

来月の消費予報

**消費意欲指数は、11月としての過去最低値。
女性を中心に、季節消費への意欲が高まらず**

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。

11月の消費意欲指数は43.7点。前月比+1.8ポイント、前年比-3.0ポイントと、前月からは上昇したものの、前年比では大きく低下しました。

11月の消費意欲指数



【前月比】

【前年比】

+1.8 ポイント

-3.0 ポイント

■ : 前月比/前年比で上昇 ■ : 前月比/前年比で低下

「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(11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(11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。

11月のポイント

Point 1 : 季節消費の意欲が伸びず、消費意欲指数は11月としての過去最低値に

11月は例年、前月からの動きが少ない月ですが、今年11月の消費意欲指数は前月比+1.8ポイントと、増税直後の落ち込みからはやや回復。消費意欲指数の理由(OA)を見ると、消費税増税を理由に消費を控える声は依然多く挙がっているものの、前月からは半数近くに減少しています(19年10月530件→19年11月278件)。

一方、前年比では-3.0ポイントと、11月としての過去最低値となりました。特に、「季節の変わり目の買い物をしたい」といった秋冬に向けた季節消費への意向は、前年に比べて半数以下にとどまっています(18年11月136件→19年11月61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も18.9%と低く、カテゴリー別に見ても、前月に引き続きすべてのカテゴリーで前年比マイナスとなりました。増税による買い控えに加え、気温の高い日が続きなかなか秋らしくならないことも、意欲の伸び悩みに影響していそうです。

Point 2 : 意欲の低下は女性で顕著

女性は例年10月以降に消費意欲指数が高まる傾向がありますが、今年は45.1点・前年比-5.3ポイントと前年からの低下が大きく、ほぼ前年並みとなった男性とは対照的です。

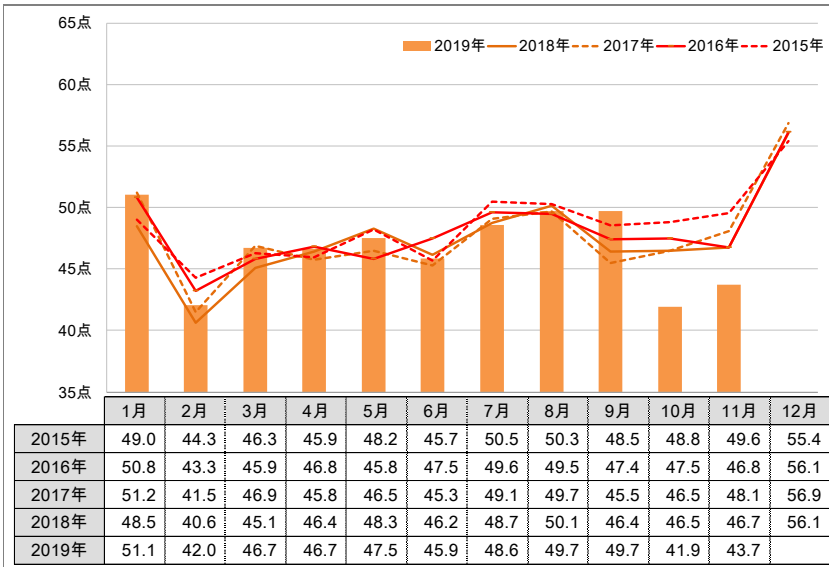
また、特に買いたいモノ・利用したいサービスがあるという人の割合も、男性は前年比-5.4ポイント、女性は-11.4ポイントと女性の低下が大きくなっています。カテゴリー別にみても、前年からの減少が特に大きい「ファッション」(前年比-86件)、「化粧品」(前年比-48件)、「装飾品」(前年比-43件)の減少はほとんどが女性によるもので、女性ではすべてのカテゴリーで前年比マイナスとなっています。消費意欲回復の鍵は女性が握っているようです。

消費意欲指数

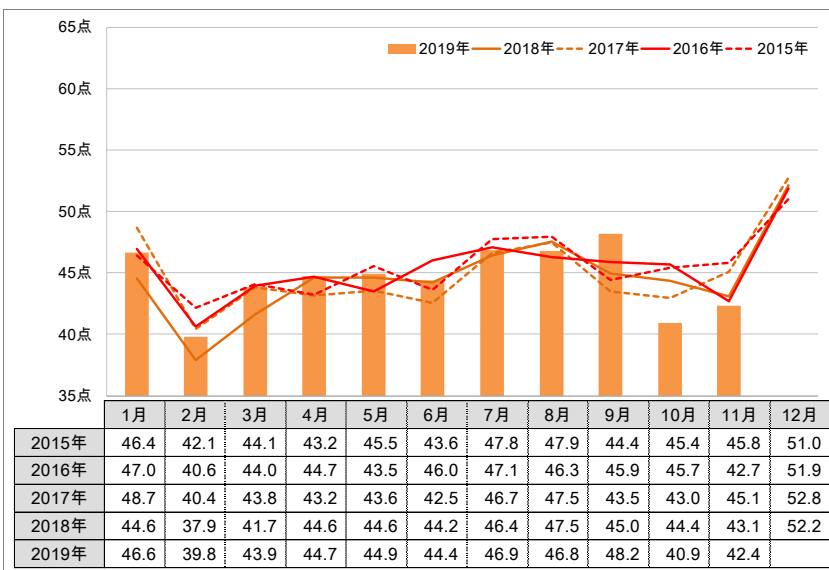
■ 時系列グラフ

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(11月)の消費意欲は何点くらいですか。(自由回答)

