

来月の消費予報

4月の消費意欲指数は、前月比・前年比とも横ばい。 物価高の影響が続き、春の季節的な消費意欲以外は振るわず

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。※3月2～6日に調査(詳細はP5)
2023年4月の消費意欲指数は47.7点。前月比は+0.4pt、前年比は-0.3ptで、ともに横ばいとなりました。

4月の消費意欲指数



【前月比】

【前年比】

+0.4 ポイント

-0.3 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(4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(4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。

4月のポイント

Point1：季節的な消費意欲は前月より高まるも、それ以外の意欲は低下

例年4月は、3月から消費意欲指数の変動が少ない月です。今年も前月比+0.4pt、前年比でも-0.3ptの横ばいと、前月比・前年比ともに大きな動きはありませんでした。

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、ネガティブな回答とも件数はほとんど変わっていません。具体的にポジティブな回答では、「(新生活・新年度の準備/春だからなど)季節的な意欲向上(3月119件→4月141件)」が増えているものの、「(旅行など)出費の予定/欲しいものがある(3月150件→4月125件)」は減っています。ネガティブな回答では、「欲しいもの・意欲がない(3月352件→4月372件)」が増加し、「金銭的な理由で節約・我慢(3月200件→4月157件)」は減少しました。また、「物価高・値上げ・円安(3月221件→4月207件)」は依然高い水準が続いています。

前年と比べると、消費にポジティブな回答(22年4月396件→23年4月346件)は減少し、ネガティブな回答(22年4月842件→23年4月879件)は増加しています。具体的にポジティブな回答では、「(新生活・新年度の準備/春物が欲しいなど)季節的な意欲向上(22年4月160件→23年4月141件)」が減っています。ネガティブな回答では、「金銭的な理由で節約・我慢(22年4月191件→23年4月157件)」は減っていますが、「物価高・値上げ・円安(22年4月53件→23年4月207件)」では大幅に増えています。

春に向けた消費意欲は高まるものの、物価高の影響もあってか、それ以外の消費意欲は上がりきらない様子が見えがえます。

Point2：消費意向は、新生活準備に関するカテゴリのみ前月比増

「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26.8%で、前月比-1.6pt、前年比-0.7ptと、どちらもやや低下しています。

16カテゴリ別の消費意向をみると、前月比で20件以上増加したのは「家電・AV」のみで、減少したカテゴリは見受けられませんでした。また、前年比では、20件以上増減したカテゴリはありませんでした。新生活準備などにより一部のカテゴリでは意欲が高まるようですが、それ以上の動きはない4月となりそうです。

