

## 来月の消費予報

**4月の消費意欲指数は、過去5年間の同月最低値に。  
物価高の影響で、新年度に向けた意欲は、例年より高まらず。**

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3-5日に調査(詳細はP5)

2025年4月の消費意欲指数は46.5点。前月比では+2.5ptと上昇し、前年比では-1.3ptと低下しました。

## 4月の消費意欲指数



【前月比】

【前年比】

+2.5 ポイント

-1.3 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 春に向けた意欲は高まるも、物価高の影響が強まり、特に女性で前年より低下**

例年4月は、3月よりも新生活や新年度に向けて消費意欲がやや高まる月で、今年も前月比で+2.5ptと上昇しました。一方、前年比では-1.3ptと低下し、直近3カ月連続で過去5年間の同月最低値を更新しています。男女別でみると、男性で-0.6pt、女性で-2.0ptと、女性の低下がより目立ちます。

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(3月342件→4月359件)はやや増加し、ネガティブな回答(3月881件→4月846件)は減少しました。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(3月117件→4月152件)」が増加しています。ネガティブな回答では、「金銭的な理由で節約・我慢(3月194件→4月172件)」が減少しました。

前年と比べると、消費にポジティブな回答(24年4月372件→25年4月359件)はやや減少し、ネガティブな回答(24年4月845件→25年4月846件)は横ばいとなりました。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でした。ネガティブな回答では、「欲しいものがない・すでに買った(24年4月306件→25年4月261件)」が減少しています。

また、「物価高・値上げ・円安」は、2カ月連続で前月から増加(25年2月88件→3月153件→4月174件)し、前年比でも2倍以上に増加(24年4月78件→25年4月174件)しました。男女別では、女性で前年比の増加が目立ちます(男性:24年4月40件→25年4月70件/女性:24年4月38件→25年4月104件)。

春に向けた、新生活関連や春物の衣服などへの意欲は前月から高まっていますが、女性を中心に物価高の影響が前年より大きくなっており、例年の4月と比べて消費意欲は上がりきらない様子がうかがえます。

**Point2 消費意向は「旅行」「化粧品」「ファッション」のソト向きカテゴリーで前年比減**

「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29.3%で、前月比で+0.6pt、前年比でも+0.4ptと、ともに横ばいとなりました。

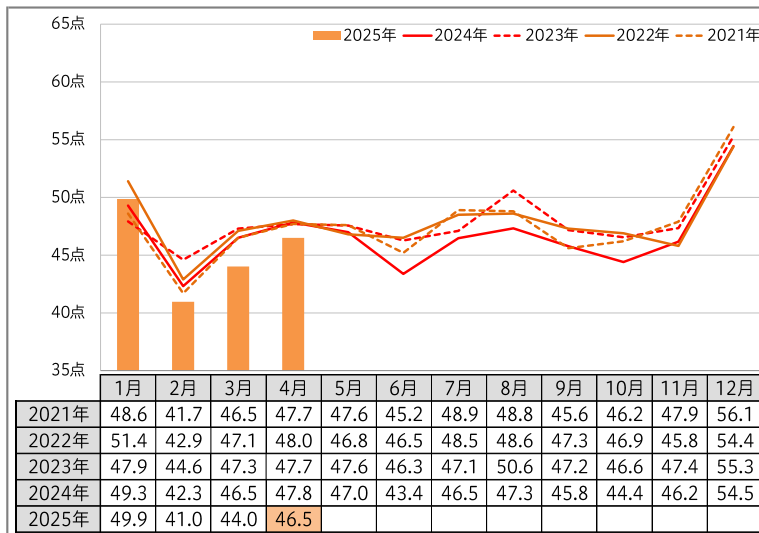
16カテゴリー別の消費意向をみると、前月比では「旅行」で20件以上減少しました。前年比では「旅行」「化粧品」「ファッション」の3カテゴリーで20件以上減少しました。今年は、旅行を中心とした春らしいソト向きカテゴリーでも消費意向が落ち着いた4月となりそうです。

