

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より低下。
旅行や外食など多くのカテゴリーで意欲が高まらず

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。

※8月3-7日に調査(詳細はP5)

2023年9月の消費意欲指数は47.2点。前月比-3.4ptで低下、前年比-0.1ptで横ばいとなりました。

9月の消費意欲指数



【前月比】

【前年比】

-3.4 ポイント

-0.1 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 夏休み、帰省シーズンの反動や物価高の影響で、消費意欲は前月より低下

例年9月は、夏休みや帰省シーズンのある8月に比べて消費意欲指数が低下する月です。今年も前月比-3.4pt低下しました。また、前年比では-0.1ptで横ばいとなっています。

消費意欲指数の理由(自由回答)をみると、前月と比べて消費にポジティブな回答(8月442件→9月302件)は減少し、ネガティブな回答(8月812件→9月880件)は増加しています。具体的にポジティブな回答では、「(夏休み・連休があるからなど)季節的な意欲向上(8月176件→9月65件)」や、「旅行の予定がある/行きたい(8月74件→9月35件)」が減少しています。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55件→9月91件)」が増加しました。また、前月やや落ち着きをみせていた「物価高・値上げ・円安(8月88件→9月116件)」は、再び増加しています。

前年と比べると、消費にポジティブな回答(22年9月302件→23年9月302件)は横ばい、ネガティブな回答(22年9月927件→23年9月880件)は減少しました。具体的にネガティブな回答では、「金銭的な理由で節約、我慢(22年9月181件→23年9月161件)」や、「今後の出費予定のために我慢(22年9月155件→23年9月135件)」が減っています。

新型コロナ5類移行後初の夏休みや帰省で、財布の紐が緩んでいたシーズンが過ぎたことと、ガソリンの価格急騰など物価高への懸念により、今年の9月の消費意欲は、例年同様控えめになることが予想されます。

Point2 消費意向は、「旅行」「外食」を中心に多くのカテゴリーで前月比、前年比減

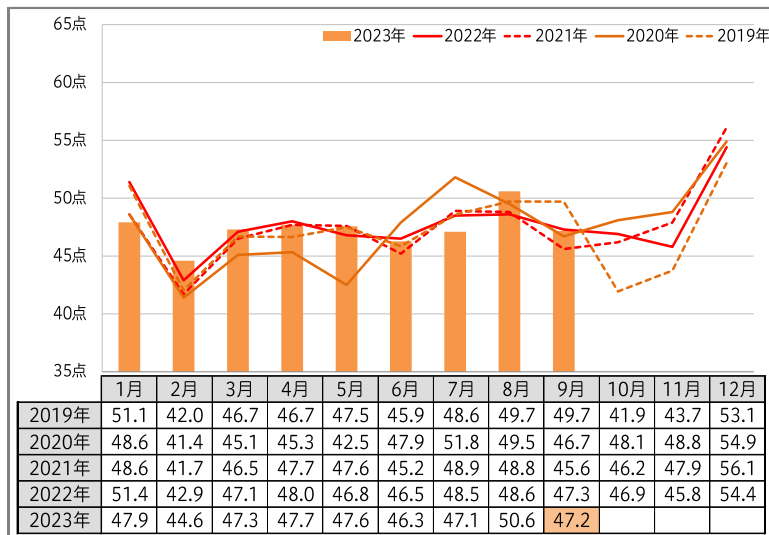
「特に買いたいモノ・利用したいサービスがある」人の割合は24.8%で、前月比では-6.5ptと大きく下がり、前年比でも-2.5ptと低下しました。16カテゴリー別の消費意向をみると、前月比、前年比ともに20件以上増加したカテゴリーはありません。一方、20件以上減少したカテゴリーは、前月比で「旅行」「外食」「レジャー」など14カテゴリー、前年比では「外食」「食品」「インテリア用品」など9カテゴリーです。なかでも「旅行」「外食」「レジャー」は前月比で80件以上減少と、特に大きく減少しています。夏休みシーズンで大きく盛り上がった前月から一転、外出関連カテゴリーを中心に、幅広いカテゴリーで消費意向が落ち着く月となりそうです。

