

2015.09.01

消費動向編 [消費意欲指数] [デフレ生活指数]

生活インデックスとは、生活総研が生活者の意識変化を読み解くために、【消費動向】【生活感情】【生活価値観】の3つの領域から開発したオリジナルの指数です。今回の生活インデックスレポートでは、【消費動向】(消費意欲・デフレ生活志向)に関する分析結果についてご報告いたします。

【質問文】

- 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。その理由をお答えください。
- Q) デフレ生活志向(安くモノを買いたい、安く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)のデフレ生活志向は何点くらいですか。その理由をお答えください。

■9月の消費動向《概況》

[消費意欲指数 48.5点] [デフレ生活指数 62.5点]

9月の消費意欲指数は48.5点で、前月から-1.8ポイントの低下となりました。前年同月比は-0.1ポイントでほぼ前年並み。

デフレ生活指数は62.5点で、前月比は+0.3ポイントの横ばい。前年同月比も+0.7ポイントでほぼ前年並みでした。

■9月の消費動向に関するポイント

POINT

例年よりも、8月からの消費意欲の反動減は小幅に。 シルバーウィークや和らぐ暑さへの期待、秋物衣料の購入意向が下支え

9月は例年、8月までの出費(ボーナス、夏休み関連など)の反動で消費意欲指数が下がる月ですが、今年は前月比-1.8ポイントの微減にとどまりました(過去の9月の前月比:13年-6.5ポイント、14年-3.0ポイント)。

消費意欲指数の理由(自由回答)を見ると、「シルバーウィークがあるから外出・買い物したい」、「気候的に、出かける機会が増えそう」、「秋物の服が欲しい」など、季節的な要因を挙げる回答が前年よりも増えています(14年9月54件→15年9月106件)。

今年の9月は、6年ぶりの大型連休(シルバーウィーク)が控えているのと、8月に猛暑が続いた影響で暑さが和らぐ9月への期待が高まったという、2つの要因が消費意欲を下支えし、8月の反動減を小幅にとどめたようです。

また、この傾向は特に女性で顕著です。13年、14年の9月は、男女とも消費意欲指数が前月から低下していましたが、今年は、女性は前月と変わらない結果となっています。

<過去の9月の前月比・男女別> 13年: 男性-5.5ポイント、女性-7.5ポイント
14年: 男性-3.0ポイント、女性-3.0ポイント
15年: 男性-3.5ポイント、女性±0.0ポイント

＜生活者の声～消費意欲指数の理由～ ①シルバーウィーク、連休があるから＞ ()内点数:消費意欲指数

- ・連休があるので出掛ける可能性もある(40点・男性39歳・愛知県)
- ・シルバーウィークに、行楽に出かけたいから(90点・男性44歳・岐阜県)
- ・夏は仕事で休みが取れなかったので、その分5連休で遊ぶ(90点・男性64歳・東京都)

- ・シルバーウィークに旅行に行くから(85点・女性27歳・大阪府)
- ・シルバーウィークがあるので(70点・女性31歳・埼玉県)
- ・旅行をシルバーウィークに予定している(50点・女性53歳・愛知県)

＜生活者の声～消費意欲指数の理由～ ②季節・気候的に外出、買い物の機会が増えそう＞ ()内点数:消費意欲指数

- ・暑さがおさまれば、買い物に行く気になるから(85点・男性34歳・愛知県)
- ・涼しくなって買い物日和(90点・男性53歳・東京都)
- ・暑さも少し弱まると、落ち着いて買物の事を考えられると思うから(60点・男性66歳・大阪府)
- ・今現在、暑さでやる気が削がれているが、涼しくなれば消費意欲が出ると思う(80点・女性24歳・大阪府)
- ・今よりは涼しくなると、お買い物に出かけるのも楽しそうだから(80点・女性47歳・東京都)
- ・涼しくなってオシャレしたくなる(80点・女性50歳・大阪府)

＜生活者の声～消費意欲指数の理由～ ③秋物衣料の購入意向＞ ()内点数:消費意欲指数

- ・夏が終わり、秋物アイテムを購入したい(90点・男性37歳・愛知県)
- ・秋物の服を買いたい(100点・男性45歳・愛知県)
- ・秋物のファッションを購入したいと考えている(70点・55歳・東京都)
- ・9月になると秋服が出て来てショッピングが楽しくなるので、購買意欲があがると思う(80点・女性26歳・大阪府)
- ・秋物のファッションが気になる時期だから(80点・43歳・大阪府)
- ・秋物の服などを買いたいと思う(70点・女性65歳・愛知県)

