

## 来月の消費予報

# 2月の消費意欲指数は、年末年始の出費による反動で調査開始(2012年5月)以来、過去最低値を記録

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」として発表いたします。

2月の消費意欲指数は43.3点で、前月比は-7.6ポイントです。前年同月と比べても-1.1ポイントと減少しており、調査を開始した2012年5月以来、過去最低値となっています。

※2016年1月まで発行していた「生活インデックスレポート(消費動向編)」は、本レポートより「来月の消費予報」にリニューアルしました。「生活インデックスレポート(消費動向編)」は、毎月初旬に当月の消費意欲指数を発表していましたが、「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。

### 2月の消費意欲指数



↓ 前月比 -7.6 ポイント

↓ 前年同月比 -1.1 ポイント

↑ : 前月比/前年同月比で上昇    ↓ : 前月比/前年同月比で下降

「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。※詳細は4ページ

### カテゴリ別 消費意欲



\* UP : 前月比で3ポイント以上の上昇    ● DOWN : 前月比で3ポイント以上の下降

「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と比較して作成。※詳細は4ページ

### 2月のポイント

#### Point 1 : 年末年始に出費をした反動で、2月の消費は冷え込む気配

2月の消費意欲指数は、調査を開始した2012年5月以来、過去最低値を記録。消費意欲指数の理由(自由回答)を見ると、「年末年始に多く出費したので節約する」という人が前年同月より増えています(15年2月180件→16年2月205件)。

また、「セール時期でないので買わない」という声も増加(15年2月16件→16年2月29件)。生活者の節約意識が強まる中、2月は“長期休暇”や“セール”など出費をする具体的なきっかけがないので、消費が冷え込む可能性があります。

#### Point 2 : 経済力の低迷に関する声は減少。大幅な低下は一時的と思われる

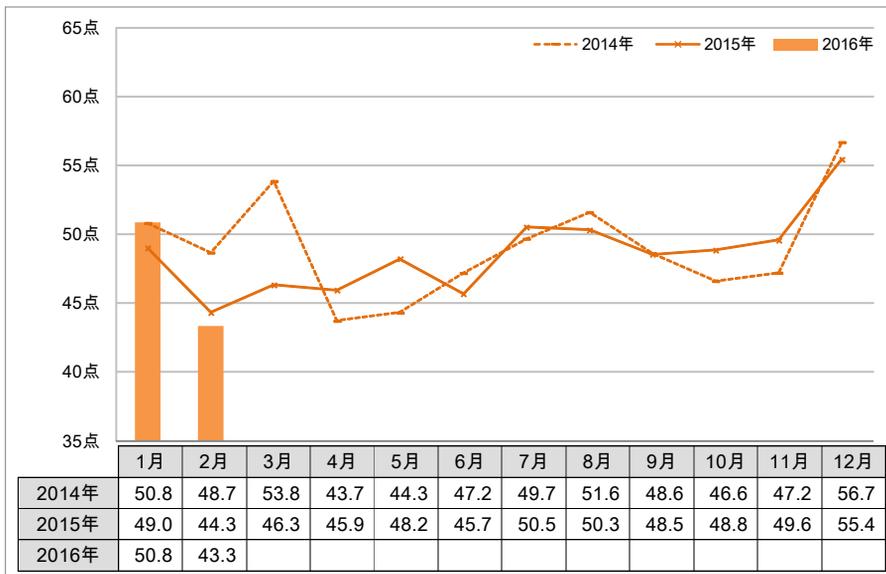
消費意欲指数は過去最低ですが、消費意欲が上がらない理由として「お金がない」や「収入が少ない」など経済力の低迷を挙げる人は前年同月より減少しています(15年2月150件→16年2月121件)。一方、「仕事が忙しくて買物の機会がない」と答える人は増加(15年2月25件→16年2月44件)しており、経済的な理由で消費意欲が大幅に落ち込んでいるわけではなさそうです。そのため、2月の消費意欲の大幅低下は一時的なことではないかと思われます。

