

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」を点数化してもらいなど、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(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】



食品



飲料



外食



ファッション



日用品



旅行



レジャー



車・バイク



理美容



化粧品



インテリア



PCタブレット



装飾品



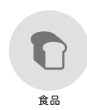
書籍・エンタメ



家電・AV



スマホ・携帯



食品



飲料



外食



ファッション



日用品



旅行



レジャー



車・バイク



理美容



化粧品



インテリア



PCタブレット



装飾品



書籍・エンタメ



家電・AV



スマホ・携帯

★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。

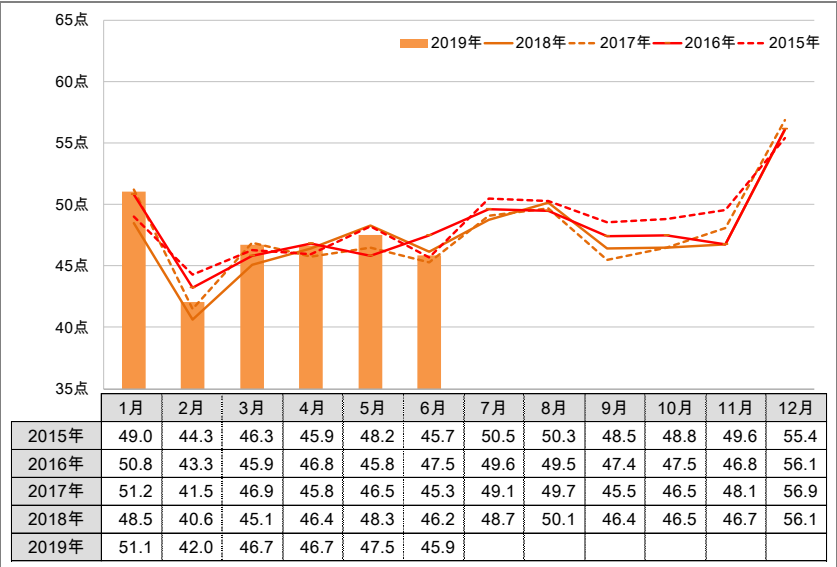
一方で、男性は4月以降、前年比・前月比ともに横ばいの値で推移しています(2019年4月：前年比+0.1ポイント/前月比+0.8ポイント、2019年5月：前年比+0.3ポイント/前月比+0.2ポイント、2019年6月：前年比+0.1ポイント、前月比-0.5ポイント)。

消費意欲指数

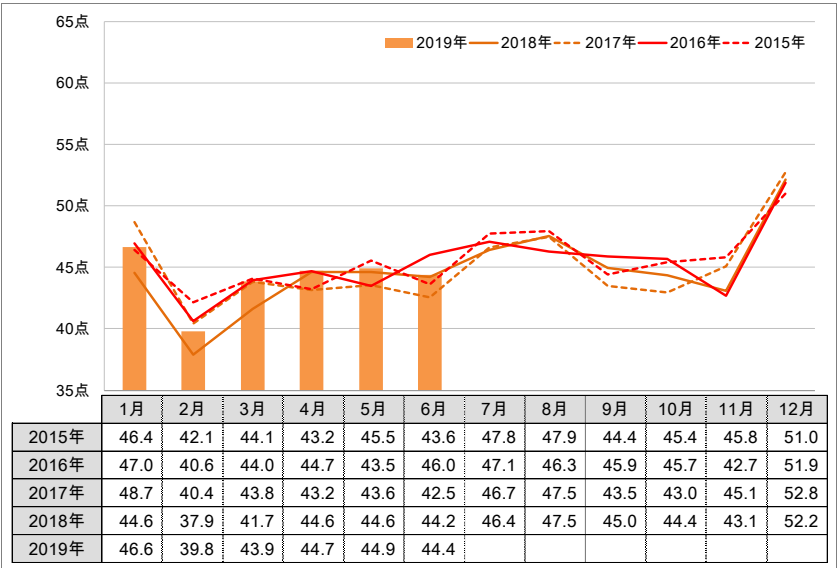
時系列グラフ

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)

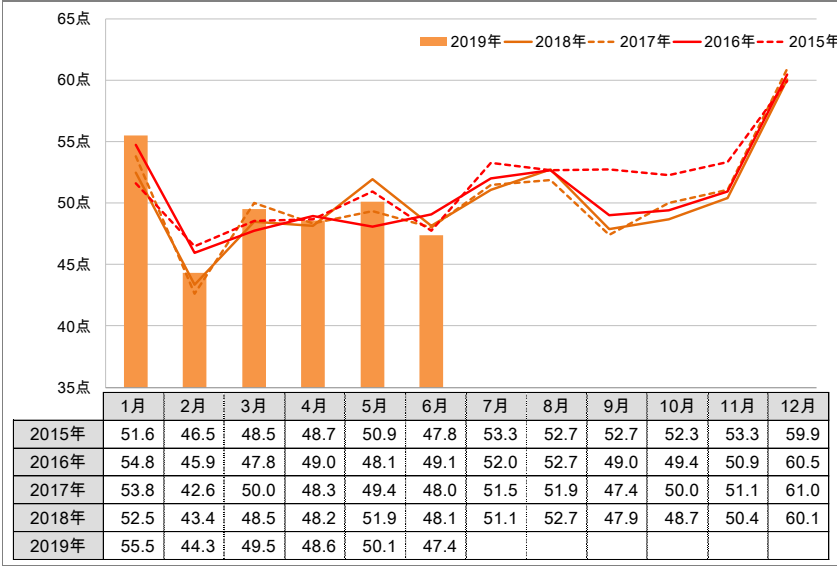
【全体】



【男性】



【女性】



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ので、しばらく出費を抑える(30点・男性65歳・愛知県)
- ・GWなどで出費が多かったので、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・A V	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・A V	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・A V	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