

来月の消費予報

9月の消費意欲指数は、夏休みの反動で前月比減。 物価上昇の影響は一旦落ち着く

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。※8月4-8日に調査(詳細はP5)
2022年9月の消費意欲指数は47.3点。前月比は-1.3ptの低下、前年は+1.8ptの上昇となりました。

9月の消費意欲指数



【前月比】

【前年比】

-1.3 ポイント

+1.8 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(9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(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

Point1：指数の動きは例年9月の通り。物価上昇の影響は前月より落ち着く

例年9月は、夏休みや帰省シーズンの8月に比べて消費意欲指数が低下する月です。今年も8月から-1.3pt低下しましたが、前年9月と比べると+1.8ptの上昇となりました。

消費意欲指数の理由(OA)をみると、前月と比べて消費にポジティブな回答(8月372件→9月302件)は減少し、ネガティブな回答(8月887件→9月927件)は増加しています。具体的には、ポジティブな回答で「(夏休みなど)季節的な意欲向上(8月115件→9月65件)」「旅行の予定がある(8月52件→9月23件)」などが減り、ネガティブな回答では「今月までに多く使った反動で節約(8月31件→9月109件)」などが増えており、夏休みや帰省シーズンを終えた9月らしい結果となっています。また、「物価高/値上げ/円安(8月161件→9月101件)」は前月から減少しましたが、8月の新型コロナ感染再拡大により、コロナ禍に関するネガティブな回答(8月18件→9月41件)はやや増加しました。

Point2：前年と比べコロナ禍の影響は薄らぎ、指数は上昇

前年比では、消費にポジティブな回答、ネガティブ回答ともに件数の大きな変動はありませんでしたが、ネガティブな回答で前年にはなかった「物価高/値上げ/円安(21年9月2件→22年9月101件)」が大幅に増加しています。しかし、「コロナで外出自粛(21年9月74件→22年9月23件)」など、コロナ禍に関連するネガティブな回答(21年9月165件→22年9月41件)は大幅に減少しています。物価上昇という懸念材料はありつつも、コロナ禍の消費への影響が薄らいだことで、消費意欲は前年より高まりそうです。

Point3：消費意向は外出関連カテゴリーが前月比減も、「旅行」は前年比増

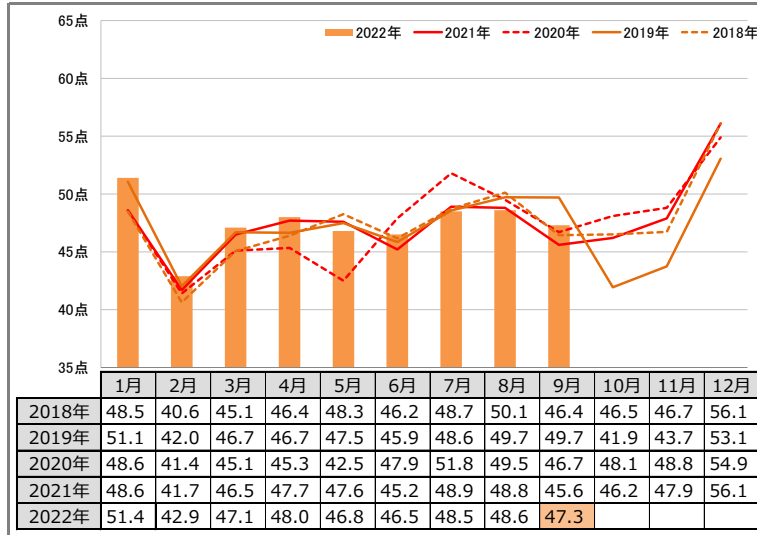
「特に買いたいモノ/利用したいカテゴリーがある」人は27.3%で、前月比は-1.2ptの低下、前年比は+3.0ptの上昇となりました。カテゴリー別の消費意向をみると、前月比では「レジャー」「旅行」「食品」が20件以上減少し、前年比では「旅行」「日用品」が20件以上増えています。前月と比べると外出関連への意向は減少していますが、前年と比べるとコロナ禍で制限されていた旅行への意向は高まっているようです。

消費意欲指数

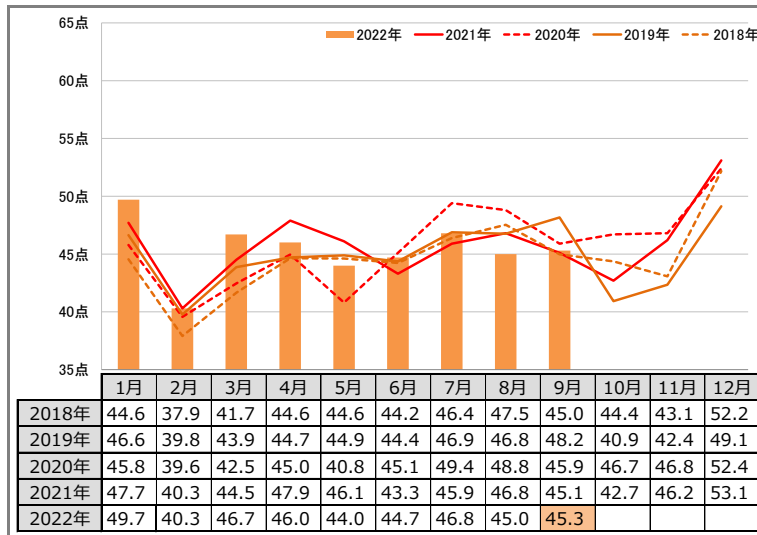
■ 時系列グラフ

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(9月)の消費意欲は何点くらいですか。(自由回答)

