

## 博報堂生活総合研究所 「消費ショートレポート」

11月の消費意欲指数は **51.8** 点

先月(47.4点)より4.4点増加

欲しいモノ・サービスのある人は **32.5** %

先月(32.3%)より0.2ポイント増加

**[全体概要]**11月の消費意欲指数は調査開始以来最低だった先月より大きく増加し、50点台を回復しました。特に女性での増加(6.2点)が目立ちます。「欲しいモノ・サービスがある人」の割合も、先月よりやや増えました。消費意欲指数が高い理由としては、女性を中心に「冬服が欲しい」という声が多くあげられています。「冬用家電を買いたい」という声もあり、寒い時期に向けての準備が始まるようです。

「欲しいモノ・サービス」を見ると、「モノ」では、暖房器具などの「家電」や、女性を中心にコートなどの「服」をあげる人が大幅に増えています。一方、「サービス」は、「旅行」やアウトドアレジャーなどを中心に全般的に減少しました。寒い季節になるためか、外での活動が減るようです。11月は、消費意欲で聞かれた声や「欲しいモノ・サービス」の内容を見ても、「冬仕度消費が始まる月」と言えそうです。

**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)の消費意欲は何点ぐらいですか。」(点数とその理由)

**欲しいモノ・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。」(SA/あると回答した方には具体的なモノ・サービスを自由回答で聴取)

## 1. 消費意欲指数について

### ■消費に対して積極的な理由

冬に向かう季節ということで、コートなど「冬服を買いたい」という声が女性の20代、30代を中心に多くなっています。また、暖房器具や加湿器などの「家電」を買いたいという声もあがっています。

#### <生活者の声・男性>

- ・コートやジャケットが冬に向けて欲しい  
(90点・20代・愛知県)
- ・空気清浄機と加湿器が欲しい  
(80点・40代・大阪府)
- ・冬に備えて欲しいものが多い  
(70点・50代・埼玉県)

#### <生活者の声・女性>

- ・11月になると寒くなって冬物が欲しくなる  
(85点・20代・大阪府)
- ・夜は寒くなってきたし秋冬物の服や雑貨を買いたくなる  
(90点・30代・岐阜県)
- ・寒くなっているので冬物衣料や暖房器具を買いたい  
(75点・60代・千葉県)

### ■消費に対して消極的な理由

「年末年始に備えて消費を抑える」という声が男女ともに多くなっています。また、「ボーナスが出るまで我慢」「セール待ち」といった声も聞かれます。

#### <生活者の声・男性>

- ・ボーナス前なのでそれほど買い物意欲は高くない  
(30点・30代・千葉県)
- ・12月の出費に備えて控える  
(20点・40代・大阪府)
- ・年末年始に向けて出費抑えたい  
(30点・50代・愛知県)

#### <生活者の声・女性>

- ・ボーナス前なので買い物は控える 買いたいものはセール待ち  
(30点・30代・千葉県)
- ・年末年始はお金がかかるので  
(30点・40代・大阪府)
- ・バーゲン前だしお正月で物入りだから  
(20点・50代・愛知県)

#### 《お知らせ》消費意欲指数が変わりました。

2011年5月から3ヶ月に一度ご報告していた「消費意欲指数」が、2012年5月にリニューアルしました。調査が3ヶ月に一度から毎月に、調査エリアは全国から首都圏、名古屋圏、阪神圏になりました。詳細は6ページの調査概要をご確認ください。

## ■ 性年代分析

男女別の消費意欲指数をみると、男性が47.1点で先月比2.7点増加、女性が56.6点で6.2点増加と、ともに調査開始以来最低だった先月より大きく増加しました。女性の30代と60代は調査開始以来の最高値を記録しました。

男性をみると、全年代で先月よりアップしました。先月40点割れだった40代も3.9点増え43.7点に、また60代は50点台を回復しました。消費意欲指数が高い理由をみると、30代から50代で「家電製品やパソコンなどが欲しい」という人が多くなっています。また、20代では「冬服を買いたい」という人も目立ちます。低い理由では、「年末年始に備え消費を抑える」という人が30代以上で多くあげられました。

女性でも全年代で先月を上回り、いずれの年代も50点を超えました。特に、30代と60代は先月より大幅にアップし、調査開始以来最高となっています。消費意欲指数が高い理由では、20代、30代を中心に各年代で「冬服を買いたい」という人が多くなっています。また、50代、60代では「季節がよくなって意欲が湧く」という声もあげられました。低い理由では、男性同様「年末年始に備えて抑える」という人が40代を中心に多くなっています。「ボーナス前だから」「セール待ち」といった声も30代、40代で聞かれます。

