

来月の消費予報

季節の変わり目を迎え、 耐久財を中心に意欲が高まる

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月の消費意欲指数は46.7点。前月比+4.7ポイント、前年比+1.6ポイントと、3月としての過去最低値となった前年から回復しました。

3月の消費意欲指数



【前月比】

【前年比】

+4.7 ポイント

+1.6 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、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

Point 1：季節消費への意欲は例年通り好調。耐久財などで意欲が高まる

3月は例年季節の変わり目の消費意欲が高まる月で、今年も前月比+4.7ポイントとなりました。消費意欲指数の理由(自由回答)をみると、「新生活・新年度の準備」や「季節の変わり目の買い物」などの季節消費への意欲が前月から増加しています(19年2月59件→19年3月141件)。

また、前年比較でも+1.6ポイントと、3月としての過去最低値となった前年から回復。消費意欲指数の理由(自由回答)で季節消費への意欲を挙げる声は、例年同様に多くあがっています(18年3月143件→19年3月141件)。また、「欲しいものや出費の予定がある」という声も増加しており(18年3月69件→19年3月96件)、自由回答の詳細をみると、家電や家具、スマートフォンを買いたいという声があがっています。季節の変わり目を迎え、耐久財を中心に意欲が高まっているようです。

Point 2：前年からの消費意欲の回復は男性で顕著

消費意欲指数を男女別に見ると、男性が前年比+2.2ポイントとなった一方、女性は前年比+1.0ポイントと横ばいです。また、特に買いたいモノ・利用したいサービスがあるという人の割合が前年から伸びているのも男性(男性:前年比+4.2ポイント、女性:±0.0ポイント)です。その中身をもみても、男性では「装飾品」「旅行」「家電・AV」などで10件以上増加していますが、女性では「日用品」以外に増えているものはほとんどありません。

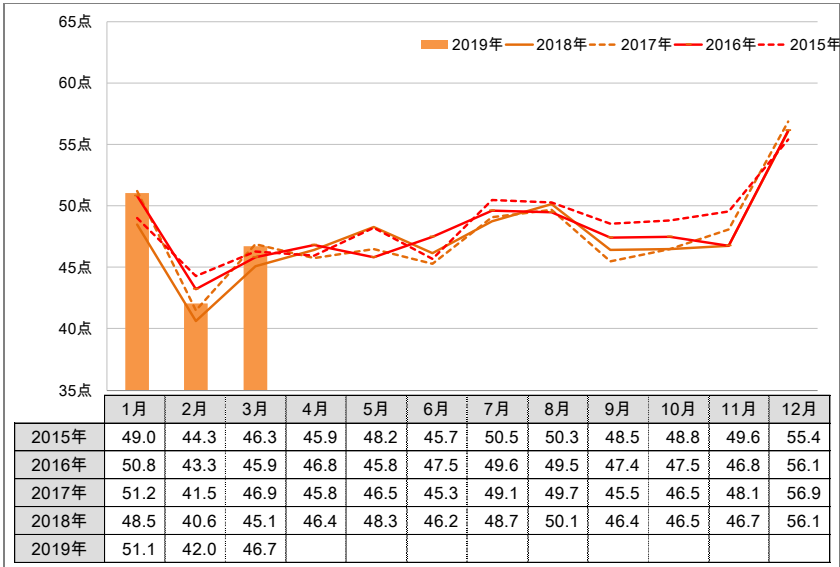
消費意欲の前年からの回復は、必需品以外にも目を向けている男性が主に支えているようです。

消費意欲指数

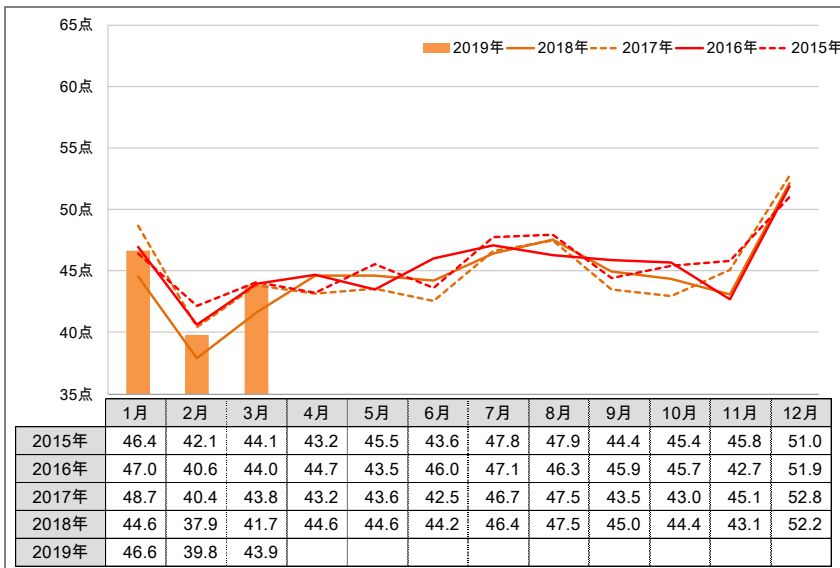
■ 時系列グラフ

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(3月)の消費意欲は何点くらいですか。(自由回答)

