

来月の消費予報

年末年始に向け、例年通り消費意欲は高まるも
指数は12月としては過去最低値に

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。

12月の消費意欲指数は53.1点。前月比+9.3ポイント、前年比-3.0ポイントと、前月からは上昇したものの、前年比では大きく低下しました。

12月の消費意欲指数



【前月比】

+ 9.3 ポイント

【前年比】

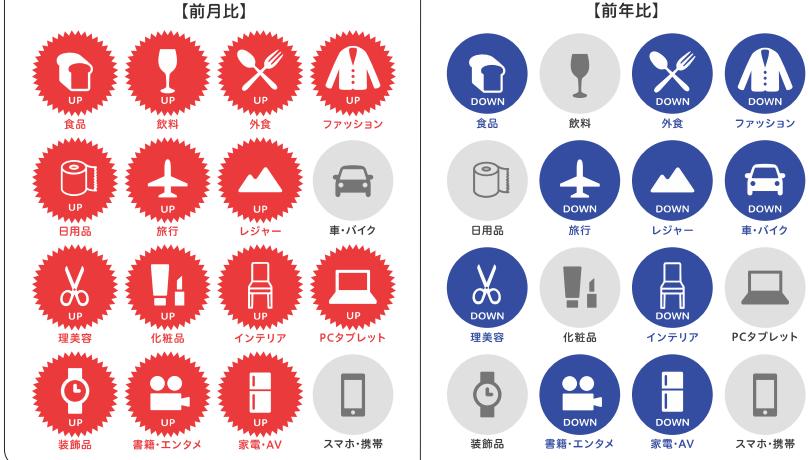
- 3.0 ポイント

■：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（12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



★ 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（12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。

12月のポイント

Point 1 : 12月としては過去最低の消費意欲指数。季節消費が伸び悩み

12月は例年、クリスマスや年末年始など消費機会が多く、1年で最も消費意欲が高まる月です。今年も前月比+9.3ポイントと前月から大きく上昇し、2019年内では最も高い消費意欲指数となりました。

一方、前年比は-3.0ポイントとなり、12月としては過去最低値となっています。消費意欲指数の理由(OA)を見ると、クリスマス・年末年始の買い物や冬物衣料などの季節消費への意欲をあげる声は前年よりも減少しています(18年12月378件→19年12月317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は33.7%と前年より大きく減少(前年比-6.7ポイント)。内訳をみても、「外食」(前年比-69件)、「ファッション」(前年比-59件)、「旅行」(前年比-35件)、「レジャー」(前年比-25件)といった季節消費を中心に、「PC・タブレット・周辺機器」を除くすべてのカテゴリーで前年から減少しています。

なお、消費意欲指数の理由(OA)を見ると、「消費税増税があるので消費意欲が高まらない、控えたい」といった声は前月からは大幅に減少(19年11月278件→19年12月77件)したものの、まだ一定数あがっています。前年にはなかった増税が、今年12月の消費意欲に影を落としているようです。

Point 2 : 女性の著しい意欲低下に落ち着きの兆し

女性の消費意欲指数は、増税後の10月・11月ともに前年比-5ポイント以上の大幅な低下となっていましたが、今月は前年比-3.0ポイント。依然として前年を下回ってはいるものの、著しい落ち込みからは回復がみられます。この回復がクリスマス・年末年始の一時的なものか、これをきっかけに増税後の意欲低下から回復基調となるのか、注目したいところです。