* 詳細データについては3ページ目以降の「時系列グラフ」をご参照ください。

* 指数と同時に聴取している「特に買いたいモノ・利用したいサービス」がある人の割合、「特に安く買いたいモノ・安く利用したいサービス」がある人の割合については8ページ目の「補足資料」をご参照ください。

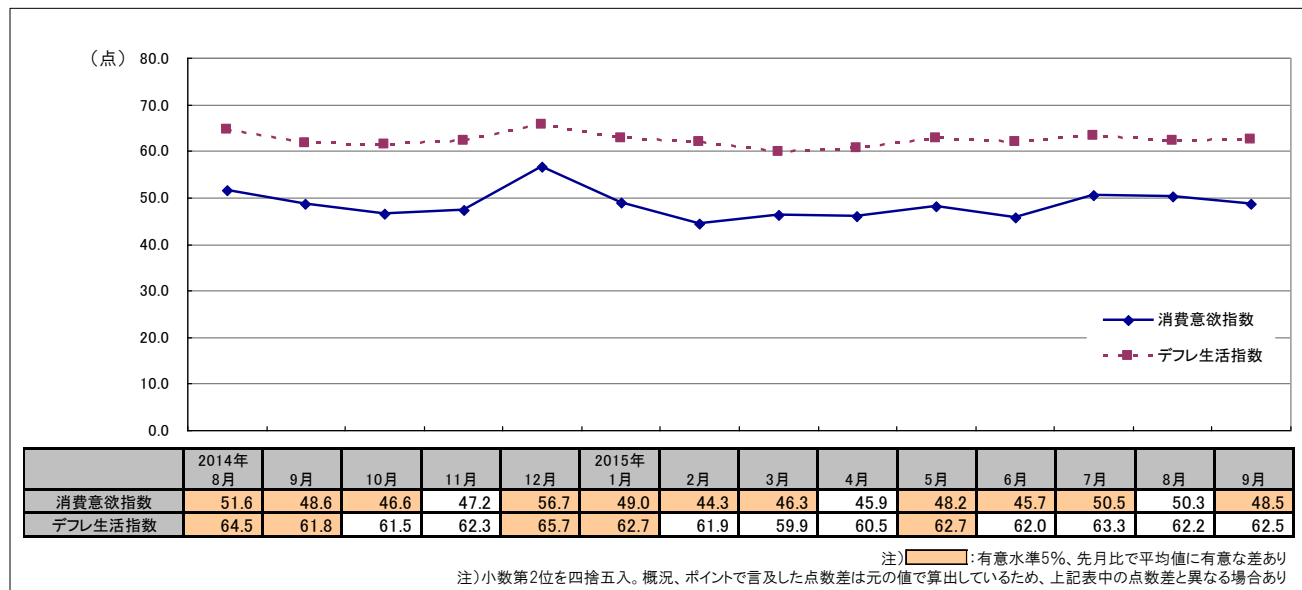
消費動向2指数 [消費意欲指数][デフレ生活指数] 時系列グラフ <全体>

[消費意欲指数]

Q. 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？

[デフレ生活指数]

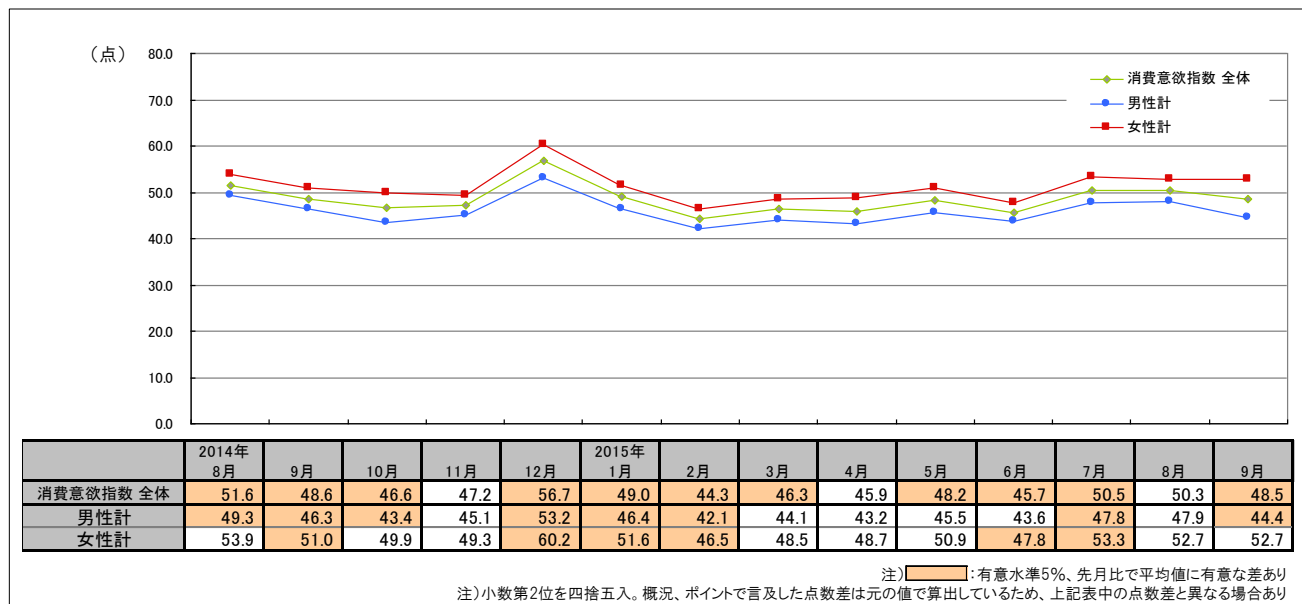
Q. デフレ生活志向が最高に高まった状態を100点とすると、あなたの来月(9月)のデフレ生活志向は何点くらいですか？