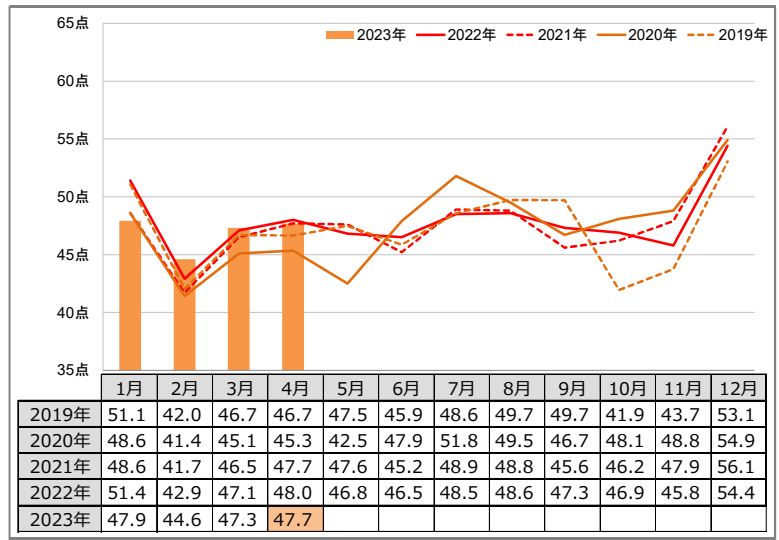
補足資料①

消費意欲指数

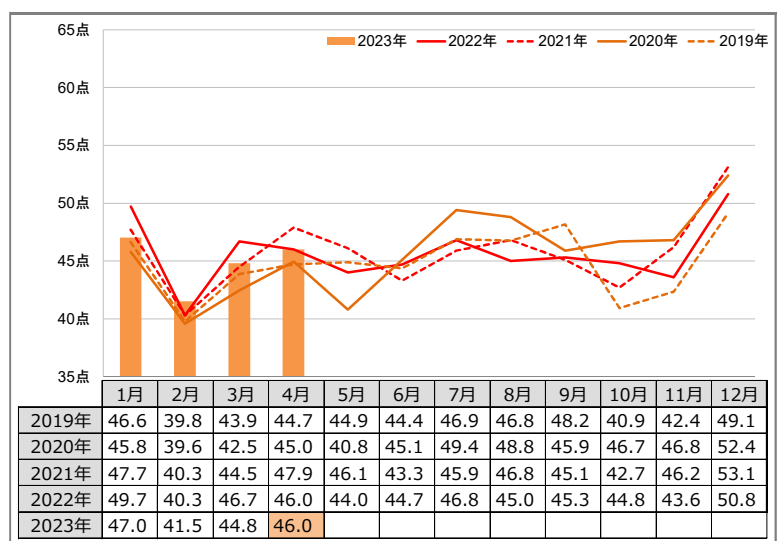
■ 時系列グラフ

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(4月)の消費意欲は何点くらいですか。(自由回答)

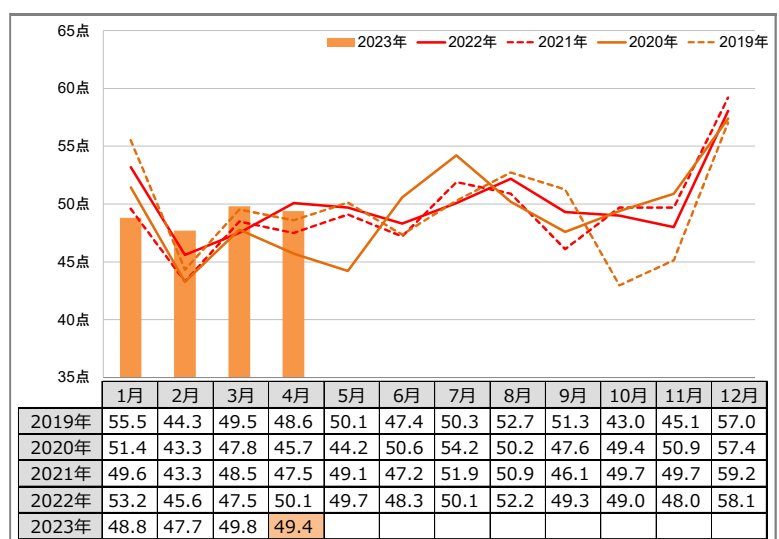
【全体】



【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。

補足資料②

消費意欲指数

■ 性別/年代別比較

	(点)						(pt)	
	22年11月	22年12月	23年1月	23年2月	23年3月	23年4月	23年4月比較 前月比	前年比
全体	45.8	54.4	47.9	44.6	47.3	47.7	0.4	-0.3
男性	43.6	50.8	47.0	41.5	44.8	46.0	1.2	0.0
女性	48.0	58.1	48.8	47.7	49.8	49.4	-0.4	-0.8
20代	49.7	56.9	51.4	49.6	49.3	50.2	0.9	-1.3
30代	47.2	56.8	49.2	45.2	48.0	48.6	0.7	-0.3
40代	44.4	55.1	44.4	43.0	49.5	44.2	-5.3	-3.6
50代	44.4	51.0	47.5	41.4	43.4	45.3	1.9	-1.4
60代	44.0	52.7	48.4	45.4	46.4	52.1	5.7	6.1

+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～【季節的な意欲向上】>

- ・新年度となり、服など新たな物を欲しくなるから(80点・男性25歳・東京都)
- ・暖かくなったり、新生活が始まる子どもたちを見ていると色々欲しくなる(80点・男性38歳・岐阜県)
- ・新年度の始まりで、新たに揃えたい(65点・男性48歳・東京都)
- ・新しい物に買い替える時期なので(80点・男性51歳・大阪府)
- ・暖かくなってくると、外出意欲も高まり、必然的に消費意欲が高まると思うが、特に欲しいものが今は思い付かないので、80点にした(80点・男性67歳・大阪府)

- ・就職するため、必要な物があると思うから(80点・女性24歳・大阪府)

- ・春という季節柄、新生活、心機一転、何か新しい事を始めてみたい気持ちになるし、外出しやすい季節なため、買い物やレジャーに行きやすいと思うから(80点・女性35歳・東京都)
- ・暖かくなって、旅行や春夏物の衣類、リネン類を購入したくなるから(80点・女性47歳・愛知県)
- ・春は何となく色々な物を新しくして心機一転したくなるので(80点・女性52歳・大阪府)
- ・春は、新入学の季節でお祝い事がある。また、暖かくなり、明るい服に着替えたい(60点・女性68歳・千葉県)

