

来月の消費予報

「春支度消費」への意欲は高まるも、物価高の影響が再拡大し
3月の消費意欲指数は、先月に続き過去5年の同月最低値に

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3-5日に調査(詳細はP5)

2025年3月の消費意欲指数は44.0点。前月比では+3.1ptと大きく上昇し、前年比では-2.5ptと低下しました。



■：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。



★ 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衣服への意欲はみられるも、物価高への懸念が再燃

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+3.1ptと大きく上昇しました。一方、前年比では-2.5ptの低下で、特に20代と30代で大きく低下しており、先月に引き続き、3月も過去5年で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、消費にポジティブな回答(2月246件→3月342件)は大きく増加し、ネガティブな回答(2月975件→3月881件)は大きく減少しました。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52件→3月117件)」や「(旅行など)出費の予定・欲しいものがある(2月121件→3月142件)」が増加しています。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186件→3月63件)」や「欲しいものがない・意欲がない(2月441件→3月372件)」が減少しています。一方で、「物価高・値上げ・円安(2月88件→3月153件)」は大幅に増加しています。

前年と比べると、消費にポジティブな回答(24年3月347件→25年3月342件)は横ばいで、ネガティブな回答(24年3月828件→25年3月881件)は増加しました。具体的には、ポジティブな回答で目立って増減した項目はありません。ネガティブな回答では、「物価高・値上げ・円安(24年3月65件→25年3月153件)」が前年の2倍以上の件数まで増加しており、今後も注視する必要があります。

新生活の準備や春物の衣服といった「春支度消費」への意欲は高まっていますが、物価高の影響が水を差し、欲しいものを取捨選択した「メリハリ消費」で、例年の3月と比べると20代と30代を中心に消費意欲は控えめとなりそうです。

Point2 消費意向は春休みや新生活準備に関するカテゴリーで前月比増

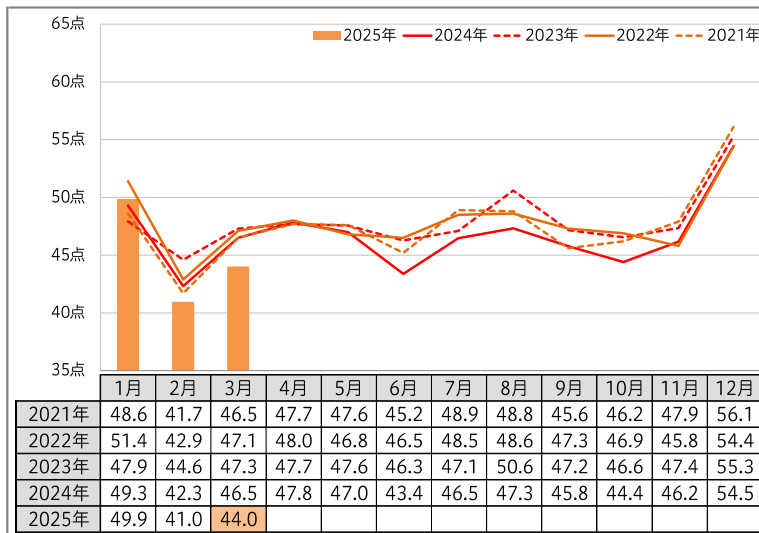
「特に買いたいモノ・利用したいサービスがある」人の割合は28.7%で、前月比では+6.4ptと大きく上昇し、前年比では+1.8ptの上昇となりました。前年比を男女別にみると、男性で+5.3pt、女性で-1.8ptと、特に男性での上昇が目立っています。16カテゴリー別の消費意向をみると、前月比では「旅行」「外食」「ファッション」「家電・AV」「レジャー」など10カテゴリーが20件以上増加しています。前年比では、「外食」「家電・AV」「食品」の3カテゴリーが20件以上増加し、「化粧品」が20件以上減少しました。消費意欲全体では控えめなものの、カテゴリー別では、3月らしく春休みや新生活準備に関するもので、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

