

来月の消費予報

夏休みの反動や物価高の影響で、9月の消費意欲指数は前月比減。「旅行」「飲料」など幅広いカテゴリーで意向が高まらず

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1-5日に調査(詳細はP5)

2024年9月の消費意欲指数は45.8点。前月比で-1.5pt、前年比でも-1.4ptと、ともに低下しました。

9月の消費意欲指数



【前月比】

-1.5 ポイント

【前年比】

-1.4 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」と回答した人にも具体的に「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 消費意欲は、例年同様8月から低下。一旦落ち着いた物価高の影響も再燃

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。今年も前月比で-1.5pt、前年比でも-1.4ptと、ともに低下しました。

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364件→9月291件)は減少し、ネガティブな回答(8月840件→8月888件)は増加しました。具体的には、ポジティブな回答で、「(夏休み・連休があるからなど)季節的な意欲向上(8月140件→9月65件)」「旅行の予定がある・行きたい(8月68件→9月32件)」が減少しています。ネガティブな回答では、「欲しいものがない・すでに買った(8月248件→9月312件)」「今月までに多く使った反動で節約(8月54件→9月97件)」が増加しました。また、8月に減少していた「物価高・値上げ・円安」は、再び増加(7月155件→8月82件→9月110件)しました。前年比では、消費にポジティブな回答(23年9月302件→24年9月291件)、ネガティブな回答(23年9月880件→24年9月888件)ともに横ばいとなっています。具体的には、ポジティブな回答で、「出費の予定・欲しいものがある(23年9月157件→24年9月137件)」がやや減少し、ネガティブな回答では、「金欠・収入減などで余裕がない(23年9月67件→24年9月87件)」がやや増加した程度で、ポジティブな回答、ネガティブな回答ともに、大幅に増減した項目はありません。

夏休みや帰省シーズンを終えたことで節約意識が強まったことに加え、物価高への懸念が再び高まっており、例年と同様、9月の消費意欲は控えめになると予想されます。

Point2 消費意向は「旅行」「飲料」「レジャー」など、幅広いカテゴリーで前月比減

「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23.2%で、前月比では-4.9ptと大幅に低下し、前年比でも-1.6ptと低下しました。

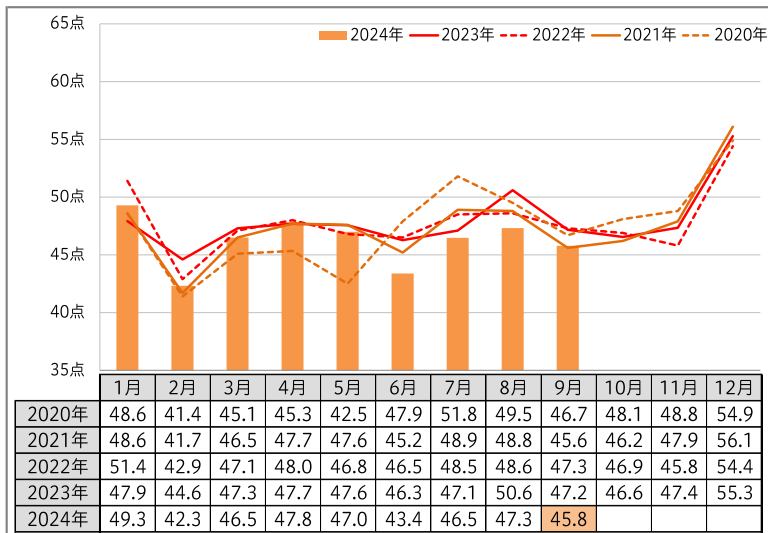
16カテゴリー別の消費意向をみると、前月比では「旅行」「飲料」「レジャー」「外食」「食品」「ファッション」「理美容」「家電・AV」の8カテゴリーが20件以上減少しました。前年比では20件以上増減したカテゴリーはありません。夏休みや帰省シーズンを終え、旅行やレジャー、食関連など、幅広いカテゴリーで消費意向が落ち着く月となりそうです。

