

来月の消費予報

2月の消費意欲指数は、例年通り落ち込むも 過去5年では同月の最高値に

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4-7日に調査(詳細はP5)
2月の消費意欲指数は42.9点。前月比は-8.5ptと大きく低下するも、前年比は+1.2ptとやや上昇しました。

2月の消費意欲指数



【前月比】

【前年比】

-8.5 ポイント

+1.2 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(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：コロナ禍の影響は限定的で、指数は2月における過去5年の最高値に

例年2月は、年末年始の支出の反動で、1年のなかで最も消費意欲指数が落ち込む月です。今月の42.9点も、前月から-8.5ptと大きく低下しましたが、前年比では、+1.2ptとやや上昇し、過去5年間の2月で最も高い指数となりました。

消費意欲指数の理由(自由回答)をみると、前月比では消費にポジティブな回答が減少し(1月442件→2月248件)、ネガティブな回答は増加(1月830件→2月988件)しています。具体的には、前月に多かった「(新年・正月など)季節的な出費(1月137件→2月57件)」や「福袋・初売り・セールがある(1月120件→2月8件)」が大幅に減少し、ネガティブな回答の「今月までに多く買った反動で節約(1月78件→2月150件)」が増加するなど、例年と同様の傾向になっています。一方、前年と比べると、「(コロナ禍で収入減など)金銭的な理由での節約・我慢(21年2月263件→22年2月186件)」が減少しています。また、「家族・友人のイベント(21年2月16件→22年2月36件)」や「バレンタインデー(21年2月11件→22年2月22件)」といった催事の回答が増加しています。

コロナ禍に関する回答をみると、消費にネガティブなものは前月比・前年比ともに減少しており(21年2月260件→22年1月93件→2月86件)、特に前年と比べて「コロナ禍で外出・買物自粛(21年2月114件→22年2月27件)」などが大きく減っています。本調査実施時期(1月上旬)は、オミクロン株の感染が広がりはじめた頃ですが、消費意欲への影響は限定的なようです。しかし、その後さらに感染が急拡大しており、コロナ禍の消費意欲に与える影響について、今後も慎重にみていく必要があります。

Point2：消費意向は多くのカテゴリで前月比減も、前年比では増加

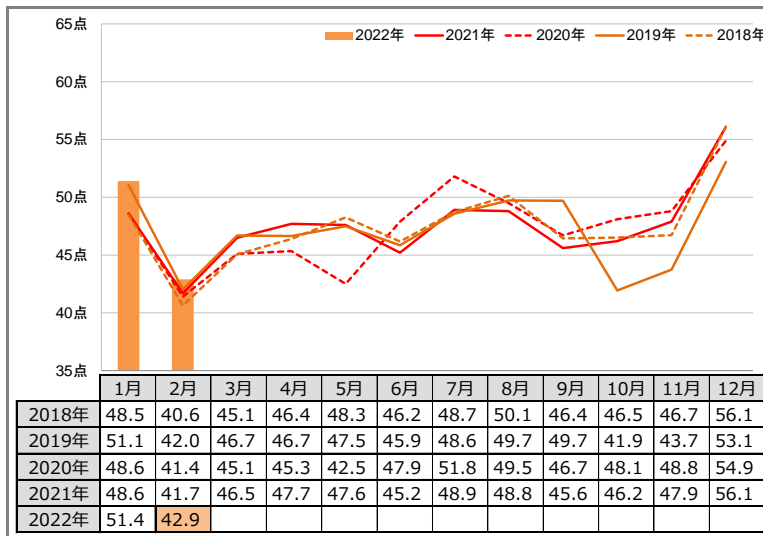
「特に買いたいモノ/利用したいカテゴリがある」人は22.5%で、前月比-7.5ptの低下、前年比は+2.4ptの上昇となっています。カテゴリ別の消費意向をみると、前月比では、「ファッション」「外食」「飲料」「レジャー」をはじめとして、16カテゴリ中12カテゴリで20件以上減少しています。一方、前年比では、「ファッション」「旅行」「理美容」「外食」など、16カテゴリ中6カテゴリで20件以上増加しており、前年2月と比べると消費意向が高まっていることがうかがえます。

