

## 来月の消費予報

### 消費意欲指数は、12月に続き1月も前年同月比プラスを維持。

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月の消費意欲指数は51.2点で、前月比-4.9pt、前年同月比+0.4pt。前月比ではマイナスとなったものの、比較的高い消費意欲指数です。

#### 1月の消費意欲指数



↓ 前月比 -4.9 ポイント

↑ 前年同月比 +0.4 ポイント

↑ : 前月比/前年同月比で上昇 ↓ : 前月比/前年同月比で下降

「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(1月)の消費意欲は何点くらいですか?」と質問。※詳細は4ページ

#### カテゴリー別 消費意向



★ UP : 前年同月比で20人以上増加 ● DOWN : 前年同月比で20人以上減少

「来月(1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と比較して作成。 ※詳細は4ページ  
2016年11月調査より、各カテゴリーを選択した実人数の前年同月比に変更しています。

#### 1月のポイント

##### Point 1 : 前月よりは大幅低下も、1月の消費意欲指数としては比較的高スコア

1月は例年、消費意欲の高い12月の翌月ということで財布の紐をしめる傾向はあるものの、お正月や福袋、衣類のセールを控え、50点前後の高い消費意欲が示される月です。今年は12月に引き続き前年同月比プラスで、僅差ながら2014年以降で一番高い指数となりました(14年1月50.8点、15年1月49.0点、16年1月50.8点)。

消費意欲指数の理由(自由回答)を見ると、「新年、お正月だから」や「冬服が欲しい、セールがある」など、季節的な出費を挙げる声の前年より増えています(16年1月104件→17年1月133件)。低位安定だった2016年から、前月、今月とやや好転が感じられますが、2月以降の動きを見守っていきたいところです。

##### Point 2 : 下支えの要因は、男性のセーブ意識のやわらぎ

消費意欲指数を男女別に見ると、男性の方が前年同月比+1.7ポイントと伸びており(女性は-0.9ポイント)、それが消費意欲指数全体を下支えしているようです。

特に買いたいモノ・利用したいサービスについても、男性は「ファッション」、「外食」、「旅行」において前年同月より20人以上増加しており、男女全体で見た場合でも、20人以上増加しているのは上記の3カテゴリーとなっています。

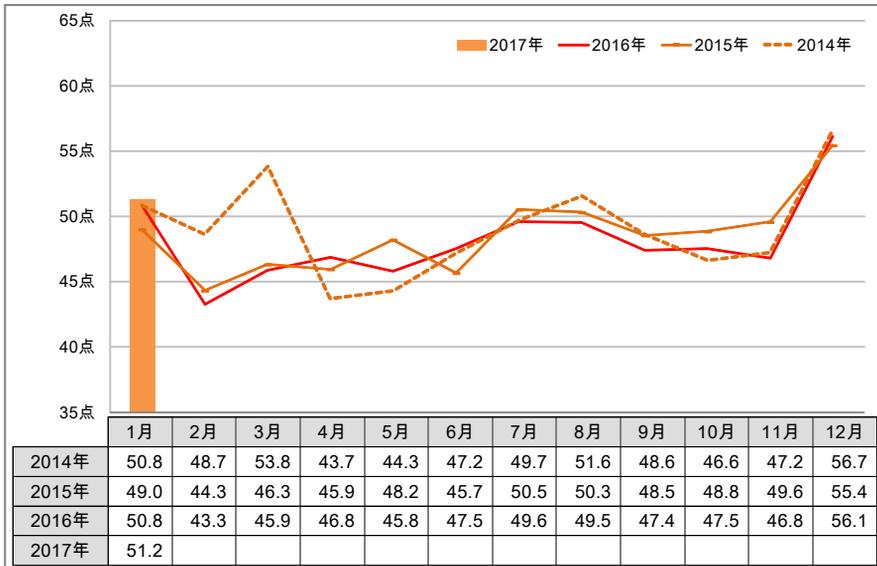
消費意欲指数の理由の「今月までに多く使った反動でセーブ」を見ると、女性が前年とほとんど変わらないのに対し(16年1月89件→17年1月91件)、男性は少し減っており(16年1月62件→17年1月49件)、男性の方がセーブする意識がやわらいでいる印象です。

