

来月の消費予報

ブラックフライデーなどセールへの期待が高まる一方、物価高や節約意識も影響し、11月の消費意欲指数は前年並みに

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。

※10月1-7日に調査(詳細はP5)

2026年11月の消費意欲指数は46.6点。前月比では+0.9ptとやや上昇し、前年比では+0.3ptで横ばいとなりました。

11月の消費意欲指数



【前月比】

【前年比】

+0.9 ポイント

+0.3 ポイント

■：前月比/前年比で上昇 ■：前月比/前年比で下落

「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」と回答した人により、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

Point1 セールへの期待は高まるも、年末年始に向けた節約意識と物価高の影響が強まる

例年11月は、消費意欲指数が前月から微増することが多い月で、今年も前月比で+0.9ptとやや上昇しました。前年比では、+0.3pt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(10月344件→11月336件)、ネガティブな回答(10月865件→11月881件)はともに横ばいとなりました。具体的には、ポジティブな回答で「(セールがある・欲しい商品の発売時期など)買いたい物の好機(10月8件→11月41件)」が増加しています。その他に目立って増減した項目はありません。ネガティブな回答では、「年末年始のために我慢(10月15件→11月61件)」「金銭的な理由で節約・我慢(10月176件→11月215件)」が増加した一方で、「欲しいものがない・意欲がない(10月362件→11月313件)」が減少しています。

前年と比べると、消費にポジティブな回答(25年11月349件→26年11月336件)、ネガティブな回答(25年11月862件→26年11月881件)はともにほぼ横ばいとなりました。具体的には、ポジティブな回答で、「(セールがある・欲しい商品の発売時期など)買いたい物の好機(25年11月22件→26年11月41件)」がやや増加していますが、「(季節もの以外で)出費の予定・欲しいものがある(25年11月172件→26年11月146件)」がやや減少しています。ネガティブな回答では、「節約・儉約したい(25年11月39件→26年11月76件)」が増加した一方で、「欲しいものがない・意欲がない(25年11月360件→26年11月313件)」が減少しています。

また、「物価高・値上げ・円安」は、前月比で増加、前年比でもやや増加しており、依然として高い水準が続いています(25年11月179件→26年10月164件→26年11月191件)。※10月には食品飲料で3,000品目以上が値上げされています。9月に引き続き、2ヵ月連続で値上げが3,000品目を超えるのは3年3ヵぶりです。(出典：帝国データバンク『「食品主要195社」価格改定動向調査-2026年10月』)

11月はセールへの期待がみられ、自由回答にブラックフライデーへの言及も散見されます。しかし、物価高への懸念が高水準で推移していることと、年末年始に向けて節約への意識が強まっていることを背景に、昨年同様、11月の消費意欲は高まりきらないことが予想されます。

Point2 消費意向は、外出・食関連で前月比・前年比ともに減少

「特に買いたいモノ・利用したいサービスがある」人の割合(消費意向)は25.7%で、前月比で-0.7ptと横ばい、前年比で-2.4ptと低下しました。

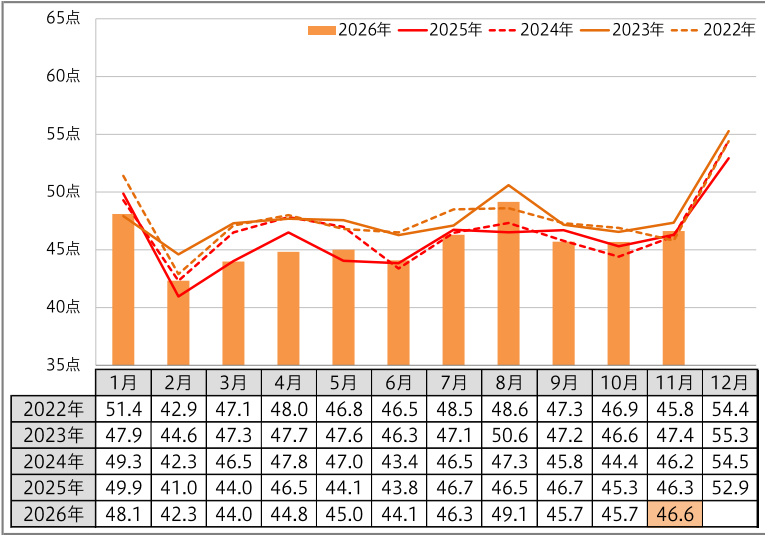
16カテゴリー別の消費意向をみると、前月比で「旅行」「外食」が20件以上減少しています。前年比では「旅行」「食品」「外食」「飲料」で20件以上減少しました。外出や食関連で前月比、前年比ともに減少し、11月の消費意向は控えめとなる見通しです。

