

来月の消費予報

季節消費への意欲高く、 今年も高水準の消費意欲指数に

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月の消費意欲指数は56.1点。前月比+9.4ポイント、前年比-0.8ポイントと、前月からは大幅上昇、前年からは横ばいとなりました。

12月の消費意欲指数



【前月比】

【前年比】

+9.4 ポイント

-0.8 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(12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(12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。

12月のポイント

Point 1：12月は特別な月。前年に引き続き、高水準の消費意欲指数を記録

12月はクリスマスや年末年始を控え、1年で最も消費意欲が高まる特別な月です。今年は前年比-0.8ポイントと若干前年を割り込んだものの、引き続き高水準の消費意欲指数となりました。消費意欲指数の理由(自由回答)を見ると、クリスマスや年末年始、忘年会、冬物衣料といった季節消費への意欲が、例年通り前月から大幅にアップしています(2018年11月136件→2018年12月378件)。

また、特に買いたいモノ・利用したいサービスの内訳を見ても、「書籍・エンタメ」「外食」「家電・AV」「理美容」「レジャー」の5項目で前年から20件以上のプラスとなったほか、前月比では「スマートフォン・携帯電話」「車・バイク」を除いた14項目で20件以上のプラスとなっており、例月に比べ実際の消費が伸びることが期待できそうです。

Point 2：しばらく伸び悩んでいた男性の意欲も復調

男性の消費意欲指数はほぼ前年並みの52.2点となり、年内では最高の消費意欲指数となりました。消費意欲指数の理由(自由回答)を見ると、「前月までに多く使った反動でセーブ」という声が12月に入って大きく減少しており(9月57件→10月46件→11月41件→12月14件)、11月までなかなか緩まなかったセーブ意識がようやく緩和しました。

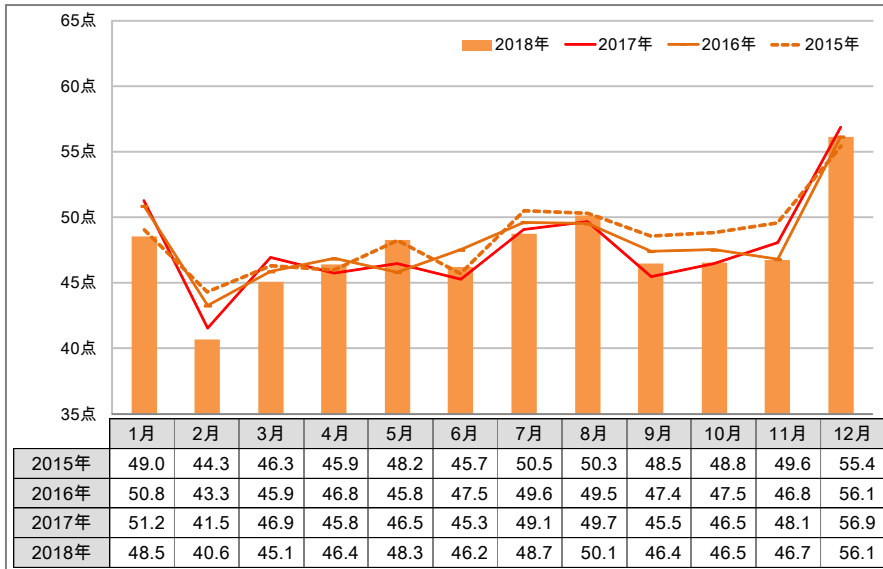
また、特に買いたいモノ・利用したいサービスがある人の割合も、女性は前年比マイナスとなった(44.0%、前年比-2.9%)のに対し、男性は前年よりも増えています(36.9%、前年比+4.3%)。内訳を見ても、男性は「外食」「食品」「家電・AV」「書籍・エンタメ」「旅行」の5項目で前年より20件以上のプラスで、前年からの増加幅は女性以上です。日頃は消費意欲が高まりにくい男性にとっても、12月ばかりは特別な月のようです。

