

来月の消費予報

1月の消費意欲指数は、年末消費の反動で前月から大幅低下。
前年比では、「旅行」など複数カテゴリーで高い消費意向

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。

※12月2-5日に調査(詳細はP5)

2025年1月の消費意欲指数は49.9点。前月比では-4.6ptと大きく低下し、前年比では+0.6ptで横ばいとなりました。

1月の消費意欲指数



【前月比】

【前年比】

-4.6 ポイント

+0.6 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(1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(1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。

1月のポイント

Point1 1月らしい引き締め意識で、消費意欲は前月比減。前年比は20代では上昇

クリスマスや年末を終えた1月は、例年消費意欲指数が低下する月です。今年も前月比で-4.6ptと大きく低下しました。一方、前年比では+0.6ptの横ばいですが、年代別でみると20代で+6.2ptと大きく上昇しました。

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(12月603件→1月438件)は大きく減少し、ネガティブな回答(12月674件→1月819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、「セールがある・安売り・福袋(12月41件→1月94件)」が増加しているものの、「(年末年始・新年・正月など)季節的な意欲向上(12月329件→1月138件)」が大きく減少し、「(ボーナスなどで)金銭的に余裕がある(12月86件→1月50件)」も減少しています。ネガティブな回答では、「12月までに多く使ったのでセーブ(12月26件→1月101件)」「欲しいものがない・意欲がない(12月304件→1月351件)」が増加しています。また、「物価高・値上げ・円安(12月85件→1月91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1月408件→25年1月438件)はやや増加し、ネガティブな回答(24年1月813件→25年1月819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、「(年末年始・新年・正月など)季節的な意欲向上(24年1月114件→25年1月138件)」がやや増加しています。また、「(ボーナスなどで)金銭的な余裕がある(24年1月32件→25年1月50件)」も同様に増加していますが、特に20代での増加が目立ちます(24年1月8件→25年1月21件)。ネガティブな回答では、大きく増減した項目はありません。

新年を迎えることで、消費への気持ちは高まるようですが、クリスマスや年末の反動によって、全体としては12月より落ち着いた消費意欲となりそうです。一方、前年と比べると、20代では消費意欲の高まりが期待できそうです。

Point2 消費意向は、年末に高まった食・衣関連で前月比減。「旅行」などで前年比増

「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30.9%で、前月比では-7.6ptと大きく低下しています。一方前年比では、+3.6ptと大きく上昇し、過去5年間の1月として最高値となっています。

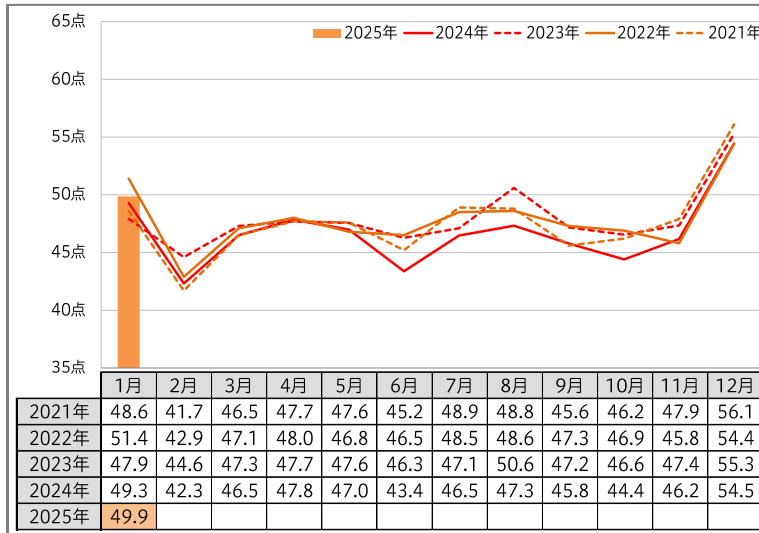
16カテゴリー別の消費意向をみると、前月比では「食品」「外食」「ファッション」「理美容」「飲料」の5カテゴリーが20件以上減少しました。前年比では、「旅行」「日用品」「レジャー」「飲料」「食品」など7カテゴリーが20件以上増加しています。年末に意向が高まった食・衣関連などのカテゴリーは、例年通り前月から低下していますが、「旅行」をはじめとした幅広いカテゴリーでは前年より高い消費意向が期待できそうです。

