

来月の消費予報

10月の消費意欲指数は、物価上昇の影響で前月から横ばい。 特定カテゴリーでは高い消費意向

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。※9月1-5日に調査(詳細はP5)
2022年10月の消費意欲指数は46.9点。前月比は-0.4ptの横ばい、前年比では+0.8ptの微増となりました。

10月の消費意欲指数



【前月比】

-0.4 ポイント

【前年比】

+0.8 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(10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(10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。

10月のポイント

Point1：物価上昇の影響で指数は例年同水準も、秋らしい意欲は高まる

例年10月の消費意欲指数は、前月と同水準で推移することが多く、今年も前月から-0.4ptの横ばいで、前年からは+0.8ptの微増となりました。

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(9月302件→10月376件)は増加し、ネガティブな回答(9月927件→10月832件)は減少しています。具体的にポジティブな回答では、「(秋冬の服が欲しいなど)季節的な意欲向上(9月65件→120件)」「旅行の予定や欲しいものがある(9月143件→10月170件)」が増加しています。ネガティブな回答では「今月まで多く使った反動でセーブ(9月109件→53件)」が減少する一方、「物価高/値上げ/円安(9月101件→10月121件)」が増加しています。

前年と比べると、前月比と同様、消費にポジティブな回答(21年10月335件→22年10月376件)は増加し、ネガティブな回答(21年10月909件→22年10月832件)は減少しています。具体的には、緊急事態宣言中だった昨年に比べ「(気候的に外出の頻度が増えそうなど)季節的な意欲向上(21年10月106件→22年10月120件)」や「旅行の予定や欲しいものがある(21年10月130件→22年10月170件)」が増加し、「コロナで外出自粛」などのコロナ禍に関するネガティブな回答(21年10月211件→22年10月29件)は大幅に減少しています。一方、前年にはなかった問題として「物価高/値上げ/円安(21年10月3件→22年10月121件)」が浮上しています。

秋らしい消費意欲は高まっているにもかかわらず、消費意欲指数は横ばいにとどまっており、物価高の影響がうかがえます。

Point2：消費意向は前月比で衣・食が、前年比では外出関連カテゴリーが増加

「特に買いたいモノ/利用したいサービスがある」人の割合は前月比+2.8pt、前年比+2.3ptと、ともに上昇して10月として過去5年の最高値となりました。

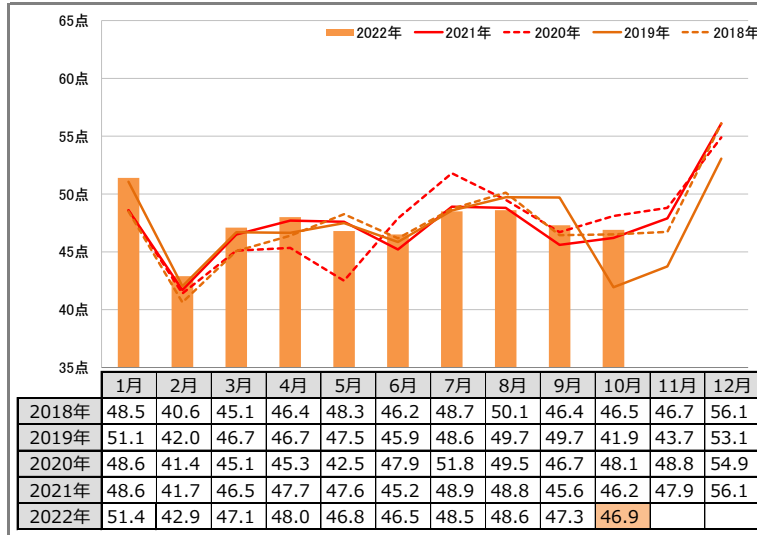
カテゴリー別の消費意向をみると、前月比では「ファッション」「食品」「外食」が20件以上増加しています。また、前年比では、「外食」「旅行」「レジャー」が20件以上増加し、「インテリア用品」が20件以上減少しています。消費意欲が高まりづらい状況にある中でも、前月と比べると衣・食、前年と比べると外出関連など、特定のカテゴリーでは意向が高まりそうです。