消費動向2指数 [消費意欲指数][デフレ生活指数] 時系列グラフ <男女別>

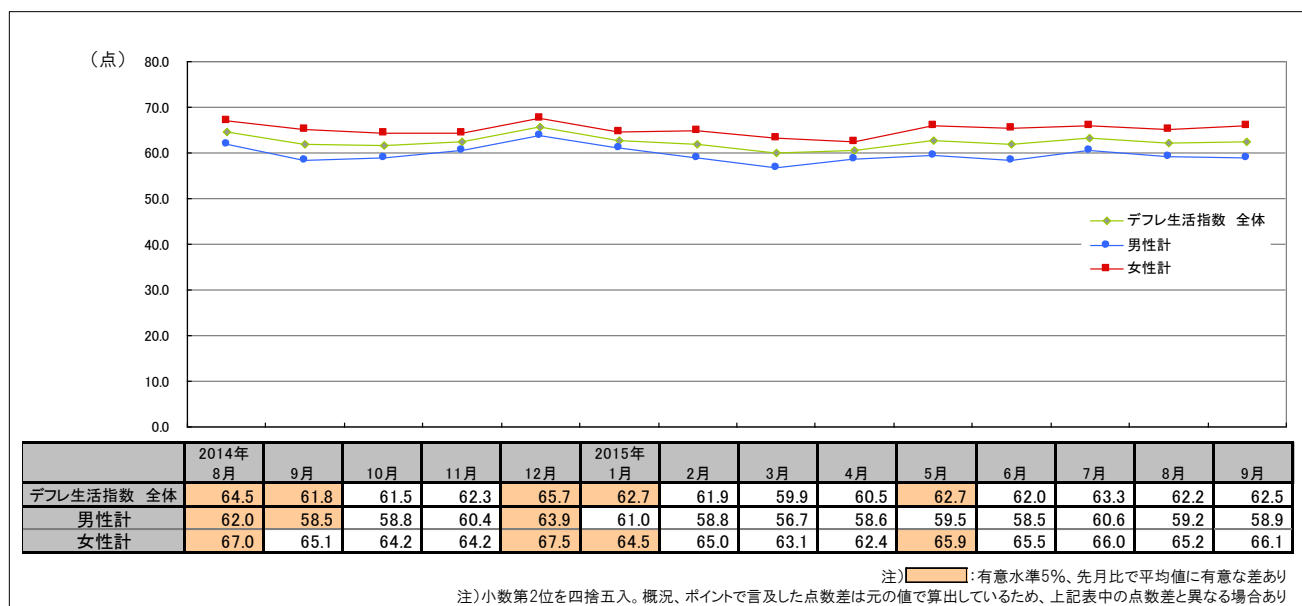
[消費意欲指数]

Q. 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？



[デフレ生活指数]

