

来月の消費予報

消費意欲指数は、4年5か月ぶりの前年比+3ポイント超え。
消費税増税を前に、駆け込み消費の意欲が高まる

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。

9月の消費意欲指数は49.7点。前月比-0.0ポイント、前年比+3.3ポイントと、前年から大幅に上昇しました。

9月の消費意欲指数



【前月比】

【前年比】

-0.0 ポイント

+3.3 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(9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(9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。

9月のポイント

Point：増税前の駆け込みで、生活必需品や耐久財などへの意欲が高まる

9月は例年、長期休暇やイベントの多い8月に比べると消費意欲指数が低下する月です。一方今年は、前月からは横ばい、前年からは+3.3ポイントと高い指数となりました(前年比が+3ポイント以上となるのは、2015年5月から4年5か月ぶり)。

消費意欲指数の理由(OA)をみても、「消費税が上がる前に買いためる」「高額なものは増税前に買いたい」などの駆け込み消費への意向が前月に比べて大幅に増えています(19年8月27件→19年9月167件)。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は前年比+4.2ポイントの増加。内訳をみると、「日用品」(前年比+57件)と「家電・AV」(前年比+45件)で前年よりも大幅に増加し、「飲料」「化粧品」「食品」「インテリア用品」でも前年から20件以上の増加となりました。

これまで増税に関する声は徐々に増えていましたが、いよいよ翌月に迫ったことで「値上がり前に生活必需品や耐久財を買いたい」という駆け込み消費への意欲が高まっているようです。

2014年4月の前回増税時と比べると、駆け込み消費は少なくなる可能性

では、前回の消費税増税(2014年4月:5%→8%)を翌月に控えた2014年3月との比較をみてみましょう。

<消費意欲指数> 2014年3月:53.8点→2019年9月:49.7点(前回比-4.1ポイント)

<「増税前に買いたい」の声(消費意欲指数の理由)> 2014年3月361件→19年9月167件(前回比-194件)

消費税増税を理由とする駆け込み消費は、前回増税時と比べると少ないものと思われます。

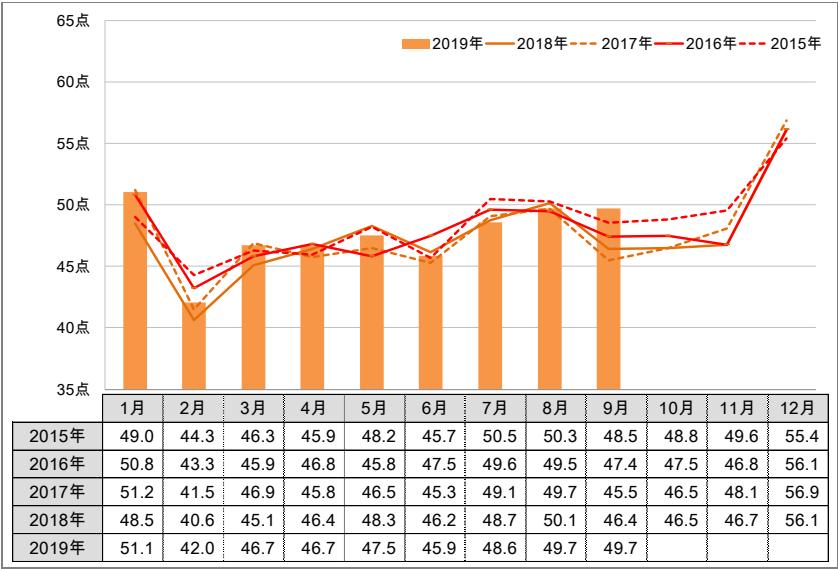
9月は8月までに多く使った反動でセーブする意識が働く月であることや、今回は食品・飲料に軽減税率が適用されることも影響しているのかもしれませんが。

消費意欲指数

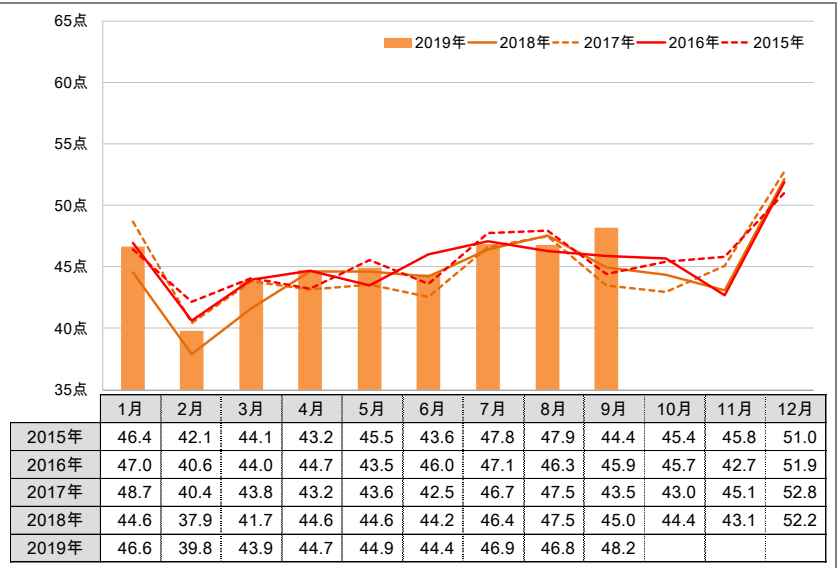
時系列グラフ

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(9月)の消費意欲は何点くらいですか。(自由回答)