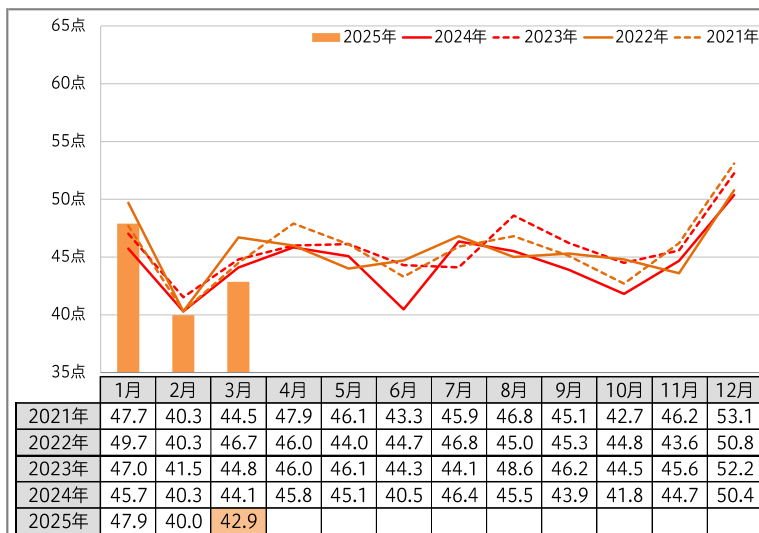
■ 時系列グラフ

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)

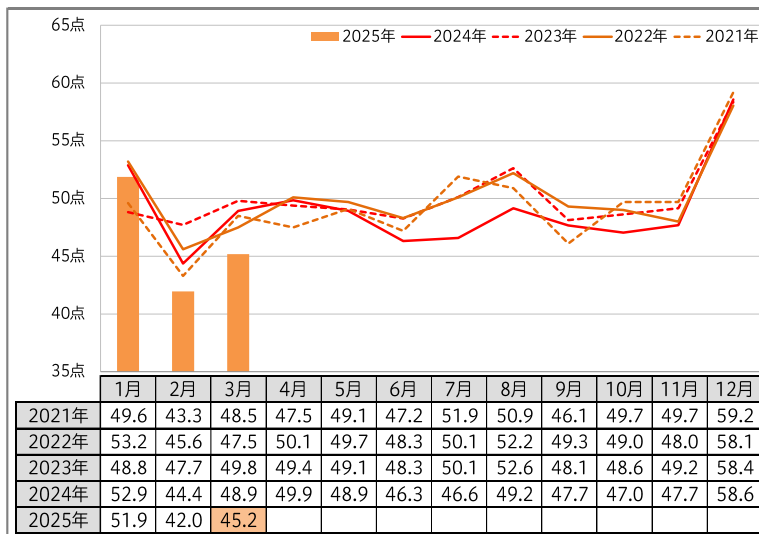
【全体】



【男性】



【女性】



消費意欲指数

■ 性別/年代別比較

	(点)						(pt)	
	24年10月	24年11月	24年12月	25年1月	25年2月	25年3月	25年3月比較	
							前月比	前年比
全体	44.4	46.2	54.5	49.9	41.0	44.0	+3.1	-2.5
男性	41.8	44.7	50.4	47.9	40.0	42.9	+2.9	-1.2
女性	47.0	47.7	58.6	51.9	42.0	45.2	+3.2	-3.8
20代	47.1	49.4	56.8	55.6	44.9	46.3	+1.4	-5.2
30代	45.9	45.0	56.6	53.0	42.7	42.7	+0.0	-4.2
40代	43.7	46.8	54.1	50.7	37.8	43.5	+5.7	-2.6
50代	40.7	45.3	53.4	45.3	38.0	44.0	+5.9	-0.9
60代	46.4	44.8	52.0	46.6	43.5	44.0	+0.5	-0.0

※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)

<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]>

- ・新学期に向けて欲しいものがあるから(67点・男性26歳・三重県)
- ・暖かくなってくる季節なので、服が欲しくなる。また、新年度が近いので、新しいものに変えたい(60点・男性30歳・東京都)
- ・4月からの新年度に向けて、洋服や家電などで古くなったものを買って換えて気分を一新したいから(80点・男性46歳・東京都)
- ・年度末で4月の準備に費用がかかりそうだから(100点・男性53歳・奈良県)
- ・子どもたちが、結婚したり、新社会人となるため、新たに必要なものがあるから(100点・男性64歳・大阪府)

