

来月の消費予報

10月の消費意欲指数は、前月から横ばいながら、
季節的な消費で女性の意欲向上。

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。※9月2-6日に調査(詳細はP5)
2021年10月の消費意欲指数は46.2点。前月比+0.6ptの横ばい、前年比は-1.9ptの低下となりました。

10月の消費意欲指数



【前月比】

【前年比】

+0.6 ポイント

-1.9 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(10月)の消費意欲は何点くらいですか？」と質問。

カテゴリ別 消費意向

【前月比】

【前年比】



食品



飲料



外食



ファッション



日用品



旅行



レジャー



車・バイク



美容



化粧品



インテリア



PCタブレット



装飾品



書籍・エンタメ



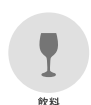
家電・AV



スマホ・携帯



食品



飲料



外食



ファッション



日用品



旅行



レジャー



車・バイク



美容



化粧品



インテリア



PCタブレット



装飾品



書籍・エンタメ



家電・AV



スマホ・携帯

★ 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

Point1：消費意欲指数は前月から横ばいだが、男女で異なる傾向に

10月の消費意欲指数は、9月と同水準で推移することが多く、今年も前月比+0.6ptで横ばいとなりました。しかし、男女別で見ると、前月比で男性-2.4pt、女性+3.7ptと大きな差があります。また、前年10月は、コロナ禍の制限緩和が進み、反動消費の影響で指数が過去5年の最高値だったため、前年比は-1.9ptと低下しています。

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は、男性は減少(9月140件→10月120件)しているのに対し、女性は増加(9月174件→10月215件)しています。具体的には、女性では「秋・冬物の服が欲しい」など「季節的な消費意欲(9月39件→10月88件)」が前月から増えている一方、男性は「金銭的余裕がない(9月52件→10月73件)」など消費にネガティブな回答が増加しています。また、コロナ禍に関連した消費にネガティブな回答の件数は7月以降同程度でしたが、10月は増加(7月157件→8月167件→9月165件→10月211件)しています。

全体ではコロナ禍の影響もあり消費への意欲の力強さは欠けるものの、女性においては季節的な消費を中心に意欲の高まりが期待できそうです。

Point2：カテゴリ別消費意向も女性が牽引し、「ファッション」「食品」前月比増

「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、27.8%で前月比+3.5pt、前年比+1.5ptとともに上昇しました。カテゴリ別の消費意向は、前月と比べて「ファッション」「食品」が20件以上増えています。これらは主に女性によるもので、カテゴリ別でも女性の意欲の高さがうかがえます。また、コロナ禍の制限緩和が進んでいた前年10月と比べると「PC・タブレット」「書籍・エンタメ」が20件以上増加しており、イエナカ消費への意欲は、前年より高まっているようです。