Q. デフレ生活志向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)のデフレ生活志向は何点くらいですか？

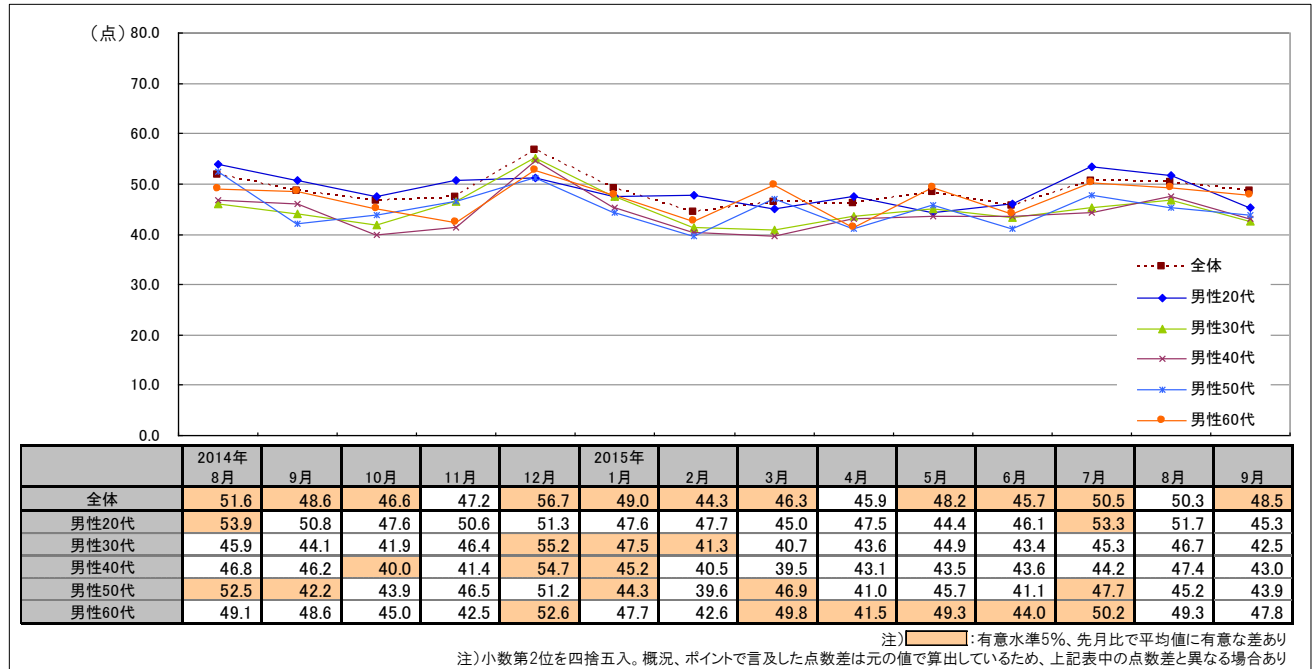


[消費意欲指数]

時系列グラフ <性年代別>

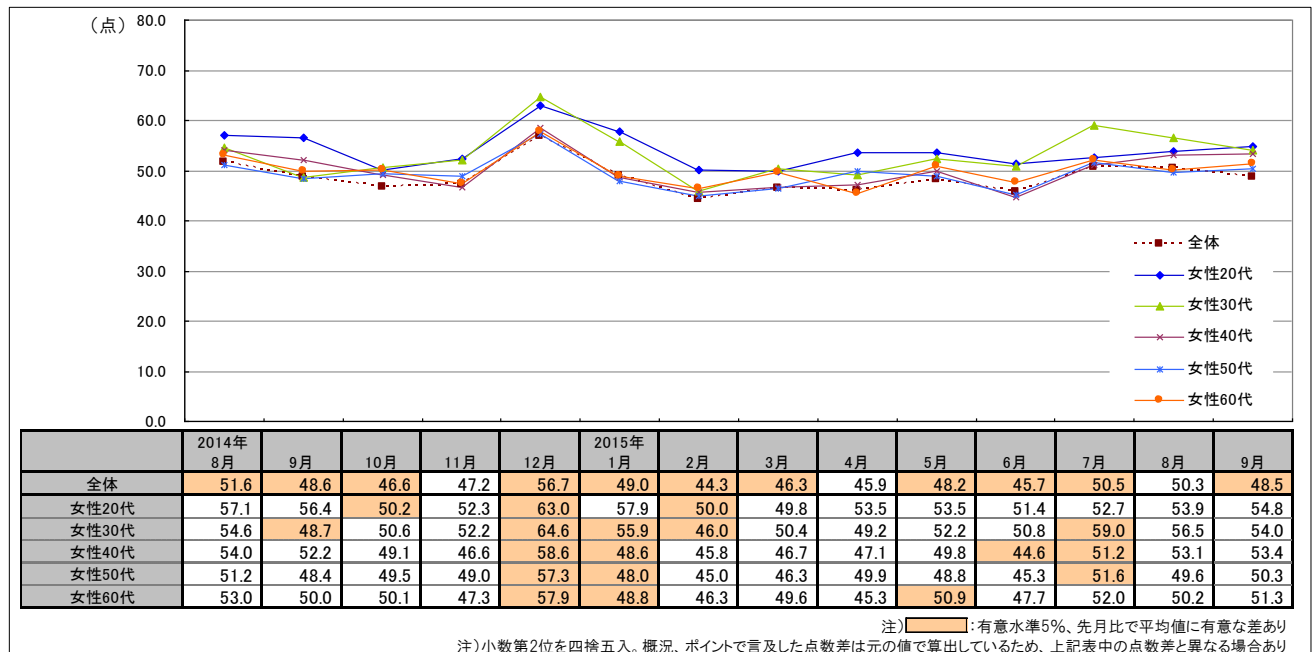
[消費意欲指数]