※データの詳細については4p目「参考データ」をご参照ください。



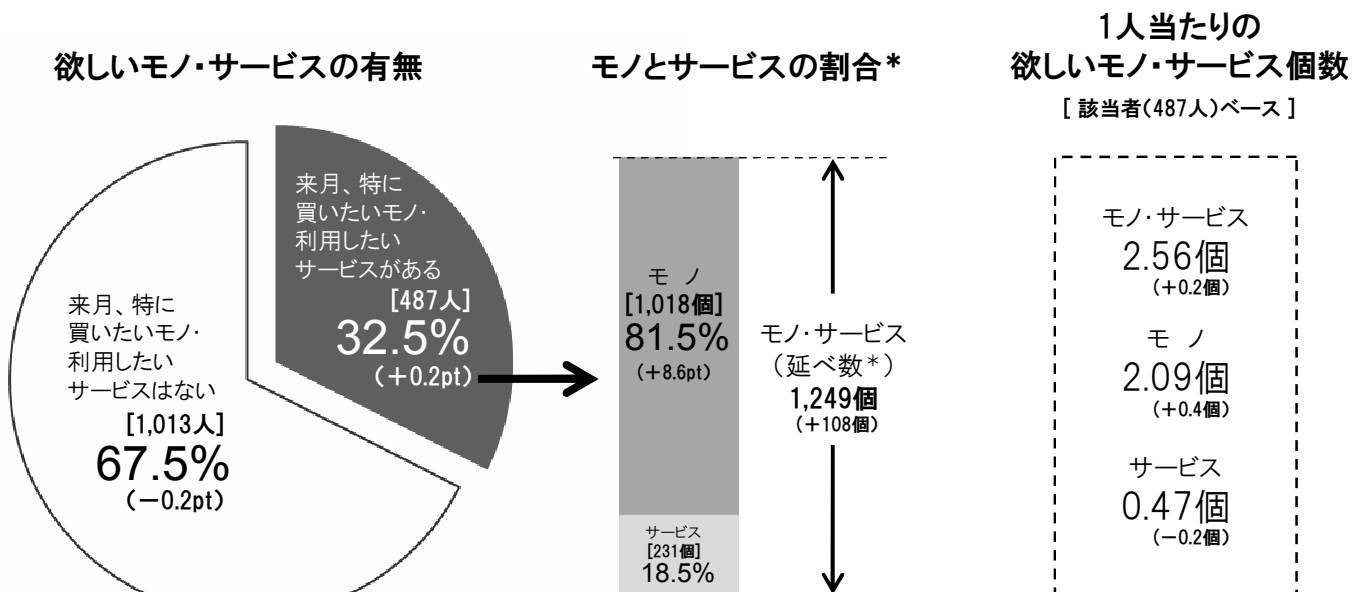
\* ( )内の数値: 前回調査(10月)の点数。↑は前回比較でプラス、↓はマイナス、→は変わらずを示す。

## 2. 欲しいモノ・サービスについて

Q. 「あなたは来月(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。」(SA)

「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とは何ですか。」

(買いたいモノ・利用したいサービスがあると回答した人のみ/ 思いつくものを全て自由回答で記述)



※[ ]内は今回の該当者人数。  
※( )内の数値は先月比の差分。

\*モノとサービスの割合: 自由回答をモノとサービスに分類して、カウント。  
\*延べ数: 自由回答で、1人が複数個回答している場合も全てカウントしています。  
※[ ]内は今回の個数  
※( )内の数値は先月比の差分。

※( )内の数値は先月比の差分。

## ■「モノ」について

「欲しいモノ」の数は、先月より2割ほど増え1018個、7月の1166個に次ぎ調査開始以来2番目の多さになりました。特に、女性は先月に比べ31%増の637個と大幅に増えました。女性では「服」や「靴」などファッション関連のモノが大幅に増えています。コートやブーツなど冬用のアイテムが多くあげられました。また、暖房器具など「家電」をあげる人も増えています。11月は冬支度が始まる月と言えそうです。

## ■「サービス」について

「欲しいサービス」の数は231個、先月(309個)に比べ25%ほどの減少です。寒い時期になるためか、外での活動が全般的に鈍くなるようです。男女ともに「旅行」やアウトドアのレジャーやイベントが減っています。また、「外食」も全体ではやや減りました。ただ、女性では先月と同様に多くあげられ、女性中心に食欲の秋は続いているようです。

