

来月の消費予報

**2月の消費意欲指数は、例年通り前月比大幅減も前年比微増。
衣・食を中心に、ほとんどのカテゴリーで前月より消費意向低下**

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5-7日に調査(詳細はP5)

2026年2月の消費意欲指数は42.3点。前月比では-5.8ptと大きく低下し、前年比では+1.4ptと上昇しました。

2月の消費意欲指数



【前月比】

-5.8 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」と回答した人により、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 物価高の影響は一服も、年末年始の反動で女性を中心に消費意欲は前月比大幅減

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-5.8ptと大きく低下していますが、過去5年間のすべての月における最低値を更新した前年と比べると+1.4ptと上昇しています。男女別では、前月比で男性-3.5pt、女性-8.1ptと、女性での低下が目立ちます。

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448件→2月276件)は大きく減少し、ネガティブな回答(1月819件→2月973件)は大きく増加しています。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149件→2月56件)」が大幅に減少しています。加えて、「セールがある・安売り・福袋(1月135件→2月15件)」も大きく減少しており、特に女性での回答数の減少が目立ちます(男性:1月51件→2月5件、女性:1月84件→2月10件)。ネガティブな回答では、「今月までに多く使ったのでセーブ(1月105件→2月195件)」が大きく増加したほか、「金銭的な理由で節約・我慢(1月148件→2月193件)」も増加しています。

前年と比べると、消費にポジティブな回答(25年2月246件→26年2月276件)は増加し、ネガティブな回答(25年2月975件→26年2月973件)は横ばいとなっています。具体的には、ポジティブな回答で、「(季節ものの以外で)出費の予定・欲しいものがある(25年2月70件→26年2月90件)」が増加し、ネガティブな回答で、「欲しいものがない・意欲がない(25年2月441件→26年2月399件)」が減少した程度で、その他に大幅に増減した項目はありません。また、「物価高・値上げ・円安」は前月までの減少傾向が一服し、前月比、前年比ともにそれほど大きな変化はみられませんでした(25年2月88件→25年11月179件→25年12月91件→26年1月76件→26年2月79件)。

物価高の影響は小康状態ですが、出費が重なった年末年始の反動から、例年通り消費意欲が冷え込む月となりそうです。

Point2 消費意向は「ファッション」「外食」「食品」を中心に幅広いカテゴリーで前月比減

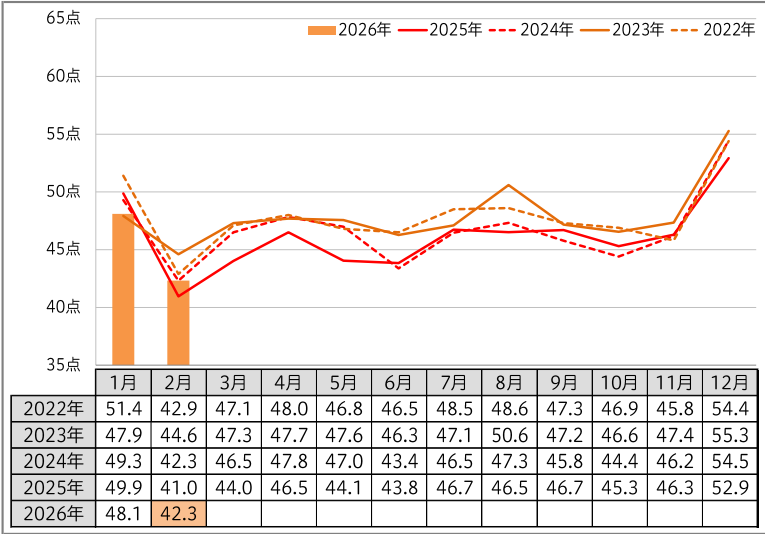
「特に買いたいモノ・利用したいサービスがある」人の割合は23.5%で、前月比で-6.6ptと大きく低下し、前年比では+1.2ptと上昇しました。16カテゴリー別の消費意向をみると、前月比では「ファッション」「外食」「食品」など、13カテゴリーが20件以上減少しています。前年比では「旅行」が20件以上増加しました。年末年始の活況がひと息ついたことで、消費意向はファッションや食をはじめとしたほとんどのカテゴリーで前月から低下し、落ち着くことが予想されます。

