

来月の消費予報

「冬支度消費」の意欲は高まるも、年末年始に備えた節約意識や物価上昇の影響で、11月の消費意欲は例年を下回る

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1-4日に調査(詳細はP5)

2024年11月の消費意欲指数は46.2点。前月比で+1.8ptと上昇し、前年比では-1.2ptと低下しました。

11月の消費意欲指数



【前月比】

+1.8 ポイント

【前年比】

-1.2 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(11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(11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」と回答した人に対して、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。

11月のポイント

Point1 秋・冬物への意欲は高まるも、年末に向けた節約意識や物価高の影響が強まる

例年11月は、消費意欲指数が前月から微増することが多い月で、今年も前月比で+1.8ptと上昇しました。一方、前年比では-1.2pt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(10月360件→11月344件)はやや減少し、ネガティブな回答(10月872件→11月877件)は横ばいとなりました。具体的に、ポジティブな回答では、「秋・冬物の購入(10月57件→11月74件)」が増加し、ネガティブな回答では、「年末年始のために我慢(10月14件→11月42件)」が増加しました。また、「物価高・値上げ・円安(8月82件→9月110件→10月121件→11月146件)」は3カ月連続で微増しており、その影響が強くなっている様子が見えます。

前年と比べると、消費にポジティブな回答(23年11月363件→24年11月344件)はやや減少し、ネガティブな回答(23年11月867件→24年11月877件)はほぼ横ばいとなりました。具体的には、ポジティブな回答で、「(季節もの以外で、買い物など)出費の予定・欲しいものがある(23年11月170件→24年11月138件)」が減少しています。ネガティブな回答では、「欲しいものがない・すでに買った(23年11月276件→24年11月300件)」が増加し、「金銭的な理由で節約・我慢(23年11月192件→24年11月165件)」が減少しました。

11月らしく衣替えや冬支度に向けての意欲はみられますが、消費が増える年末年始に向けた節約意識の高まりに加えて、10月に実施された今年最多の食品飲料の値上げで物価高の影響が強まり、11月の消費意欲は例年より低めとなりそうです。

Point2 消費意向は秋らしいカテゴリーで前月比増も、娯楽や外出関連で前年比減

「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28.3%で、前月比では+1.7ptと上昇し、前年比では-1.1ptと低下しました。

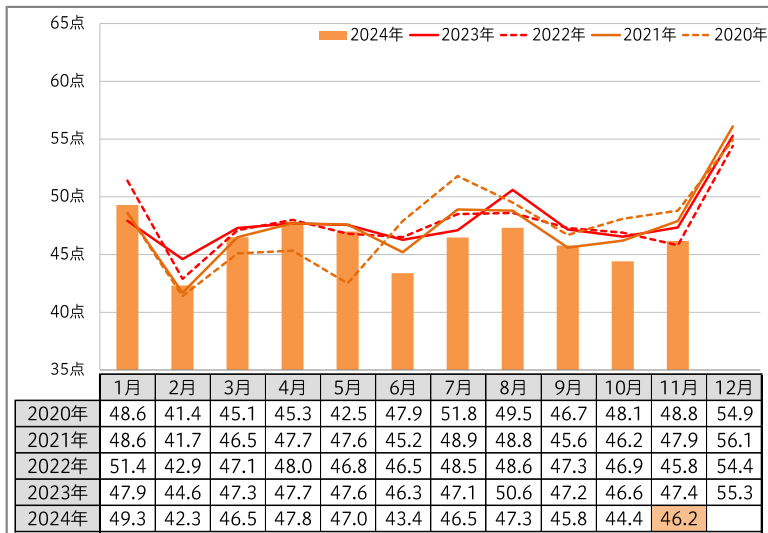
16カテゴリー別の消費意向をみると、前月比では「ファッション」「外食」「日用品」「食品」「装飾品」の5カテゴリーが20件以上増加しました。一方、前年比では、「書籍・エンタメ」「外食」「旅行」の3カテゴリーが20件以上減少しています。前月からは「ファッション」「外食」など秋らしいカテゴリーを中心に意向が高まりますが、前年と比べると、娯楽や外出関連カテゴリーで消費意向が落ち着きそうです。

消費意欲指数

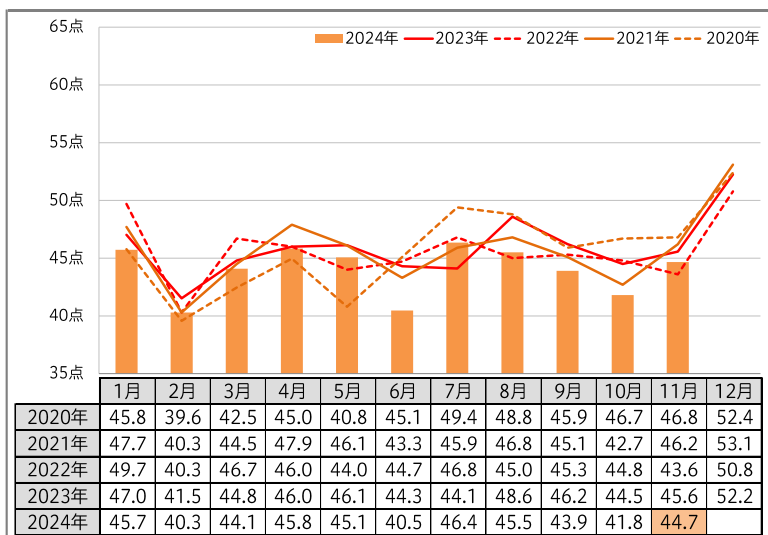
■ 時系列グラフ

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(11月)の消費意欲は何点くらいですか。(自由回答)