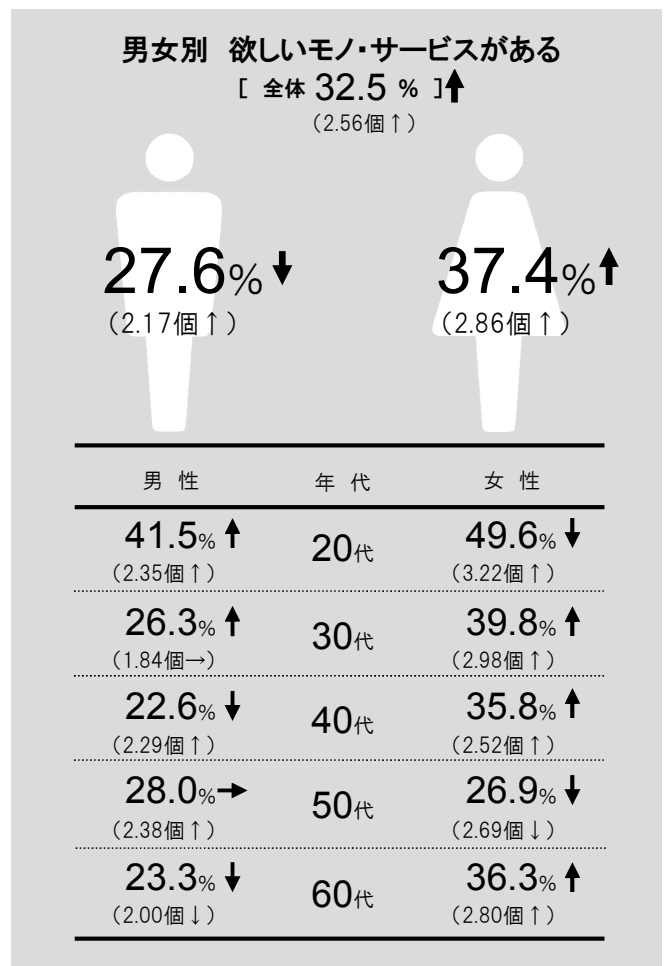
## ■ 性年代分析

「欲しいモノ・サービスがある」と答えた人の割合は、女性は2.1ポイント増加の37.4%でしたが、男性は先月比1.9ポイント減少の27.6%でした。男女の差が約10ポイントと大きくなっています。「欲しいモノ・サービス」の一人当たり個数は男性が2.17個で先月より0.14個増加、女性が2.86個で0.23個の増加でした。

性年代別の特徴をあげると、男性では「欲しいモノ・サービスがある」人の割合が、20代、30代でやや増加しましたが、40代と60代では減っています。「欲しいモノ」をみると、「家電」や「携帯・スマートフォン」「カメラ」などは先月と同じレベルですが、「PC」が50代、60代で増えています。20代、30代では「服」や「靴」をあげる人が多くなっています。「欲しいサービス」では、「旅行」が減少しました。50代、60代も他の年代より多いものの、その数は減っています。

女性をみると、「欲しいモノ・サービスがある」人の割合は、20代と50代でやや減りましたが、30代、40代、60代では増えています。60代は調査開始以来最も高くなっています。「欲しいモノ」をみると、50代を除き「服」や「靴」などファッション関連が大きく増えています。特に30代と60代はほぼ倍増です。また、暖房器具などの「家電」が40代以上を中心に増えました。「欲しいサービス」では「旅行」が男性同様減りましたが、「外食」は各年代で先月並みにあげられています。

※データの詳細については4~5p目の「参考データ」をご参照ください。



\* ( )内の数値:1人当たりの欲しいモノ・サービスの個数

# 参考データ

## 1. 消費意欲指数 性年代別時系列表

調査月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月
全体	49.6	51.4	54.6	52.4	51.9	47.4	51.8
男性計	45.8	48.8	51.0	50.9	49.1	44.4	47.1
男性20代	47.3	53.4	55.9	55.2	51.9	49.0	49.4
男性30代	47.1	48.4	50.9	50.1	49.7	43.3	43.9
男性40代	44.0	45.1	50.0	50.9	44.2	39.8	43.7
男性50代	40.8	45.8	49.4	49.4	50.3	46.0	49.2
男性60代	49.1	52.0	49.8	49.6	50.4	45.5	50.5
女性計	53.5	54.0	58.2	54.0	54.9	50.4	56.6
女性20代	56.4	56.7	66.9	57.7	54.3	54.5	58.1
女性30代	55.3	57.9	58.4	54.9	56.8	52.7	58.9
女性40代	50.7	51.2	57.4	52.9	52.9	47.3	53.3
女性50代	53.6	50.6	55.6	53.5	54.4	50.6	55.3
女性60代	52.4	53.8	54.8	51.9	55.5	48.2	57.4

