)出費の予定・欲しいものがある(2月135件→3月163件)」が増加しました。ネガティブな回答では、「今月までに多く使ったのでセーブ(2月195件→3月57件)」が大きく減少しています。

前年と比べると、消費にポジティブな回答(25年3月342件→26年3月355件)はほぼ横ばい、ネガティブな回答(25年3月881件→26年3月852件)はやや減少しました。具体的には、ポジティブな回答で、「(季節もの以外で)出費の予定・欲しいものがある(25年3月142件→26年3月163件)」がやや増加した程度で、ポジティブな回答・ネガティブな回答ともに、そのほかに目立って増減した項目はありません。

また、「物価高・値上げ・円安」は、前月までの小康状態から一転し、前月比で増加したものの、前年比では減少しています(25年3月153件→26年1月76件→26年2月79件→26年3月107件)。

3月らしく新生活の準備や春物の衣服といった「春支度消費」への意欲は高まり、物価高の影響は前年より和らいでいるものの、前月比では再燃の兆しもあり、消費意欲の春到来はまだ先となりそうです。

## Point2 消費意向は、外出関連や新生活準備に関するカテゴリーで前月比増

「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29.0%で、前月比で+5.5ptと大きく上昇し、前年比では+0.3ptで横ばいとなりました。

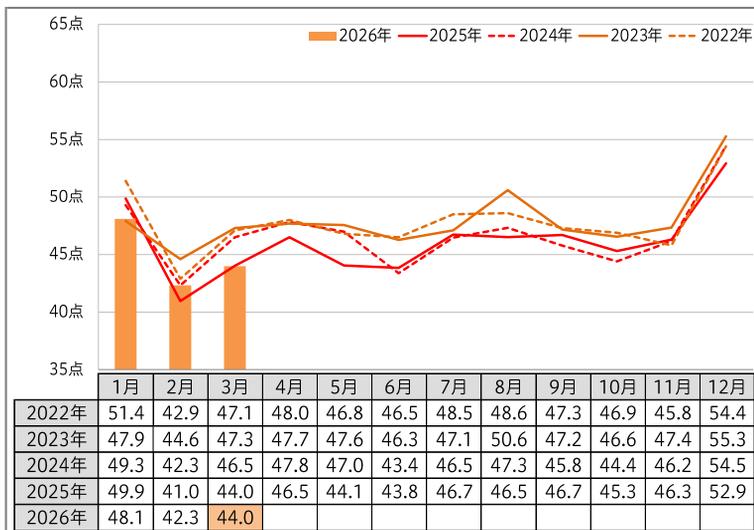
16カテゴリー別の消費意向をみると、前月比では「ファッション」「旅行」「外食」「化粧品」「理美容」「レジャー」「飲料」「スマートフォン・携帯電話」「家電・AV」など、11カテゴリーが20件以上増加しています。前年比では「化粧品」「装飾品」が20件以上増加しました。春に向けて、外出関連や新生活準備に関するカテゴリーで、前月から消費意向が高まっていることがうかがえます。

消費意欲指数

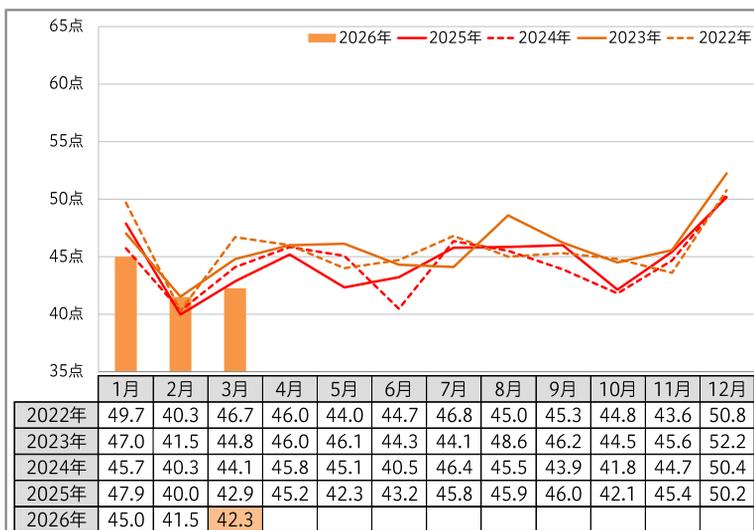
■ 時系列グラフ

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)