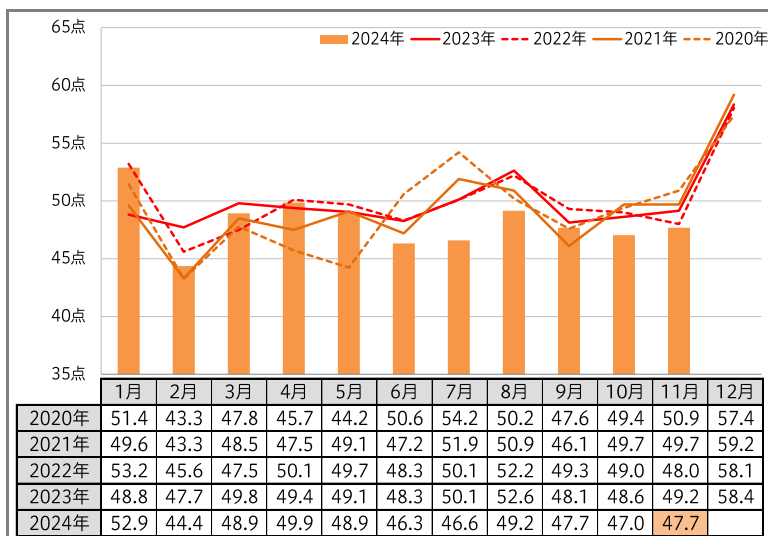
【全体】



【男性】



【女性】



消費意欲指数

■ 性別/年代別比較

	(点)						(pt)	
	24年6月	24年7月	24年8月	24年9月	24年10月	24年11月	24年11月比較	
							前月比	前年比
全体	43.4	46.5	47.3	45.8	44.4	46.2	+1.8	-1.2
男性	40.5	46.4	45.5	43.9	41.8	44.7	+2.9	-0.9
女性	46.3	46.6	49.2	47.7	47.0	47.7	+0.6	-1.5
20代	45.3	48.8	51.0	49.4	47.1	49.4	+2.3	-1.6
30代	43.3	47.7	47.4	47.7	45.9	45.0	-0.9	-4.2
40代	43.1	46.6	48.4	45.0	43.7	46.8	+3.1	+1.1
50代	41.6	44.1	44.4	43.6	40.7	45.3	+4.6	-0.4
60代	44.6	46.1	46.4	44.4	46.4	44.8	-1.6	-1.6

※調査では小数第2位まで集計していますが、本稿は小数第1位まで(小数第2位を四捨五入)を表示しているため、点数差は見た目の数値と異なる場合があります。

■ +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～【秋冬物の購入】>

- ・欲しいゲームやサービス、身の回りの衣替え等、買いたい物がある(70点・男性24歳・岐阜県)
- ・11月は、他の月と比較して消費意欲は高くないが、寒さを感じる時期になってくるので、防寒対策等で消費意欲は上がると考える。しかしクリスマスシーズンや正月、新年度前、夏と比較するとまだまだで、半分の50にした(50点・男性34歳・埼玉県)
- ・ブーツが欲しい(100点・男性46歳・愛知県)
- ・冬服を買う(100点・男性57歳・大阪府)
- ・冬物購入の可能性がある(50点・男性66歳・東京都)
- ・秋は全部の欲求が出てくる。服が特に買いたくなる。趣味の道具なども毎年揃えたい(100点・女性25歳・大阪府)
- ・クリスマスに向けての商品や、冬物の小物や洋服等、欲しいと思う可能性があるため(70点・女性33歳・東京都)
- ・やっと秋になるので、新しい子供の服や季節の食べ物を買いたいと思ったから。また年末に向けて、少しずつ色々買い溜めしていきたいから(80点・女性44歳・大阪府)
- ・気候変動で秋冬物が欲しい気持ちがあまりないが、本格的な寒さに備えてアウターなど新調したいと考えているから(100点・女性51歳・東京都)
- ・涼しくなってきたから、秋物の洋服とかが欲しくなると思うから。旅行に行く予定なので、旅先で美味しい物とかも食べたりお土産なども買いたい(80点・女性61歳・愛知県)