消費意欲指数

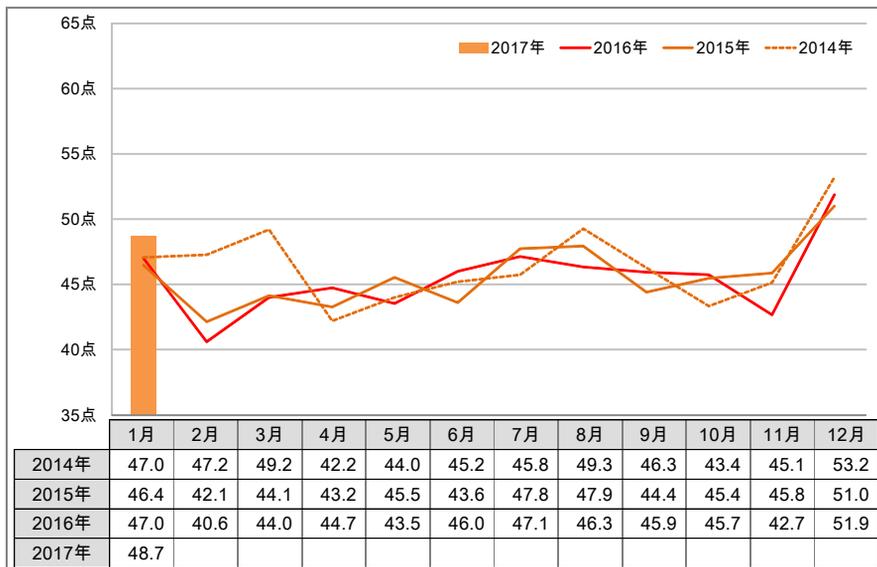
■ 時系列グラフ

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(1月)の消費意欲は何点くらいですか。(自由回答)