性年代別(男性)



[消費意欲指数]

性年代別(女性)

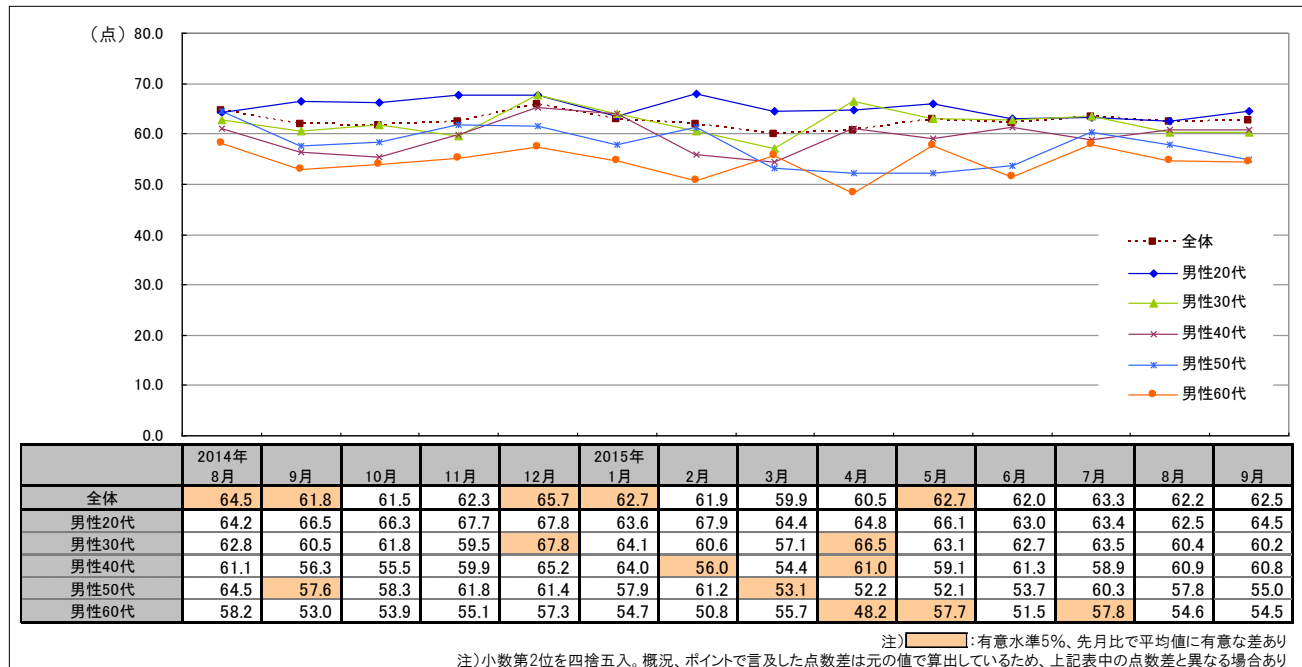


[デフレ生活指数]

時系列グラフ <性年代別>

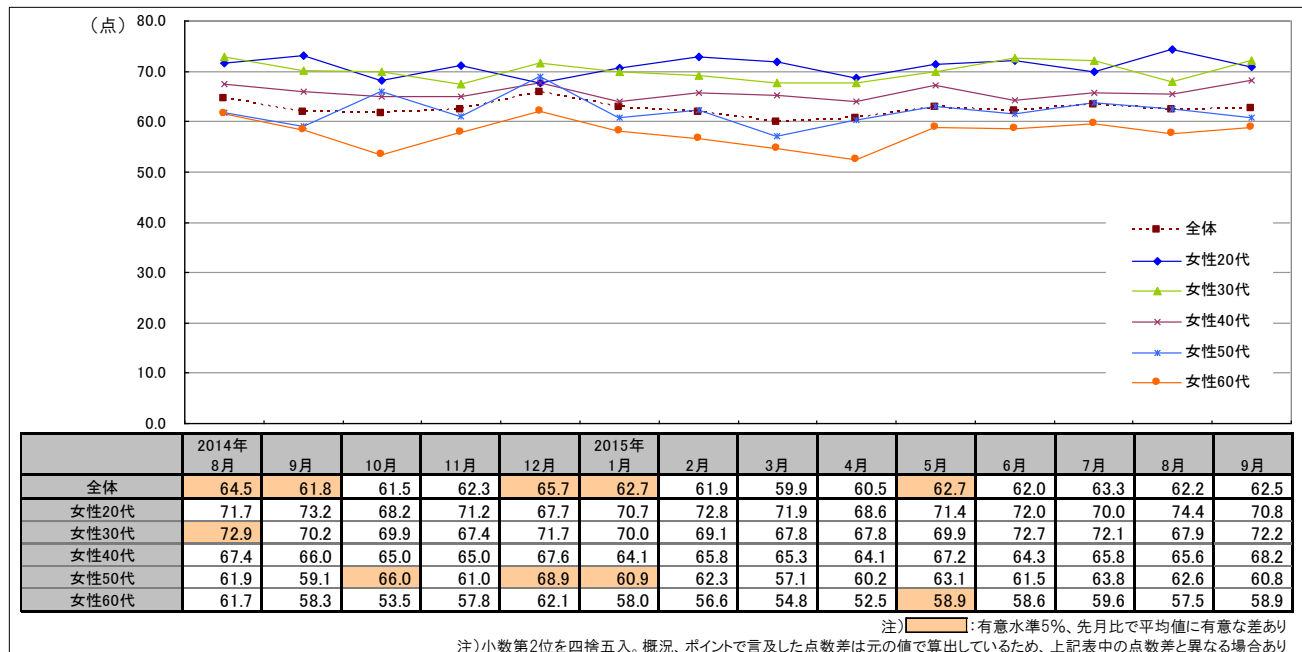
[デフレ生活指数]