消費意欲指数

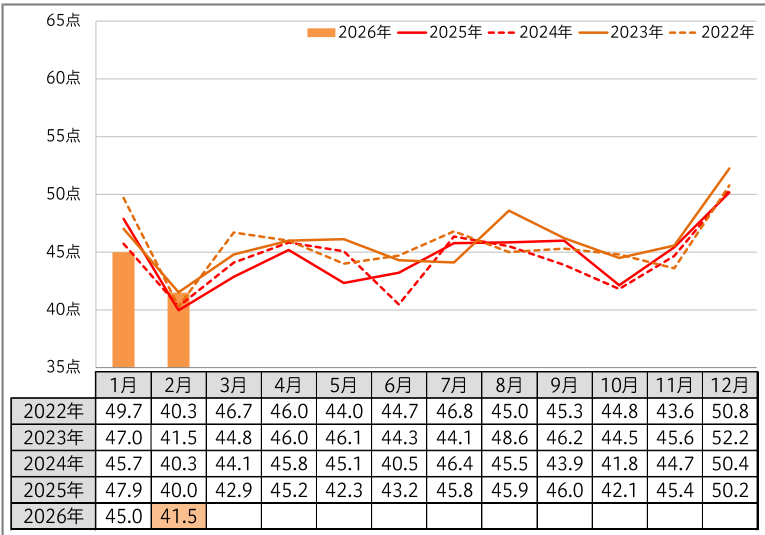
■ 時系列グラフ

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)

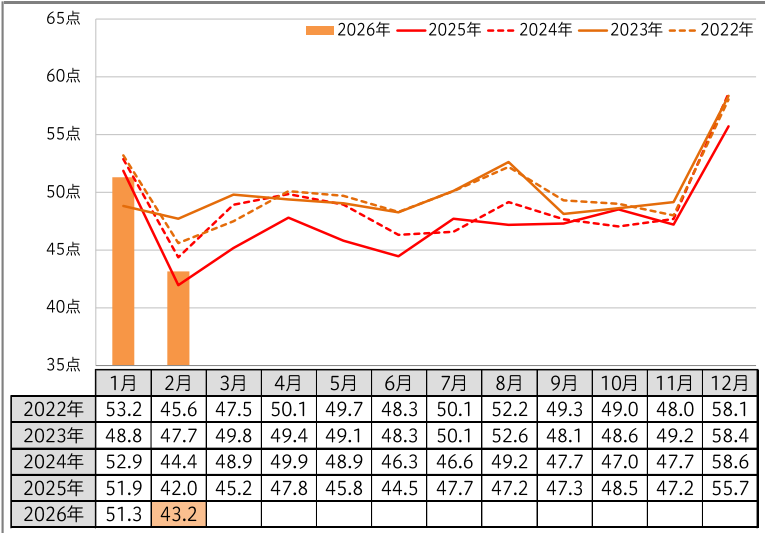
【全体】



【男性】



【女性】



消費意欲指数

性別/年代別比較

							(pt)	
							26年2月比較	
	25年9月	25年10月	25年11月	25年12月	26年1月	26年2月	前月比	前年比
全体	46.7	45.3	46.3	52.9	48.1	42.3	-5.8	+1.4
男性	46.0	42.1	45.4	50.2	45.0	41.5	-3.5	+1.5
女性	47.3	48.5	47.2	55.7	51.3	43.2	-8.1	+1.2
20代	52.1	47.4	51.9	59.5	52.8	46.4	-6.4	+1.5
30代	46.6	44.9	47.9	54.9	50.6	43.6	-7.0	+0.8
40代	45.2	45.5	44.7	52.5	48.5	42.7	-5.8	+4.8
50代	44.4	43.9	43.2	49.9	44.2	40.2	-3.9	+2.2
60代	46.7	45.6	45.8	49.6	46.5	39.9	-6.6	-3.6

※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～【今月までに多く使ったのでセーブ】>

- ・クリスマス、大晦日、年末セール、お正月、新春セールなど贅沢する特別な日が続いたことと、特売セールでたくさん買ったから(20点・男性28歳・愛知県)
- ・正月の福袋や初売りで散財してしまったから(30点・男性36歳・岐阜県)
- ・12月に使いすぎたので、しばらく倹約したい。子どもの誕生日なので、そこに集中したい(30点・男性44歳・東京都)
- ・普段の食料品の購入金額が高額になったため、春先まで購入意欲を控えている。またブラックフライデーセールで高額の購入があったため、消費を手控えようと思っている(15点・男性59歳・大阪府)
- ・特に欲しいものがないのと、年末に買いものが多かったから(30点・男性67歳・神奈川県)
- ・今月お正月などでお金を使ったので2月はなるべく支出を抑えたいと思っているから。3月4月も子どもの卒園、入園、入学などがあり、いろいろお金がかかるので2月は抑えたいと思っています(30点・女性29歳・岐阜県)
- ・年末年始のセールで散財してしまったので、買い控えする気がする(20点・女性37歳・東京都)
- ・年末のブラックフライデーセールや年始の帰省、お年玉やごちそうにお金を使いすぎたので、2月は支出をできるだけ減らしたい(20点・女性47歳・愛知県)
- ・年末年始の海外旅行でお金を使ったから(30点・女性56歳・東京都)
- ・年末年始に予想以上にお金を使ってしまったから(30点・女性64歳・兵庫県)