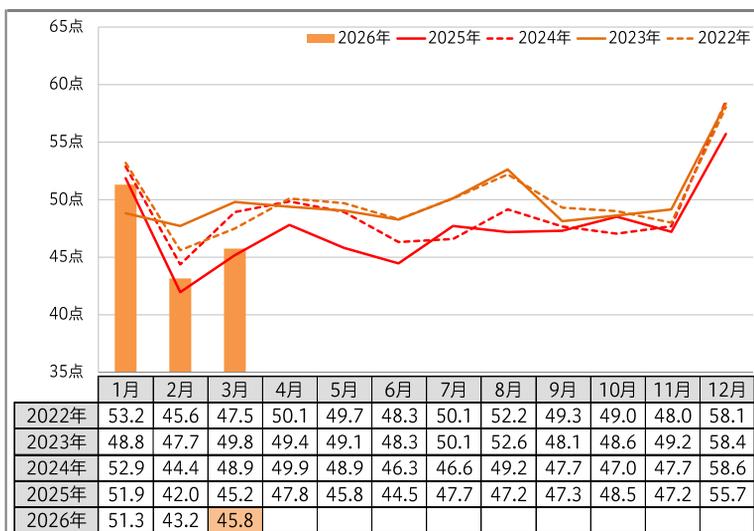
【全体】



【男性】



【女性】



## 消費意欲指数

## ■ 性別/年代別比較

(pt)

	(点)						26年3月比較	
	25年10月	25年11月	25年12月	26年1月	26年2月	26年3月	前月比	前年比
全体	45.3	46.3	52.9	48.1	42.3	44.0	+1.7	±0.0
男性	42.1	45.4	50.2	45.0	41.5	42.3	+0.8	-0.6
女性	48.5	47.2	55.7	51.3	43.2	45.8	+2.6	+0.6
20代	47.4	51.9	59.5	52.8	46.4	46.5	+0.1	+0.3
30代	44.9	47.9	54.9	50.6	43.6	44.6	+1.0	+1.9
40代	45.5	44.7	52.5	48.5	42.7	47.0	+4.4	+3.6
50代	43.9	43.2	49.9	44.2	40.2	41.1	+0.9	-2.9
60代	45.6	45.8	49.6	46.5	39.9	41.4	+1.5	-2.6

※調査では小数第2位まで集計していますが、本稿は小数第1位まで(小数第2位を四捨五入)を表示しているため、点数差は見た目の数値と異なる場合があります。

+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)

## &lt;生活者の声～消費意欲指数の理由～【(新生活・新年度の準備/春物の服が欲しいなど)季節的な意欲向上]&gt;

- ・新生活が始まるから(80点・男性26歳・大阪府)
- ・春になるにつれ、服装も変わるし、買いたい気持ちがわいてくる(80点・男性38歳・岐阜県)
- ・参加したいイベントや、春物の衣服の購入、新生活の準備のための消費があるため(100点・男性47歳・大阪府)
- ・新年度へ備えたいから(60点・男性55歳・千葉県)
- ・年度末で購買意欲が増すから(80点・男性62歳・愛知県)
- ・現場に向けてお洋服やアクセサリ、コスメなど新調したいと思うから(90点・女性27歳・神奈川県)
- ・季節の変わり目で新しい服を買いたい、美容院に行きたいという気持ちが出てくるので(80点・女性31歳・兵庫県)
- ・4月からの新年度に向けて色々揃えたいから(80点・女性44歳・大阪府)
- ・春物の服やバッグ、靴を買いたいから(80点・女性52歳・東京都)
- ・暖かくなり、外に出かけることが苦ではなくなるため。また春物や新しいサービスも出やすい時期なので(80点・女性61歳・愛知県)