性年代別(男性)



[デフレ生活指数]

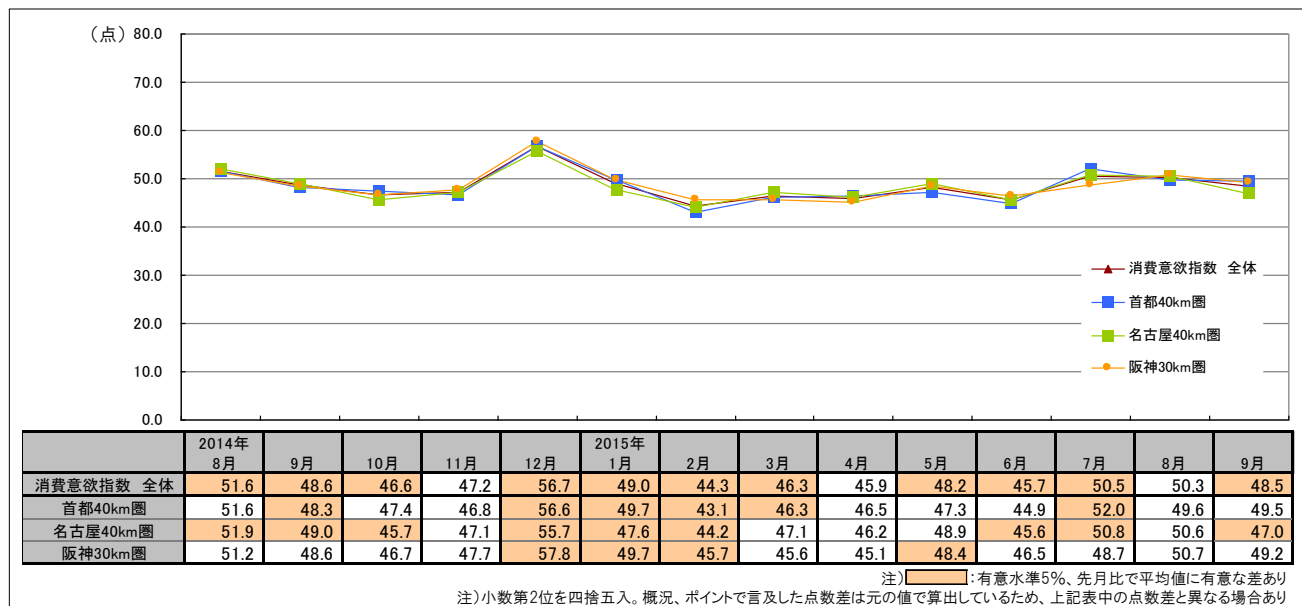
性年代別(女性)



