

来月の消費予報

2月の消費意欲指数は例年通り前月より低下するも、旅行意向などで同月としては過去5年の最高値に

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。※1月4～10日に調査(詳細はP5)
2023年2月の消費意欲指数は44.6点。前月比は-3.3ptの低下となりましたが、前年比では+1.7ptと上昇しました。

2月の消費意欲指数



【前月比】

【前年比】

-3.3 ポイント

+1.7 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(2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



★ 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(2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。

2月のポイント

Point1: 2月らしい引き締め意識や物価高の影響あるも、旅行などの意欲高まる

例年2月は、年末年始の支出の反動で、1年の中で最も消費意欲指数が落ち込む月です。今年も前月から-3.3pt低下しましたが、例年の下げ幅(-7~-9pt)より小さく、前年比では+1.7ptと上昇し、2月として過去5年間の最高値となりました。

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(1月394件→2月282件)が減少し、ネガティブな回答(1月867件→2月1003件)は増加しています。具体的にポジティブな回答では、「(新年・正月など)季節的な意欲向上(1月104件→2月56件)」や「セールがある(1月120件→2月16件)」が減少しています。ネガティブな回答では、「今月までに多く使った反動で節約(1月87件→2月170件)」や「欲しいものがない・すでに買った(1月241件→2月314件)」が大幅に増えています。また、「物価高・値上げ・円安(1月151件→2月118件)」は前月より減少したものの、依然多くあがっています。

前年と比べると、消費にポジティブな回答(22年2月248件→23年2月282件)は増加、ネガティブな回答(22年2月988件→23年2月1003件)では前年並みとなっています。具体的にポジティブな回答では「(旅行など)欲しいもの/出費の予定がある(22年2月103件→23年2月144件)」が増加し、ネガティブな回答ではコロナ禍関連(22年2月86件→23年2月14件)が大きく減少しています。

年末年始で出費が増えた反動や物価高の影響はありつつも、旅行などへの意向が後押しをして、例年よりも消費意欲の高い2月となりそうです。

Point2: 消費意向は幅広いカテゴリーで前月比減も、娯楽分野を中心に前年比増

「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24.3%。前月比は-4.0ptと低下するも、前年比は+1.8pt上昇し、消費意欲指数と同様の動きがみられました。

16カテゴリーの消費意向をみると、前月比は「ファッション」「外食」「レジャー」など7カテゴリーで20件以上減少しました。一方、前年比は「旅行」「書籍・エンタメ」の2カテゴリーで20件以上増加しています。前月からは幅広いカテゴリーで消費意向が減少していますが、前年比では娯楽関連を中心に消費意向が高まりそうです。