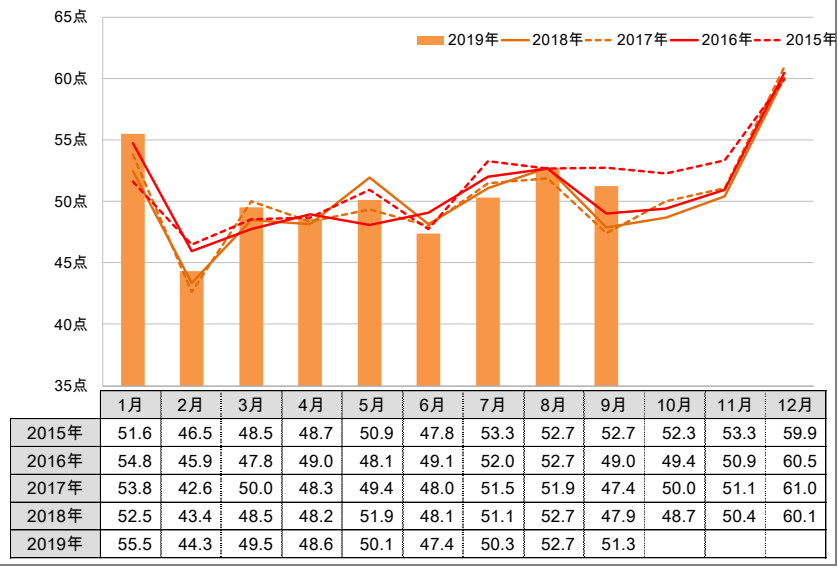
【全体】



【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～【増税前に買いたい】>

・増税前に高い買い物をしたい(80点・男性25歳・愛知県)

・日用品を増税前に駆け込み購入したい(100点・男性32歳・大阪府)

・特に自身についてのイベントはない時期だが、消費税増税前に高価な趣味のアイテムを購入したいとは思っているから(90点・男性49歳・愛知県)

・消費税が引き上げられる前に買い置きできるものは、できるだけストックしておこうと思っているため(100点・男性52歳・兵庫県)

・10月から消費税が10%になるので、その前に必要なものを買っておきたいから(90点・男性61歳・東京都)

・増税前に買いたいものがあるから(80点・女性28歳・大阪府)

・今は自由に使えるお金が少ないのでできるだけ節約したいが、消費税の増税前に、大きい物は買っておきたいから(70点・女性38歳・東京都)

・増税前に生活必需品だけ買っておきたい(70点・女性46歳・埼玉県)

・10月より消費税があがるので、子供の通学定期代や日常必需品を求めておきたい。車を買いたいけど、様子見(60点・女性50歳・大阪府)

・消費税増税直前で、電気製品など耐久消費財の購入、消費期限の長い食品や日用品の買いだめを検討しているから(100点・女性62歳・愛知県)

()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(9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9月(%)	前月比(pt)	前年比(pt)
全体	27.1	-2.0	+4.2
男性	26.8	-1.4	+5.0
女性	27.5	-2.4	+3.5

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】(407人)

参考:男性 (202人)

参考:女性 (205人)

順位	カテゴリー	9月 (人数)	前月比	前年比
1	ファッション	176	-30	+11
2	食品	156	-18	+20
3	旅行	155	-71	+7
4	外食	149	-67	+4
5	飲料	134	-12	+31
6	家電・A V	124	+15	+45
7	日用品	120	+29	+57
8	書籍・エンタメ	119	+7	+18
9	化粧品	105	-6	+23
9	レジャー	105	-57	+5
11	理美容	89	-15	+18
12	インテリア用品	64	+3	+20
13	装飾品	61	+1	+16
14	パソコン・タブレット・周辺機器	58	+3	+12
15	車・バイク	48	+5	+11
16	スマートフォン・携帯電話	44	-1	+3

順位	カテゴリー	9月 (人数)	前月比	前年比
1	旅行	78	-29	-3
2	家電・A V	69	+9	+19
2	外食	69	-19	+8
4	書籍・エンタメ	67	+7	+2
5	ファッション	65	-15	-2
6	食品	63	-1	+4
7	飲料	57	-8	+11
8	レジャー	52	-28	-5
9	パソコン・タブレット・周辺機器	42	+4	+4
10	日用品	39	+15	+17
11	車・バイク	36	+7	+7
12	装飾品	32	+11	+11
13	スマートフォン・携帯電話	30	±0	+3
14	インテリア用品	27	+4	+5
15	理美容	20	-4	+7
16	化粧品	14	+1	+3

順位	カテゴリー	9月 (人数)	前月比	前年比
1	ファッション	111	-15	+13
2	食品	93	-17	+16
3	化粧品	91	-7	+20
4	日用品	81	+14	+40
5	外食	80	-48	-4
6	飲料	77	-4	+20
6	旅行	77	-42	+10
8	理美容	69	-11	+11
9	家電・A V	55	+6	+26
10	レジャー	53	-29	+10
11	書籍・エンタメ	52	±0	+16
12	インテリア用品	37	-1	+15
13	装飾品	29	-10	+5
14	パソコン・タブレット・周辺機器	16	-1	+8
15	スマートフォン・携帯電話	14	-1	±0
16	車・バイク	12	-2	+4

<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(9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(9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8月1日(木)～5日(月)(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(大野) 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/2019-09/>)からダウンロードしていただけます