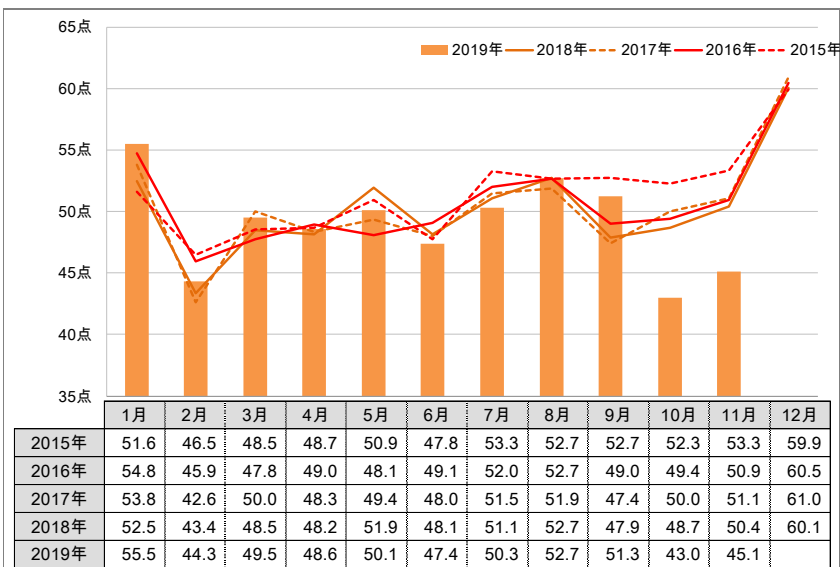
【全体】



【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～【増税があるので消費意欲が高まらない、控えたい】>

- ・消費税が上がって、生活必需品は10%になったから(20点・男性24歳・岐阜県)
- ・消費税が上がって、確実に値段が上がっているし、今はこれといって特別に欲しいものがないので(30点・男性37歳・神奈川県)
- ・消費税が上がったため何となく消費意欲を抑えている(20点・男性40歳・東京都)
- ・消費税も上がり将来のために貯蓄をしなければいけないから(10点・男性52歳・大阪府)
- ・消費税も上がり支出を抑えるため、どうしても必要なもの以外今後は買えないと思うから(20点・男性68歳・愛知県)
- ・消費税が10パーセント取られるとなると、必需品以外は買い控えようと思う(35点・女性23歳・大阪府)
- ・消費税が上がって、購買意欲が低下しているから。増税にあたり出費をできるだけ抑えるため、生活を見直したから(20点・女性38歳・千葉県)
- ・消費税が上がったし、給料は変わらないし、子どもの高校受験や入学など何かとお金がかかるから(10点・女性40歳・愛知県)
- ・消費税増税に伴い、あるものを大切に使いたい気持ちの方が大きい(30点・女性50歳・愛知県)
- ・消費税が上がって、年末に向けて消費は抑えたいと考えているのでこの点数です(30点・女性62歳・東京都)

()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(11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11月(%)	前月比(pt)	前年比(pt)
全体	18.9	+2.9	-8.4
男性	18.3	+1.7	-5.4
女性	19.6	+4.2	-11.4

■ 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】(284人)

参考:男性(138人)

参考:女性(146人)

順位	カテゴリー	11月(人数)	前月比	前年比
1	ファッション	144	+36	-86
2	外食	120	+36	-38
3	食品	119	+20	-23
4	旅行	103	+12	-34
5	飲料	88	+18	-14
6	書籍・エンタメ	81	+12	-27
7	レジャー	74	+31	-18
8	理美容	73	+20	-24
9	日用品	66	+22	-10
10	家電・A V	58	±0	-32
11	化粧品	56	-3	-48
12	装飾品	38	+5	-43
13	パソコン・タブレット・周辺機器	37	-3	-14
14	スマートフォン・携帯電話	35	+2	-12
15	インテリア用品	34	+9	-18
16	車・バイク	25	±0	-18

順位	カテゴリー	11月(人数)	前月比	前年比
1	外食	58	+19	-11
2	ファッション	56	+13	-14
3	旅行	50	+5	-18
4	食品	48	+2	-10
5	書籍・エンタメ	44	+2	-8
6	飲料	42	+3	-5
7	レジャー	39	+18	+1
8	家電・A V	33	-7	-19
9	日用品	29	+15	+7
10	パソコン・タブレット・周辺機器	26	-6	-8
11	理美容	24	+9	+4
12	スマートフォン・携帯電話	21	-2	-4
13	車・バイク	19	±0	-10
14	装飾品	16	±0	-15
15	インテリア用品	14	+5	-5
16	化粧品	4	-7	-4

順位	カテゴリー	11月(人数)	前月比	前年比
1	ファッション	88	+23	-72
2	食品	71	+18	-13
3	外食	62	+17	-27
4	旅行	53	+7	-16
5	化粧品	52	+4	-44
6	理美容	49	+11	-28
7	飲料	46	+15	-9
8	日用品	37	+7	-17
8	書籍・エンタメ	37	+10	-19
10	レジャー	35	+13	-19
11	家電・A V	25	+7	-13
12	装飾品	22	+5	-28
13	インテリア用品	20	+4	-13
14	スマートフォン・携帯電話	14	+4	-8
15	パソコン・タブレット・周辺機器	11	+3	-6
16	車・バイク	6	±0	-8

※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(11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(11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10月3日(木)～8日(火)(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・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/2019-11/>)からダウンロードしていただけます