

来月の消費予報

**消費意欲指数は、8月に引き続き低下。
「外」の消費への意欲高まらず。**

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月上旬に調査(詳細はP5) 9月の消費意欲指数は46.7点。前月比-2.8pt、前年比-3.0ptと、ともに低下しています。

9月の消費意欲指数



【前月比】

-2.8 ポイント

【前年比】

-3.0 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、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 : 長引くコロナ禍で、消費意欲の低下が続く

9月の消費意欲指数は前月比-2.8ptで、8月に引き続き低下しています。また、前年9月の消費意欲指数は、消費税増税直前で高い指数であったため、前年比でみても-3.0ptの落ち込みとなりました。

消費意欲指数の理由(自由回答)をみると、コロナ禍に関連した回答のうち、消費にポジティブな回答は前月から47件減少(20年8月104件→20年9月57件)(以下、西暦略)する一方、消費にネガティブな回答は56件増加(8月320件→9月376件)しています。

詳しく内訳をみると、消費にポジティブな回答では「自粛の反動で外出・買物がしたい/我慢していた消費をしたい」(8月54件→9月27件)、「ボーナスや給付金などで金銭的な余裕がある」(8月57件→9月11件)などの減少が目立っています。

一方、消費にネガティブな回答では「コロナが怖いので出かけたくない/意欲がわからない」(8月77件→9月100件)、「コロナで外出・買物ができない」(8月127件→9月167件)などが増加しており、長期化するコロナ禍で、消費意欲の低下が続いています。

Point2 : 外出関連を中心に、多くのカテゴリーで消費意向が減退傾向

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22.1%で、前月比-3.8pt、前年比-5.0ptとなっており、消費意欲指数と同様に、前月比・前年比ともに低下しています。

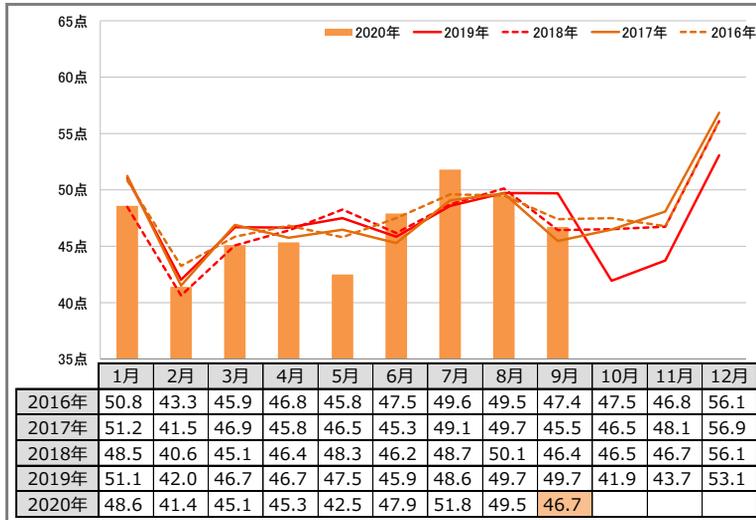
内訳をみると、前年と比べて20件以上減少しているのは16カテゴリー中9カテゴリーで、そのなかでも「外食」「レジャー」「旅行」「ファッション」など、外出に関連したカテゴリーが減少しているのが今年の特徴です。また、これらのカテゴリーは前月比でも大幅に減少しており、シルバーウィークがある9月ですが、「外」の消費への意欲は伸び悩みそうです。

消費意欲指数

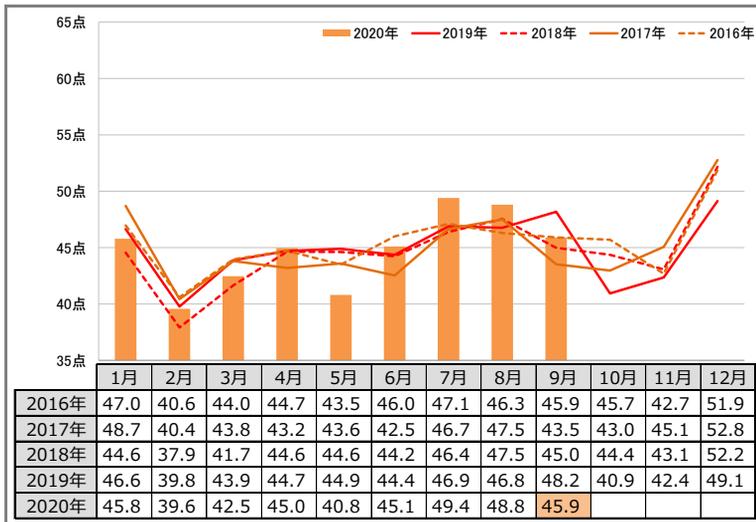
■ 時系列グラフ

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)