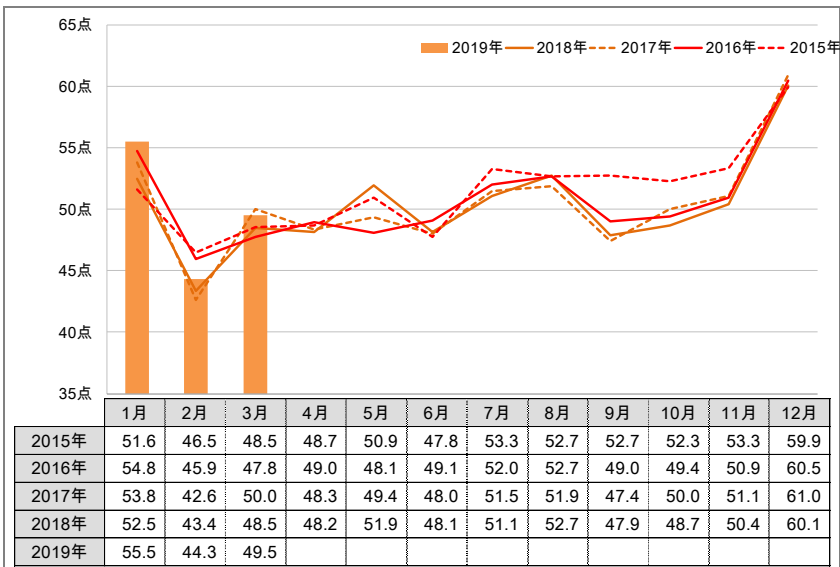
【全体】



【男性】



【女性】



補足資料②

■ 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～【欲しいものがある／出費の予定がある】>

- ・来月にゲーム機などにお金をかけたいと思っているため(70点・男性20歳・千葉県)
- ・家をリフォームするため、家具・家電を購入予定(100点・男性34歳・埼玉県)
- ・欲しいものが沢山あるため(80点・男性42歳・大阪府)
- ・趣味の写真に関するものを買いつけている途中で、まだ欲しいものがあるから(70点・男性52歳・愛知県)
- ・スマートウォッチが欲しい(80点・男性62歳・愛知県)
- ・欲しいものがたくさんあるから(100点・女性27歳・愛知県)
- ・服やカバン、コートやアウトドアグッズなど欲しいものが多数あるから(80点・女性38歳・大阪府)
- ・いろいろ欲しいものが増えてきたのと、3月が仕事が落ち着くので、買いたいものをじっくり選んで買いたい(80点・女性44歳・埼玉県)
- ・来月はIKEAに行くから買い物をする。東京の娘のところに行くかもしれないので、そうしたら買い物が増える(80点・女性57歳・愛知県)
- ・電化製品が壊れてきているので買い替えたい(80点・女性62歳・神奈川県)

()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(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)

	2019年3月(%)	前月比(pt)	前年比(pt)
全体	26.8	+4.0	+2.1
男性	25.6	+4.4	+4.2
女性	28.0	+3.6	±0

■ 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】(402人)

参考:男性(193人)

参考:女性(209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	204	+47	-5
2	外食	160	+14	-5
3	旅行	154	+17	+11
4	食品	146	+2	+5
5	書籍・エンタメ	109	+14	+8
6	飲料	106	+3	+5
7	家電・AV	105	+26	+6
8	化粧品	100	+33	+8
9	レジャー	97	+20	±0
10	日用品	82	+6	+14
11	理美容	81	+5	-9
12	装飾品	80	+35	+14
13	インテリア用品	63	+15	-12
14	パソコン・タブレット・周辺機器	61	+9	+1
15	スマートフォン・携帯電話	51	+3	+7
15	車・バイク	51	+18	+6

順位	カテゴリー	3月(人数)	前月比	前年比
1	ファッション	79	+18	+13
2	外食	72	+3	+13
2	旅行	72	+3	+15
4	食品	67	+8	+19
5	家電・AV	65	+25	+14
6	書籍・エンタメ	59	+3	+13
7	飲料	52	+2	+12
8	パソコン・タブレット・周辺機器	48	+14	+9
9	レジャー	44	+2	+5
10	車・バイク	40	+15	+5
11	装飾品	39	+21	+17
12	スマートフォン・携帯電話	33	+6	+8
13	インテリア用品	27	+11	+4
14	日用品	24	±0	+4
15	理美容	20	-3	+3
16	化粧品	14	+4	+8

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	+29	-18
2	外食	88	+11	-18
3	化粧品	86	+29	±0
4	旅行	82	+14	-4
5	食品	79	-6	-14
6	理美容	61	+8	-12
7	日用品	58	+6	+10
8	飲料	54	+1	-7
9	レジャー	53	+18	-5
10	書籍・エンタメ	50	+11	-5
11	装飾品	41	+14	-3
12	家電・AV	40	+1	-8
13	インテリア用品	36	+4	-16
14	スマートフォン・携帯電話	18	-3	-1
15	パソコン・タブレット・周辺機器	13	-5	-8
16	車・バイク	11	+3	+1

<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(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

サンプル数 合計1,500人

	20代	30代	40代	50代	60代	合計
男性	124	149	190	147	144	754
女性	119	145	186	144	152	746
合計	245	297	374	278	306	1,500

調査方法 インターネット調査

調査時期 2019年2月1日(金)～4日(月)(2012年4月から調査開始/毎月月上旬に実査)

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。

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・夏山) 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/2019-3/>)からダウンロードしていただけます