(単位:点)

## 2. 欲しいモノ・サービスのある人の推移

		欲しいモノ・サービスがある人の割合 (単位:%)					
調査月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月
全体	31.6	31.3	39.0	31.1	26.4	32.3	32.5
男性計	26.7	29.3	36.1	30.3	25.4	29.5	27.6
男性20代	28.5	40.7	51.2	40.7	37.4	40.7	41.5
男性30代	31.6	31.0	41.5	34.5	25.1	25.1	26.3
男性40代	22.6	27.4	39.9	35.7	19.0	25.0	22.6
男性50代	21.2	24.2	25.0	24.2	23.5	28.0	28.0
男性60代	28.8	25.2	23.9	17.2	24.5	31.3	23.3
女性計	36.6	33.4	42.0	32.0	27.5	35.3	37.4
女性20代	53.0	48.7	66.7	49.6	35.9	51.3	49.6
女性30代	47.0	41.0	45.2	38.0	31.3	35.5	39.8
女性40代	30.2	24.7	39.5	27.2	30.2	32.7	35.8
女性50代	30.0	25.4	33.8	29.2	18.5	31.5	26.9
女性60代	26.2	29.8	30.4	20.8	22.0	29.2	36.3

\* 個数の推移表は次ページを参照

### 3. 欲しいモノ・サービスの個数の推移

		モノ・サービス計 (単位:個数)					
調査月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月
全体	1123	1209	1455	1112	882	1141	1249
男性計	414	526	602	478	386	452	454
男性20代	58	131	137	121	95	108	120
男性30代	112	115	162	121	92	79	83
男性40代	83	107	135	129	64	91	87
男性50代	51	68	76	52	67	67	88
男性60代	110	105	92	55	68	107	76
女性計	709	683	853	634	496	689	795
女性20代	162	166	232	173	117	163	187
女性30代	229	207	194	178	118	151	197
女性40代	118	90	177	115	123	132	146
女性50代	103	89	125	87	46	122	94
女性60代	97	131	125	81	92	121	171

		一人当たりの個数 (単位:個数)					
調査月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月
全体	2.37	2.57	2.49	2.38	2.23	2.35	2.56
男性計	2.05	2.37	2.21	2.09	2.01	2.03	2.17
男性20代	1.66	2.62	2.17	2.42	2.07	2.16	2.35
男性30代	2.07	2.17	2.28	2.05	2.14	1.84	1.84
男性40代	2.18	2.33	2.01	2.15	2.00	2.17	2.29
男性50代	1.82	2.13	2.30	1.63	2.16	1.81	2.38
男性60代	2.34	2.56	2.36	1.96	1.70	2.10	2.00
女性計	2.61	2.75	2.73	2.66	2.43	2.63	2.86
女性20代	2.61	2.91	2.97	2.98	2.79	2.72	3.22
女性30代	2.94	3.04	2.59	2.83	2.27	2.56	2.98
女性40代	2.41	2.25	2.77	2.61	2.51	2.49	2.52
女性50代	2.64	2.70	2.84	2.29	1.92	2.98	2.69
女性60代	2.20	2.62	2.45	2.31	2.49	2.47	2.80

# 調査概要

## 質問項目 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)の消費意欲は何点ぐらいですか？  
(点数とその理由)

## 欲しいモノ・サービスの有無

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。(SA)  
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とは何ですか。(OA  
思いつくものをいくつかでも記入)

**調査地域** 首都40km圏、名古屋40km圏、阪神30km圏

**調査手法** インターネット調査

**調査対象** 20歳から69歳までの男女1,500サンプル(有効回収数)  
人口構成比を反映するよう、エリア別に性年齢10歳刻みで割付

合計	男性	20代	30代	40代	50代	60代	女性	20代	30代	40代	50代	60代
1500	757	123	171	168	132	163	743	117	166	162	130	168

合計	首都 40km圏	名古屋 40km圏	阪神 30km圏
1500	500	500	500

**調査時期** 2012年10月4日(木)～9(火)

**企画・分析** 博報堂生活総合研究所

**実施・集計** 株式会社 東京サーベイリサーチ