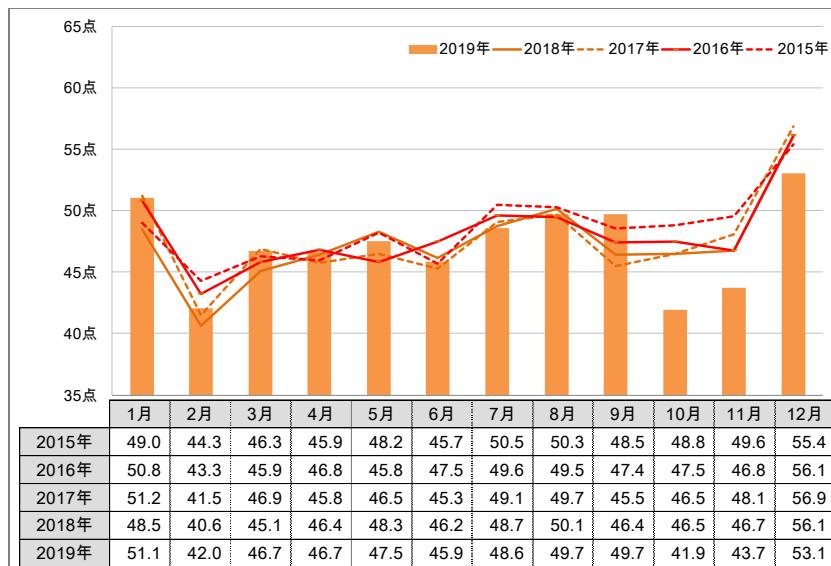
補足資料①

消費意欲指数

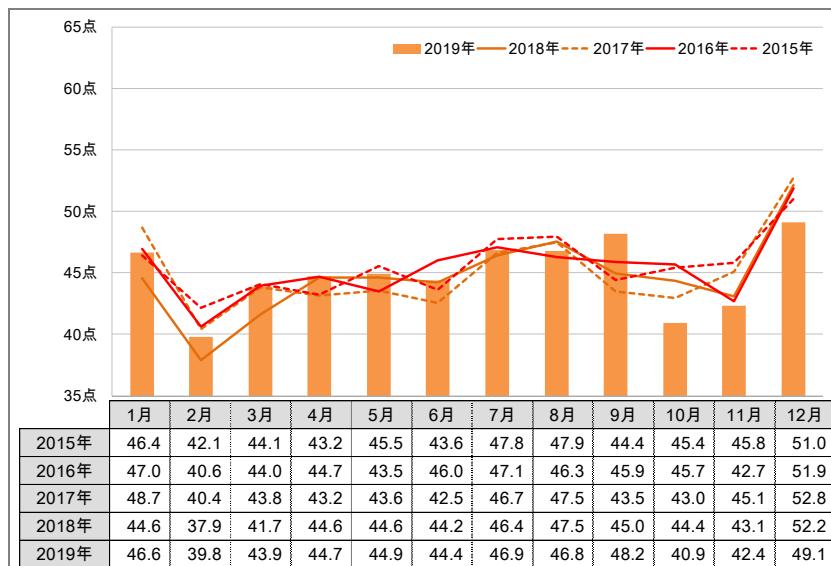
■ 時系列グラフ

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(12月)の消費意欲は何点くらいですか。(自由回答)

