

来月の消費予報

増税の影響は和らぐも、 1月としては過去最低水準の消費意欲指数に

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月の消費意欲指数は48.6点。前月比-4.5ポイント、前年比-2.5ポイントと、前年比・前月比ともに低下しました。

1月の消費意欲指数



【前月比】

【前年比】

-4.5 ポイント

-2.5 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(1月)の消費意欲は何点くらいですか?」と質問。

カテゴリ別 消費意向

【前月比】

【前年比】



食品



飲料



外食



ファッション



食品



飲料



外食



ファッション



日用品



旅行



レジャー



車・バイク



日用品



旅行



レジャー



車・バイク



理美容



化粧品



インテリア



PCタブレット



理美容



化粧品



インテリア



PCタブレット



装飾品



書籍・エンタメ



家電・AV



スマホ・携帯



装飾品



書籍・エンタメ



家電・AV



スマホ・携帯

★ 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(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/前年と比較して作成。

1月のポイント

Point 1 : 増税の影響は和らぐも、 年始の支出負担で、セールなどの季節消費への意欲は高まらず

1月の消費意欲指数は、例年ピークの12月からは低下しますが、今年は1月としては過去最低値となった2018年(48.5点)と同水準の低い値となりました。消費意欲指数の理由(自由回答)をみると、「新年、お正月だから」(19年1月132件→20年1月105件)、「セール、初売り、福袋があるから」(19年1月176件→20年1月136件)といった新年らしい消費への意欲に関する意見が前年より減少しています。

背景として、「消費増税のため消費を控えたい」(19年12月77件→20年1月41件)との意見は減ってきたとはいえ、まだ一定数あがっており、引き続き影響がみられます。また、「何かと支出の多い月なので控えたい」(19年1月49件→20年1月87件)という意見も増加。増税の影響が残るなか、年始で支出の負担が重なることで、ものを買いたいという気持ちが高まりにくくなっているようです。

Point 2 : 特に女性で、支出を抑えようとする意識が強い

12月は女性の復調がみられましたが、1月の消費意欲指数は、前月比(男性-3.4ポイント、女性-5.6ポイント)、前年比(男性-0.9ポイント、女性-4.1ポイント)ともに、女性の落ち込みが目立っています。

消費意欲指数の理由(自由回答)をみると、「セール、初売り、福袋があるから」という意見の減少はほぼ女性によるものです(男性:19年1月37件→20年1月34件、女性:19年1月139件→20年1月102件)。また、特に買いたいモノ・利用したいサービスの内訳をみても、女性は「ファッション(前年比-37件)」「外食(前年比-23件)」をはじめ、「スマートフォン・携帯電話」を除く全てのカテゴリで前年比マイナスとなっています。

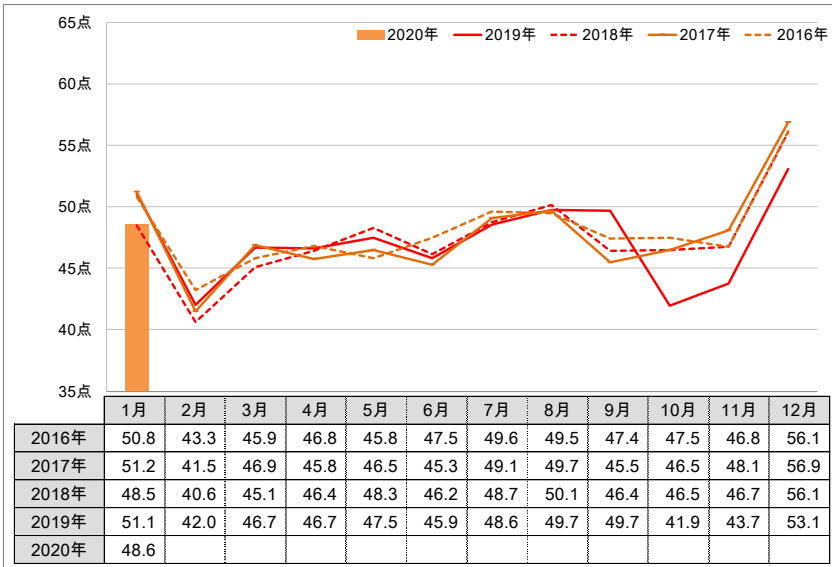
年末年始で支出が続くなか、特に女性は、抑えられるところは抑えようという意識が強いようです。