<生活者の声～消費意欲指数の理由～【物価高・値上げ・円安】>

- ・特に欲しい物は、ありません。なので生活に必要な靴や服の出費ぐらいです。物価も高騰しているので、無駄な出費は抑えています(20点・男性28歳・大阪府)
- ・去年から続く物価高の影響で購買意欲が落ちているから(10点・男性34歳・愛知県)
- ・物価高だから節約の気持ちの方が強いです(30点・男性43歳・東京都)
- ・物価が上がっており、必需品以外は買うタイミングではないから(25点・男性52歳・愛知県)
- ・収入が増えないのに、物価は嵐のように上がっているから(20点・男性61歳・奈良県)
- ・欲しい物はあるが、価格上昇が相次いでおり、節約志向になって買いたい物を先送りしたい気持ちの方が強い(40点・女性29歳・愛知県)
- ・物価高の状況が続いているため、必要最低限の出費におさえたいと思っているため(20点・女性34歳・東京都)
- ・消費したい気持ちはあるが、最近の物価の値上げが厳しく、不必要な出費は控えようという気持ちの方が強い(30点・女性46歳・大阪府)
- ・とくに行事もなく、このところの物価高でいまち購買意欲はわからない(20点・女性55歳・愛知県)
- ・昨今の値上げラッシュで、4月から更なる値上げが発表されており、全く消費意欲などない(0点・女性69歳・東京都)

()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(2月2日～6日)後より今回調査(3月2日～6日)まで

- 2月～3月 全国新規感染者数、1週間平均で1日あたり2/1の約5万人弱が、3/1には1.2万人弱に減少
- 2月10日 厚労省「令和5年3月13日以後のマスク着用の考え方について」を発表

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(4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)

	2023年4月(%)	前月比(pt)	前年比(pt)
全体	26.8	-1.6	-0.7
男性	24.6	-0.8	0.4
女性	29.0	-2.5	-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】(402人)

参考:男性(185人)

参考:女性(217人)

順位	カテゴリー	4月(人数)	前月比	前年比
1	ファッション	217	+11	-12
2	食品	193	-7	+10
3	外食	181	-19	+9
4	旅行	177	-5	+7
5	飲料	135	-5	+16
6	化粧品	123	±0	+7
7	書籍・エンタメ	116	-12	-17
8	理美容	113	+1	-4
9	レジャー	107	-5	-15
10	日用品	104	-14	-1
11	家電・AV	99	+27	-3
12	インテリア用品	76	+10	-12
13	装飾品	67	+8	±0
14	スマートフォン・携帯電話	65	+15	+6
15	パソコン・タブレット・周辺機器	61	+14	-3
16	車・バイク	51	+7	-4

順位	カテゴリー	4月(人数)	前月比	前年比
1	旅行	88	+4	+12
2	食品	79	-10	+5
3	ファッション	75	+8	+1
4	外食	65	-13	-4
5	飲料	62	-3	+10
6	家電・AV	61	+29	+9
7	書籍・エンタメ	59	+1	-11
8	レジャー	50	-3	-4
9	スマートフォン・携帯電話	45	+18	+8
10	車・バイク	42	+11	+4
11	日用品	38	+3	+6
12	パソコン・タブレット・周辺機器	35	+4	-10
13	インテリア用品	29	+10	+1
14	理美容	27	-2	+2
15	装飾品	24	±0	-2
16	化粧品	19	-1	+6

順位	カテゴリー	4月(人数)	前月比	前年比
1	ファッション	142	+3	-13
2	外食	116	-6	+13
3	食品	114	+3	+5
4	化粧品	104	+1	+1
5	旅行	89	-9	-5
6	理美容	86	+3	-6
7	飲料	73	-2	+6
8	日用品	66	-17	-7
9	書籍・エンタメ	57	-13	-6
9	レジャー	57	-2	-11
11	インテリア用品	47	±0	-13
12	装飾品	43	+8	+2
13	家電・AV	38	-2	-12
14	パソコン・タブレット・周辺機器	26	+10	+7
15	スマートフォン・携帯電話	20	-3	-2
16	車・バイク	9	-4	-8

<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(4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(4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

2023年3月2日(木)～6日(月) (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、3/22日付で「2023年3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/2023/03/202303221300.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 株式会社博報堂 広報室 山田 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/2023-04/>)からダウンロードしていただけます。