消費意欲指数

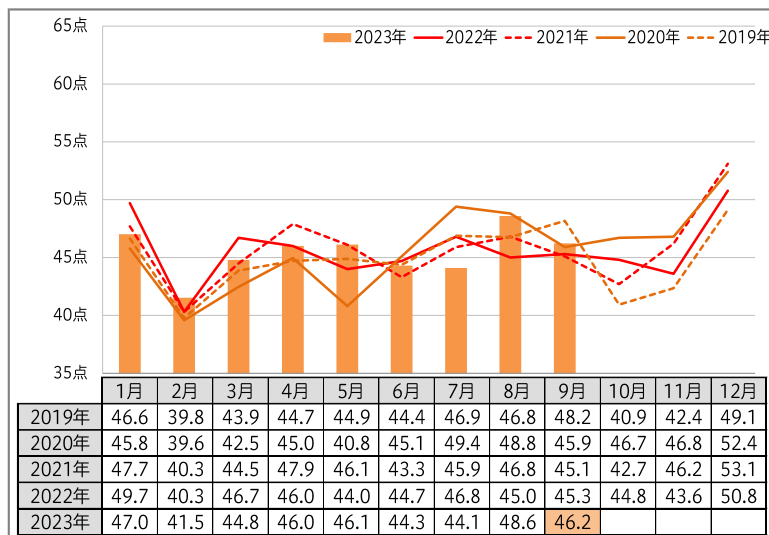
■ 時系列グラフ

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(9月)の消費意欲は何点くらいですか。(自由回答)

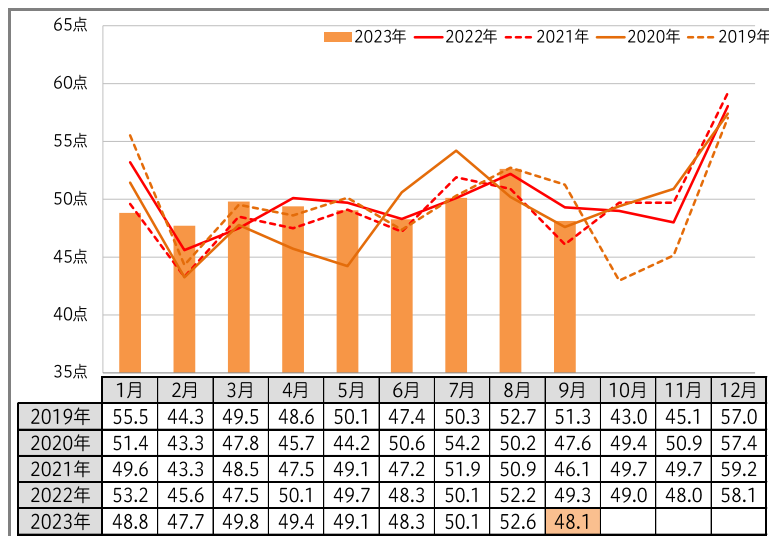
【全体】



【男性】



【女性】



消費意欲指数

■ 性別/年代別比較

(pt)

	(点)						23年9月比較	
	23年4月	23年5月	23年6月	23年7月	23年8月	23年9月	前月比	前年比
全体	47.7	47.6	46.3	47.1	50.6	47.2	-3.4	-0.1
男性	46.0	46.1	44.3	44.1	48.6	46.2	-2.4	+0.9
女性	49.4	49.1	48.3	50.1	52.6	48.1	-4.5	-1.2
20代	50.2	49.4	49.5	50.8	55.0	47.7	-7.3	-3.4
30代	48.6	52.2	45.6	48.9	51.6	49.8	-1.8	+3.3
40代	44.2	45.9	46.5	47.4	49.2	46.3	-2.9	-0.0
50代	45.3	44.3	43.3	43.3	47.3	45.6	-1.7	+1.2
60代	52.1	47.4	47.6	46.3	51.7	47.1	-4.6	-2.5

+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～【今月までに多く使った反動で節約】>

- ・8月は給料の割に出費が多いため9月は最小限に抑えたいから(10点・男性27歳・千葉県)
- ・お盆などで少し散財する可能性があるため、節約のため(30点・男性37歳・愛知県)
- ・8月に2回旅行に行くため、それ以降は出費を抑えたいから(10点・男性43歳・大阪府)
- ・特に必要な物が無い。お盆でお金を使う機会が増えるので節約志向(30点・男性51歳・岐阜県)
- ・7月に消費額が多かったため(20点・男性64歳・東京都)
- ・今月に大きな買い物をいくつかしてしまったので、来月以降は節約したいと考えているから(30点・女性28歳・兵庫県)
- ・夏休みにお金を使いすぎたから(40点・女性32歳・三重県)
- ・今年上半期で色々大きな買い物をしたので出費を抑えたいから(30点・女性47歳・東京都)
- ・7月、すごく消費したので(20点・女性58歳・大阪府)
- ・今年のお盆休みには出かける予定もあるし、物の値上がりなどもあり節約せざるを得ない(20点・女性62歳・愛知県)