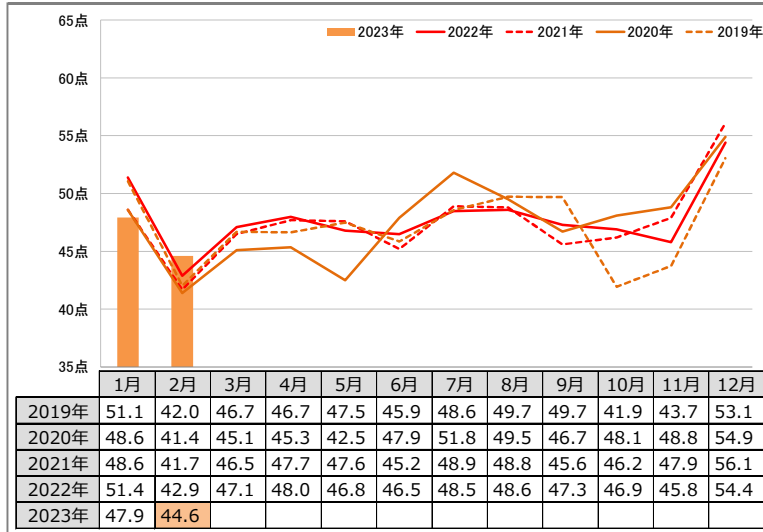
補足資料①

消費意欲指数

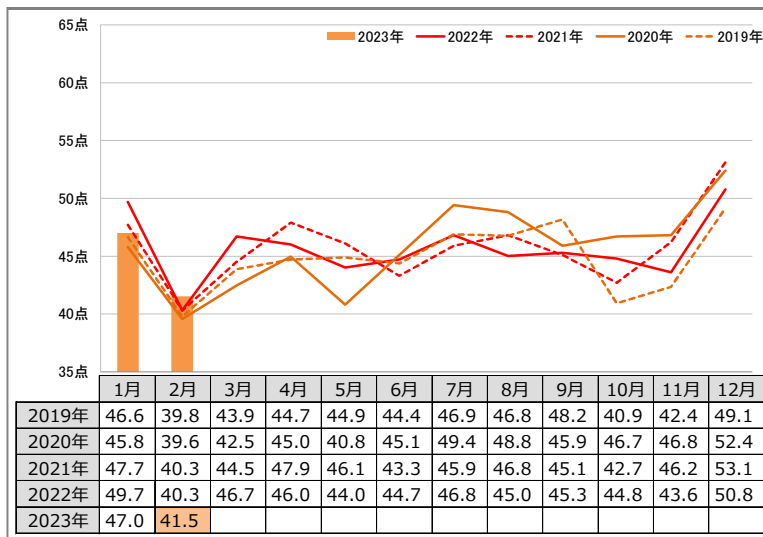
■ 時系列グラフ

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(2月)の消費意欲は何点くらいですか。(自由回答)

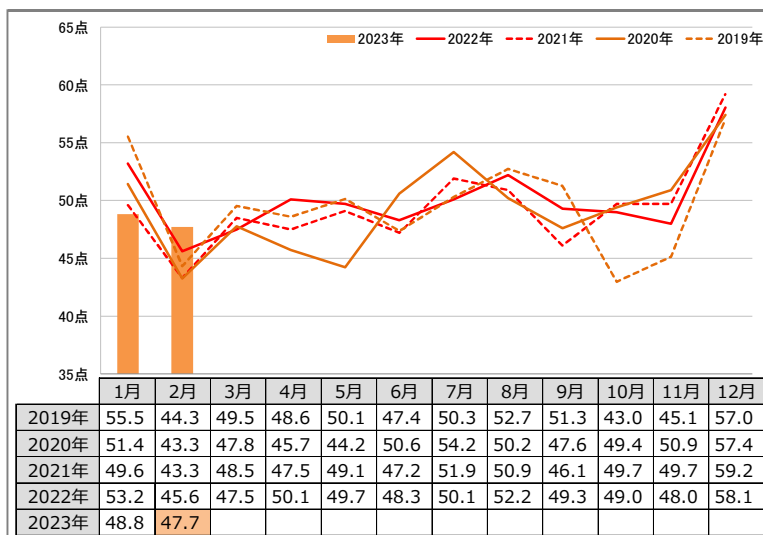
【全体】



【男性】



【女性】



※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。

補足資料②

消費意欲指数

■ 性別/年代別比較

	(点)						(pt)	
	22年9月	22年10月	22年11月	22年12月	23年1月	23年2月	前月比	前年比
全体	47.3	46.9	45.8	54.4	47.9	44.6	-3.3	1.7
男性	45.3	44.8	43.6	50.8	47.0	41.5	-5.5	1.2
女性	49.3	49.0	48.0	58.1	48.8	47.7	-1.1	2.1
20代	51.1	48.1	49.7	56.9	51.4	49.6	-1.8	4.3
30代	46.5	49.8	47.2	56.8	49.2	45.2	-4.0	1.7
40代	46.4	45.0	44.4	55.1	44.4	43.0	-1.4	0.0
50代	44.4	44.0	44.4	51.0	47.5	41.4	-6.1	1.1
60代	49.6	49.1	44.0	52.7	48.4	45.4	-3.1	2.1

+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～【(旅行など)欲しいもの/出費の予定がある】>

- ・買いたいエアソフトガンがあるから(80点・男性29歳・神奈川県)
- ・日帰り旅行だったり、欲しいもの買うから(80点・男性32歳・大阪府)
- ・欲しいゲーム機やソフトがあるから(100点・男性40歳・兵庫県)
- ・旅行の計画やパソコンの買い替えなど消費マインドが高まるから(80点・男性52歳・埼玉県)
- ・コロナ自粛制限が無くなり、旅行やレジャーに出かけたい(70点・男性64歳・愛知県)
- ・バッグや時計など欲しいものがあるので90点くらいをつけたいが、将来のお金や生活費のことを考えると欲しい気持ちが少し減るので70点(70点・女性28歳・兵庫県)
- ・買いたいものや、欲しいものが多すぎる。ゲーム・アプリの課金・チョコレート・スイーツ・アニメのゲームなど(70点・女性38歳・三重県)
- ・旅行に行く予定(80点・女性42歳・大阪府)
- ・1月は人の移動が多いので外出を自粛しています。2月になったら少し出かけて、欲しいものを色々みて買おうかな、と考えています。でも計画的に無理のない買い物をしようと思うので、80点くらいの少し抑え目の意欲になります(80点・女性58歳・千葉県)
- ・家族と一緒に旅行や食事に行きたい。また、孫たちに洋服やおもちゃを買ってあげたい(100点・女性68歳・神奈川県)