消費意欲指数

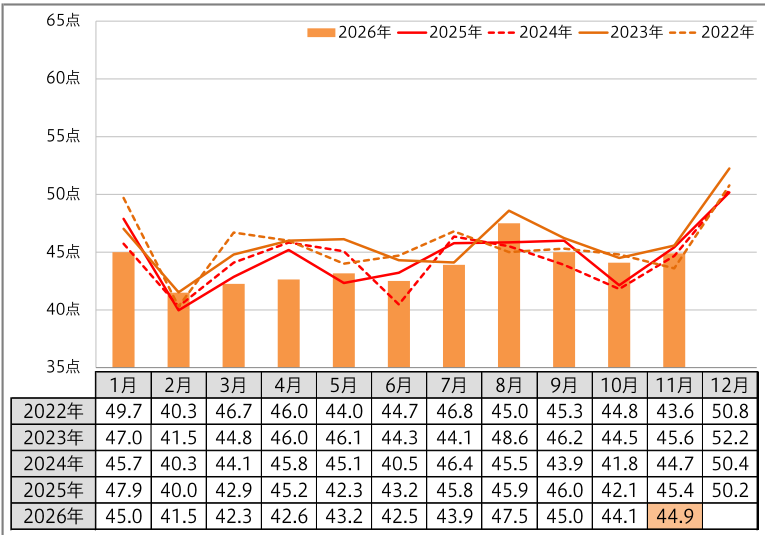
■ 時系列グラフ

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)

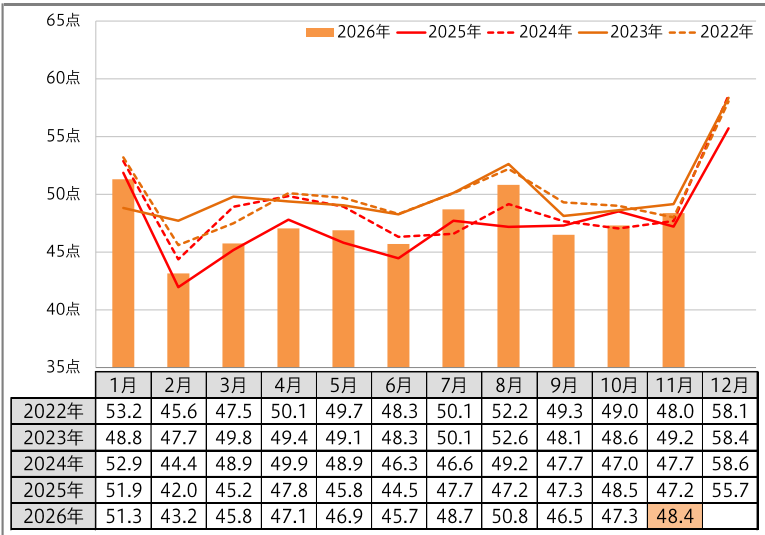
【全体】



【男性】



【女性】



消費意欲指数

性別/年代別比較

							(pt)	
							26年11月比較	
	26年6月	26年7月	26年8月	26年9月	26年10月	26年11月	前月比	前年比
全体	44.1	46.3	49.1	45.7	45.7	46.6	+0.9	+0.3
男性	42.5	43.9	47.5	45.0	44.1	44.9	+0.8	-0.5
女性	45.7	48.7	50.8	46.5	47.3	48.4	+1.1	+1.2
20代	43.4	48.1	50.9	48.4	52.3	50.5	-1.8	-1.4
30代	45.7	48.5	51.6	46.2	46.0	46.6	+0.6	-1.3
40代	43.4	47.9	51.0	44.4	44.5	46.3	+1.8	+1.6
50代	44.0	44.8	47.1	44.2	42.8	44.5	+1.6	+1.2
60代	44.0	42.8	46.0	46.6	44.9	46.6	+1.7	+0.8

※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～【(セールがあるなど)買い物の好機】>

- ・話題の新型ゲーム機をブラックフライデーでゲットしたいと思っているから(80点・男性22歳・大阪府)
- ・ブラックフライデーで欲しいものがあるから(90点・男性39歳・愛知県)
- ・11月は各サービスでブラックフライデーがあり、安く買える機会があるから(80点・男性46歳・東京都)
- ・欲しいものが何点かあることや、ハロウィンやブラックフライデーのようなイベントで購入したいものが安くなることが予想されるため(50点・男性59歳・大阪府)
- ・ネットセール(100点・男性64歳・愛知県)
- ・大手ECでブラックフライデーがあるから(95点・女性25歳・大阪府)
- ・ブラックフライデーがあるからです(50点・女性34歳・千葉県)
- ・11月は、ブラックフライデーのセールがやっている店舗が多いので、色々欲しくなりそう(70点・女性40歳・愛知県)
- ・今年の春に新車、夏にエアコン4台、今月食洗機&ガスコンロを買ったので、11月は控えるべきところ、ブラックフライデーに大手ECにて毎年恒例の生活用品(主に洗剤、シャンプー)のまとめ買いはしたいから(70点・女性54歳・千葉県)
- ・ブラックフライデーを待っているから(100点・女性68歳・岐阜県)