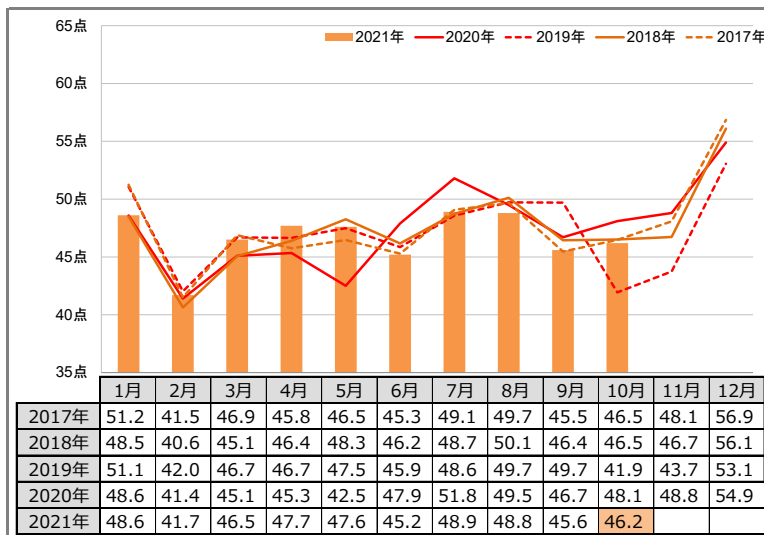
補足資料①

消費意欲指数

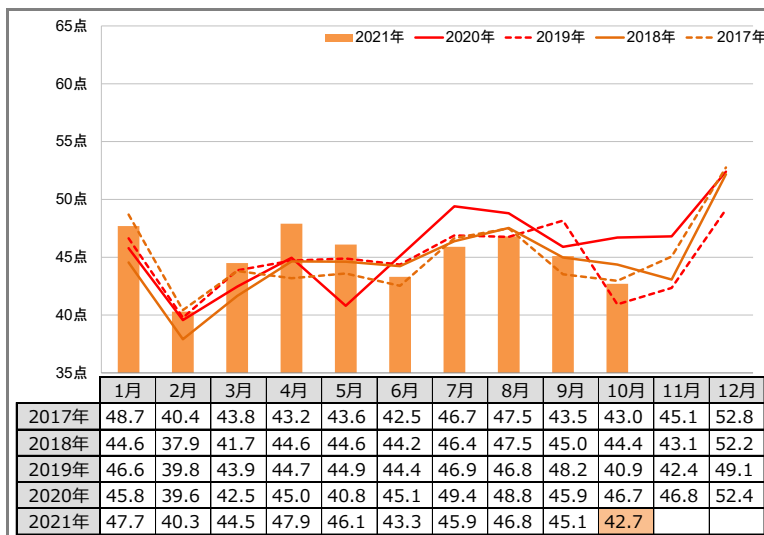
■ 時系列グラフ

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)

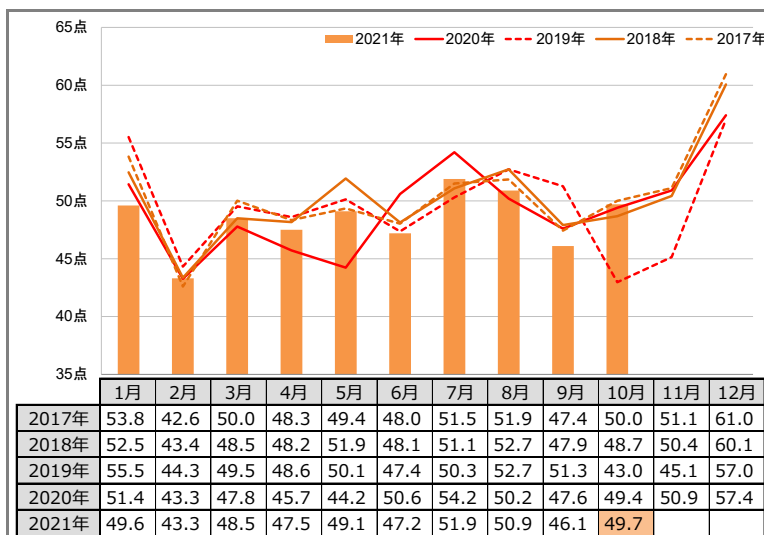
【全体】



【男性】



【女性】



消費意欲指数

■ 性別/年代別比較

(pt)

	(点)						21年10月比較	
	21年5月	21年6月	21年7月	21年8月	21年9月	21年10月	前月比	前年比
全体	47.6	45.2	48.9	48.8	45.6	46.2	0.6	-1.9
男性	46.1	43.3	45.9	46.8	45.1	42.7	-2.4	-4.0
女性	49.1	47.2	51.9	50.9	46.1	49.7	3.7	0.3
20代	49.7	46.9	52.1	51.9	47.9	49.8	1.9	0.6
30代	49.9	46.5	50.6	51.1	44.2	46.5	2.3	-2.8
40代	47.0	47.2	47.9	47.3	45.1	43.9	-1.2	-4.7
50代	45.1	41.1	45.9	47.2	44.9	44.6	-0.3	0.7
60代	47.2	44.7	49.3	47.8	46.4	47.5	1.1	-2.3

■ +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～【季節的な消費意欲(女性)】>

- ・秋の新商品が出るので予定してなくても買いたくなるかもしれないから。誕生月なので何か買ってしまうかも(70点・女性28歳・愛知県)
- ・食べ物が美味しい季節だし、新しい洋服が欲しくなるため(80点・女性36歳・東京都)
- ・緊急事態宣言が解除されて、季節もいいので、色々なところに出かけたくなると思うから(60点・女性42歳・埼玉県)
- ・秋になると冬服が欲しくなる。食べ物も秋のスイーツなど美味しそうなのが出てくるので(80点・女性55歳・愛知県)
- ・行楽シーズンですので、多少外出の機会も増える。秋物ファッションなどの、ショッピングに出掛けたい(80点・女性65歳・大阪府)

<生活者の声～消費意欲指数の理由～【金銭的余裕がない、収入が少ない(男性)】>

- ・給料が少なくて買えないから(20点・男性22歳・岐阜県)
- ・コロナ禍で減収した為、出費抑えたい(0点・男性38歳・東京都)
- ・収入が増える訳でもなく特に欲しい物もないので(20点・男性47歳・大阪府)
- ・コロナによって収入が減少して1年半、蓄えも底が見え、消費意欲など湧こう筈もない(1点・男性59歳・東京都)
- ・売り上げが減ったから(30点・男性60歳・兵庫県)