消費意欲指数

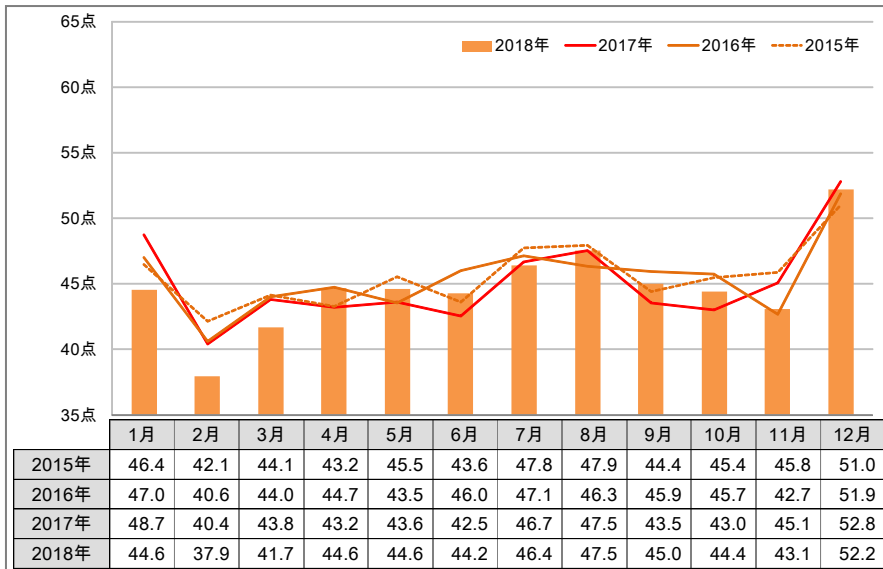
■ 時系列グラフ

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(12月)の消費意欲は何点くらいですか。(自由回答)

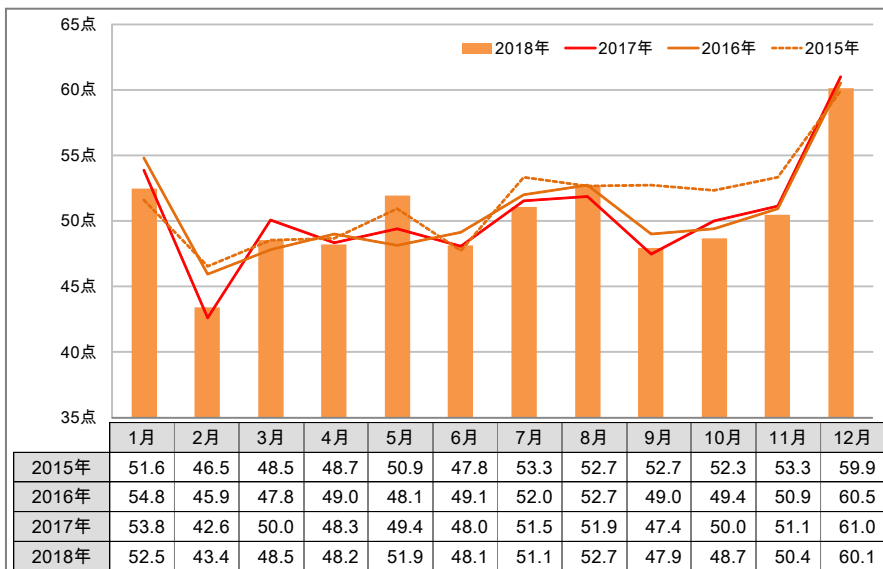
【全体】



【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～消費意欲指数の理由～【クリスマス、年末年始、12月だから意欲が高まる】>

- ・クリスマスや年末年始でイベントが多く、それに付随する商品やサービスなどが魅力的なものが多いため(100点・男性23歳・神奈川県)
- ・お金があまりないので節約はしないといけないが、12月は何かとセールや行事で買いたくなると思うから(70点・男性36歳・大阪府)
- ・公私に渡る忘年会、クリスマス会、正月準備で消費意欲が高まりそう(90点・男性46歳・兵庫県)
- ・年末は買い物に行く機会と新年に向けて新調するものを購入するから(70点・男性51歳・愛知県)
- ・来月はクリスマスがあるし、年末の買い物セールなどもあってこの時期は毎年意欲が高まる(90点・男性62歳・三重県)