消費意欲指数

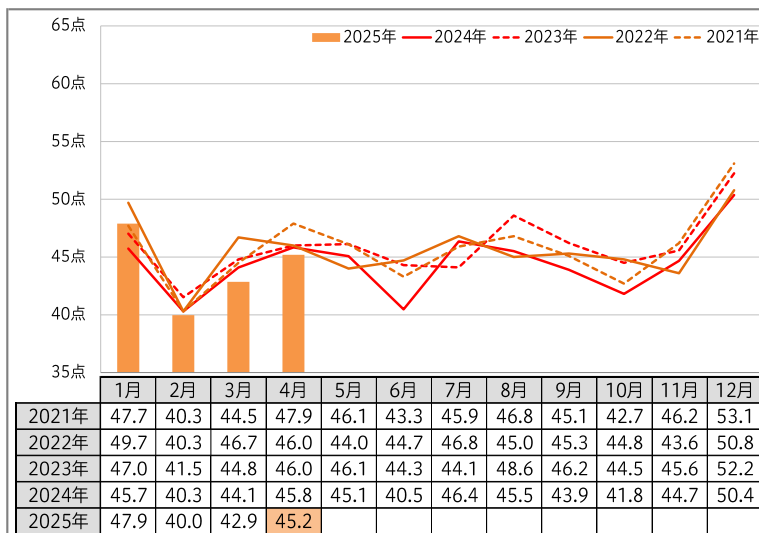
■ 時系列グラフ

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(4月)の消費意欲は何点くらいですか。(自由回答)

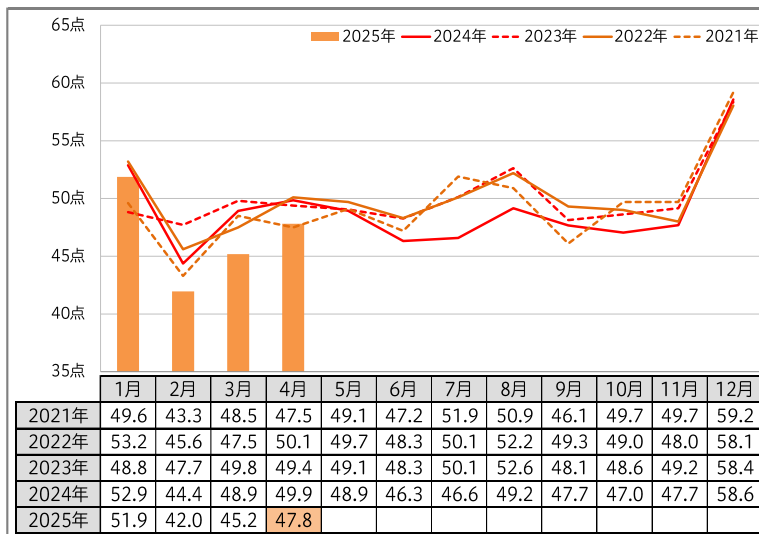
【全体】



【男性】



【女性】



消費意欲指数

■ 性別/年代別比較

	(点)						(pt)	
	24年11月	24年12月	25年1月	25年2月	25年3月	25年4月	25年4月比較	
							前月比	前年比
全体	46.2	54.5	49.9	41.0	44.0	46.5	+2.5	-1.3
男性	44.7	50.4	47.9	40.0	42.9	45.2	+2.3	-0.6
女性	47.7	58.6	51.9	42.0	45.2	47.8	+2.6	-2.0
20代	49.4	56.8	55.6	44.9	46.3	48.8	+2.5	-0.6
30代	45.0	56.6	53.0	42.7	42.7	47.1	+4.4	-2.2
40代	46.8	54.1	50.7	37.8	43.5	47.4	+4.0	+0.8
50代	45.3	53.4	45.3	38.0	44.0	43.2	-0.8	-2.5
60代	44.8	52.0	46.6	43.5	44.0	47.1	+3.2	-2.3

※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]>

- ・引越しや新生活で環境が変わり、欲しいものがいつもより増えそうだから(80点・男性22歳・愛知県)
- ・新生活で欲しいと思うものが生まれそうだから(60点・男性37歳・千葉県)
- ・人事異動で新たな勤務地に赴任するため、購入品が増えると考えている(60点・男性47歳・大阪府)
- ・子どもの入学があるから(70点・男性52歳・愛知県)
- ・年度始めなので物入りだから(80点・男性61歳・大阪府)
- ・4月は新たな始まりを感じる季節なので、服を新しく新調して気分を上げるため(80点・女性27歳・大阪府)
- ・転職後で、いろいろ生活が変わって買いたいものが増えると思うから(80点・女性32歳・兵庫県)
- ・お花見や新生活の準備で消費したい(80点・女性42歳・埼玉県)
- ・常に節約思考になってきているので。ただ4月から子どもの進級などで新たに買わなくてはならないもの、衣服などがあるので、消費はすると思う(90点・女性57歳・愛知県)
- ・新年度に入るし、春だから気持ちいい(90点・女性63歳・東京都)

