

来月の消費予報

**消費意欲指数は歴代ワースト3位の41.9点。
増税を理由にした買い控えの意向も、14年の前回増税時並み**

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月の消費意欲指数は41.9点。前月比-7.8ポイント、前年比-4.6ポイントと、前年比・前月比ともに大幅な低下となりました。

10月の消費意欲指数



【前月比】

【前年比】

-7.8 ポイント

-4.6 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(10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(10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。

10月のポイント

Point 1 : 増税の影響で、季節消費を含めた全カテゴリーで意欲が低調

消費税増税前の駆け込みで消費意欲が高まった9月から一転、いよいよ消費税増税が実施される10月は、2018年2月(40.6点)、2017年2月(41.5点)に次ぐ歴代ワースト3位の消費意欲指数となりました。

消費意欲指数の理由(OA)を見ると、「増税があるので消費意欲が高まらない、控えたい」という声の前月から大幅に増加(2019年9月34件→2019年10月530件)しており、「ポイント還元や軽減税率を利用したい」(2019年10月23件)などの前向きな声を上回っています。加えて、例年秋に向かって盛り上がる「季節の変わり目の買い物をしたい」「旅行の予定がある」といった季節消費への意欲も、前年同月と比べて大きく減少しています(2018年10月132件→2019年10月59件)。

また、特に買いたいモノ・利用したいサービスがある人の割合も16.0%と低く(前回増税時の2014年4月:13.1%に次ぐワースト2位)、軽減税率の対象である「食品」「飲料」も含めてすべてのカテゴリーで前月比・前年比ともに大きくマイナスとなっており、増税の影響が色濃く出ています。

Point 2 : 前回増税時と同様、3人に1人が「消費を控えたい」と回答

前回の消費税増税(2014年4月:5%→8%)が実施された2014年4月と比較すると、次のようになります。

＜消費意欲指数＞ 2014年4月:43.7点(前月比-10.1ポイント、前年比-4.8ポイント)
→2019年10月:41.9点(前月比-7.8ポイント、前年比-4.6ポイント)

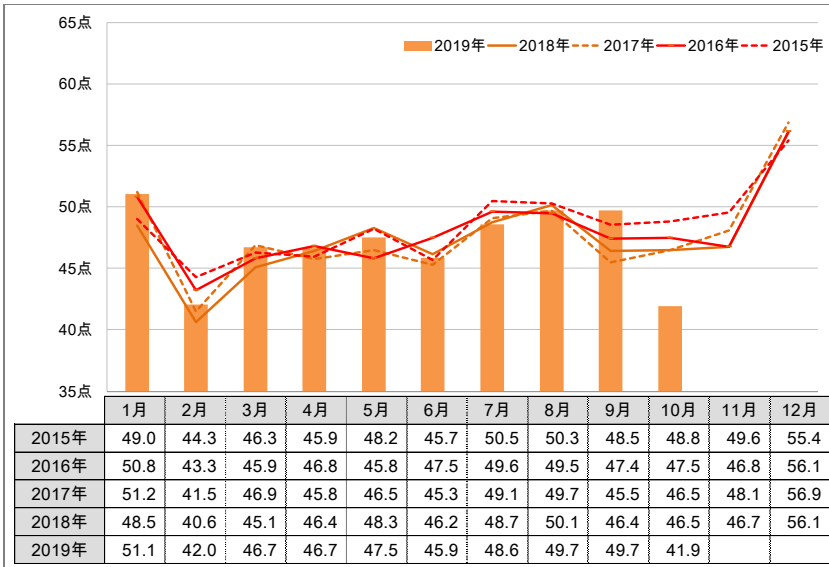
＜「増税があるので消費意欲が高まらない」の声＞ 2014年4月547件→2019年10月530件 ※全体の約3分の1
今回の増税では、前月の駆け込み消費が前回増税時ほど盛り上がりなかったこともあり、前月比の落ち込みは小さくなっています。一方、消費意欲指数は前回増税時より1.8ポイント低く、3人に1人が「増税があるので消費意欲が高まらない、控えたい」と回答。月が異なるため一概に比較はできませんが、今後の動向を見守りたいところです。