消費意欲指数

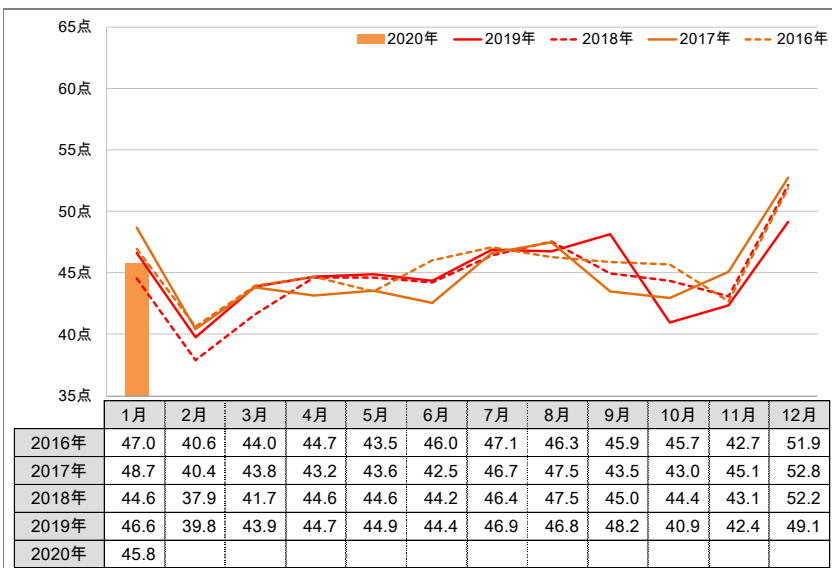
■ 時系列グラフ

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(1月)の消費意欲は何点くらいですか。(自由回答)