消費意欲指数

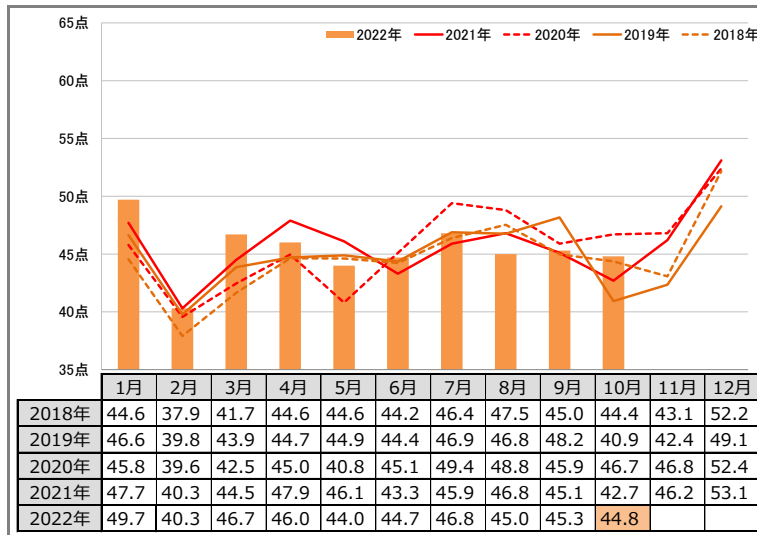
■ 時系列グラフ

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(10月)の消費意欲は何点くらいですか。(自由回答)

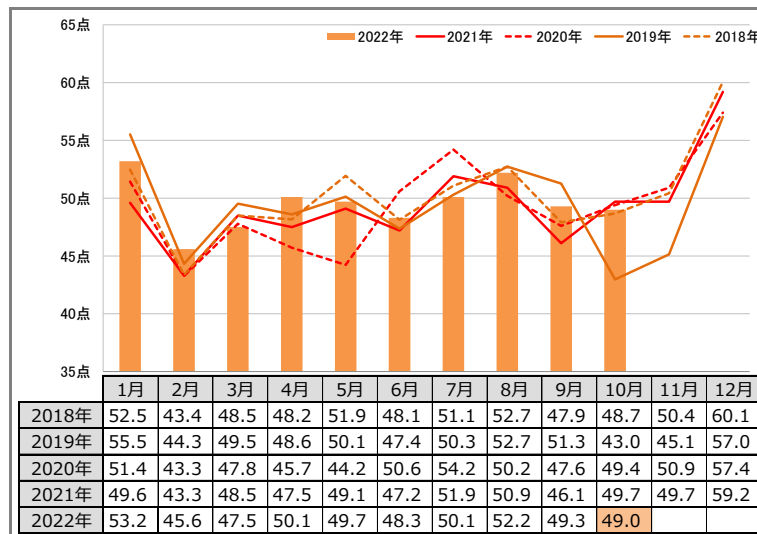
【全体】



【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

(pt)

	(点)						22年10月比較	
	22年5月	22年6月	22年7月	22年8月	22年9月	22年10月	前月比	前年比
全体	46.8	46.5	48.5	48.6	47.3	46.9	-0.4	0.8
男性	44.0	44.7	46.8	45.0	45.3	44.8	-0.5	2.2
女性	49.7	48.3	50.1	52.2	49.3	49.0	-0.4	-0.7
20代	46.6	48.6	50.7	52.5	51.1	48.1	-3.0	-1.7
30代	50.5	47.9	49.2	48.1	46.5	49.8	3.3	3.2
40代	43.9	47.5	49.2	45.6	46.4	45.0	-1.4	1.1
50代	46.1	43.2	46.6	48.8	44.4	44.0	-0.4	-0.6
60代	48.1	45.6	46.9	49.0	49.6	49.1	-0.6	1.6

■ +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～【季節的な意欲向上/旅行の予定】>

- ・涼しくなり、出かけやすいため。ショッピングなど出かける機会が増えそう(70点・男性23歳・愛知県)
- ・毎年楽しみにしているキノコ狩りに出かけるから(90点・男性37歳・東京都)
- ・洋服や財布を購入したいから(80点・男性48歳・奈良県)
- ・必要な日用品が多いし、子どもたちの服も買ってあげないといけないため(90点・男性57歳・兵庫県)
- ・秋本番で紅葉見物や観光地巡りに最適、収穫の秋でもあり旅行意欲が高まる(85点・男性68歳・神奈川県)
- ・秋から冬にかけて沢山可愛い服が出てきて爆買いしたいのとライブもあるため(100点・女性25歳・愛知県)
- ・暑さも終わりそうで秋冬物が欲しくなる。スキンケアなどを冬用に買い替えたいから(80点・女性36歳・千葉県)
- ・秋らしくなり、必要なものが増えたり、出かける事が増えそうだから(80点・女性47歳・兵庫県)
- ・涼しくなってきたら、秋物の服を買ったり、美容院に行ったりしたいから(95点・女性57歳・愛知県)
- ・コロナも少し落ち着いたら、ゆっくり買い物や旅行に行きたい(100点・女性69歳・大阪府)