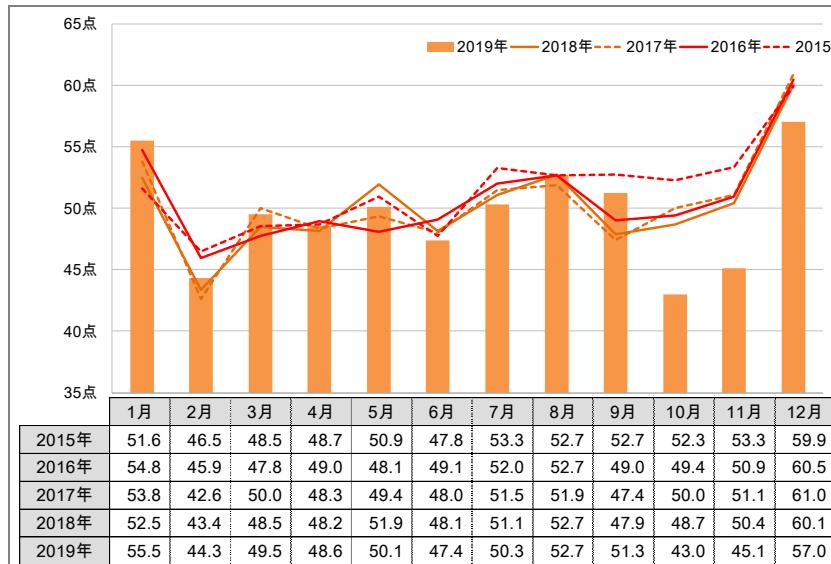
【全体】



【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～【季節消費への意欲・出費の予定がある】>

- ・年末など、財布の紐が緩くなる季節だから(95点・男性20歳・愛知県)
- ・年末が絡るので購買意欲は上がると思うが、増税の影響は出ると思う(70点・男性33歳・千葉県)
- ・消費税は上がり、貯蓄したい気持ちが高いものの、年末年始はお金を使う傾向にあるので、何か購入したい(95点・男性46歳・東京都)
- ・ボーナス時期であり、クリスマス、年末年始の行事があるので、消費意欲が高くなる(80点・男性58歳・大阪府)
- ・消費税が上がったのでなるべく控えるが、年末、正月準備に出費予定(60点・男性66歳・岐阜県)

- ・子どもを連れて初めて帰省するので、クリスマスなどイベントがたくさんある(80点・女性29歳・東京都)
- ・増税前に普段買わないものをいくつか買ったので節約したいが、年末年始の食材や子どものクリスマスプレゼントなど何かと必要なものがあるので買わないといけないと思うから(90点・女性34歳・兵庫県)
- ・年末年始に向けて美味しいものの購入、人の集まりに着ていく今年のトレンドの洋服を買いたいから(80点・女性45歳・愛知県)
- ・消費税増税もしたので買い控えたいところだが、12月はクリスマスや年末の行事があり、消費意欲が低いもの買わなくてはいけないから(60点・女性59歳・大阪府)
- ・消費税があがったので少し買い物を控えたいが、お正月の準備があるので60点位だと思う(60点・女性63歳・愛知県)

()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(12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12月(%)	前月比(pt)	前年比(pt)
全体	33.7	+14.8	-6.7
男性	27.5	+9.2	-9.4
女性	40.0	+20.4	-4.0

■ 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】(506人)

参考:男性 (208人)

参考:女性 (298人)

順位	カテゴリー	12月(人数)	前月比	前年比
1	ファッション	286	+142	-59
2	食品	265	+146	-45
3	外食	225	+105	-69
4	飲料	162	+74	-17
5	旅行	151	+48	-35
6	化粧品	137	+81	-2
7	理美容	121	+48	-22
8	レジャー	116	+42	-25
9	家電・A V	115	+57	-26
10	書籍・エンタメ	115	+34	-47
11	日用品	110	+44	-13
12	装飾品	94	+56	-15
13	パソコン・タブレット・周辺機器	80	+43	+ 6
14	インテリア用品	63	+29	-29
15	スマートフォン・携帯電話	50	+15	-10
16	車・バイク	32	+ 7	-23

順位	カテゴリー	12月(人数)	前月比	前年比
1	ファッション	103	+47	-21
2	食品	85	+37	-36
3	外食	78	+20	-39
4	旅行	65	+15	-27
5	家電・A V	63	+30	-24
6	飲料	55	+13	-17
7	パソコン・タブレット・周辺機器	52	+26	- 4
8	書籍・エンタメ	49	+ 5	-40
9	レジャー	44	+ 5	-22
10	装飾品	41	+25	- 5
11	スマートフォン・携帯電話	33	+12	- 4
12	車・バイク	28	+ 9	-16
13	日用品	28	- 1	- 9
14	インテリア用品	24	+10	- 7
15	理美容	19	- 5	-12
16	化粧品	17	+13	+ 8

順位	カテゴリー	12月(人数)	前月比	前年比
1	ファッション	183	+95	-38
2	食品	180	+109	- 9
3	外食	147	+85	-30
4	化粧品	120	+68	-10
5	飲料	107	+61	±0
6	理美容	102	+53	-10
7	旅行	86	+33	- 8
8	日用品	82	+45	- 4
9	レジャー	72	+37	- 3
10	書籍・エンタメ	66	+29	- 7
11	装飾品	53	+31	-10
12	家電・A V	52	+27	- 2
13	インテリア用品	39	+19	-22
14	パソコン・タブレット・周辺機器	28	+17	+10
15	スマートフォン・携帯電話	17	+ 3	- 6
16	車・バイク	4	- 2	- 7

※男女別ランキングは、母数が少ないと参考値

<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(12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(12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數(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11月1日(金)～5日(火)(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數を発表いたします。

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(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/2019-11/>)から
ダウンロードしていただけます