- ・新生活に向けて新しい洋服が欲しいから(90点・女性23歳・愛知県)
- ・新生活の時期に向けて欲しい家電などがたくさんあるからです(90点・女性34歳・東京都)
- ・子どもの新学期に向けて買うものが多いから(80点・女性43歳・大阪府)
- ・4月に旅行の予定があるので春物が欲しい(70点・女性52歳・愛知県)
- ・春用の洋服を購入したい。庭木の購入をしたい。旅行に行きたい(100点・女性68歳・大阪府)

<生活者の声～消費意欲指数の理由～【物価高・値上げ・円安]>

- ・物価上昇がひどいから(20点・男性29歳・岐阜県)
- ・物価が高くて買う気にならないから(5点・男性38歳・神奈川県)
- ・物価が高なので、生活を送るだけでも出費が多いため(10点・男性47歳・愛知県)
- ・全体的に物価が上がっていると感じるので、節約意識が高まっている(10点・男性50歳・神奈川県)
- ・何もかもが高すぎて買えないから(10点・男性62歳・兵庫県)
- ・物価高な上、仕事が上手くいかず出費を控えようと思っているため(10点・女性25歳・大阪府)
- ・光熱費や食品の高騰でお金が足りない。必要最低限の物しか買えない(0点・女性37歳・東京都)
- ・物価上昇が終わらないから(30点・女性45歳・愛知県)
- ・物価が高くなりすぎていて、普段買っている生鮮食品も買う気がしないし、食品など最低限のものを買うために他のものを買うのは極力やめようという気になっている(10点・女性53歳・東京都)
- ・何もかも…高騰で不安で、いつなるとき貧困問題にならないように使わない(0点・女性66歳・岐阜県)

()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)

	2025年3月(%)	前月比(pt)	前年比(pt)
全体	28.7	+6.4	+1.8
男性	28.1	+7.0	+5.3
女性	29.2	+5.6	-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】(430人)

参考:男性(212人)

参考:女性(218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	206	+58	-1
2	食品	205	+25	+21
3	外食	202	+63	+30
4	旅行	192	+79	+5
5	飲料	141	+21	+17
6	書籍・エンタメ	116	+20	-2
7	レジャー	109	+38	+6
8	家電・AV	101	+43	+26
9	化粧品	100	+10	-35
10	理美容	99	+22	-11
11	日用品	95	+1	+2
12	スマートフォン・携帯電話	66	+30	+19
13	パソコン・タブレット・周辺機器	55	+10	-1
14	インテリア用品	53	+8	-14
15	装飾品	50	-8	-16
16	車・バイク	47	+9	+14

順位	カテゴリー	3月(人数)	前月比	前年比
1	外食	96	+34	+33
2	食品	95	+16	+27
3	旅行	93	+34	+17
4	ファッション	81	+20	+15
5	飲料	75	+15	+24
6	書籍・エンタメ	70	+15	+15
7	家電・AV	65	+26	+31
8	レジャー	62	+22	+15
9	パソコン・タブレット・周辺機器	44	+13	+8
10	スマートフォン・携帯電話	42	+12	+16
11	車・バイク	38	+6	+11
12	日用品	35	-2	+6
13	装飾品	28	+1	+8
13	理美容	28	+4	-1
15	インテリア用品	23	+7	-1
16	化粧品	18	-2	+1

順位	カテゴリー	3月(人数)	前月比	前年比
1	ファッション	125	+38	-16
2	食品	110	+9	-6
3	外食	106	+29	-3
4	旅行	99	+45	-12
5	化粧品	82	+12	-36
6	理美容	71	+18	-10
7	飲料	66	+6	-7
8	日用品	60	+3	-4
9	レジャー	47	+16	-9
10	書籍・エンタメ	46	+5	-17
11	家電・AV	36	+17	-5
12	インテリア用品	30	+1	-13
13	スマートフォン・携帯電話	24	+18	+3
14	装飾品	22	-9	-24
15	パソコン・タブレット・周辺機器	11	-3	-9
16	車・バイク	9	+3	+3

<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	128	140	171	184	131	754
女性	125	137	168	183	133	746
合計	253	277	339	367	264	1,500

調査方法 インターネット調査

調査時期 2025年2月3日(月)～5日(水) (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) koho.mail@hakuodo.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/2025-03/>)からダウンロードしていただけます。