消費意欲指数

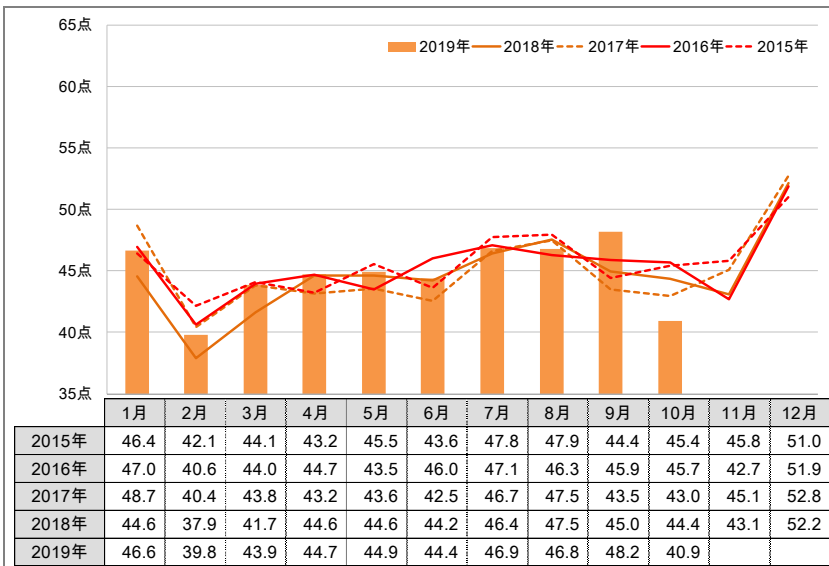
■ 時系列グラフ

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(10月)の消費意欲は何点くらいですか。(自由回答)