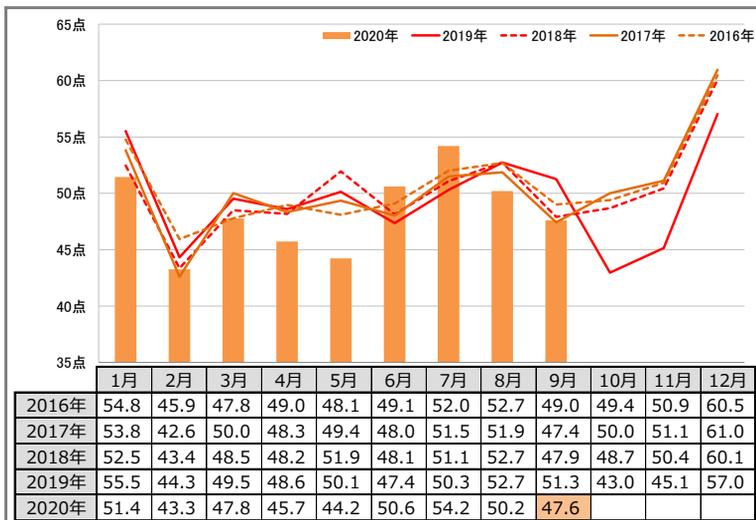
【全体】



【男性】



【女性】



消費意欲指数

■ 性別/年代別比較

	(点)						20年9月比較	
	20年4月	20年5月	20年6月	20年7月	20年8月	20年9月	前月比	前年比
全体	45.3	42.5	47.9	51.8	49.5	46.7	-2.8	-3.0
男性	45.0	40.8	45.1	49.4	48.8	45.9	-2.9	-2.2
女性	45.7	44.2	50.6	54.2	50.2	47.6	-2.7	-3.7
20代	47.0	46.0	50.7	57.5	50.3	47.1	-3.2	-5.0
30代	45.5	43.3	51.5	52.9	51.5	43.4	-8.1	-6.0
40代	44.9	41.3	47.5	50.9	51.1	47.3	-3.8	-1.0
50代	45.1	40.1	44.5	48.0	47.0	47.4	0.3	-0.6
60代	44.6	43.1	45.9	51.2	47.5	48.4	0.9	-3.3

+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～【コロナ禍に関連する消費にネガティブな回答】>

- ・お金がないし、コロナの影響で出歩けないので(5点・男性22歳・愛知県)
- ・緊急事態宣言が出て以降、物を買う機会が減り、人生で初めて貯金ができただけで、物欲より貯金欲が高まっているため(20点・男性30歳・埼玉県)
- ・旅行の予定も延期、今の新型コロナの感染状況を考えると自粛。もう少し落ち着くまでは消費意欲も抑えることが一番かと思う(20点・男性49歳・大阪府)
- ・コロナウイルスがこれからどのくらい生活に影響を及ぼすかわからない(20点・男性51歳・岐阜県)
- ・コロナ禍で外に出るのもはばかられるし、しいて欲しいものがないので(30点・男性67歳・東京都)
- ・コロナの影響で外に行つてなにか買いたいとは思わないし、オンラインで洋服なども買いたいが着る機会がなさそうなので(10点・女性22歳・千葉県)
- ・外出や旅行の予定がないので、生活必需品以外購入予定がない。セールになつても、衣料品は必要ないと考えている(30点・女性31歳・愛知県)
- ・主人の仕事が軌道に乗らず、家計が厳しい。気晴らしに遊びに行きたいけど、コロナのことがあり、出かける気にならない(20点・女性48歳・東京都)
- ・またコロナが騒ぎだしているの、出費も自粛したい(30点・女性56歳・大阪府)
- ・コロナ関係で、外出するのも怖く、必要最低限の商品だけで、生活していきたいと思っているので(30点・女性69歳・大阪府)

<生活者の声～消費意欲指数の理由～【コロナ禍に関連する消費にポジティブな回答】>

- ・GoToキャンペーンも始まり旅行等の計画もあるため(70点・男性28歳・愛知県)
- ・少しコロナから解放された(80点・男性33歳・東京都)
- ・自粛でなにも買っていないから(80点・男性44歳・愛知県)
- ・給付金が入ったから(80点・男性50歳・大阪府)
- ・コロナも収束傾向にあるだろうから、それまで控えていた消費を行う(90点・男性63歳・神奈川県)
- ・旅行に行けない期間が長すぎて、輸入品店などでの消費が徐々に増えているから(70点・女性24歳・愛知県)
- ・ちょうど産後でベビー用品を買う予定があるので。コロナで半年ほど消費が減っていたので、反動が大きいのと思います(100点・女性30歳・東京都)
- ・コロナの第2波の影響で自粛する機会が増えそうなので、ストレスが溜まって消費意欲が増しそうな気がする(70点・女性42歳・愛知県)
- ・コロナの影響でなかなかショッピングが出来ていなかったため(98点・女性52歳・大阪府)
- ・このような世の中なので贅沢は慎みたいが、外食産業が大変そうなので助けてあげたい(70点・女性62歳・埼玉県)

