

来月の消費予報

2月の消費意欲は、年末年始の反動と長引く物価高の影響で過去5年間の最低値に。消費意向も幅広い分野で前月比大幅減

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6-8日に調査(詳細はP5)

2025年2月の消費意欲指数は41.0点。前月比では-8.9ptと大きく低下し、前年比でも-1.4ptと低下しました。

2月の消費意欲指数



【前月比】

-8.9 ポイント

【前年比】

-1.4 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、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と物価高の影響で、消費意欲は前月から大きく低下

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-8.9ptと大きく低下、前年比でも-1.4ptと低下しており、過去5年間の2月としての最低値となりました。また、これは過去5年間のすべての月における最低値にもなっています。

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438件→2月246件)は大きく減少し、ネガティブな回答(1月819件→2月975件)は大きく増加しました。具体的には、ポジティブな回答で、「(新年・正月など)季節的な意欲向上(1月138件→2月52件)」「セールがある・安売り・福袋(1月94件→2月10件)」「(ボーナスなどで)金銭的に余裕がある(1月50件→2月9件)」が大幅に減少しています。ネガティブな回答では、「1月までに多く使ったのでセーブ(1月101件→1月186件)」「欲しいものがない・すでに買った(1月238件→2月307件)」が大幅に増加しています。また、「物価高・値上げ・円安(1月91件→2月88件)」は横ばいとなりました。

前年と比べると、消費にポジティブな回答(24年2月240件→25年2月246件)、ネガティブな回答(24年2月990件→25年2月975件)ともにほぼ横ばいとなりました。具体的には、ポジティブな回答で目立って増減した項目はありません。ネガティブな回答では、「1月までに多く使ったのでセーブ(24年2月153件→25年2月186件)」「物価高・値上げ・円安(24年2月59件→25年2月88件)」が増加している一方で、「欲しいものがない・すでに買った(24年2月339件→25年2月307件)」が減少しています。年末年始を終えて消費を抑えたい気持ちに加え、長引く物価高の影響もあり、2月の消費意欲指数はひときわ冷え込みそうです。

Point2 消費意向は「ファッション」「旅行」を中心に、ほとんどのカテゴリーで前月比減

「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22.3%で、前月比では-8.6ptと大きく低下しています。前年比では-0.2ptと横ばいになりました。

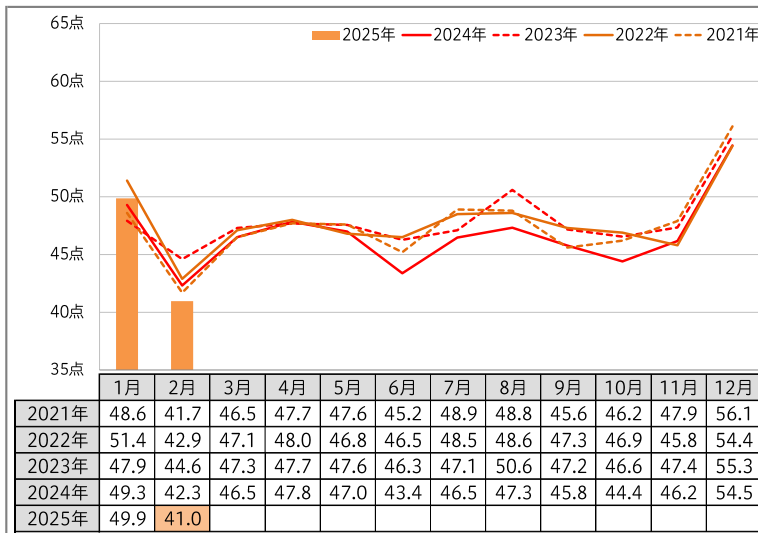
16カテゴリー別の消費意向をみると、前月比では「ファッション」「旅行」「外食」「食品」など14カテゴリーが20件以上減少し、中でも「ファッション」「旅行」は100件近く減少しています。一方、前年比では、「食品」「飲料」の2カテゴリーが20件以上増加し、「旅行」が20件以上減少しました。年末年始の反動で、ファッションや旅行をはじめとしたほとんどのカテゴリーで前月から低下し、消費意欲指数と同様に、消費意向も伸び悩む月となりそうです。