<生活者の声 ～消費意欲指数の理由～【(季節ものの以外で)出費の予定・欲しいものがある】>

- ・トレーディングカード(80点・男性20歳・岐阜県)
- ・サブスクに入って映画をみたい(60点・男性36歳・神奈川県)
- ・購入意欲をそそるイベントがあるから(100点・男性47歳・神奈川県)
- ・テレビを買いたい。脱毛したい(80点・男性52歳・岐阜県)
- ・パソコンやブルーレイレコーダーなど、古くなった家電製品を買い換えたい(100点・男性64歳・大阪府)
- ・推し活をするのでそこに関しては意欲的かと思うから(70点・女性29歳・愛知県)
- ・推しのイベントがあるから(70点・女性33歳・埼玉県)
- ・洗面台が壊れたため買わないといけない。子どもの進学(60点・女性49歳・愛知県)
- ・バレンタインデーがある月なので、チョコレートをたくさん買おうと張り切っています(80点・女性51歳・大阪府)
- ・欲しい電化製品がある(80点・女性67歳・大阪府)

()内点数:消費意欲指数

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)

	2026年2月(%)	前月比(pt)	前年比(pt)
全体	23.5	-6.6	+1.2
男性	23.0	-4.0	+1.9
女性	23.9	-9.3	+0.3

■ 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】(352人)

参考: 男性(174人)

参考: 女性(178人)

順位	カテゴリー	2月 (人数)	前月比	前年比
1	食品	174	-66	-6
2	ファッション	152	-80	+4
3	旅行	134	-27	+21
4	外食	133	-67	-6
5	飲料	108	-43	-12
6	書籍・エンタメ	99	-36	+3
7	化粧品	88	-24	-2
8	レジャー	80	-23	+9
9	日用品	76	-21	-18
10	理美容	72	-20	-5
11	家電・A V	64	-29	+6
12	装飾品	54	-20	-4
13	パソコン・タブレット・周辺機器	48	-3	+3
13	インテリア用品	48	-9	+3
15	スマートフォン・携帯電話	46	-25	+10
16	車・バイク	32	-14	-6

順位	カテゴリー	2月 (人数)	前月比	前年比
1	食品	85	-9	+6
2	ファッション	72	-14	+11
3	旅行	64	-7	+5
4	外食	61	-20	-1
5	飲料	59	-7	-1
6	書籍・エンタメ	52	-17	-3
7	家電・A V	38	-11	-1
7	レジャー	38	-3	-2
9	パソコン・タブレット・周辺機器	35	+3	+4
10	スマートフォン・携帯電話	32	-10	+2
11	日用品	31	-5	-6
12	車・バイク	27	-7	-5
13	装飾品	25	-5	-2
14	理美容	22	-5	-2
15	インテリア用品	20	-5	+4
16	化粧品	19	-7	-1

順位	カテゴリー	2月 (人数)	前月比	前年比
1	食品	89	-57	-12
2	ファッション	80	-66	-7
3	外食	72	-47	-5
4	旅行	70	-20	+16
5	化粧品	69	-17	-1
6	理美容	50	-15	-3
7	飲料	49	-36	-11
8	書籍・エンタメ	47	-19	+6
9	日用品	45	-16	-12
10	レジャー	42	-20	+11
11	装飾品	29	-15	-2
12	インテリア用品	28	-4	-1
13	家電・A V	26	-18	+7
14	スマートフォン・携帯電話	14	-15	+8
15	パソコン・タブレット・周辺機器	13	-6	-1
16	車・バイク	5	-7	-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(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	125	139	167	190	135	756
女性	123	134	163	188	136	744
合計	248	273	330	378	271	1,500

調査方法 インターネット調査

調査時期 2026年1月5日(月)～7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・大貫) koho.mail@hakuholdo.co.jp

データ公開 2012年5月から最新月までの「消費意欲指数(点)」と「特に買いたいモノ・利用したいサービスがある人の割合(%)」について、調査データをご希望の方は生活総研サイトの「お問い合わせ」よりご連絡ください