<生活者の声～消費意欲指数の理由～【コロナ禍に関する消費にネガティブな回答】>

- ・コロナ禍でお金がないので欲しいものがあまり買えない(50点・男性25歳・大阪府)
- ・今はお金を使う時期でないと思うから。コロナで仕事がどうなるかわからないから(30点・男性37歳・千葉県)
- ・コロナ禍でなければ行楽向きの月だが、それが無理だとお金を使う目的が思いつかない(20点・男性41歳・愛知県)
- ・コロナが収束するまで買い物に行きたくない(0点・男性52歳・大阪府)
- ・コロナでずっと在宅勤務が続き、外出や外食ができない状況で消費意欲は沸かない(30点・男性60歳・神奈川県)
- ・欲しいものはあるがコロナ禍のため、お金を使えない(10点・女性27歳・愛知県)
- ・コロナの感染リスクを減らしたいから(30点・女性38歳・神奈川県)
- ・出かける機会が減ったので、化粧品や服を買わなくなった。収入も減り、貯蓄にまわしたいので(10点・女性44歳・神奈川県)
- ・コロナ禍で外出の予定がほとんどないし、勤務先の経営も不安定なので消費意欲はかなり下がっている(10点・女性53歳・大阪府)
- ・家からほとんど出ない生活に慣れて欲しいものはない。強いていうなら少し高級なものを食べたい(10点・女性60歳・愛知県)

()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(8月2日～5日)後より今回調査(9月2日～6日)まで

- 8月8日 まん延防止等特別措置の対象地域に群馬、愛知など新たに8県の追加で13都道府県に拡大
- 8月13日 東京都の感染者5,773人で過去最多 17都道府県で過去最多を更新
- 8月17日 重症者1,716人 4日連続で過去最多を更新
- 8月18日 40都道府県で「感染爆発」のステージ4に相当 新規感染者の9割がデルタ株に感染
- 8月20日 緊急事態宣言、13都道府県に拡大 全国の新規感染者2万5,876人で過去最多を更新
- 8月27日 緊急事態宣言、新たに8道県を追加し、21都道府県に拡大
- 9月1日 大阪の新規感染者3,004人で過去最多
- 9月3日 重症者数2,223人で過去最多

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(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)

	2021年10月(%)	前月比(pt)	前年比(pt)
全体	27.8	3.5	1.5
男性	24.6	1.1	2.1
女性	31.1	6.1	1.0

■ 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】(417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	209	+38	+5
2	食品	204	+30	+19
3	外食	164	+2	+5
4	飲料	137	+14	+19
5	旅行	133	-18	-12
6	書籍・エンタメ	123	+6	+20
7	化粧品	104	-3	-2
8	理美容	101	-15	+7
9	日用品	98	+15	±0
10	家電・AV	97	+6	+6
11	レジャー	89	-4	-8
12	インテリア用品	72	+16	+5
13	パソコン・タブレット・周辺機器	67	+2	+23
14	装飾品	58	-1	-4
15	スマートフォン・携帯電話	47	-6	+1
16	車・バイク	37	-10	+1

参考:男性(186人)

順位	カテゴリー	10月 (人数)	前月比	前年比
1	食品	73	-8	-3
1	ファッション	73	+4	+9
3	外食	68	-8	+16
4	飲料	65	+2	+15
5	書籍・エンタメ	61	+1	+16
6	旅行	60	-11	±0
7	家電・AV	49	-3	+5
7	パソコン・タブレット・周辺機器	49	+7	+17
9	レジャー	39	-5	+1
10	日用品	35	+5	+7
11	スマートフォン・携帯電話	29	-5	+2
12	インテリア用品	26	+1	+2
13	車・バイク	25	-14	-6
14	装飾品	22	-3	-7
15	理美容	19	-21	+7
16	化粧品	10	-7	±0

参考:女性(231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	136	+34	-4
2	食品	131	+38	+22
3	外食	96	+10	-11
4	化粧品	94	+4	-2
5	理美容	82	+6	±0
6	旅行	73	-7	-12
7	飲料	72	+12	+4
8	日用品	63	+10	-7
9	書籍・エンタメ	62	+5	+4
10	レジャー	50	+1	-9
11	家電・AV	48	+9	+1
12	インテリア用品	46	+15	+3
13	装飾品	36	+2	+3
14	パソコン・タブレット・周辺機器	18	-5	+6
14	スマートフォン・携帯電話	18	-1	-1
16	車・バイク	12	+4	+7

<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(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	122	143	187	169	136	757
女性	118	139	183	164	139	743
合計	240	282	370	333	275	1,500
調査方法	インターネット調査					
調査時期	2021年9月2日(木)～6日(月)(2012年5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、9/17付で「2021年9月 新型コロナウイルスに関する生活者調査」を発表いたしました。

<https://www.hakuhodo.co.jp/uploads/2021/09/20210917.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/2021-10/>)からダウンロードしていただけます。