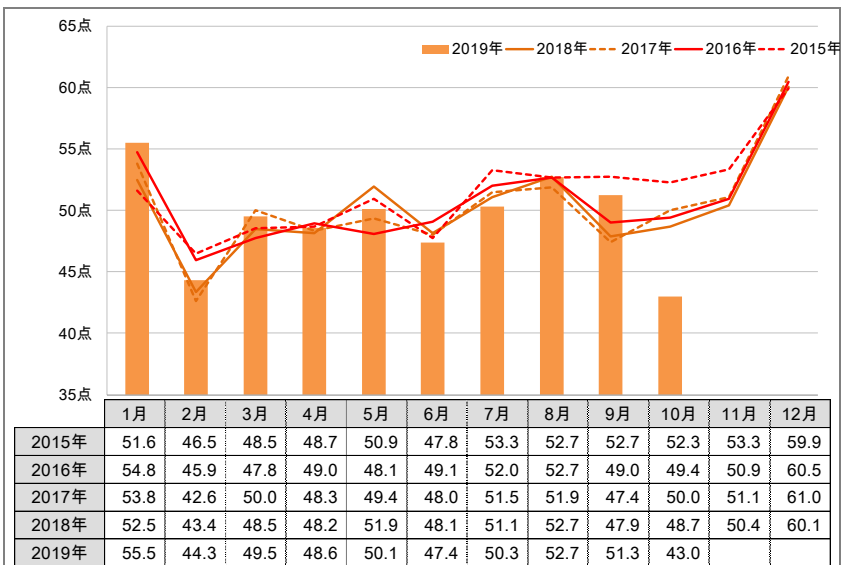
【全体】



【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～【増税があるので消費意欲が高まらない、控えたい】>

- ・消費税増税もあり、基本的には購入せずに生活に不可欠なものの購入のみを考えているため(20点・男性26歳・岐阜県)
- ・元々購買意欲は低い。さらに増税が拍車をかける為この点数(10点・男性34歳・大阪府)
- ・増税になるのに消費意欲が湧くわけではない(15点・男性41歳・愛知県)
- ・増税であまりものを買わないように意識するため(10点・男性51歳・東京都)
- ・消費税率アップ、半年後の定年を考えるとお金を使う気になれない(20点・男性60歳・東京都)
- ・秋服を買いたい時期だが、増税のためあまりお金を使いたくないから(10点・女性22歳・東京都)
- ・増税で出費は増えても収入は変わらないため、実質的に生活が苦しくなるため。それに加え軽減税率がややこしいから(30点・女性33歳・大阪府)
- ・増税だし、連休も多い。なので購買は控えたい(30点・女性45歳・愛知県)
- ・消費税が上がるので必要な物だけ買うと思う(30点・女性56歳・大阪府)
- ・税が現行よりも2%増えるというだけで先のことを考えると気が重くなる(20点・女性66歳・埼玉県)

()内点数:消費意欲指数

特に買いたいモノ・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の割合

Q. あなたが来月(10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)

	2019年10月(%)	前月比(pt)	前年比(pt)
全体	16.0	-11.1	-11.9
男性	16.6	-10.2	-8.1
女性	15.4	-12.1	-15.8

■ 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】(240人)

参考:男性(125人)

参考:女性(115人)

順位	カテゴリー	10月(人数)	前月比	前年比
1	ファッション	108	-68	-94
2	食品	99	-57	-76
3	旅行	91	-64	-81
4	外食	84	-65	-86
5	飲料	70	-64	-58
6	書籍・エンタメ	69	-50	-54
7	化粧品	59	-46	-49
8	家電・AV	58	-66	-36
9	理美容	53	-36	-57
10	日用品	44	-76	-30
11	レジャー	43	-62	-76
12	パソコン・タブレット・周辺機器	40	-18	-11
13	スマートフォン・携帯電話	33	-11	-14
13	装飾品	33	-28	-29
15	車・バイク	25	-23	-17
15	インテリア用品	25	-39	-27

順位	カテゴリー	10月(人数)	前月比	前年比
1	食品	46	-17	-19
2	旅行	45	-33	-32
3	ファッション	43	-22	-19
4	書籍・エンタメ	42	-25	-30
5	家電・AV	40	-29	-19
6	飲料	39	-18	-12
6	外食	39	-30	-25
8	パソコン・タブレット・周辺機器	32	-10	-8
9	スマートフォン・携帯電話	23	-7	-9
10	レジャー	21	-31	-28
11	車・バイク	19	-17	-12
12	装飾品	16	-16	-15
13	理美容	15	-5	-10
14	日用品	14	-25	-12
15	化粧品	11	-3	-2
16	インテリア用品	9	-18	-11

順位	カテゴリー	10月(人数)	前月比	前年比
1	ファッション	65	-46	-75
2	食品	53	-40	-57
3	化粧品	48	-43	-47
4	旅行	46	-31	-49
5	外食	45	-35	-61
6	理美容	38	-31	-47
7	飲料	31	-46	-46
8	日用品	30	-51	-18
9	書籍・エンタメ	27	-25	-24
10	レジャー	22	-31	-48
11	家電・AV	18	-37	-17
12	装飾品	17	-12	-14
13	インテリア用品	16	-21	-16
14	スマートフォン・携帯電話	10	-4	-5
15	パソコン・タブレット・周辺機器	8	-8	-3
16	車・バイク	6	-6	-5

※男女別ランキングは、母数が少ないため参考値

<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

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(10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(10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

サンプル数 合計1,500人

	20代	30代	40代	50代	60代	合計
男性	124	147	190	154	140	755
女性	119	143	186	150	147	745
合計	243	290	376	304	287	1,500

調査方法 インターネット調査

調査時期 2019年9月5日(木)～9日(月)(2012年4月から調査開始/毎月月上旬に実査)

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 株式会社博報堂 博報堂生活総合研究所(十河・佐香) TEL.03-6441-6450
株式会社博報堂 広報室(玉・大野) TEL.03-6441-6161

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/2019-10/>)からダウンロードしていただけます