<生活者の声～消費意欲指数の理由～【今月までに多く使った反動で節約】>

- ・年末年始に出費が重なり、少し抑えていきたいと考えているため(40点・男性24歳・愛知県)
- ・年始にふるさと納税を申し込みすぎたため、低い(40点・男性39歳・千葉県)
- ・正月で出費が多かったのと、電気代がかなり高くなりそうだから(40点・男性44歳・神奈川県)
- ・年末から年始にかけて浪費しすぎたので節約する(30点・男性56歳・大阪府)
- ・今月出費が多いので、来月は控えます(30点・男性65歳・愛知県)
- ・年末に買い物すぎたので節約したい(20点・女性26歳・愛知県)
- ・セールでお金を使ったので、今はもう買い物はしない(0点・女性38歳・愛知県)
- ・年末年始、色々とお金を使ったこと、また、子供の学費、習い事等でこれからお金が多くなるので、できるだけ出費は抑えたい(20点・女性47歳・東京都)
- ・年末年始、出費が多かったので節約しなければと思うのと、今年は大きな買い物や出金が予定されているので、貯めていきたいと思っているため(0点・女性51歳・大阪府)
- ・年末年始に「まあいいか」「めでたいし」と理由をつけて散財したから。また、電気代が高くなったから(30点・女性68歳・大阪府)

()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(12月1日～5日)後より今回調査(1月4日～10日)まで

- | | |
|-------|--|
| 12月 | 全国新規感染者数、1週間平均で1日あたり初旬の11万人が下旬には17万人台へ増加 |
| 23年1月 | 年末年始に感染者数が減少後、5日には約23万人に。7日の死者数463人は過去最多 |

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(2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)

	2023年2月(%)	前月比(pt)	前年比(pt)
全体	24.3	-4.0	1.8
男性	20.6	-6.4	0.1
女性	28.1	-1.6	3.5

■ 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】(365人)

参考:男性(155人)

参考:女性(210人)

順位	カテゴリー	2月(人数)	前月比	前年比
1	食品	178	-19	+9
2	ファッション	168	-45	+19
3	外食	147	-35	+3
4	旅行	138	-32	+20
5	書籍・エンタメ	116	±0	+20
6	化粧品	111	+1	+19
7	飲料	101	-30	-14
8	理美容	95	+4	-3
9	日用品	84	-6	-13
10	家電・AV	80	-25	-1
11	レジャー	70	-34	-9
12	装飾品	54	-10	+6
13	パソコン・タブレット・周辺機器	52	-27	+8
14	インテリア用品	49	+1	-7
15	スマートフォン・携帯電話	47	-6	+7
16	車・バイク	28	-13	-7

順位	カテゴリー	2月(人数)	前月比	前年比
1	食品	70	-15	-3
2	書籍・エンタメ	66	+5	+10
3	ファッション	65	-17	+8
4	旅行	63	-24	+10
5	外食	62	-20	-5
6	飲料	52	-16	-7
7	家電・AV	41	-28	-1
8	パソコン・タブレット・周辺機器	37	-20	+7
9	レジャー	32	-24	-4
10	スマートフォン・携帯電話	25	-14	±0
10	車・バイク	25	-9	±0
12	日用品	24	-4	-10
12	理美容	24	-3	+4
14	装飾品	19	-10	+4
15	化粧品	17	-5	+5
15	インテリア用品	17	-1	+1

順位	カテゴリー	2月(人数)	前月比	前年比
1	食品	108	-4	+12
2	ファッション	103	-28	+11
3	化粧品	94	+6	+14
4	外食	85	-15	+8
5	旅行	75	-8	+10
6	理美容	71	+7	-7
7	日用品	60	-2	-3
8	書籍・エンタメ	50	-5	+10
9	飲料	49	-14	-7
10	家電・AV	39	+3	±0
11	レジャー	38	-10	-5
12	装飾品	35	±0	+2
13	インテリア用品	32	+2	-8
14	スマートフォン・携帯電話	22	+8	+7
15	パソコン・タブレット・周辺機器	15	-7	+1
16	車・バイク	3	-4	-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(2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(2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																												
	<table border="1"><thead><tr><th></th><th>20代</th><th>30代</th><th>40代</th><th>50代</th><th>60代</th><th>合計</th></tr></thead><tbody><tr><td>男性</td><td>122</td><td>143</td><td>187</td><td>169</td><td>136</td><td>757</td></tr><tr><td>女性</td><td>118</td><td>139</td><td>183</td><td>164</td><td>139</td><td>743</td></tr><tr><td>合計</td><td>240</td><td>282</td><td>370</td><td>333</td><td>275</td><td>1,500</td></tr></tbody></table>		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
	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	2023年1月4日(水)～10日(火) (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、1/25日付で「2023年1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/2023/01/20230125-01.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 山田 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/2023-02/>)からダウンロードしていただけます。