- ・クリスマスがあるのでディナーを食べに行ったり、東京ディズニーリゾートへ行って期間限定のグッズを買いたいから(70点・女性24歳・東京都)
- ・クリスマスと年末は、欲しいものや買いかえたいものが山のようにあるから(100点・女性35歳・愛知県)
- ・冬物衣料が欲しくなり、クリスマス・年末商品が必要になる。冬のボーナスが出て財布の紐が緩くなりそう(90点・女性42歳・愛知県)
- ・年末は年始の準備で高級な食品を取り寄せたり、バーゲンで服や靴を新調したくなったりして、普段より買いたくなるから(70点・女性56歳・大阪府)
- ・普段シンプルライフをしているので、クリスマスとお正月は普段食べないようなちょっと贅沢な食材を買いたいから(100点・女性60歳・埼玉県)

()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(12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)

	2018年12月(%)	前月比(pt)	前年比(pt)
全体	40.4	+13.1	+0.7
男性	36.9	+13.2	+4.3
女性	44.0	+13.0	-2.9

■ 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】(606人)

参考:男性(278人)

参考:女性(328人)

順位	カテゴリー	12月(人数)	前月比	前年比
1	ファッション	345	+115	+9
2	食品	310	+168	+11
3	外食	294	+136	+38
4	旅行	186	+49	+11
5	飲料	179	+77	+3
6	書籍・エンタメ	162	+54	+40
7	理美容	143	+46	+25
8	家電・AV	141	+51	+32
8	レジャー	141	+49	+25
10	化粧品	139	+35	+1
11	日用品	123	+47	+8
12	装飾品	109	+28	+6
13	インテリア用品	92	+40	-3
14	パソコン・タブレット・周辺機器	74	+23	+1
15	スマートフォン・携帯電話	60	+13	+6
16	車・バイク	55	+12	+2

順位	カテゴリー	12月(人数)	前月比	前年比
1	ファッション	124	+54	+10
2	食品	121	+63	+28
3	外食	117	+48	+29
4	旅行	92	+24	+20
5	書籍・エンタメ	89	+37	+26
6	家電・AV	87	+35	+29
7	飲料	72	+25	+4
8	レジャー	66	+28	+18
9	パソコン・タブレット・周辺機器	56	+22	+6
10	装飾品	46	+15	+7
11	車・バイク	44	+15	+2
12	スマートフォン・携帯電話	37	+12	-1
12	日用品	37	+15	+9
14	インテリア用品	31	+12	+5
14	理美容	31	+11	+13
16	化粧品	9	+1	±0

順位	カテゴリー	12月(人数)	前月比	前年比
1	ファッション	221	+61	-1
2	食品	189	+105	-17
3	外食	177	+88	+9
4	化粧品	130	+34	+1
5	理美容	112	+35	+12
6	飲料	107	+52	-1
7	旅行	94	+25	-9
8	日用品	86	+32	-1
9	レジャー	75	+21	+7
10	書籍・エンタメ	73	+17	+14
11	装飾品	63	+13	-1
12	インテリア用品	61	+28	-8
13	家電・AV	54	+16	+3
14	スマートフォン・携帯電話	23	+1	+7
15	パソコン・タブレット・周辺機器	18	+1	-5
16	車・バイク	11	-3	±0

※男女別ランキングは、母数が少ないため参考値

<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

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(12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(12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	124	149	190	147	144	754
女性	119	145	186	144	152	746
合計	245	297	374	278	306	1,500

調査方法 インターネット調査

調査時期 2018年11月2日(金)～5日(月)(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 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 博報堂生活総合研究所(十河・夏山) 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/2018-12/>)からダウンロードしていただけます