<生活者の声 ～消費意欲指数の理由～【物価高・値上げ・円安】>

- ・物価高で買えない(1点・男性25歳・大阪府)
- ・物価がさらに上がり節約したい気持ちが高いから(10点・男性35歳・岐阜県)
- ・電気代ガス代水道代の高騰だけでなく、様々な食料品が高騰してしまって余裕が無いから(10点・男性42歳・埼玉県)
- ・今月からまた値上げラッシュで、生活コストがどんどん上がってきているから(20点・男性53歳・大阪府)
- ・物価高の状態がいつまで続くか不透明なので、なるべく節約したいから(10点・男性67歳・神奈川県)
- ・何もかも高くなっているので、節約したいから(10点・女性27歳・愛知県)
- ・値上げ品が多いため(20点・女性39歳・大阪府)
- ・何でも物価が上がっているから、そこまで意欲は高くありません(20点・女性42歳・大阪府)
- ・12月が年末年始で出費がかさむので11月は消費を抑えたい。物価高が続いているので、食費や光熱費など必要最小限の消費に留めたい(40点・女性55歳・神奈川県)
- ・公共料金、食料品など、値上げが続いているので(10点・女性61歳・愛知県)

()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(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)

	2026年11月(%)	前月比(pt)	前年比(pt)
全体	25.7	-0.7	-2.4
男性	24.3	-0.5	-3.5
女性	27.1	-0.8	-1.3

■ 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】(385人)

参考：男性(184人)

参考：女性(201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	179	+12	-19
2	食品	175	-15	-26
3	外食	145	-38	-24
4	旅行	134	-45	-30
5	飲料	121	- 8	-22
6	書籍・エンタメ	120	-19	- 2
7	レジャー	101	-14	+ 5
8	化粧品	94	-14	-15
8	日用品	94	-19	+ 3
10	家電・A V	90	+18	+18
11	理美容	85	-13	-12
12	スマートフォン・携帯電話	55	+12	+ 2
13	インテリア用品	50	-11	+ 2
14	パソコン・タブレット・周辺機器	49	+ 5	+ 5
15	装飾品	47	- 9	- 3
16	車・バイク	39	+ 1	+ 1

順位	カテゴリー	11月 (人数)	前月比	前年比
1	食品	73	- 7	-20
2	ファッション	72	+20	- 4
3	旅行	71	-12	- 1
4	外食	69	-14	- 6
5	書籍・エンタメ	68	+ 2	- 9
6	飲料	59	- 4	-17
7	家電・A V	58	+13	+11
8	レジャー	46	- 9	- 1
9	スマートフォン・携帯電話	37	+ 8	- 3
10	パソコン・タブレット・周辺機器	36	+ 2	+ 2
11	日用品	34	- 7	- 2
12	車・バイク	31	- 1	+ 2
13	理美容	27	+ 3	- 2
14	インテリア用品	26	- 3	+ 6
15	装飾品	23	± 0	+ 1
16	化粧品	19	+ 4	- 5

順位	カテゴリー	11月 (人数)	前月比	前年比
1	ファッション	107	- 8	-15
2	食品	102	- 8	- 6
3	外食	76	-24	-18
4	化粧品	75	-18	-10
5	旅行	63	-33	-29
6	飲料	62	- 4	- 5
7	日用品	60	-12	+ 5
8	理美容	58	-16	-10
9	レジャー	55	- 5	+ 6
10	書籍・エンタメ	52	-21	+ 7
11	家電・A V	32	+ 5	+ 7
12	装飾品	24	- 9	- 4
12	インテリア用品	24	- 8	- 4
14	スマートフォン・携帯電話	18	+ 4	+ 5
15	パソコン・タブレット・周辺機器	13	+ 3	+ 3
16	車・バイク	8	+ 2	- 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(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

調査人数 合計1,500人

	20代	30代	40代	50代	60代	合計
男性	123	137	163	193	141	757
女性	119	134	159	190	141	743
合計	242	271	322	383	282	1,500

調査方法 インターネット調査

調査時期 2026年10月1日(木)～7日(水) (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

<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(加藤・近藤)
株式会社博報堂 広報室(河村・大賀)

seikatsusoken.info@hakuodo.co.jp
koho.mail@hakuodo.co.jp

データ公開 2012年5月から最新月までの「消費意欲指数(点)」と「特に買いたいモノ・利用したいサービスがある人の割合(%)」について、調査データをご希望の方は生活総研サイトの「お問い合わせ」よりご連絡ください