<生活者の声～消費意欲指数の理由～【年末年始のために我慢】>

- ・12月はイベントが多く出費が重なるため、11月は節制したいと考えているから(30点・男性31歳・兵庫県)
- ・12月に使いたいので取っておく(0点・男性35歳・愛知県)
- ・10月は結婚記念日、12月は妻の誕生日とクリスマスが控えているので、間の11月は消費意欲が落ちていると思うから(20点・男性43歳・大阪府)
- ・お正月前だからセーブしたい(30点・男性56歳・愛知県)
- ・正月の買い物に向けてお金を貯めている(10点・男性63歳・愛知県)
- ・年末に向けて少し貯めておきたいから(30点・女性36歳・神奈川県)
- ・12月が何かと物入りなので11月は抑えたい(30点・女性39歳・岐阜県)
- ・10月から色々な物が値上がりしているし、年末年始の出費に備えて11月は節約モードでいきたいから(40点・女性48歳・埼玉県)
- ・年末に向けて何かと入用で、無駄な出費は控えたい(30点・女性52歳・兵庫県)
- ・年末年始に近いので、節約したいから(30点・女性61歳・神奈川県)

<生活者の声～消費意欲指数の理由～【物価高・値上げ・円安】>

- ・10月以降は値上げする食品が更に増えて出費を控えたいから(20点・男性29歳・大阪府)
- ・物価が高いから(10点・男性33歳・東京都)
- ・値上げラッシュ(10点・男性48歳・大阪府)
- ・10月は価格上昇の商品が多かったから(20点・男性53歳・岐阜県)
- ・月末に色々買うかもしれないが年末年始の出費に備えて節約したい。今月から値上げのラッシュだから出費が増えている(35点・男性67歳・愛知県)
- ・特に買いたい物もないし値上がりしているし、節約節約、だと思おう(30点・女性32歳・兵庫県)
- ・物価高が続いているので、なるべく買い控えられる物は買わないようにしているから(30点・女性35歳・埼玉県)
- ・物価や光熱費も上がり、病気の猫の病院代と持病ありで、必要な物を諦めた生活のため(20点・女性58歳・愛知県)
- ・色々な物が値上げされ税金などの出費が増えるので、物を買いたい気持ちを抑えなくては駄目だから(30点・女性65歳・大阪府)

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(11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)

	2024年11月(%)	前月比(pt)	前年比(pt)
全体	28.3	+1.7	-1.1
男性	25.3	+1.6	-0.7
女性	31.2	+1.7	-1.6

■ 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】(424人)

順位	カテゴリー	11月(人数)	前月比	前年比
1	ファッション	215	+46	-14
2	食品	206	+25	-5
3	外食	188	+40	-32
4	旅行	175	+12	-26
5	飲料	129	+14	-17
6	化粧品	110	+7	-8
7	レジャー	109	+12	-15
8	理美容	107	+19	-7
9	書籍・エンタメ	95	-1	-40
10	日用品	94	+28	-19
11	家電・AV	69	+3	-9
12	装飾品	68	+21	+8
13	インテリア用品	61	+12	+3
14	スマートフォン・携帯電話	56	+17	-3
15	パソコン・タブレット・周辺機器	43	-2	-6
16	車・バイク	36	+6	-18

<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

参考:男性(191人)

順位	カテゴリー	11月(人数)	前月比	前年比
1	外食	84	+24	-11
2	食品	82	+8	-5
3	ファッション	80	+21	-6
3	旅行	80	±0	-9
5	飲料	56	+4	-12
6	レジャー	52	+8	-5
7	書籍・エンタメ	44	+2	-32
8	家電・AV	39	+8	-17
9	車・バイク	30	+6	-13
9	日用品	30	+8	-17
11	スマートフォン・携帯電話	28	+6	-15
12	パソコン・タブレット・周辺機器	27	±0	-14
13	装飾品	23	+4	-2
14	理美容	22	+7	-14
15	インテリア用品	20	-3	-3
16	化粧品	13	-1	-9

参考:女性(233人)

順位	カテゴリー	11月(人数)	前月比	前年比
1	ファッション	135	+25	-8
2	食品	124	+17	±0
3	外食	104	+16	-21
4	化粧品	97	+8	+1
5	旅行	95	+12	-17
6	理美容	85	+12	+7
7	飲料	73	+10	-5
8	日用品	64	+20	-2
9	レジャー	57	+4	-10
10	書籍・エンタメ	51	-3	-8
11	装飾品	45	+17	+10
12	インテリア用品	41	+15	+6
13	家電・AV	30	-5	+8
14	スマートフォン・携帯電話	28	+11	+12
15	パソコン・タブレット・周辺機器	16	-2	+8
16	車・バイク	6	±0	-5

※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(11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(11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

調査人数 合計1,500人

	20代	30代	40代	50代	60代	合計
男性	128	140	171	184	131	754
女性	125	137	168	183	133	746
合計	253	277	339	367	264	1,500

調査方法 インターネット調査

調査時期 2024年10月1日(火)～4日(金) (2012年5月から調査開始/毎月月上旬に実査)

調査機関 QO株式会社(旧 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 博報堂生活総合研究所(近藤・加藤) seikatsusoken.info@hakuodo.co.jp
株式会社博報堂 広報室(成田・白川) koho.mail@hakuodo.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/2024-11/>)からダウンロードしていただけます。