

## 来月の消費予報

# ボーナスシーズンに入るも、 5月の10連休の反動が大きく、消費意欲指数は横ばい

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。

6月の消費意欲指数は45.9点。前月比-1.6ポイント、前年比-0.3ポイントと、前月からはマイナス、前年からは横ばいとなりました。

### 6月の消費意欲指数



【前月比】

【前年比】

-1.6 ポイント

-0.3 ポイント

■：前月比/前年比で上昇 ■：前月比/前年比で下落

「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(6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(6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。

### 6月のポイント

#### Point 1：5月の10連休での出費が響き、消費意欲指数は伸びず

6月はボーナスシーズンに入る月ですが、祝日や大きなイベントがないこともあり、近年消費意欲指数が高まりにくい月となっています。

消費意欲の理由(OA)をみると、「欲しいものがない」という声は前年と比べて減少(2018年6月378件→2019年6月317件)しており、何かを買いたいという気持ちはあることがうかがえます。一方で「金銭的余裕がある」という声は減少(2018年6月56件→2019年6月43件)。また、「今月までに多く出費したのでセーブしたい」という声は前年から大きく増えており(2018年6月127件→2019年6月207件)、中でも「前月の10連休で多く出費したのでセーブしたい」という声は前年の約3倍に増えています(2018年6月45件→2019年6月130件)。長い連休で出費がかさんだことで、消費意欲指数が高まりにくくなっているようです。

#### Point 2：10連休による消費意欲の減退は女性で顕著

消費意欲指数の理由(OA)の内訳をみると、「前月の10連休で多く出費したのでセーブしたい」という回答130件のうち男性は43件、女性は87件と女性が2倍近くを占めており、10連休の反動は主に女性で顕著となっています。

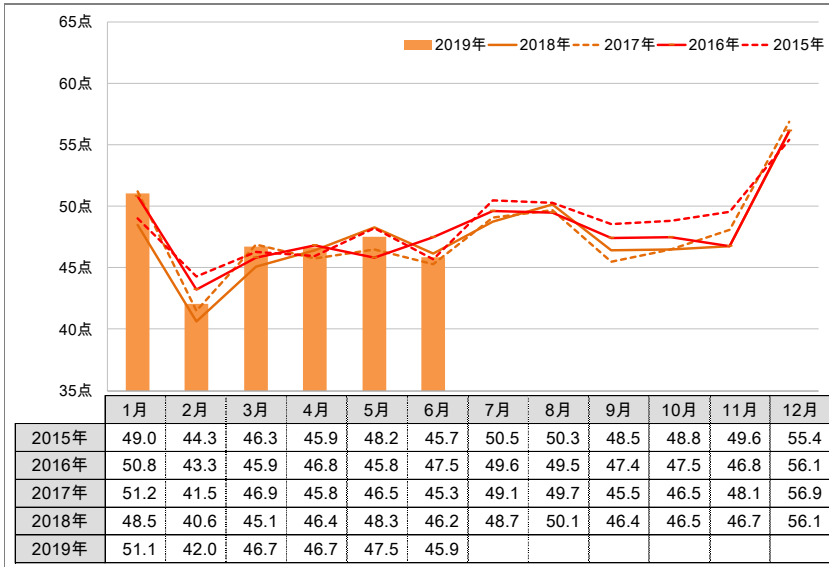
一方で、男性は4月以降、前年比・前月比ともに横ばいの値で推移しています(2019年4月：前年比+0.1ポイント/前月比+0.8ポイント、2019年5月：前年比+0.3ポイント/前月比+0.2ポイント、2019年6月：前年比+0.1ポイント、前月比-0.5ポイント)。

消費意欲指数

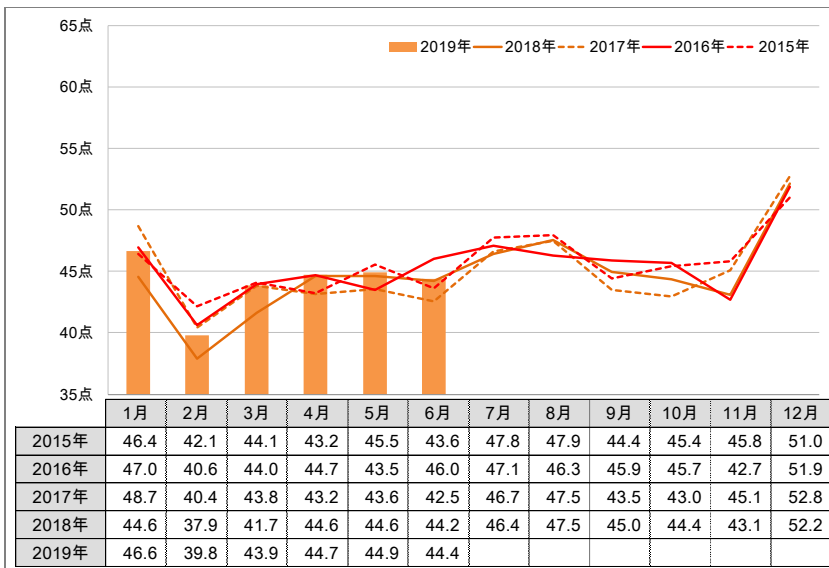
■ 時系列グラフ

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(6月)の消費意欲は何点くらいですか。(自由回答)