消費意欲指数

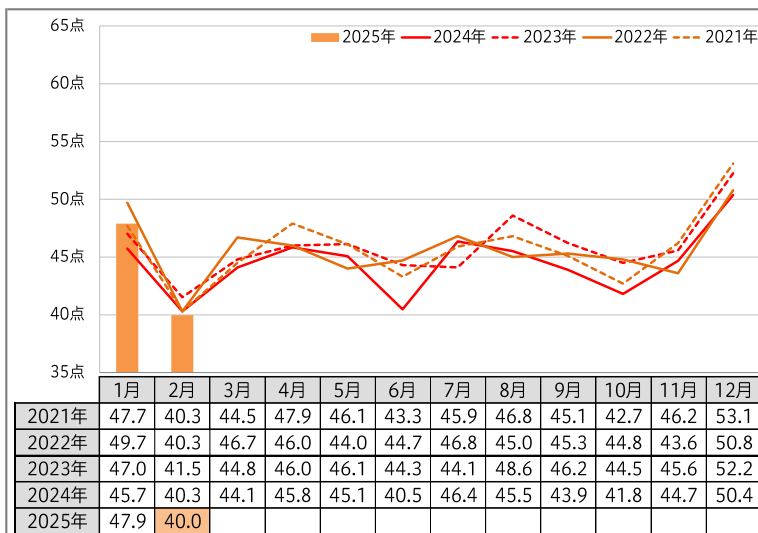
■ 時系列グラフ

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(2月)の消費意欲は何点くらいですか。(自由回答)

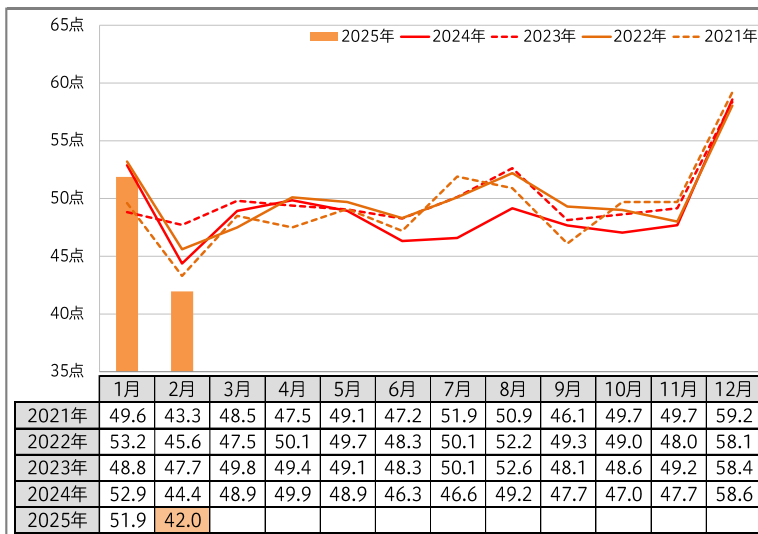
【全体】



【男性】



【女性】



消費意欲指数

■ 性別/年代別比較

	(点)						(pt)	
	24年9月	24年10月	24年11月	24年12月	25年1月	25年2月	25年2月比較	
							前月比	前年比
全体	45.8	44.4	46.2	54.5	49.9	41.0	-8.9	-1.4
男性	43.9	41.8	44.7	50.4	47.9	40.0	-7.9	-0.3
女性	47.7	47.0	47.7	58.6	51.9	42.0	-9.9	-2.4
20代	49.4	47.1	49.4	56.8	55.6	44.9	-10.7	-4.8
30代	47.7	45.9	45.0	56.6	53.0	42.7	-10.3	-0.9
40代	45.0	43.7	46.8	54.1	50.7	37.8	-12.9	-2.4
50代	43.6	40.7	45.3	53.4	45.3	38.0	-7.2	-2.8
60代	44.4	46.4	44.8	52.0	46.6	43.5	-3.1	+4.9

※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。

■ +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~ 【1月までに多く使ったのでセーブ】>

- ・年末年始での出費をふまえて、出費を抑えたいから(30点・男性24歳・大阪府)
- ・1月はお年玉をあげたりして金欠だから節約しようかなと考えている(20点・男性38歳・埼玉県)
- ・クリスマス、正月と出費がかさみ、1月末のカード決済が多いため(20点・男性43歳・愛知県)
- ・今月出費予定があるので来月は我慢の月になりそう(10点・男性54歳・愛知県)
- ・お正月に、お金を使いすぎたから(30点・男性61歳・東京都)
- ・11月から1月にかけてのカード決済の値段がとんでもないことになりそうだから(20点・女性25歳・大阪府)
- ・12月のブラックフライデーや年末セール、1月の年始セールで買いものしたので、2月は控えたい(30点・女性37歳・千葉県)
- ・年末年始に帰省でお金を使ったので、2月はあまり消費したくないから(20点・女性41歳・大阪府)
- ・年末年始でお金を使いすぎたし、3月には旅行に行くし、イベントが特にないから節約したい(0点・女性52歳・千葉県)
- ・ものが大変値上がりしている中で、年末年始の買いもので出費したので、予算オーバーした。そのため、来月は節約しなければならない、節約したいという気持ちになっていて、意欲は低めである(40点・女性62歳・愛知県)