消費動向2指数 [消費意欲指数][デフレ生活指数] 時系列グラフ <地域別>

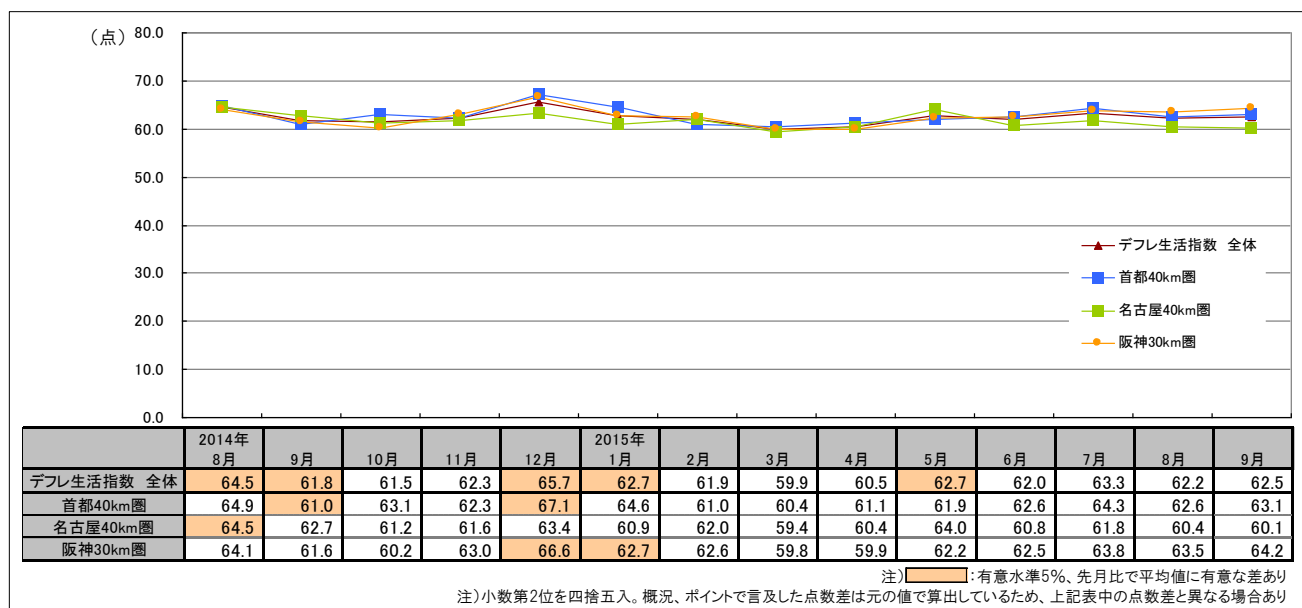
[消費意欲指数]

Q. 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？



[デフレ生活指数]

Q. デフレ生活志向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)のデフレ生活志向は何点くらいですか？



特に買いたいモノ・利用したいサービスがある人の割合の推移 <全体・性年代別>

	2014年 8月	9月	10月	11月	12月	2015年 1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
全体	27.8	24.1	25.9	26.5	40.6	25.9	23.9	28.0	26.9	24.9	26.1	31.5	28.9	25.1
男性	26.0	22.0	23.9	25.1	33.7	23.7	24.0	26.1	25.9	23.1	26.2	28.4	28.2	22.9
女性	29.6	26.3	28.0	28.0	47.6	28.2	23.9	29.9	27.9	26.7	25.9	34.7	29.6	27.3
男性20代	33.6	35.2	35.2	30.4	37.6	29.6	41.6	29.6	40.8	27.0	31.1	38.5	45.1	25.4
男性30代	25.8	20.2	26.4	31.9	41.7	31.9	24.5	28.8	27.0	27.8	31.6	34.8	29.1	20.9
男性40代	24.6	22.3	20.1	20.7	30.7	21.8	23.5	24.6	24.6	20.0	25.9	24.9	25.9	28.6
男性50代	25.8	12.9	22.7	26.5	34.8	18.2	17.4	25.0	20.5	19.9	21.3	25.7	22.8	15.4
男性60代	21.9	20.6	17.4	17.4	24.5	17.4	15.5	23.2	18.7	21.9	21.3	20.6	21.3	22.6
女性20代	47.9	37.0	41.2	35.3	61.3	42.0	39.5	42.0	41.2	28.4	37.1	41.4	37.9	33.6
女性30代	32.1	25.2	32.1	36.5	49.7	34.0	23.9	30.8	29.6	26.6	38.3	42.2	39.0	31.2
女性40代	25.3	23.0	25.3	27.0	48.9	27.6	20.1	26.4	24.7	25.1	21.2	33.0	25.7	22.9
女性50代	24.4	28.2	21.4	19.1	38.9	19.8	20.6	26.7	32.1	32.8	17.2	33.6	24.6	24.6
女性60代	22.7	21.5	22.7	22.7	41.1	19.6	19.0	26.4	16.6	22.4	18.6	25.5	23.0	26.1

(単位:%)