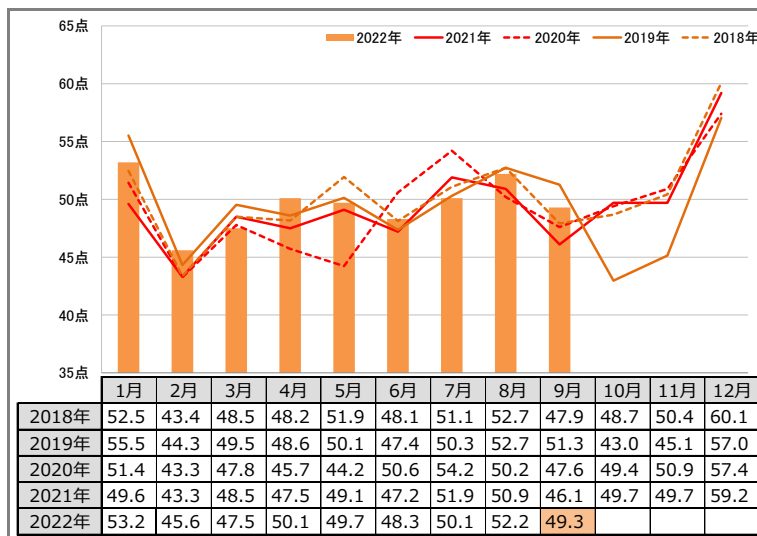
【全体】



【男性】



【女性】



※調査では小数第2位まで集計していますが、本稿は小数第1位まで(小数第2位を四捨五入)を表示しているため、点数差は見た目の数値と異なる場合があります。

消費意欲指数

■ 性別/年代別比較

	(点)						22年9月比較	
	22年4月	22年5月	22年6月	22年7月	22年8月	22年9月	前月比	前年比
全体	48.0	46.8	46.5	48.5	48.6	47.3	-1.3	1.8
男性	46.0	44.0	44.7	46.8	45.0	45.3	0.4	0.3
女性	50.1	49.7	48.3	50.1	52.2	49.3	-2.9	3.3
20代	51.5	46.6	48.6	50.7	52.5	51.1	-1.4	3.2
30代	49.0	50.5	47.9	49.2	48.1	46.5	-1.6	2.3
40代	47.8	43.9	47.5	49.2	45.6	46.4	0.8	1.3
50代	46.6	46.1	43.2	46.6	48.8	44.4	-4.4	-0.5
60代	46.0	48.1	45.6	46.9	49.0	49.6	0.6	3.3

+3pt以上の増加

-3pt以上の減少

■ 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～【今まで多く使った反動で節約】>

- ・最近買うものが増えてきたので、9月からは控えたい。お金をかけずに楽しめる趣味も増えているから(40点・男性23歳・大阪府)
- ・8月の夏休みに家族で旅行に行ったり、お盆には親戚が集まりいろいろ準備もあるので9月はなるべくお金を使わないようにしたい(20点・男性39歳・埼玉県)
- ・冷蔵庫、エアコン、タイヤと支出が多かった(20点・男性49歳・埼玉県)
- ・先月、今月で旅行に行き、欲しい物をほとんど買ってしまっから(30点・男性57歳・愛知県)
- ・8月の出費が多いから(20点・男性60歳・愛知県)
- ・春から夏にかけて交際費(旅行等)や家計の出費が多かったため、秋は節約したいと考えているから(40点・女性27歳・愛知県)
- ・夏休み中に出費が多かったため、節約したいと思っています(30点・女性39歳・大阪府)
- ・買い物をした気持ちはあるが、8月に多めに買ってしまったため控えなければいけないから(40点・女性45歳・岐阜県)
- ・7月の出費が多かった(海外旅行、エアコン購入、スマホ機種変更など)ので、今月カードの支払いが多すぎて購買意欲が湧かない(30点・女性52歳・兵庫県)
- ・ここ数ヶ月予定より使いすぎているから(30点・女性65歳・東京都)