消費意欲指数

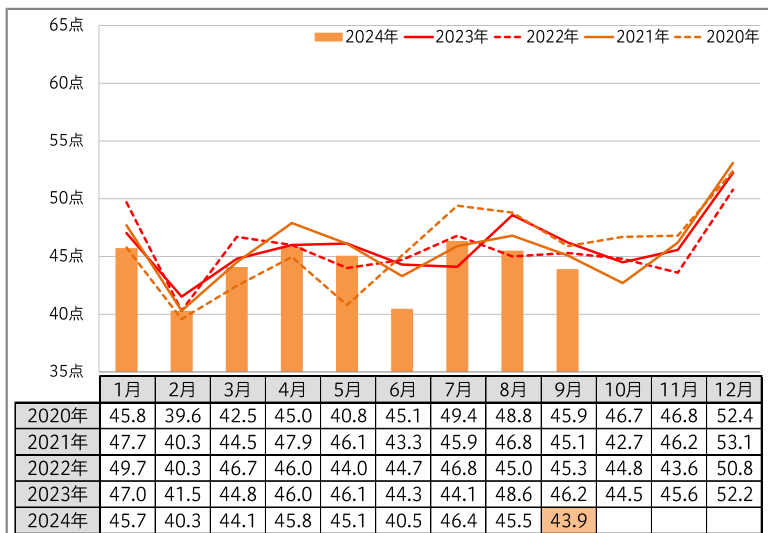
■ 時系列グラフ

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)

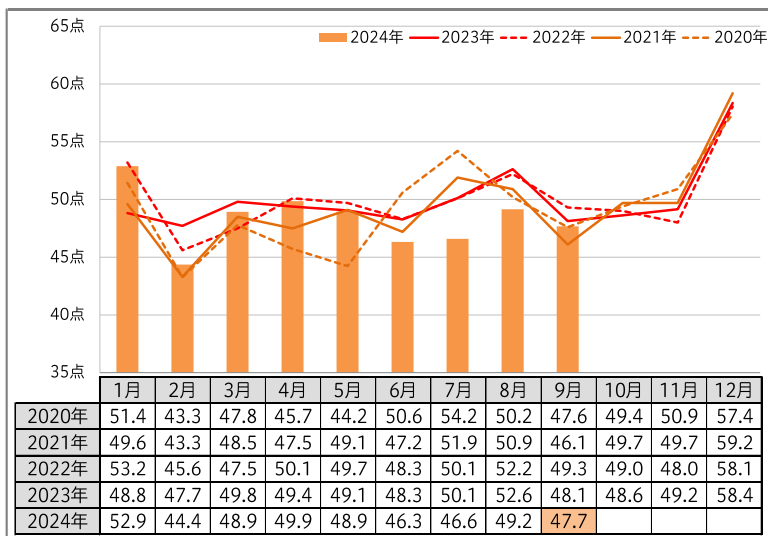
【全体】



【男性】



【女性】



消費意欲指数

■ 性別/年代別比較

(pt)

	(点)						24年9月比較	
	24年4月	24年5月	24年6月	24年7月	24年8月	24年9月	前月比	前年比
全体	47.8	47.0	43.4	46.5	47.3	45.8	-1.5	-1.4
男性	45.8	45.1	40.5	46.4	45.5	43.9	-1.6	-2.3
女性	49.9	48.9	46.3	46.6	49.2	47.7	-1.5	-0.5
20代	49.4	51.4	45.3	48.8	51.0	49.4	-1.7	+1.7
30代	49.3	45.4	43.3	47.7	47.4	47.7	+0.3	-2.1
40代	46.6	48.7	43.1	46.6	48.4	45.0	-3.4	-1.3
50代	45.6	43.5	41.6	44.1	44.4	43.6	-0.9	-2.0
60代	49.4	47.2	44.6	46.1	46.4	44.4	-2.0	-2.7

※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。

+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月に旅行の予定があるため(30点・男性20歳・愛知県)
- ・夏に使ったので、秋は抑えたい(10点・男性30歳・埼玉県)
- ・8月の出費が多そうなので、9月は消費意欲を抑えようと考えているからです(40点・男性40歳・大阪府)
- ・生活必需品以外に欲しい物は思い当たらず、先月までに大きい出費があったから(20点・男性54歳・愛知県)
- ・8月に旅行で散財する予定があるため(20点・男性66歳・大阪府)
- ・8月に高額な買い物をしたため(20点・女性23歳・東京都)
- ・8月と10月に大きな出費の予定があるので、9月はセーブしながら生活すると思う(30点・女性31歳・埼玉県)
- ・夏休みで出費が増えると思うから(40点・女性47歳・岐阜県)
- ・年末までに買いたい物があって、9月はまだ貯蓄する月だから。5月に大きな買い物をしたことも理由にあります(10点・女性58歳・大阪府)
- ・8月に洗濯機の買い換え時期で出費が大きく、当分は家計簿をチェックして出費を減らす努力をしたいから(20点・女性60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】>