消費意欲指数

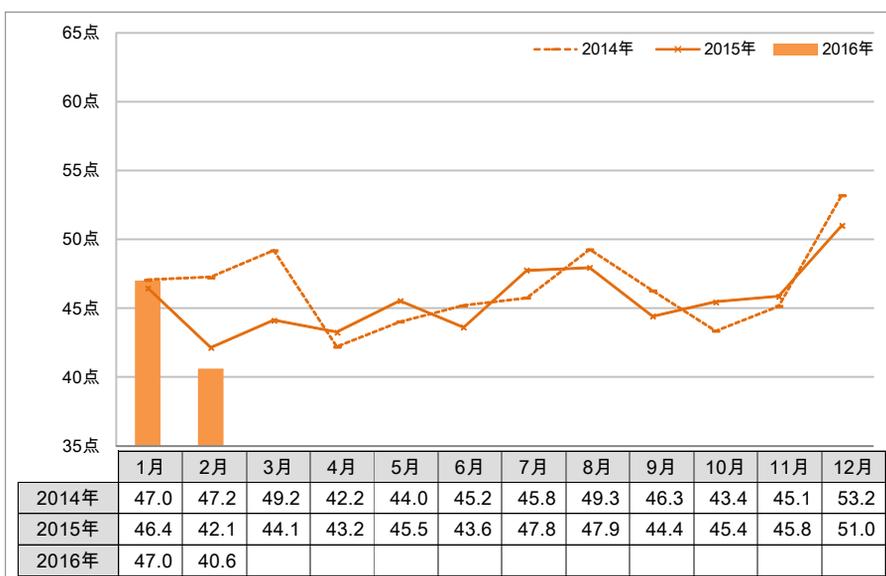
■ 時系列グラフ

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)

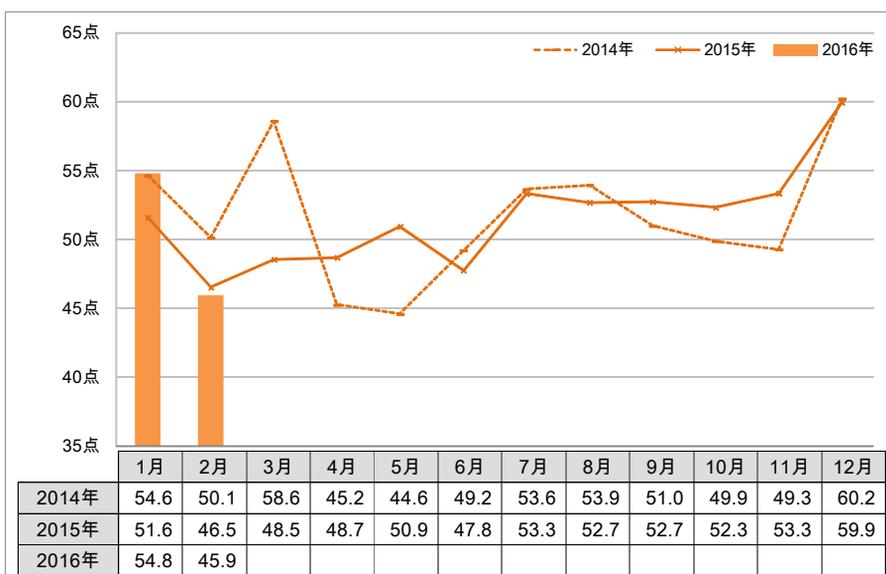
【全体】



【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

- ・忘年会や新年会、成人式と、1月に出費がかさんだので、あまり使えるお金がない (30点・男性20歳・愛知県)
- ・年末年始にお金を使いすぎたから (20点・男性38歳・東京都)
- ・年末年始にお金を使う機会が多かったので、しばらく買い物を控えたい (20点・男性41歳・神奈川県)
- ・12月に必要なものを買すぎたから (10点・男性53歳・愛知県)
- ・年末年始は何かと出費が多かったため、その分2月はどうしても節約する (30点・男性61歳・奈良県)
- ・年末年始にたくさんお金を使ったため、節約しながら生活する (30点・女性31歳・愛知県)
- ・年末年始のセールでたくさん消費したので、出費を抑えたい (20点・女性35歳・大阪府)
- ・年末年始で洋服を買ったり、帰省や旅行でもお金を使いそうなので、2月は必要なものだけにとどめる (20点・女性41歳・神奈川県)
- ・年末年始及び冬のバーゲンで、いつもよりお金を使ってしまったので (40点・女性54歳・東京都)
- ・12月・1月支出が多かったため、無駄な買い物しないように外出を控える (20点・女性63歳・岐阜県)

( )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(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)

|    | 2016年2月(%) | 前月比(pt) | 前年同月比(pt) |
|----|------------|---------|-----------|
| 全体 | 22.9       | -6.7    | -1.0      |
| 男性 | 19.8       | -5.5    | -4.2      |
| 女性 | 25.9       | -8.1    | +2.0      |