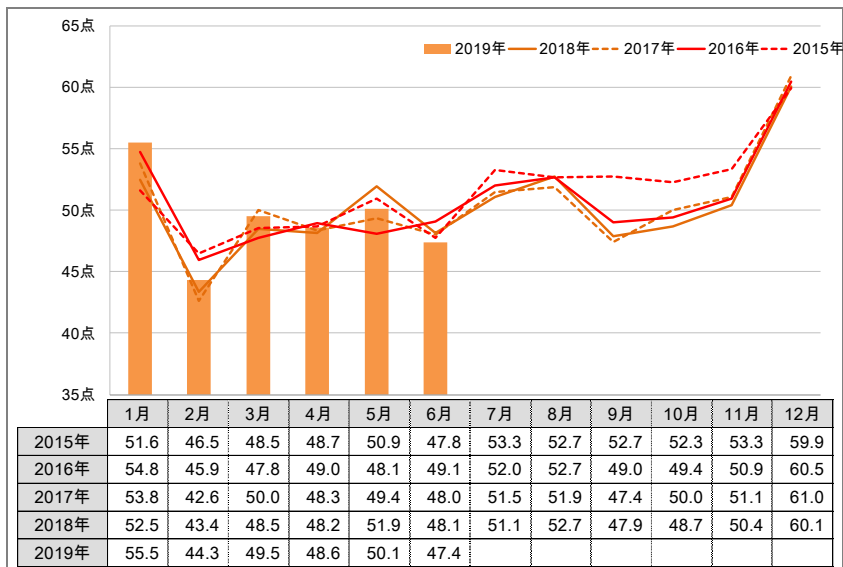
【全体】



【男性】



【女性】



## 補足資料②

### ■ 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～【連休で多く使った反動でセーブしたい】>

- ・5月の連休でお金を使ってしまい、節約しなければならないから(30点・男性26歳・大阪府)
- ・5月の連休でかなり消費したから(20点・男性33歳・愛知県)
- ・4月から5月にかけて、PCの新調、モニターの交換、GWでの出費があり、物欲もないし、金銭的にも控えたい(20点・男性47歳・東京都)
- ・10連休にお金を使いすぎたうえ、家族関係で出費の予定が多いので節約したい(15点・男性55歳・東京都)
- ・GWでの出費が多かったため、しばらく出費を抑える(30点・男性65歳・愛知県)

- ・GW等で出費が多かったため、節約のため(30点・女性27歳・東京都)
- ・まとまった連休がなく、GWで使ったお金が引き落とされたり、5月は税金の支払いもあった直後だから(20点・女性33歳・岐阜県)
- ・ゴールデンウィークに買い物などで散財したから。必要最低限のものしか買う予定はない(20点・女性43歳・千葉県)
- ・GWで思ってたよりお金がかかったから来月はあまり使えない(20点・女性55歳・愛知県)
- ・この半年で必要なもの(衣類や電化製品など)を買いそろえた。ゴールデンウィークに予算より多く消費したから(20点・女性60歳・兵庫県)

( )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(6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)

	2019年6月(%)	前月比(pt)	前年比(pt)
全体	26.5	+0.4	-0.1
男性	24.0	-0.1	-1.3
女性	29.1	+1.0	+1.2

#### ■ 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】(398人)

参考:男性(181人)

参考:女性(217人)

順位	カテゴリー	6月(人数)	前月比	前年比
1	ファッション	227	+41	+16
2	外食	155	-28	-18
3	食品	140	-7	-10
4	旅行	131	-57	-12
5	書籍・エンタメ	117	+7	+18
6	レジャー	114	-17	-11
7	飲料	110	+9	-1
8	家電・AV	102	+5	-1
9	化粧品	99	+22	+14
10	理美容	87	+12	-13
11	日用品	80	+10	-9
12	装飾品	67	+26	-9
13	インテリア用品	60	±0	+2
14	パソコン・タブレット・周辺機器	52	+7	+7
15	車・バイク	47	+9	+14
16	スマートフォン・携帯電話	32	-13	±0

順位	カテゴリー	6月(人数)	前月比	前年比
1	ファッション	80	+17	-3
2	外食	71	-6	-8
3	旅行	68	-24	-3
4	書籍・エンタメ	57	+2	-3
5	食品	56	-8	-4
6	レジャー	52	±0	-4
7	飲料	49	+1	±0
8	家電・AV	48	+1	-8
9	車・バイク	38	+7	+12
10	パソコン・タブレット・周辺機器	37	+5	+3
11	日用品	26	+4	-1
12	装飾品	24	+9	-12
13	スマートフォン・携帯電話	20	-2	-3
13	理美容	20	+3	-6
15	インテリア用品	16	-5	-5
16	化粧品	13	+3	+5

順位	カテゴリー	6月(人数)	前月比	前年比
1	ファッション	147	+24	+19
2	化粧品	86	+19	+9
3	食品	84	+1	-6
3	外食	84	-22	-10
5	理美容	67	+9	-7
6	旅行	63	-33	-9
7	レジャー	62	-17	-7
8	飲料	61	+8	-1
9	書籍・エンタメ	60	+5	+21
10	家電・AV	54	+4	+7
10	日用品	54	+6	-8
12	インテリア用品	44	+5	+7
13	装飾品	43	+17	+3
14	パソコン・タブレット・周辺機器	15	+2	+4
15	スマートフォン・携帯電話	12	-11	+3
16	車・バイク	9	+2	+2

※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(6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(6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	147	190	154	140	755
女性	119	143	186	150	147	745
合計	243	290	376	304	287	1,500

**調査方法** インターネット調査

**調査時期** 2019年5月7日(火)～9日(木)(2012年4月から調査開始/毎月月上旬に実査)

**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・佐香) 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(<https://seikatsusoken.jp/shohiyoho/2019-06/>)からダウンロードしていただけます