## &lt;生活者の声～消費意欲指数の理由～【物価高・値上げ・円安]&gt;

- ・何もかも高すぎる(10点・男性27歳・大阪府)
- ・色々と値上がりが続いているので、節約志向だから(0点・男性30歳・愛知県)
- ・食品が高くて他のことにお金を使えない(30点・男性45歳・神奈川県)
- ・物価高なので、消費意欲がわかりません(10点・男性57歳・愛知県)
- ・円安の影響であらゆるものの値ごろ感が麻痺して消費意欲が無くなった(40点・男性61歳・大阪府)
- ・物価高(20点・女性34歳・大阪府)
- ・物価が高いから、必要性の低いものは買わないようにしている(3点・女性48歳・愛知県)
- ・物価が高すぎて買い物が楽しくなくなったから(20点・女性51歳・東京都)
- ・物価高過ぎて生活必需品以外の物欲がなくなりつつあるから(20点・女性55歳・東京都)
- ・高くなった商品が多いのでできるだけ買いたくない(0点・女性68歳・愛知県)

( )内点数:消費意欲指数

## 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)

	2026年3月(%)	前月比(pt)	前年比(pt)
全体	29.0	+5.5	+0.3
男性	27.6	+4.6	-0.5
女性	30.4	+6.5	+1.2

#### ■ 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】(435人)

参考: 男性(209人)

参考: 女性(226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	218	+66	+12
2	食品	188	+14	-17
2	旅行	188	+54	-4
4	外食	184	+51	-18
5	飲料	139	+31	-2
5	化粧品	139	+51	+39
7	書籍・エンタメ	123	+24	+7
8	理美容	117	+45	+18
9	レジャー	112	+32	+3
10	日用品	95	+19	±0
11	家電・AV	89	+25	-12
12	装飾品	77	+23	+27
13	スマートフォン・携帯電話	72	+26	+6
14	パソコン・タブレット・周辺機器	67	+19	+12
15	インテリア用品	60	+12	+7
16	車・バイク	41	+9	-6

順位	カテゴリー	3月 (人数)	前月比	前年比
1	旅行	100	+36	+7
2	ファッション	87	+15	+6
2	外食	87	+26	-9
4	食品	80	-5	-15
5	飲料	65	+6	-10
6	書籍・エンタメ	62	+10	-8
7	レジャー	55	+17	-7
8	家電・AV	54	+16	-11
9	パソコン・タブレット・周辺機器	45	+10	+1
10	スマートフォン・携帯電話	43	+11	+1
11	日用品	42	+11	+7
12	理美容	36	+14	+8
13	装飾品	35	+10	+7
14	車・バイク	30	+3	-8
15	化粧品	26	+7	+8
16	インテリア用品	19	-1	-4

順位	カテゴリー	3月 (人数)	前月比	前年比
1	ファッション	131	+51	+6
2	化粧品	113	+44	+31
3	食品	108	+19	-2
4	外食	97	+25	-9
5	旅行	88	+18	-11
6	理美容	81	+31	+10
7	飲料	74	+25	+8
8	書籍・エンタメ	61	+14	+15
9	レジャー	57	+15	+10
10	日用品	53	+8	-7
11	装飾品	42	+13	+20
12	インテリア用品	41	+13	+11
13	家電・AV	35	+9	-1
14	スマートフォン・携帯電話	29	+15	+5
15	パソコン・タブレット・周辺機器	22	+9	+11
16	車・バイク	11	+6	+2

<全体にのみ下記基準で色付け>

※男女別ランキングは、母数が少ないため参考値

■: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

**調査人数** 合計1,500人

	20代	30代	40代	50代	60代	合計
男性	125	139	167	190	135	756
女性	123	134	163	188	136	744
合計	248	273	330	378	271	1,500

**調査方法** インターネット調査

**調査時期** 2026年2月5日(木)～7日(土) (2012年5月から調査開始/毎月上旬に実査)

**調査機関** QO株式会社

<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 広報室(成田・白川・大貫) koho.mail@hakuhodo.co.jp

データ公開 2012年5月から最新月までの「消費意欲指数(点)」と「特に買いたいモノ・利用したいサービスがある人の割合(%)」について、調査データをご希望の方は生活総研サイトの「お問い合わせ」よりご連絡ください