消費意欲指数

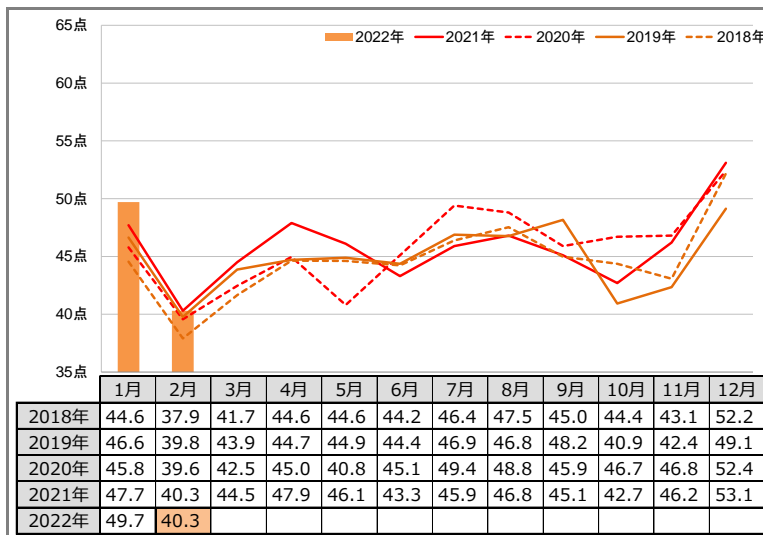
■ 時系列グラフ

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(2月)の消費意欲は何点くらいですか。(自由回答)

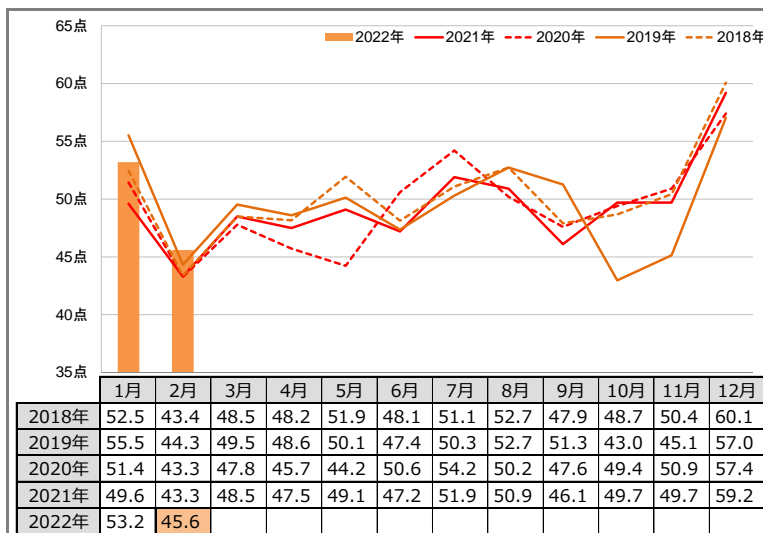
【全体】



【男性】



【女性】



消費意欲指数

■ 性別/年代別比較

	(点)						(pt)	
	21年9月	21年10月	21年11月	21年12月	22年1月	22年2月	22年2月比較	
							前月比	前年比
全体	45.6	46.2	47.9	56.1	51.4	42.9	-8.5	1.2
男性	45.1	42.7	46.2	53.1	49.7	40.3	-9.4	0.1
女性	46.1	49.7	49.7	59.2	53.2	45.6	-7.6	2.4
20代	47.9	49.8	50.0	59.0	53.4	45.3	-8.1	4.2
30代	44.2	46.5	48.8	58.2	53.4	43.5	-9.9	0.9
40代	45.1	43.9	46.5	56.5	52.5	43.1	-9.5	2.0
50代	44.9	44.6	48.2	53.1	47.7	40.3	-7.4	-1.1
60代	46.4	47.5	46.9	54.7	50.8	43.3	-7.5	0.6

+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～【今月までに多く買った反動でセーブ】>

- ・お金が無いなかで、年末年始に散財したため。(10点・男性27歳・大阪府)
- ・1月は初売りで多くの買い物をしたため。(40点・男性36歳・東京都)
- ・年末から正月にかけて買い物をたくさんしたので、気分的にもしばらく控えようと思っているため。(40点・男性44歳・愛知県)
- ・年末年始に使い過ぎた。(30点・男性50歳・東京都)
- ・年末年始の出費が思っていたより多かったから、欲しいモノはあるが、しばらく我慢しようと思っている。(20点・男性62歳・愛知県)
- ・年明けのセールで使いすぎたので節約する意味と、欲しいものが発売されたり、セールされる予定が無いため。(30点・女性25歳・大阪府)
- ・コロナ禍で経済的に不安ななか、年末年始にどうしても出費が増えた分、来月は抑えていきたいから。(30点・女性36歳・愛知県)
- ・年末年始に、洋服をセールで買ったり、食事や身の回りのものにもお金を使ったので、来月は節約したい。(20点・女性47歳・愛知県)
- ・オミクロン株が流行ってきているし、年末年始に消費したので。(20点・女性51歳・東京都)
- ・お正月前後で、食費、服食費、交際費に大きな出費が重なったから。(20点・女性62歳・大阪府)