- ・物価高や住宅ローン金利引上げにより不安が続きそうなため(0点・男性28歳・大阪府)
- ・まだまだ物価が上がりそうで購入意欲がわからない(30点・男性39歳・東京都)
- ・物価上昇により食費などが負担になっていて、更に支出を削減する必要があるため(20点・男性47歳・大阪府)
- ・いろんな物が値上がりしているから(30点・男性50歳・神奈川県)
- ・物価の上昇が続いているため、できるだけ節約したいため(30点・男性64歳・愛知県)
- ・物価が高いから(10点・女性27歳・埼玉県)
- ・7月分の電気代が想像より高く、また日用品も値上がりしているの、できる限り節約していきたいから(30点・女性37歳・大阪府)
- ・物価の値上がり、実際は報道されているよりかなり大きいと感じるため(40点・女性49歳・大阪府)
- ・また値上げがあるようだし、必要な物以外は買わないようにしているから(30点・女性52歳・愛知県)
- ・購入したい物があっても物価上昇のため意欲は下がる(20点・女性63歳・神奈川県)

()内点数:消費意欲指数

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)

	2024年9月(%)	前月比(pt)	前年比(pt)
全体	23.2	-4.9	-1.6
男性	21.2	-7.2	-1.7
女性	25.2	-2.5	-1.5

■ 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】(348人)

順位	カテゴリー	9月(人数)	前月比	前年比
1	食品	161	-50	+7
2	ファッション	148	-48	-8
3	旅行	142	-76	-13
4	外食	140	-54	+10
5	飲料	111	-64	-6
6	書籍・エンタメ	91	-16	-4
7	化粧品	90	+4	+1
8	レジャー	83	-56	-11
9	日用品	74	-15	-4
9	理美容	74	-21	-7
11	家電・AV	63	-21	-7
12	パソコン・タブレット・周辺機器	46	+3	-6
13	スマートフォン・携帯電話	44	+3	-9
14	装飾品	41	-9	-1
14	インテリア用品	41	-8	+2
16	車・バイク	30	-8	+2

参考:男性(160人)

順位	カテゴリー	9月(人数)	前月比	前年比
1	食品	65	-27	+1
2	旅行	64	-44	±0
3	ファッション	52	-20	-1
4	飲料	51	-33	-1
5	外食	50	-34	-3
6	書籍・エンタメ	38	-17	-9
7	パソコン・タブレット・周辺機器	36	±0	-1
8	レジャー	35	-31	-7
9	家電・AV	30	-20	-13
10	スマートフォン・携帯電話	29	+5	-10
11	日用品	25	-6	+3
12	車・バイク	23	-6	-1
13	インテリア用品	19	-3	+3
14	装飾品	18	-7	±0
15	理美容	17	-9	-6
16	化粧品	12	-4	-1

参考:女性(188人)

順位	カテゴリー	9月(人数)	前月比	前年比
1	食品	96	-23	+6
1	ファッション	96	-28	-7
3	外食	90	-20	+13
4	化粧品	78	+8	+2
4	旅行	78	-32	-13
6	飲料	60	-31	-5
7	理美容	57	-12	-1
8	書籍・エンタメ	53	+1	+5
9	日用品	49	-9	-7
10	レジャー	48	-25	-4
11	家電・AV	33	-1	+6
12	装飾品	23	-2	-1
13	インテリア用品	22	-5	-1
14	スマートフォン・携帯電話	15	-2	+1
15	パソコン・タブレット・周辺機器	10	+3	-5
16	車・バイク	7	-2	+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

調査人数 合計1,500人

	20代	30代	40代	50代	60代	合計
男性	128	140	171	184	131	754
女性	125	137	168	183	133	746
合計	253	277	339	367	264	1,500

調査方法 インターネット調査

調査時期 2024年8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 QO株式会社(旧 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@hakuodo.co.jp
株式会社博報堂 広報室(成田・白川) 03-6441-6161 koho.mail@hakuodo.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/2024-09/>)からダウンロードしていただけます。