<生活者の声～消費意欲指数の理由～【物価高/値上げ/円安】>

- ・物価高に円安が加速して財布の紐を締めていかなくてはならない(30点・男性29歳・愛知県)
- ・物価が上がっているのに、必要最低限以外の買い物は少し控えたいと思う(30点・男性38歳・大阪府)
- ・コロナ禍で収入が減っており、さらにウクライナ情勢が改善しないせいで物価がどんどん上がっているから。現在は新聞の定期購読も止めようかと真剣に検討している(0点・男性45歳・愛知県)
- ・値上げに辟易して購買意欲を削がれている(5点・男性55歳・千葉県)
- ・物価が上がって年金は下がり買う意欲がない(30点・男性65歳・大阪府)
- ・日用品が値上げしており将来が不安だから貯蓄へ回したい(30点・女性33歳・岐阜県)
- ・物価が上がっているのに、生活必需品以外にあまり物を買いたくない(10点・女性35歳・兵庫県)
- ・これから益々物価が高くなるので気を引き締めていきたい(20点・女性48歳・神奈川県)
- ・インフレ値上げが多いのとコロナ禍で値上げ情報がでたときに必要なものは購入しているので今は購入したいものがない(5点・女性50歳・兵庫県)
- ・物価高なので、全てにおいて最低限の必要性を考え買い控える(20点・女性68歳・東京都)

()内点数:消費意欲指数

(参考) 新型コロナウイルス周りの主な動き ※前回調査(7月1日～4日)後より今回調査(8月4日～8日)まで

- 7月5日 全国の新規感染者数、5月以来の4万人超
- 7月20日 全国の新規感染者数が初めて20万人を超える
- 7月21日 沖縄県、医療非常事態宣言発出
- 7月28日 東京都の新規感染者数4万人超
- 8月2日 全国の新規感染者数が26万人超で最多更新
- 8月3日 全国の自宅療養者数は前週比の約1.3倍の145万人で、3週連続の最多更新

補足資料③

特に買いたいモノ・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)

	2022年9月(%)	前月比(pt)	前年比(pt)
全体	27.3	-1.2	3.0
男性	25.4	-0.4	1.9
女性	29.3	-1.9	4.3

■ 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】(410人)

参考:男性(191人)

参考:女性(219人)

順位	カテゴリー	9月 (人数)	前月比	前年比
1	食品	189	-24	+15
2	ファッション	184	+10	+13
3	外食	173	-6	+11
3	旅行	173	-30	+22
5	飲料	141	-15	+18
6	書籍・エンタメ	123	+15	+6
7	化粧品	117	+14	+10
8	レジャー	112	-44	+19
9	理美容	105	+9	-11
10	日用品	104	+17	+21
11	家電・AV	87	+3	-4
12	インテリア用品	69	+15	+13
13	パソコン・タブレット・周辺機器	56	±0	-9
13	装飾品	56	+1	-3
15	スマートフォン・携帯電話	47	+2	-6
16	車・バイク	41	-5	-6

順位	カテゴリー	9月 (人数)	前月比	前年比
1	旅行	86	-17	+15
2	食品	81	-5	±0
3	外食	74	+3	-2
4	飲料	65	+1	+2
5	ファッション	60	-6	-9
6	書籍・エンタメ	53	+5	-7
7	レジャー	44	-27	±0
8	家電・AV	42	-11	-10
9	パソコン・タブレット・周辺機器	34	-11	-8
10	車・バイク	30	-9	-9
11	スマートフォン・携帯電話	29	±0	-5
12	理美容	26	±0	-14
13	日用品	25	-10	-5
14	インテリア用品	21	+1	-4
15	装飾品	18	-10	-7
16	化粧品	15	+2	-2

順位	カテゴリー	9月 (人数)	前月比	前年比
1	ファッション	124	+16	+22
2	食品	108	-19	+15
3	化粧品	102	+12	+12
4	外食	99	-9	+13
5	旅行	87	-13	+7
6	日用品	79	+27	+26
6	理美容	79	+9	+3
8	飲料	76	-16	+16
9	書籍・エンタメ	70	+10	+13
10	レジャー	68	-17	+19
11	インテリア用品	48	+14	+17
12	家電・AV	45	+14	+6
13	装飾品	38	+11	+4
14	パソコン・タブレット・周辺機器	22	+11	-1
15	スマートフォン・携帯電話	18	+2	-1
16	車・バイク	11	+4	+3

<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	122	143	187	169	136	757
女性	118	139	183	164	139	743
合計	240	282	370	333	275	1,500
調査方法	インターネット調査					
調査時期	2022年8月4日(木)～8日(月)(2012年5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。

・博報堂生活総合研究所は、8/24日付で「2022年8月 新型コロナウイルスに関する生活者調査」を発表いたしました。

<https://www.hakuhodo.co.jp/uploads/2022/08/20220824-1.pdf>

こちらは、毎月第3～4週頃に発表する予定です。併せてご利用下さい。

問い合わせ先 博報堂生活総合研究所(近藤・内濱) 03-6441-6450 seikatsusoken.info@hakuhodo.co.jp
株式会社博報堂 広報室(山田) 03-6441-6161 koho.mail@hakuhodo.co.jp

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/2022-09/>)からダウンロードしていただけます。