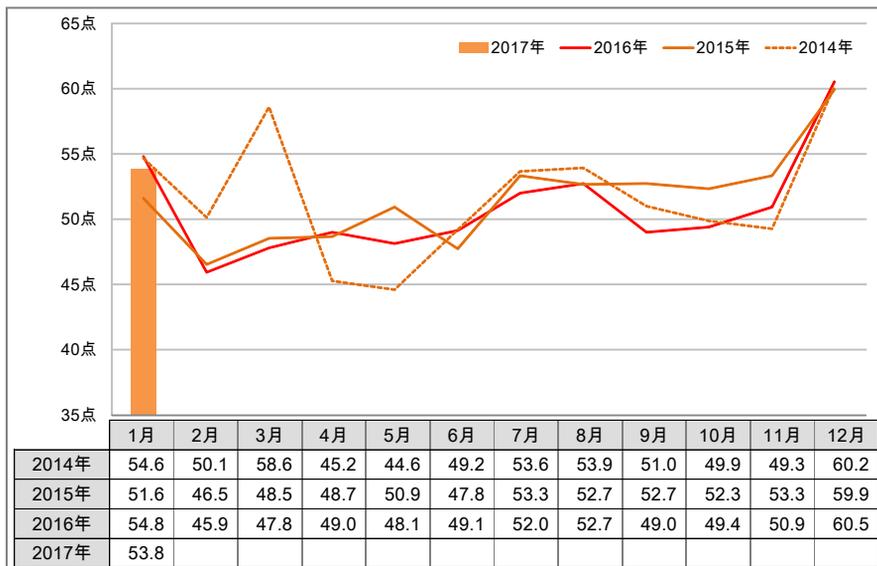
【全体】



【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～【新年、お正月だから／冬服セールがある】

- ・冬服が少なく、新しいものを買いたくなると思うから(80点・男性23歳・愛知県)
- ・年末年始で財布のひもが緩む(85点・男性37歳・東京都)
- ・セールが始まるし、お正月がある(70点・男性45歳・愛知県)
- ・正月や新年会などのイベントや挨拶まわりがあり、お金を使う機会が多い(90点・男性54歳・神奈川県)
- ・新年には、新しくしたいものが出てくるので(70点・男性62歳・大阪府)
- ・新しく何か良いものを買って1年頑張りたいという気持ちから(70点・女性27歳・大阪府)
- ・子供が冬休みという事で、どこかへ出かけたり買い物をする機会が増えるから。新学期へ向けての買い物、冬物セール、新年で財布の紐も緩むので消費意欲は高まる(90点・女性37歳・愛知県)
- ・福袋や冬物衣類セールなど、自分にとって誘惑が多い時期だから(95点・女性41歳・大阪府)
- ・お正月等でいろいろと消費する場面が増えるから(70点・女性50歳・愛知県)
- ・洋服などは、冬物バーゲンが盛んな時期だし、お正月気分もまだ抜けなくて、つい色々買ってしまいそうです(80点・女性61歳・千葉県)

( )内点数:消費意欲指数

特に買いたいモノ・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の割合

Q. あなたが来月(1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)

	2017年1月(%)	前月比(pt)	前年同月比(pt)
全体	31.3	-10.2	+1.7
男性	28.1	-6.1	+2.8
女性	34.5	-14.5	+0.5

■ 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】(469人)

順位	カテゴリー	1月(人数)	前年同月比
1	ファッション	290	+30
2	外食	201	+26
3	食品	172	+7
4	旅行	161	+24
5	書籍・エンタメ	115	+3
6	飲料	102	+2
7	レジャー	100	-10
8	家電・AV	93	-1
9	化粧品	91	±0
10	装飾品	77	-21
11	日用品	69	-10
12	パソコン・タブレット・周辺機器	67	+16
13	理美容	62	-27
14	インテリア用品	59	-5
15	スマートフォン・携帯電話	41	+14
16	車・バイク	32	-2

参考:男性(212人)

順位	カテゴリー	1月(人数)	前年同月比
1	ファッション	107	+28
2	外食	89	+29
3	旅行	75	+20
4	書籍・エンタメ	70	+14
5	食品	69	+9
6	飲料	47	+7
6	家電・AV	47	-7
6	パソコン・タブレット・周辺機器	47	+6
6	レジャー	47	+4
10	車・バイク	28	+2
11	装飾品	26	-4
11	日用品	26	+6
13	スマートフォン・携帯電話	20	+5
13	インテリア用品	20	+3
15	化粧品	12	+5
16	理美容	9	-13

参考:女性(257人)

順位	カテゴリー	1月(人数)	前年同月比
1	ファッション	183	+2
2	外食	112	-3
3	食品	103	-2
4	旅行	86	+4
5	化粧品	79	-5
6	飲料	55	-5
7	理美容	53	-14
7	レジャー	53	-14
9	装飾品	51	-17
10	家電・AV	46	+6
11	書籍・エンタメ	45	-11
12	日用品	43	-16
13	インテリア用品	39	-8
14	スマートフォン・携帯電話	21	+9
15	パソコン・タブレット・周辺機器	20	+10
16	車・バイク	4	-4

※男女別ランキングは、母数が少ないため参考値。

<全体にのみ下記基準で色付け>

オレンジ:前年同月比で20人以上増加

青:前年同月比で20人以上減少

※2016年11月調査より、各カテゴリーを選択した実人数の前年同月比に変更しています。

## 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(1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(1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	158	185	136	155	756
女性	116	154	179	134	161	744
合計	238	312	364	270	316	1,500

**調査方法** インターネット調査

**調査時期** 2016年12月1日(木)～5日(月)(2012年4月から調査開始/毎月上旬に実査)

**調査機関** 株式会社 東京サーベイ・リサーチ

#### <備考>

2016年1月まで発行していた「生活インデックスレポート(消費動向編)」は、「来月の消費予報」がその後を引き継いでいます。  
「生活インデックスレポート(消費動向編)」は、毎月初旬に当月の消費意欲指数を発表していましたが、「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 博報堂生活総合研究所(十河・酒井) TEL.03-6441-6450  
株式会社博報堂 広報室(西尾・大足) TEL.03-6441-6161

**データ公開** 本調査のデータは、生活総研のホームページ(<http://seikatsusoken.jp/shohiyoho/2017-01/>)からダウンロードしていただけます