

来月の消費予報

2月の消費意欲指数は、物価高の影響が和らぐも例年通り年末年始の反動で前月比大幅減

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4-9日に調査(詳細はP5)

2024年2月の消費意欲指数は42.3点。前月比は-7.0ptと大幅に低下し、前年比では-2.3ptの低下となりました。

2月の消費意欲指数



【前月比】

-7.0 ポイント

【前年比】

-2.3 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

【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」と回答した人にも具体的に「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で、消費意欲指数は大幅に前月から低下

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。今年も前月比では-7.0ptと大幅に低下し、前年比でも-2.3ptと低下しています。

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408件→2月240件)は大きく減少し、ネガティブな回答(1月813件→2月990件)は大きく増加しています。具体的にポジティブな回答では、「セールがある・安売り・福袋(1月128件→2月7件)」「(新年・正月など)季節的な意欲向上(1月114件→2月45件)」など年末年始に関連する回答が減少しています。ネガティブな回答では、「欲しいものがない・すでに買った(1月264件→2月339件)」「1月までに多く使った反動で節約(1月86件→2月153件)」が増加しています。

前年と比べると、消費にポジティブな回答(23年2月282件→24年2月240件)は減少し、ネガティブな回答(23年2月1003件→24年2月990件)はほぼ横ばいとなっています。具体的にポジティブな回答では、「(旅行など)出費の予定・欲しいものがある(23年2月144件→24年2月119件)」が減少しています。ネガティブな回答では、「欲しいものがない・意欲がない(23年2月418件→24年2月476件)」が増加しましたが、「物価高・値上げ・円安(23年2月118件→24年2月59件)」は前年と比べて半減しています。

生活者の体感としては物価高の影響が和らぎつつありますが、年末年始の反動により、例年通り消費意欲の落ち着いた2月となりそうです。

Point2 消費意向は、「ファッション」「食品」で前月比、前年比ともに減少

「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22.5%で、前月比では-4.8ptと大幅に低下し、前年比でも-1.8ptと低下しました。

16カテゴリー別の消費意向をみると、前月比では「ファッション」「食品」「外食」「飲料」「スマートフォン・携帯電話」の5カテゴリーで、前年比では「食品」「ファッション」の2カテゴリーで20件以上減少しました。

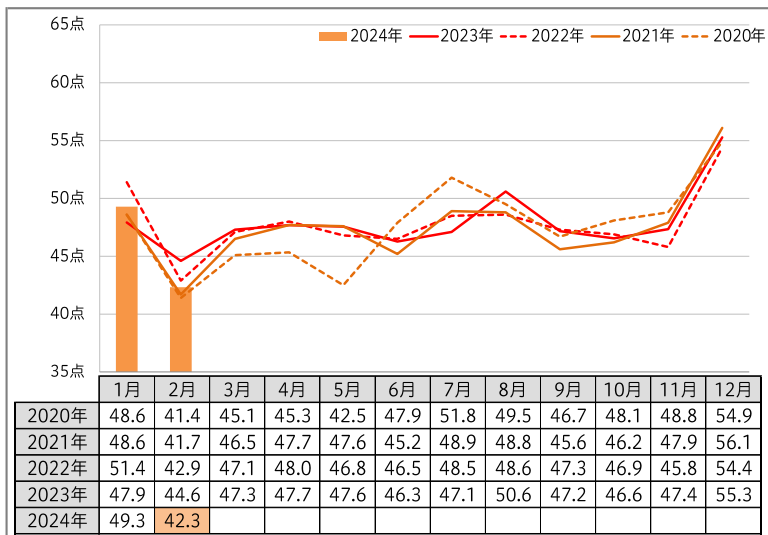
ファッションや食などへの意欲は前月比、前年比ともに低下し、消費意向は落ち着くことが予想されます。