<生活者の声～消費意欲指数の理由～【物価高・値上げ・円安】>

- ・ガソリン代を筆頭に物価も高くなっているため、消費意欲も抑制されると思うから(40点・男性26歳・愛知県)
- ・エアコンなど電気代が高くなるので、消費はなるべく抑えたい(20点・男性35歳・神奈川県)
- ・全てが値上がりしているのに給料は増えないから。買えるはずがない(20点・男性42歳・大阪府)
- ・物価上昇により値段に見合った商品が減ってきた(10点・男性57歳・東京都)
- ・光熱費をはじめ、食材などの大幅な値上げの最中、消費意欲は極限にない(0点・男性62歳・三重県)
- ・値段高騰により買いたいって思うことがかなり少なくなった(30点・女性31歳・三重県)
- ・食品などの値上げが多く、出費が増えているため、消費意欲が高まらない(40点・女性36歳・東京都)
- ・食品ほか、物が値上がりしている。支払いの時に、時々ぞっとすることがあり、気分が良くない。今後長い年月のことを思うと、お金を使いたくないと思う(20点・女性42歳・大阪府)
- ・物価が高くなっているため、チマチマと節約して乗り切ろうと思ってます(1点・女性59歳・大阪府)
- ・ガソリンなどの物価高で消費意欲はさらに失われると思うから(20点・女性64歳・埼玉県)

()内点数:消費意欲指数

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)

	2023年9月(%)	前月比(pt)	前年比(pt)
全体	24.8	-6.5	-2.5
男性	22.9	-7.2	-2.5
女性	26.7	-5.9	-2.6

■ 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】(372人)

参考: 男性(173人)

参考: 女性(199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	156	-65	-28
2	旅行	155	-105	-18
3	食品	154	-61	-35
4	外食	130	-95	-43
5	飲料	117	-60	-24
6	書籍・エンタメ	95	-41	-28
7	レジャー	94	-81	-18
8	化粧品	89	-36	-28
9	理美容	81	-37	-24
10	日用品	78	-36	-26
11	家電・AV	70	-32	-17
12	スマートフォン・携帯電話	53	-4	+6
13	パソコン・タブレット・周辺機器	52	-13	-4
14	装飾品	42	-31	-14
15	インテリア用品	39	-31	-30
16	車・バイク	28	-24	-13

順位	カテゴリー	9月(人数)	前月比	前年比
1	食品	64	-21	-17
1	旅行	64	-67	-22
3	ファッション	53	-26	-7
3	外食	53	-42	-21
5	飲料	52	-22	-13
6	書籍・エンタメ	47	-17	-6
7	家電・AV	43	-17	+1
8	レジャー	42	-42	-2
9	スマートフォン・携帯電話	39	+6	+10
10	パソコン・タブレット・周辺機器	37	-3	+3
11	車・バイク	24	-13	-6
12	理美容	23	-9	-3
13	日用品	22	-18	-3
14	装飾品	18	-9	±0
15	インテリア用品	16	-11	-5
16	化粧品	13	-8	-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	103	-39	-21
2	旅行	91	-38	+4
3	食品	90	-40	-18
4	外食	77	-53	-22
5	化粧品	76	-28	-26
6	飲料	65	-38	-11
7	理美容	58	-28	-21
8	日用品	56	-18	-23
9	レジャー	52	-39	-16
10	書籍・エンタメ	48	-24	-22
11	家電・AV	27	-15	-18
12	装飾品	24	-22	-14
13	インテリア用品	23	-20	-25
14	パソコン・タブレット・周辺機器	15	-10	-7
15	スマートフォン・携帯電話	14	-10	-4
16	車・バイク	4	-11	-7

<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

調査人数 合計1,500人

	20代	30代	40代	50代	60代	合計
男性	129	143	176	178	128	754
女性	127	137	174	176	132	746
合計	256	280	350	354	260	1,500

調査方法 インターネット調査

調査時期 2023年8月3日(木)～7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。

問い合わせ先 博報堂生活総合研究所(近藤・加藤) 03-6447-2992 seikatsusoken.info@hakuholdo.co.jp
株式会社博報堂 広報室(山田) 03-6441-6161 koho.mail@hakuholdo.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/2023-09/>)からダウンロードしていただけます。