<生活者の声 ~消費意欲指数の理由~ 【物価高・値上げ・円安】>

- ・ガソリンの価格が上がるから(10点・男性28歳・愛知県)
- ・物価高が収まらないから(20点・男性39歳・埼玉県)
- ・円安や原料高などで、全てのものやサービスが割高になっていると感じるから(20点・男性43歳・岐阜県)
- ・物価高なので、必要最低限の出費に留めたいので(20点・男性54歳・兵庫県)
- ・物価が上がっているののでできるだけ節約したい(10点・男性67歳・大阪府)
- ・野菜も高く、生活費がかかるので買いもの欲がないです(10点・女性24歳・東京都)
- ・値上げが続いているので、必要なものだけ買いたいと思う(40点・女性35歳・埼玉県)
- ・物価も上がっているの、今はものを購入したいという意欲は、湧かない(20点・女性44歳・大阪府)
- ・欲しいものはいろいろあるが、物価高の上、年末にトイレのリフォームを行い出費がかさんだので、今後更なる物価上昇を考えると買えないという気持ちの方が強い(30点・女性52歳・大阪府)
- ・値上げがまだまだ続きそうなので意欲がなかなか湧きません(25点・女性63歳・愛知県)

()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)

	2025年2月(%)	前月比(pt)	前年比(pt)
全体	22.3	-8.6	-0.2
男性	21.1	-7.4	+1.1
女性	23.6	-9.6	-1.3

■ 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】(335人)

参考:男性(159人)

参考:女性(176人)

順位	カテゴリー	2月(人数)	前月比	前年比
1	食品	180	-60	+31
2	ファッション	148	-95	+3
3	外食	139	-71	-3
4	飲料	120	-53	+23
5	旅行	113	-94	-22
6	書籍・エンタメ	96	-40	-13
7	日用品	94	-26	+15
8	化粧品	90	-44	-16
9	理美容	77	-26	-18
10	レジャー	71	-44	-14
11	家電・AV	58	-36	-15
11	装飾品	58	-27	-11
13	パソコン・タブレット・周辺機器	45	-17	-5
13	インテリア用品	45	-24	-5
15	車・バイク	38	-10	+1
16	スマートフォン・携帯電話	36	-23	-6

順位	カテゴリー	2月(人数)	前月比	前年比
1	食品	79	-31	+25
2	外食	62	-38	-3
3	ファッション	61	-39	-1
4	飲料	60	-31	+15
5	旅行	59	-51	-6
6	書籍・エンタメ	55	-19	-1
7	レジャー	40	-20	+1
8	家電・AV	39	-12	+1
9	日用品	37	-18	+9
10	車・バイク	32	-7	+7
11	パソコン・タブレット・周辺機器	31	-18	-2
12	スマートフォン・携帯電話	30	-8	+6
13	装飾品	27	-12	-2
14	理美容	24	-8	-1
15	化粧品	20	-8	-5
16	インテリア用品	16	-16	-2

順位	カテゴリー	2月(人数)	前月比	前年比
1	食品	101	-29	+6
2	ファッション	87	-56	+4
3	外食	77	-33	±0
4	化粧品	70	-36	-11
5	飲料	60	-22	+8
6	日用品	57	-8	+6
7	旅行	54	-43	-16
8	理美容	53	-18	-17
9	書籍・エンタメ	41	-21	-12
10	装飾品	31	-15	-9
10	レジャー	31	-24	-15
12	インテリア用品	29	-8	-3
13	家電・AV	19	-24	-16
14	パソコン・タブレット・周辺機器	14	+1	-3
15	スマートフォン・携帯電話	6	-15	-12
15	車・バイク	6	-3	-6

<全体にのみ下記基準で色付け>

※男女別ランキングは、母数が少ないため参考値

■: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

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	128	140	171	184	131	754
女性	125	137	168	183	133	746
合計	253	277	339	367	264	1,500

調査方法 インターネット調査

調査時期 2025年1月6日(月)～8日(水) (2012年5月から調査開始/毎月上旬に実査)

調査機関 QO株式会社

<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(加藤・近藤) seikatsusoken.info@hakuholdo.co.jp
株式会社博報堂 広報室(成田・白川) koho.mail@hakuholdo.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/2025-02/>)からダウンロードしていただけます。