消費意欲指数

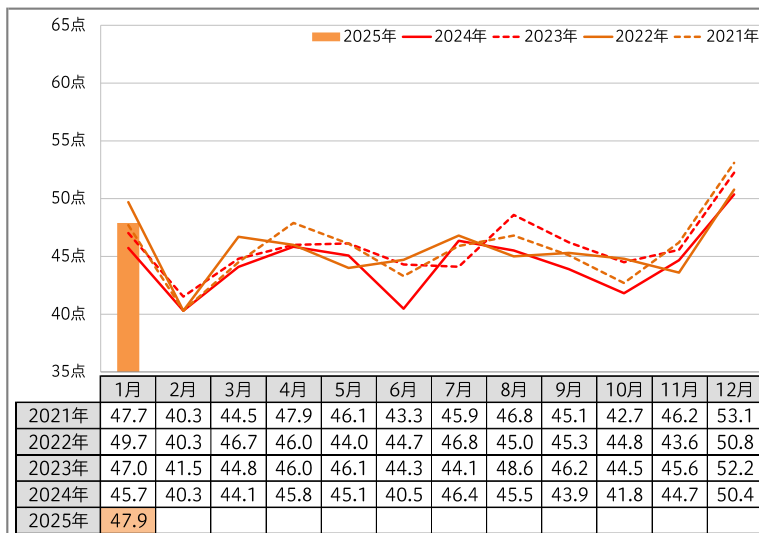
■ 時系列グラフ

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(1月)の消費意欲は何点くらいですか。(自由回答)

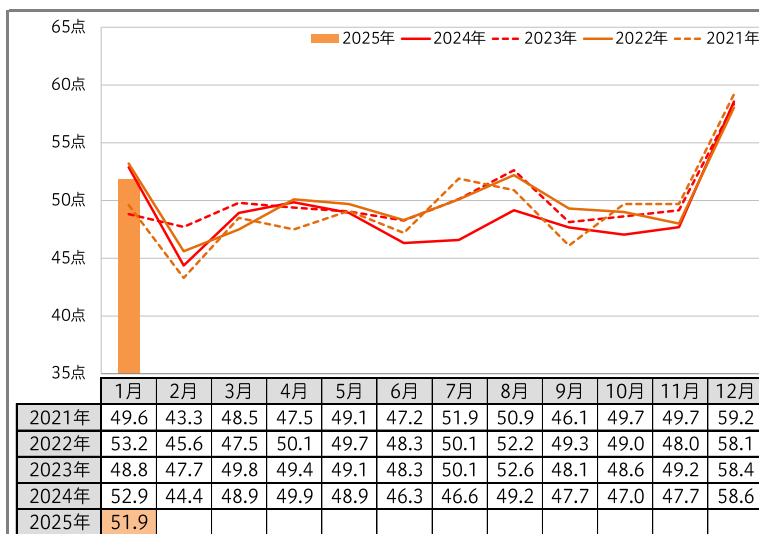
【全体】



【男性】



【女性】



消費意欲指数

■ 性別/年代別比較

	(点)						(pt)	
	24年8月	24年9月	24年10月	24年11月	24年12月	25年1月	25年1月比較 前月比	前年比
全体	47.3	45.8	44.4	46.2	54.5	49.9	-4.6	+0.6
男性	45.5	43.9	41.8	44.7	50.4	47.9	-2.5	+2.2
女性	49.2	47.7	47.0	47.7	58.6	51.9	-6.7	-1.0
20代	51.0	49.4	47.1	49.4	56.8	55.6	-1.2	+6.2
30代	47.4	47.7	45.9	45.0	56.6	53.0	-3.6	-1.6
40代	48.4	45.0	43.7	46.8	54.1	50.7	-3.4	+1.6
50代	44.4	43.6	40.7	45.3	53.4	45.3	-8.2	+0.0
60代	46.4	44.4	46.4	44.8	52.0	46.6	-5.4	-2.8

※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～【セールがある・安売り・福袋】>

- ・年始は初売りでものが安くなるのでそれに合わせて欲しいものを手に入れたい(80点・男性27歳・東京都)
- ・正月もあり、福袋を含めた買いものを多くするつもり(80点・男性37歳・兵庫県)
- ・年始は新春特売とかが多くあるので、自分の欲しいものが安くあったら購入したいかなと考えています。また将来的に替えたいと思っている家電が安く出ているら購入を検討します(80点・男性44歳・岐阜県)
- ・セール等が多いため(80点・男性55歳・大阪府)
- ・新年セールで買いものをしたいので(70点・男性58歳・東京都)
- ・新しい年になるので、気合を入れて欲しいものが買いたくなる。セールなど買いものの機会も増えるため(70点・女性29歳・千葉県)
- ・お正月になると、初売りや福袋が欲しくなり、休みも長いので1日は買いものに行くという日が必ずあるので、その時に欲しくなると思う(80点・女性35歳・大阪府)
- ・最近意欲が低いけどバーゲンの時期だから意欲が高まるかもしれないと思ったから(65点・女性41歳・愛知県)
- ・お正月は、福袋もあるし、それが終わるとバーゲンも始まるので(80点・女性57歳・神奈川県)
- ・買いたいものがあって、バーゲンになったら買いに行こうと思っているから(90点・女性69歳・兵庫県)