特に安く買いたいモノ・安く利用したいサービスがある人の割合の推移 <全体・性年代別>

	2014年 8月	9月	10月	11月	12月	2015年 1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
全体	27.1	21.9	24.2	22.8	33.1	26.6	24.0	23.8	24.7	25.6	25.7	29.0	26.9	22.5
男性	22.9	18.0	21.1	21.0	28.2	22.4	22.8	21.4	24.3	22.6	25.4	24.2	23.8	19.4
女性	31.4	25.7	27.3	24.7	38.1	30.8	25.2	26.3	25.1	28.6	25.9	33.9	30.0	25.7
男性20代	27.2	25.6	28.8	28.8	33.6	27.2	37.6	26.4	32.8	31.1	31.1	32.8	36.9	23.8
男性30代	21.5	17.2	23.3	18.4	31.9	27.0	20.2	20.9	28.8	24.1	34.8	26.6	22.8	18.4
男性40代	21.8	18.4	19.0	19.0	27.9	20.1	19.0	21.2	24.6	21.1	23.8	22.7	20.0	21.6
男性50代	25.8	16.7	16.7	25.0	29.5	22.7	19.7	21.2	14.4	19.9	18.4	20.6	21.3	19.1
男性60代	20.0	13.5	18.7	16.1	19.4	16.1	20.6	18.1	20.6	18.7	19.4	20.0	21.3	14.8
女性20代	42.9	32.8	39.5	35.3	42.0	41.2	35.3	32.8	27.7	28.4	31.0	35.3	34.5	30.2
女性30代	35.2	30.2	35.8	25.2	41.5	37.1	20.8	28.9	25.8	29.9	40.9	35.1	30.5	31.8
女性40代	32.8	24.1	24.7	25.3	40.2	29.3	26.4	27.6	29.9	27.4	20.1	35.8	30.2	24.0
女性50代	22.1	26.7	24.4	20.6	31.3	26.7	23.7	21.4	26.0	35.8	20.9	33.6	30.6	23.9
女性60代	25.2	17.2	15.3	19.0	35.0	22.1	22.1	21.5	16.6	23.0	18.6	29.8	25.5	19.9

(単位:%)

特に買いたいモノ・利用したいサービスがある人の割合の推移 <全体・地域別>

	2014年 8月	9月	10月	11月	12月	2015年 1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
全体	27.8	24.1	25.9	26.5	40.6	25.9	23.9	28.0	26.9	24.9	26.1	31.5	28.9	25.1
首都圏	26.8	21.8	24.4	25.6	40.2	28.6	22.6	28.0	26.2	24.2	25.8	33.8	26.8	27.2
名古屋圏	25.4	24.2	26.4	26.2	38.4	22.8	21.6	27.4	25.4	24.8	23.8	29.8	27.6	22.6
阪神圏	31.2	26.4	27.0	27.8	43.2	26.4	27.6	28.6	29.0	25.8	28.6	31.0	32.2	25.4

(単位:%)

特に安く買いたいモノ・安く利用したいサービスがある人の割合の推移 <全体・地域別>

	2014年 8月	9月	10月	11月	12月	2015年 1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
全体	27.1	21.9	24.2	22.8	33.1	26.6	24.0	23.8	24.7	25.6	25.7	29.0	26.9	22.5
首都圏	25.6	20.6	23.4	23.8	36.2	30.6	23.8	24.6	24.0	26.0	26.0	31.0	24.8	23.4
名古屋圏	27.2	22.4	25.2	18.6	30.0	21.8	22.8	22.0	24.8	24.4	22.8	26.8	24.4	21.2
阪神圏	28.6	22.6	24.0	26.0	33.2	27.4	25.4	24.8	25.2	26.4	28.2	29.2	31.4	23.0

(単位:%)

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。その理由をお答えください。

【デフレ生活指数】

デフレ生活志向(安くモノを買いたい、安く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)のデフレ生活志向は何点くらいですか。その理由をお答えください。

【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。
特に買いたいモノ・利用したいサービスとは何ですか。

【特に安く買いたいモノ・安く利用したいサービス】

あなたが来月(9月)、特に安く買いたいモノ・安く利用したいサービスはありますか。

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。
消費動向に関しては、消費に対する意欲と、デフレ生活志向(安く買いたい、安くサービスを利用したいという欲求)を指数化しています。

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1500人

	20代	30代	40代	50代	60代	合計
男性	122	158	185	136	155	756
女性	116	154	179	134	161	744
合計	238	312	364	270	316	1500

調査方法

インターネット調査

調査時期

2015年8月6日(木)～10日(月)(2012年4月から調査開始/毎月上旬に実査)

調査機関

株式会社 東京サーベイ・リサーチ

<備考>

2013年3月まで発行していた「消費ショートレポート」は、生活インデックスレポート【消費動向編】がその後を引き継いでいます。

問い合わせ先 株式会社博報堂 博報堂生活総合研究所(菅・川谷) TEL.03-6441-6450
株式会社博報堂 広報室(西尾・大足) TEL.03-6441-6161