消費意欲指数

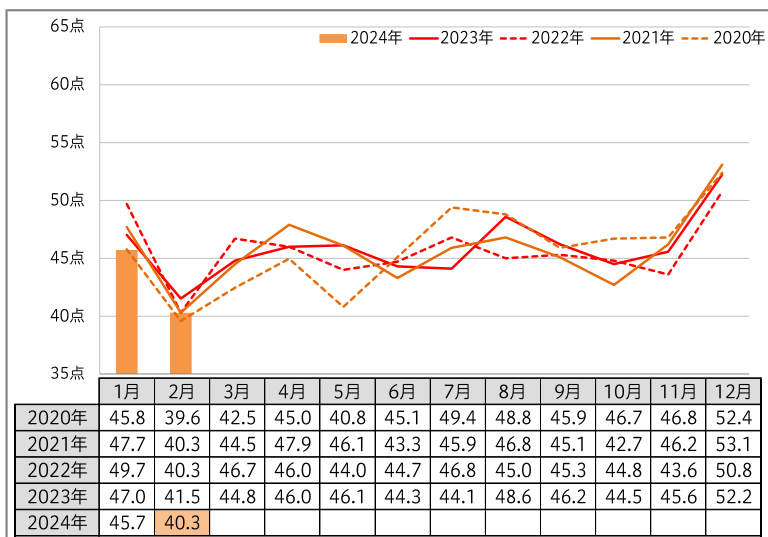
■ 時系列グラフ

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)

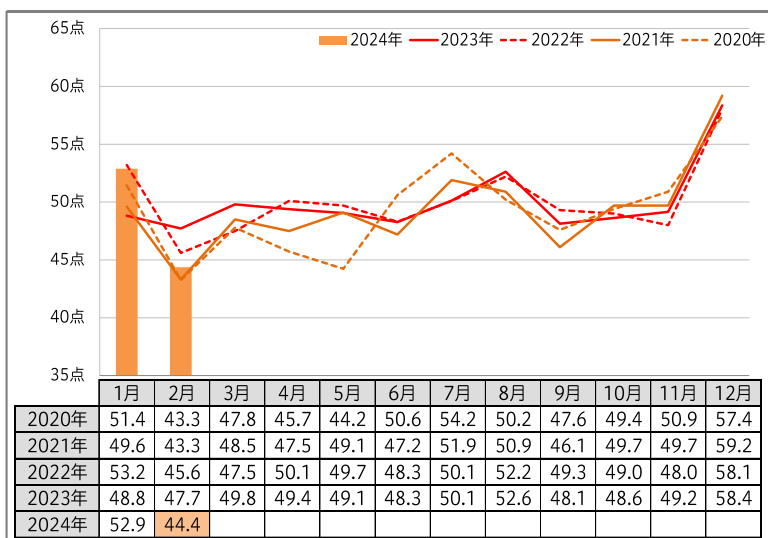
【全体】



【男性】



【女性】



※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。

消費意欲指数

■ 性別/年代別比較

	(点)						24年2月比較	
	23年9月	23年10月	23年11月	23年12月	24年1月	24年2月	前月比	前年比
全体	47.2	46.6	47.4	55.3	49.3	42.3	-7.0	-2.3
男性	46.2	44.5	45.6	52.2	45.7	40.3	-5.4	-1.2
女性	48.1	48.6	49.2	58.4	52.9	44.4	-8.5	-3.3
20代	47.7	49.0	51.0	56.9	49.4	49.6	+0.2	+0.1
30代	49.8	50.2	49.1	56.7	54.5	43.6	-11.0	-1.6
40代	46.3	44.8	45.7	57.2	49.1	40.2	-8.8	-2.8
50代	45.6	42.7	45.6	51.7	45.2	40.8	-4.4	-0.6
60代	47.1	47.8	46.4	54.4	49.3	38.6	-10.7	-6.7

■ +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~ 【欲しいものがない・すでに買った】>

- ・昨年の後半に買いたいものをおある程度買ったため、現在欲しいものがあまりないから(30点・男性21歳・愛知県)
- ・必要なものや入用なものは年明け前にあらかじめ揃えたから(10点・男性34歳・大阪府)
- ・年末に欲しいものは購入したので(20点・男性45歳・大阪府)
- ・年末年始に必要なものは購入しているため(30点・男性54歳・千葉県)
- ・今所有しているもので生活を賄うことができるので食料品や水道光熱費以外の費用をかけたいとは思わない(30点・男性67歳・愛知県)
- ・年末年始に高めの食材を多く買ったので来月はそこまで買いたいという欲がない(20点・女性28歳・愛知県)
- ・年末年始の休暇中には必要なものを購入した、又はプレゼントとしてもらったので、直近に大きい出費の予定がありません(10点・女性35歳・東京都)
- ・年末年始にまあまあ買い物したので、今より購買意欲は落ちると思う(40点・女性45歳・大阪府)
- ・昨年の年末で、特に値段が下がった時に、欲しい物(化粧品・日用品など)をほぼ揃えたから。今月、カールドライヤーとスカートの二点が買えればいい。もう貯金や投資にシフトします(20点・女性52歳・愛知県)
- ・断捨離中。ほとんど、好きなものに囲まれている。今は、スカーフやブラウスが欲しいだけ(20点・女性64歳・埼玉県)