<生活者の声～消費意欲指数の理由～【物価高/値上げ/円安】>

- ・値上がりがあるので今月である程度済ませておきたい(30点・男性24歳・大阪府)
- ・値上がりがラッシュ、保育料も上がるため、購買意欲は湧かない(10点・男性35歳・大阪府)
- ・物価上昇から節約しないとけない反面、普段の頑張りからご褒美も(50点・男性45歳・愛知県)
- ・物価高で購買を控えるつもりだから(30点・男性52歳・東京都)
- ・品物の価格が様々な方面で変更されることで必要であるかどうかよく見極めて行動することが予想される(50点・男性62歳・埼玉県)
- ・育休中で収入が減っているのに加え、物価高や円安の影響もあり意欲は減少傾向にある(30点・女性26歳・大阪府)
- ・物価高の中住宅ローンや子育て資金、出産資金を鑑みると、その他の支出を極限まで抑える必要があるため(10点・女性30歳・千葉県)
- ・どんどん物価が上がってきて、今まで気楽に購入していたものが、買わなくていいものに思えてきたから(40点・女性43歳・愛知県)
- ・いろいろ値上がりしてるし今後も値上がりしそうだから預金したい(0点・女性51歳・大阪府)
- ・いろいろなものが値上げしていて、10月にも更に値上げがあると聞いているので(10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(8月4日～8日)後より今回調査(9月1日～5日)まで

- 8月上旬 全国の感染者数は増加傾向で推移 20万人を超える日が多数
- 中～下旬 お盆明けも20万人台の感染者数が続く 岸田首相、夏休み明けにり患(8月21日)
一日の死者数、200人台を上回る規模が続く。300人超の日も
- 8月24日 政府、り患者の全数把握について、簡略化を自治体に認める方針を発表
- 8月31日 専門家会議、直近1週間の全国感染者数は前週比0.79倍で再び減少に、と発表

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(10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10月(%)	前月比(pt)	前年比(pt)
全体	30.1	2.8	2.3
男性	29.0	3.6	4.4
女性	31.3	2.0	0.2

■ 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】(452人)

参考:男性(218人)

参考:女性(234人)

順位	カテゴリー	10月 (人数)	前月比	前年比
1	ファッション	215	+31	+6
2	食品	211	+22	+7
3	外食	195	+22	+31
4	旅行	187	+14	+54
5	飲料	146	+5	+9
6	書籍・エンタメ	125	+2	+2
7	レジャー	111	-1	+22
8	化粧品	108	-9	+4
8	理美容	108	+3	+7
10	家電・AV	98	+11	+1
10	日用品	98	-6	±0
12	パソコン・タブレット・周辺機器	63	+7	-4
13	インテリア用品	52	-17	-20
14	スマートフォン・携帯電話	51	+4	+4
15	車・バイク	49	+8	+12
16	装飾品	46	-10	-12

順位	カテゴリー	10月 (人数)	前月比	前年比
1	旅行	93	+7	+33
2	食品	89	+8	+16
3	外食	79	+5	+11
4	ファッション	76	+16	+3
5	飲料	69	+4	+4
6	書籍・エンタメ	67	+14	+6
7	家電・AV	55	+13	+6
8	レジャー	51	+7	+12
9	パソコン・タブレット・周辺機器	42	+8	-7
10	車・バイク	38	+8	+13
11	スマートフォン・携帯電話	34	+5	+5
11	日用品	34	+9	-1
13	理美容	27	+1	+8
14	装飾品	19	+1	-3
15	インテリア用品	16	-5	-10
16	化粧品	10	-5	±0

順位	カテゴリー	10月 (人数)	前月比	前年比
1	ファッション	139	+15	+3
2	食品	122	+14	-9
3	外食	116	+17	+20
4	化粧品	98	-4	+4
5	旅行	94	+7	+21
6	理美容	81	+2	-1
7	飲料	77	+1	+5
8	日用品	64	-15	+1
9	レジャー	60	-8	+10
10	書籍・エンタメ	58	-12	-4
11	家電・AV	43	-2	-5
12	インテリア用品	36	-12	-10
13	装飾品	27	-11	-9
14	パソコン・タブレット・周辺機器	21	-1	+3
15	スマートフォン・携帯電話	17	-1	-1
16	車・バイク	11	±0	-1

<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(10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(10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9月1日(木)～5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、9/21日付で「2022年9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/2022/09/20220921.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/2022-10/>)からダウンロードしていただけます。