■ 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】(343人)

【男性】(150人)

【女性】(193人)

| 順位 | カテゴリー           | 2月(%) | 前月比(pt) |
|----|-----------------|-------|---------|
| 1  | ファッション          | 50.4  | -8.2    |
| 2  | 食品              | 38.2  | +1.0    |
| 3  | 外食              | 37.0  | -2.4    |
| 4  | 旅行              | 33.5  | +2.6    |
| 5  | 書籍・エンタメ         | 25.7  | +0.5    |
| 6  | 飲料              | 25.1  | +2.6    |
| 7  | 化粧品             | 22.2  | +1.7    |
| 8  | 家電・AV           | 21.9  | +0.7    |
| 9  | 理美容             | 21.0  | +1.0    |
| 10 | 装飾品             | 20.7  | -1.4    |
| 10 | レジャー            | 20.7  | -4.1    |
| 12 | 日用品             | 19.5  | +1.7    |
| 13 | インテリア用品         | 17.2  | +2.8    |
| 14 | パソコン・タブレット・周辺機器 | 13.4  | +1.9    |
| 15 | スマートフォン・携帯電話    | 10.8  | +4.7    |
| 16 | 車・バイク           | 8.2   | +0.5    |

| 順位 | カテゴリー           | 2月(%) | 前月比(pt) |
|----|-----------------|-------|---------|
| 1  | ファッション          | 38.7  | -2.7    |
| 2  | 旅行              | 36.7  | +7.9    |
| 3  | 外食              | 34.7  | +3.3    |
| 4  | 食品              | 30.0  | -1.4    |
| 5  | 書籍・エンタメ         | 29.3  | ±0      |
| 6  | 家電・AV           | 28.7  | +0.4    |
| 7  | 飲料              | 23.3  | +2.4    |
| 7  | レジャー            | 23.3  | +0.8    |
| 9  | 装飾品             | 22.7  | +7.0    |
| 10 | パソコン・タブレット・周辺機器 | 22.0  | +0.5    |
| 11 | 理美容             | 16.7  | +5.2    |
| 12 | スマートフォン・携帯電話    | 14.7  | +6.8    |
| 13 | 車・バイク           | 13.3  | -0.3    |
| 13 | インテリア用品         | 13.3  | +4.4    |
| 15 | 日用品             | 12.7  | +2.2    |
| 16 | 化粧品             | 6.7   | +3.0    |

| 順位 | カテゴリー           | 2月(%) | 前月比(pt) |
|----|-----------------|-------|---------|
| 1  | ファッション          | 59.6  | -11.9   |
| 2  | 食品              | 44.6  | +3.1    |
| 3  | 外食              | 38.9  | -6.6    |
| 4  | 化粧品             | 34.2  | +1.0    |
| 5  | 旅行              | 31.1  | -1.3    |
| 6  | 飲料              | 26.4  | +2.7    |
| 7  | 日用品             | 24.9  | +1.6    |
| 8  | 理美容             | 24.4  | -2.1    |
| 9  | 書籍・エンタメ         | 22.8  | +0.7    |
| 10 | インテリア用品         | 20.2  | +1.6    |
| 11 | 装飾品             | 19.2  | -7.7    |
| 12 | レジャー            | 18.7  | -7.8    |
| 13 | 家電・AV           | 16.6  | +0.8    |
| 14 | スマートフォン・携帯電話    | 7.8   | +3.1    |
| 15 | パソコン・タブレット・周辺機器 | 6.7   | +2.7    |
| 16 | 車・バイク           | 4.1   | +0.9    |

■ :前月比で3ポイント以上の上昇

■ :前月比で3ポイント以上の下降

## 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 | 158 | 185 | 136 | 155 | 756   |
| 女性 | 116 | 154 | 179 | 134 | 161 | 744   |
| 合計 | 238 | 312 | 364 | 270 | 316 | 1,500 |

**調査方法** インターネット調査

**調査時期** 2016年1月7日(木)～12日(火)(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 東京サーベイ・リサーチ

#### <備考>

2016年1月まで発行していた「生活インデックスレポート(消費動向編)」は、「来月の消費予報」がその後を引き継いでいます。  
「生活インデックスレポート(消費動向編)」は、毎月初旬に当月の消費意欲指数を発表していましたが、「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(菅・川谷) TEL.03-6441-6450  
株式会社博報堂 広報室(西尾・大足) 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(<http://seikatsusoken.jp/shohiyoho/2016-02/>)からダウンロードしていただけます