<生活者の声～消費意欲指数の理由～【コロナ禍で外出・買物自粛】>

- ・今後オミクロン株が流行することが予想され、外出の機会が減ると思われるため。(30点・男性24歳・東京都)
- ・コロナの感染者数がまた増加傾向にあり自粛傾向になると感じたため。(70点・男性32歳・大阪府)
- ・まだまだ自粛も続きそうだから、そんなに点数はつけられない。(60点・男性48歳・千葉県)
- ・コロナで出かける気にならないうえに、欲しいと思えるものがないから。(20点・男性58歳・東京都)
- ・オミクロン株の急拡大が予想されるなか、厳しい自粛生活になると思う。(30点・男性69歳・大阪府)
- ・オミクロン株に感染したくないので、ふらふらと外出して買い物したくない。(30点・女性31歳・東京都)
- ・ゆっくり買物や旅行したい気持ちと、まだ出かけるのも少し怖いかなという気持ちと半々なので。(50点・女性33歳・大阪府)
- ・コロナでなかなか自由に外出できないから。(70点・女性45歳・千葉県)
- ・最近は何欲がないので、特に欲しい物もコロナ禍で行きたいところもないから。(50点・女性55歳・東京都)
- ・外出を控えているので、購買意欲がわからない。コロナが落ち着けば、色々やる気が出て購買意欲が増すかも。(50点・女性66歳・愛知県)

()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2日～6日)後より今回調査(1月4日～7日)まで

- 12月中旬 オミクロン株が欧米中心に世界で感染拡大の報道
- 12月22日 オミクロン株、大阪で初の市中感染を確認
- 12月24日 オミクロン株、東京でも市中感染を確認
- 12月中～下旬 沖縄ほか岩国など米軍基地関係者の感染拡大報道が相次ぐ
- 1月3日 新規感染者数、東京で103人と100人超 全国計では781人
- 1月4日 東京151人、大阪136人、広島89人ほか、感染者急増 全国計では1,090人で千人超
沖縄県、「まん延防止等重点措置」要請検討

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)

	2022年2月(%)	前月比(pt)	前年比(pt)
全体	22.5	-7.5	2.4
男性	20.5	-7.2	1.2
女性	24.6	-7.7	3.7

■ 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】(338人)

順位	カテゴリー	2月 (人数)	前月比	前年比
1	食品	169	-56	+19
2	ファッション	149	-104	+42
3	外食	144	-59	+30
4	旅行	118	-54	+40
5	飲料	115	-32	+15
6	理美容	98	±0	+33
7	日用品	97	-15	+20
8	書籍・エンタメ	96	-43	+3
9	化粧品	92	-31	+16
10	家電・AV	81	-24	+4
11	レジャー	79	-34	+29
12	インテリア用品	56	-28	+18
13	装飾品	48	-42	+10
14	パソコン・タブレット・周辺機器	44	-20	-19
15	スマートフォン・携帯電話	40	-14	-7
16	車・バイク	35	-4	+14

参考:男性(155人)

順位	カテゴリー	2月 (人数)	前月比	前年比
1	食品	73	-12	+9
2	外食	67	-25	+16
3	飲料	59	-6	+14
4	ファッション	57	-24	+17
5	書籍・エンタメ	56	-11	+12
6	旅行	53	-35	+9
7	家電・AV	42	-18	-5
8	レジャー	36	-11	+10
9	日用品	34	+2	+10
10	パソコン・タブレット・周辺機器	30	-12	-12
11	スマートフォン・携帯電話	25	-7	-2
11	車・バイク	25	-7	+8
13	理美容	20	+2	+7
14	インテリア用品	16	-16	+1
15	装飾品	15	-21	±0
16	化粧品	12	-9	+2

参考:女性(183人)

順位	カテゴリー	2月 (人数)	前月比	前年比
1	食品	96	-44	+10
2	ファッション	92	-80	+25
3	化粧品	80	-22	+14
4	理美容	78	-2	+26
5	外食	77	-34	+14
6	旅行	65	-19	+31
7	日用品	63	-17	+10
8	飲料	56	-26	+1
9	レジャー	43	-23	+19
10	インテリア用品	40	-12	+17
10	書籍・エンタメ	40	-32	-9
12	家電・AV	39	-6	+9
13	装飾品	33	-21	+10
14	スマートフォン・携帯電話	15	-7	-5
15	パソコン・タブレット・周辺機器	14	-8	-7
16	車・バイク	10	+3	+6

<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					
	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	2022年1月4日(火)～7日(金) (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、1/24付で「2022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/2022/01/20220124.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 博報堂生活総合研究所(近藤・内濱) 03-6441-6450 seikatsusoken.info@hakuhodo.co.jp
株式会社博報堂 広報室(寺村) 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/2022-02/>)からダウンロードしていただけます。