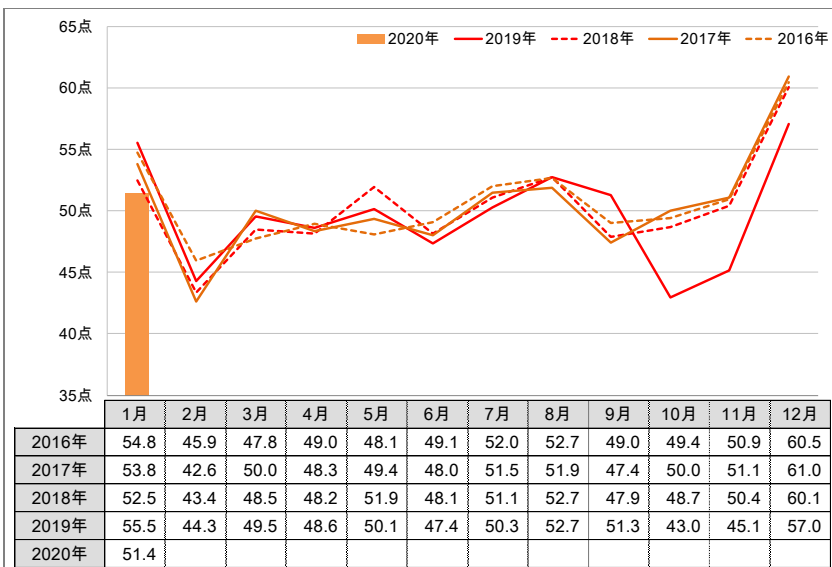
【全体】



【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～【何かと支出の多い月なので、出費を控えたい】>

- ・正月明けでお金がないから(10点・男性33歳・岐阜県)
- ・帰省などで出費が多いため(30点・男性41歳・兵庫県)
- ・景気があまり良くなく、増税や年末年始の出費も重なり節約傾向にあるので(30点・男性45歳・神奈川県)
- ・何かとお金がかかる月だから(10点・男性52歳・愛知県)
- ・増税後で、暖房費がかさみそうだから(20点・男性69歳・埼玉県)
- ・消費増税のうえ、年末年始でお金を使わざるを得ない状況が多いと思うのでなるべく出費を減らしたい(40点・女性26歳・大阪府)
- ・年末年始で出費が多いと思うから、節約する(10点・女性37歳・愛知県)
- ・年末年始、子どもの冬休みなどでいつもより支出が多くなると思うので、1月は消費を抑えると思うから(10点・女性41歳・千葉県)
- ・セールで欲しいものはありそうだけど、帰省などで出費が多いので我慢(40点・女性52歳・東京都)
- ・年末年始はお金が出ていく。少しでも削りたいので、余裕はない(30点・女性60歳・大阪府)

()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)

	2020年1月(%)	前月比(pt)	前年比(pt)
全体	26.1	-7.6	-4.8
男性	26.0	-1.5	-2.0
女性	26.2	-13.8	-7.7

■ 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】(391人)

参考:男性(196人)

参考:女性(195人)

順位	カテゴリー	1月(人数)	前月比	前年比
1	ファッション	233	-53	-50
2	食品	176	-89	-2
3	外食	169	-56	-15
4	旅行	140	-11	-27
5	飲料	127	-35	+17
6	書籍・エンタメ	101	-14	-3
7	家電・A V	100	-15	-19
8	日用品	83	-27	-4
9	レジャー	80	-36	-12
10	化粧品	78	-59	-21
11	装飾品	71	-23	-13
12	インテリア用品	64	+1	±0
12	理美容	64	-57	-11
14	パソコン・タブレット・周辺機器	63	-17	-6
15	スマートフォン・携帯電話	52	+2	+9
16	車・バイク	51	+19	+9

順位	カテゴリー	1月(人数)	前月比	前年比
1	食品	87	+2	+20
2	ファッション	84	-19	-13
3	外食	81	+3	+8
4	飲料	72	+17	+25
5	旅行	69	+4	-14
6	家電・A V	62	-1	-4
7	書籍・エンタメ	58	+9	+1
8	パソコン・タブレット・周辺機器	46	-6	+1
9	車・バイク	44	+16	+11
10	レジャー	39	-5	+3
11	日用品	37	+9	+7
12	装飾品	31	-10	±0
13	スマートフォン・携帯電話	30	-3	+3
14	インテリア用品	22	-2	+2
15	理美容	14	-5	+2
16	化粧品	8	-9	-2

順位	カテゴリー	1月(人数)	前月比	前年比
1	ファッション	149	-34	-37
2	食品	89	-91	-22
3	外食	88	-59	-23
4	旅行	71	-15	-13
5	化粧品	70	-50	-19
6	飲料	55	-52	-8
7	理美容	50	-52	-13
8	日用品	46	-36	-11
9	書籍・エンタメ	43	-23	-4
10	インテリア用品	42	+3	-2
11	レジャー	41	-31	-15
12	装飾品	40	-13	-13
13	家電・A V	38	-14	-15
14	スマートフォン・携帯電話	22	+5	+6
15	パソコン・タブレット・周辺機器	17	-11	-7
16	車・バイク	7	+3	-2

<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(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	124	147	190	154	140	755
女性	119	143	186	150	147	745
合計	243	290	376	304	287	1,500

調査方法 インターネット調査

調査時期 2019年12月2日(月)～6日(金)(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 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・佐香) TEL.03-6441-6450
株式会社博報堂 広報室(大野) 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(<https://seikatsusoken.jp/shohiyoho/2020-01/>)からダウンロードしていただけます