<生活者の声～消費意欲指数の理由～【物価高・値上げ・円安]>

- ・給与が上がらず、物価ばかりが上がっているから(0点・男性26歳・神奈川県)
- ・物価高で必要なもの以外も買っていたら人生詰みそうです(10点・男性33歳・神奈川県)
- ・物価上昇が止まらなく、今までと同じペースでものが買えないから(30点・男性48歳・愛知県)
- ・物価高や値段が高すぎて卵やお米すらちゃんと食べれない社会、財布のヒモを強く縛らないと今後やっていけないから(10点・男性50歳・愛知県)
- ・物価高で米すら買うのをためらわざるを得ない。欲しくてもお金が使えなくて意欲を制御せざるを得ない(30点・男性64歳・大阪府)
- ・電気代、水道代など、日々の食品何もかも値上がりしているので(10点・女性29歳・東京都)
- ・物価高が続いて苦しいから(40点・女性35歳・愛知県)
- ・値上げがきつくと支出を減らしたいから(30点・女性44歳・岐阜県)
- ・ものを買ったり旅行に出かけたりしたい気持ちはたくさんあるが、毎月のように商品の値段が上がると、買いものや旅行をする余裕がない。贅沢に消費したあとの生活が苦しくなるだろうと思うと思いきり消費することができない(12点・女性57歳・埼玉県)
- ・物価高で欲しいものを抑制することが普通になって来て、欲しいと思っても諦めてしまう癖がついた。お金のかからないことの情報と行動に時間と手間をかけるのが普通の生活になった(20点・女性64歳・大阪府)

( )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(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)

	2025年4月(%)	前月比(pt)	前年比(pt)
全体	29.3	+0.6	+0.4
男性	30.2	+2.1	+4.7
女性	28.3	-0.9	-4.1

#### ■ 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)

順位	カテゴリー	4月(人数)	前月比	前年比
1	ファッション	215	+ 9	-24
2	食品	211	+ 6	+ 1
3	外食	188	-14	+11
4	旅行	165	-27	-35
5	飲料	150	+ 9	+ 4
6	レジャー	122	+13	+ 7
7	書籍・エンタメ	108	- 8	+ 1
8	理美容	103	+ 4	-13
9	化粧品	102	+ 2	-30
10	日用品	92	- 3	-17
11	家電・AV	88	-13	- 8
12	装飾品	69	+19	+ 9
13	スマートフォン・携帯電話	66	±0	+ 4
13	インテリア用品	66	+13	±0
15	パソコン・タブレット・周辺機器	55	±0	+11
16	車・バイク	50	+ 3	- 2

#### 参考: 男性(212人)

順位	カテゴリー	4月(人数)	前月比	前年比
1	食品	107	+12	+18
2	ファッション	96	+15	+14
3	旅行	88	- 5	+ 1
4	飲料	87	+12	+20
5	外食	84	-12	+13
6	書籍・エンタメ	65	- 5	+16
7	レジャー	62	±0	+ 8
8	家電・AV	57	- 8	+ 3
9	スマートフォン・携帯電話	48	+ 6	+13
10	パソコン・タブレット・周辺機器	46	+ 2	+14
11	車・バイク	41	+ 3	+ 5
12	日用品	40	+ 5	+ 7
12	理美容	40	+12	+13
14	装飾品	35	+ 7	+14
15	インテリア用品	28	+ 5	+10
16	化粧品	18	±0	- 4

#### 参考: 女性(218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	119	- 6	-38
2	食品	104	- 6	-17
2	外食	104	- 2	- 2
4	化粧品	84	+ 2	-26
5	旅行	77	-22	-36
6	飲料	63	- 3	-16
6	理美容	63	- 8	-26
8	レジャー	60	+13	- 1
9	日用品	52	- 8	-24
10	書籍・エンタメ	43	- 3	-15
11	インテリア用品	38	+ 8	-10
12	装飾品	34	+12	- 5
13	家電・AV	31	- 5	-11
14	スマートフォン・携帯電話	18	- 6	- 9
15	パソコン・タブレット・周辺機器	9	- 2	- 3
15	車・バイク	9	±0	- 7

<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

**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3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/2025-04/>)からダウンロードしていただけます。