()内点数:消費意欲指数

(参考) 新型コロナウイルス周りの主な動き ※前回調査(7月2日～6日)後より今回調査(8月3日～6日)まで

- 7月7日 東京都の感染者数106人、6日連続100人超
- 7月15日 東京都、警戒レベルを4段階の最高レベルに引き上げ
- 7月16日 全国の感染者数622人、宣言解除後最多。東京都の感染者数は286人
GoToキャンペーン、東京は対象外に
- 7月29日 全国の感染者数、1,264人で初の千人越え。大阪府の感染者数は221人で最多更新
- 8月1日 東京都の感染者数、過去最多の472人
- 8月2日 全国の感染者数1324人、5日連続で1千人超。経路不明者、全国で5割超

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)

	2020年9月(%)	前月比(pt)	前年比(pt)
全体	22.1	-3.8	-5.0
男性	22.3	-3.4	-4.5
女性	21.9	-4.3	-5.6

■ 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】(331人)

参考:男性(168人)

参考:女性(163人)

順位	カテゴリー	9月 (人数)	前月比	前年比	順位	カテゴリー	9月 (人数)	前月比	前年比	順位	カテゴリー	9月 (人数)	前月比	前年比
1	ファッション	142	-41	-34	1	旅行	77	-24	-1	1	ファッション	91	-23	-20
2	食品	140	-14	-16	2	外食	56	-23	-13	2	食品	85	-9	-8
3	旅行	123	-62	-32	3	食品	55	-5	-8	3	化粧品	69	-3	-22
4	外食	108	-82	-41	4	ファッション	51	-18	-14	4	理美容	59	-15	-10
5	書籍・エンタメ	95	-21	-24	5	家電・AV	48	-3	-21	5	外食	52	-59	-28
6	飲料	91	-23	-43	5	書籍・エンタメ	48	-10	-19	6	飲料	48	-11	-29
6	家電・AV	91	-13	-33	5	レジャー	48	-13	-4	6	日用品	48	-11	-33
8	理美容	78	-16	-11	8	飲料	43	-12	-14	8	書籍・エンタメ	47	-11	-5
9	化粧品	76	-4	-29	9	パソコン・タブレット・周辺機器	34	-3	-8	9	旅行	46	-38	-31
10	日用品	72	-13	-48	10	スマートフォン・携帯電話	30	+12	±0	10	家電・AV	43	-10	-12
11	レジャー	71	-54	-34	10	車・バイク	30	-3	-6	11	インテリア用品	37	-11	±0
12	インテリア用品	60	-12	-4	12	日用品	24	-2	-15	12	装飾品	34	+3	+5
13	装飾品	52	-6	-9	13	インテリア用品	23	-1	-4	13	レジャー	23	-41	-30
14	パソコン・タブレット・周辺機器	47	-7	-11	14	理美容	19	-1	-1	14	パソコン・タブレット・周辺機器	13	-4	-3
15	スマートフォン・携帯電話	39	+2	-5	15	装飾品	18	-9	-14	15	スマートフォン・携帯電話	9	-10	-5
16	車・バイク	35	-4	-13	16	化粧品	7	-1	-7	16	車・バイク	5	-1	-7

<全体にのみ下記基準で色付け>

※男女別ランキングは、母数が少ないため参考値

: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(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
サンプル数	合計1,500人

	20代	30代	40代	50代	60代	合計
男性	122	145	190	161	137	755
女性	119	141	195	159	142	745
合計	241	296	375	319	279	1,500

調査方法	インターネット調査
調査時期	2020年8月3日(月)～6日(木)(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 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。

・博報堂生活総合研究所は、8/20付で「第5回 新型コロナウイルスに関する生活者調査(2020年8月)」を発表いたしました。

<https://www.hakuhodo.co.jp/uploads/2020/08/20200820.pdf>

こちらは、毎月第3・4週頃に発表する予定です。併せてご利用下さい。

問い合わせ先 株式会社博報堂 広報室(寺村) 03-6441-6161 koho.mail@hakuhodo.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/2020-09/>)からダウンロードしていただけます。