<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】>

- ・年末年始で出費がかさんだので、節約しようと思うから(30点・男性29歳・埼玉県)
- ・12月(クリスマス)と1月(正月)とイベントが重なり、たくさん消費してしまったため(10点・男性33歳・大阪府)
- ・昨年は色々と買い物をしたので、節約する時期と感じているので(10点・男性49歳・愛知県)
- ・1月にお金を使いすぎた(10点・男性51歳・兵庫県)
- ・2月は大きな出費を要するものの予定はなく、食品、日用品以外に出費はないと予想。また、年末年始に食品を中心に消費が多かったため、節約する必要もあるため(30点・男性61歳・埼玉県)
- ・今月お金を使いすぎており、買い物は極力控えようと考えているため(30点・女性28歳・愛知県)
- ・年末年始で消費が多かったのと、4月の進級、入園に向けて3月は消費が多くなりそうなので、2月は節約したい(30点・女性33歳・奈良県)
- ・年末年始で買い物をせざるを得なかったため、来月は必要最低限のものしか買い物をするつもりがない(10点・女性48歳・東京都)
- ・お正月にお金がかかったのと、暖房費用がかさむのがわかっているため、節約したい(20点・女性56歳・大阪府)
- ・年末年始に出費が多かったため2月は節約しないといけない(30点・女性63歳・岐阜県)

()内点数:消費意欲指数

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)

	2024年2月(%)	前月比(pt)	前年比(pt)
全体	22.5	-4.8	-1.8
男性	20.0	-4.5	-0.6
女性	24.9	-5.1	-3.2

■ 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】(337人)

順位	カテゴリー	2月 (人数)	前月比	前年比
1	食品	149	-59	-29
2	ファッション	145	-86	-23
3	外食	142	-53	-5
4	旅行	135	-16	-3
5	書籍・エンタメ	109	+4	-7
6	化粧品	106	-4	-5
7	飲料	97	-38	-4
8	理美容	95	+4	±0
9	レジャー	85	+9	+15
10	日用品	79	±0	-5
11	家電・AV	73	-10	-7
12	装飾品	69	-4	+15
13	パソコン・タブレット・周辺機器	50	-15	-2
13	インテリア用品	50	-4	+1
15	スマートフォン・携帯電話	42	-24	-5
16	車・バイク	37	+1	+9

参考:男性(151人)

順位	カテゴリー	2月 (人数)	前月比	前年比
1	外食	65	-13	+3
1	旅行	65	-16	+2
3	ファッション	62	-25	-3
4	書籍・エンタメ	56	+3	-10
5	食品	54	-32	-16
6	飲料	45	-20	-7
7	レジャー	39	+1	+7
8	家電・AV	38	-15	-3
9	パソコン・タブレット・周辺機器	33	-15	-4
10	装飾品	29	-1	+10
11	日用品	28	±0	+4
12	化粧品	25	+5	+8
12	車・バイク	25	-3	±0
12	理美容	25	+9	+1
15	スマートフォン・携帯電話	24	-20	-1
16	インテリア用品	18	-1	+1

参考:女性(186人)

順位	カテゴリー	2月 (人数)	前月比	前年比
1	食品	95	-27	-13
2	ファッション	83	-61	-20
3	化粧品	81	-9	-13
4	外食	77	-40	-8
5	理美容	70	-5	-1
5	旅行	70	±0	-5
7	書籍・エンタメ	53	+1	+3
8	飲料	52	-18	+3
9	日用品	51	±0	-9
10	レジャー	46	+8	+8
11	装飾品	40	-3	+5
12	家電・AV	35	+5	-4
13	インテリア用品	32	-3	±0
14	スマートフォン・携帯電話	18	-4	-4
15	パソコン・タブレット・周辺機器	17	±0	+2
16	車・バイク	12	+4	+9

<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

調査人数 合計1,500人

	20代	30代	40代	50代	60代	合計
男性	129	143	176	178	128	754
女性	127	137	174	176	132	746
合計	256	280	350	354	260	1,500

調査方法 インターネット調査

調査時期 2024年1月4日(木)～9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。

問い合わせ先 博報堂生活総合研究所(近藤・加藤) 03-6447-2992 seikatsusoken.info@hakuodo.co.jp
株式会社博報堂 広報室(山田・成田) 03-6441-6161 koho.mail@hakuodo.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/2024-02/>)からダウンロードしていただけます。