<生活者の声～消費意欲指数の理由～【12月までに多く使ったのでセーブ】>

- ・年末に買いすぎたため節約しようと考えているから(40点・男性23歳・東京都)
- ・年末でお金を消費するので、あまり商品を見ないようにしている(20点・男性38歳・愛知県)
- ・12月のブラックフライデーで支出が増えたので、来月は買いものを控えようと思うからです(20点・男性49歳・東京都)
- ・年末はお金の出費が多いので、年明けの買いもの等は控えようと思う(25点・男性52歳・大阪府)
- ・光熱費や歳末の買いものに消費が重なりましたので、来年明けは節約したいと思います(10点・男性69歳・大阪府)
- ・12月はボーナス月で、家族や友人と会い、お金を使うことが予想されるため、1月は控えようと思うから(30点・女性26歳・愛知県)
- ・年末にたくさんお金を使うので節約志向が高まると思ったから(20点・女性33歳・神奈川県)
- ・11、12月に使いすぎるから(10点・女性42歳・愛知県)
- ・お正月の食費にお金を使うので、1月は買いたくない。というか買えない(0点・女性56歳・大阪府)
- ・12月に旅行の予定もあり、クリスマス、年末におせちを買ったりと出費が重なっているので、1月は消費を抑えたいから(30点・女性65歳・大阪府)

()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(1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1月(%)	前月比(pt)	前年比(pt)
全体	30.9	-7.6	+3.6
男性	28.5	-5.2	+4.0
女性	33.2	-10.2	+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】(463人)

順位	カテゴリー	1月 (人数)	前月比	前年比
1	ファッション	243	-44	+12
2	食品	240	-83	+32
3	外食	210	-72	+15
4	旅行	207	+4	+56
5	飲料	173	-24	+38
6	書籍・エンタメ	136	+4	+31
7	化粧品	134	-5	+24
8	日用品	120	-6	+41
9	レジャー	115	-19	+39
10	理美容	103	-34	+12
11	家電・AV	94	+3	+11
12	装飾品	85	+7	+12
13	インテリア用品	69	+2	+15
14	パソコン・タブレット・周辺機器	62	-12	-3
15	スマートフォン・携帯電話	59	+3	-7
16	車・バイク	48	+10	+12

参考: 男性(215人)

順位	カテゴリー	1月 (人数)	前月比	前年比
1	食品	110	-22	+24
1	旅行	110	+14	+29
3	ファッション	100	+2	+13
3	外食	100	-5	+22
5	飲料	91	+2	+26
6	書籍・エンタメ	74	+12	+21
7	レジャー	60	+6	+22
8	日用品	55	+16	+27
9	家電・AV	51	±0	-2
10	パソコン・タブレット・周辺機器	49	-5	+1
11	装飾品	39	+13	+9
11	車・バイク	39	+8	+11
13	スマートフォン・携帯電話	38	+4	-6
14	インテリア用品	32	+10	+13
14	理美容	32	-4	+16
16	化粧品	28	+6	+8

参考: 女性(248人)

順位	カテゴリー	1月 (人数)	前月比	前年比
1	ファッション	143	-46	-1
2	食品	130	-61	+8
3	外食	110	-67	-7
4	化粧品	106	-11	+16
5	旅行	97	-10	+27
6	飲料	82	-26	+12
7	理美容	71	-30	-4
8	日用品	65	-22	+14
9	書籍・エンタメ	62	-8	+10
10	レジャー	55	-25	+17
11	装飾品	46	-6	+3
12	家電・AV	43	+3	+13
13	インテリア用品	37	-8	+2
14	スマートフォン・携帯電話	21	-1	-1
15	パソコン・タブレット・周辺機器	13	-7	-4
16	車・バイク	9	+2	+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(1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(1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 2024年12月2日(月)～5日(木) (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(旧 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 株式会社博報堂 広報室(成田・白川) 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/2025-01/>)からダウンロードしていただけます。