

2016.01.06

消費動向編 [消費意欲指数]

生活インデックスとは、生活総研が生活者の意識変化を読み解くために、【消費動向】【生活感情】【生活価値観】の3つの領域から開発したオリジナルの指数です。今回の生活インデックスレポートでは、【消費動向】に関する分析結果についてご報告いたします。

【質問文】

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。その理由をお答えください。

■ 1月の消費動向《概況》

[消費意欲指数 50.8点]

1月の消費意欲指数は50.8点で、前月比は-4.6ポイントの低下となりましたが、前年同月と比べると+1.9ポイントとなっています。

■ 1月の消費動向に関するポイント

POINT

消費意欲は、増税前の水準に回復。 前年より、正月ならではの出費に積極的な声が増加。

1月の消費意欲指数は50.8点。前月比は-4.6ポイントですが、増税の影響が残っていた前年同月と比べると+1.9ポイントとなり、増税前(2014年1月 50.8点)の水準に回復しています。

消費意欲指数の理由(自由回答)を見ると、「正月だから財布の紐が緩む」(15年61件→16年78件)、「セールや安売りに行く」(15年148件→16年191件)など、正月ならではの消費に意欲的な人が前年より増えています。

また、「金銭的余裕がある」と答える人が増加(15年36件→16年45件)。一方で、「経済的余裕がない」と答える人は減少しており(15年192件→16年142件)、家計状況が改善してきている気配もうかがえます。前年のお正月は消費税増税や物価上昇の影響を受けていましたが、今年はそれもやわらぎ、季節らしい消費意欲が回復しているようです。

<生活者の声～消費意欲指数の理由～【新年・お正月だから出費が多い、財布の紐が緩む】> ()内点数:消費意欲指数

- ・年明けに色々買いたくなるだろうから(80点・男性21歳・東京都)
- ・年が明けに新しい物を持ちたいし、セールがあると気になるから(80点・男性33歳・岐阜県)
- ・新年を迎えて新たなスタートを切るために、物を買うことが多くなるから(70点・男性45歳・愛知県)
- ・年初めは、購買意欲が高まると思う(70点・男性51歳・兵庫県)
- ・正月もあって、ばあ一つと行きたい気分(80点・男性60歳・兵庫県)
- ・一年の始まりは新しいものが欲しくなるし、セールや福袋があるから(70点・女性22歳・神奈川県)
- ・お正月くらい、贅沢したい(70点・女性33歳・兵庫県)
- ・特に買い物や出かける予定はないが、お正月気分です々財布の紐がゆるみそう(60点・女性44歳・東京都)
- ・自分ではなく、家族のために色々買って新年を迎えたい(80点・女性54歳・岐阜県)
- ・お正月なので消費しなければ格好がつかないと思う(80点・女性64歳・京都府)

(前ページからつづき)

.....
<生活者の声 ~消費意欲指数の理由~ 【セール、安売り、福袋】> ()内点数:消費意欲指数

- ・年始はバーゲンなどがあり、普段は高くても買わないものも見てしまう(80点・男性26歳・大阪府)
- ・正月はセールなどに期待できるから(85点・男性35歳・大阪府)
- ・年明けの福袋やバーゲンセールに行き、買い物をする(90点・男性42歳・神奈川県)
- ・福袋を買いたいから(80点・男性53歳・岐阜県)
- ・年の始めは安いから(80点・男性60歳・愛知県)

- ・年始のセールや福袋はお得な商品が多い。また、正月に親族が集まるため美味しいものを食べたくなる(80点・女性29歳・茨城県)
- ・お正月で開放的になっているし、セールで買いたい熱が高まると思う(80点・女性36歳・大阪府)
- ・お正月。福袋や、バーゲンで気持ちに弾みがつく(95点・女性47歳・愛知県)
- ・1月は、初売りや福袋販売があるので買いたくなる(90点・女性50歳・大阪府)
- ・正月を過ぎるとバーゲンが始まるので、必要なものがなくても出かけるのが楽しみ(80点・女性67歳・愛知県)

* 詳細データについては3ページ目以降の「時系列グラフ」をご参照ください。

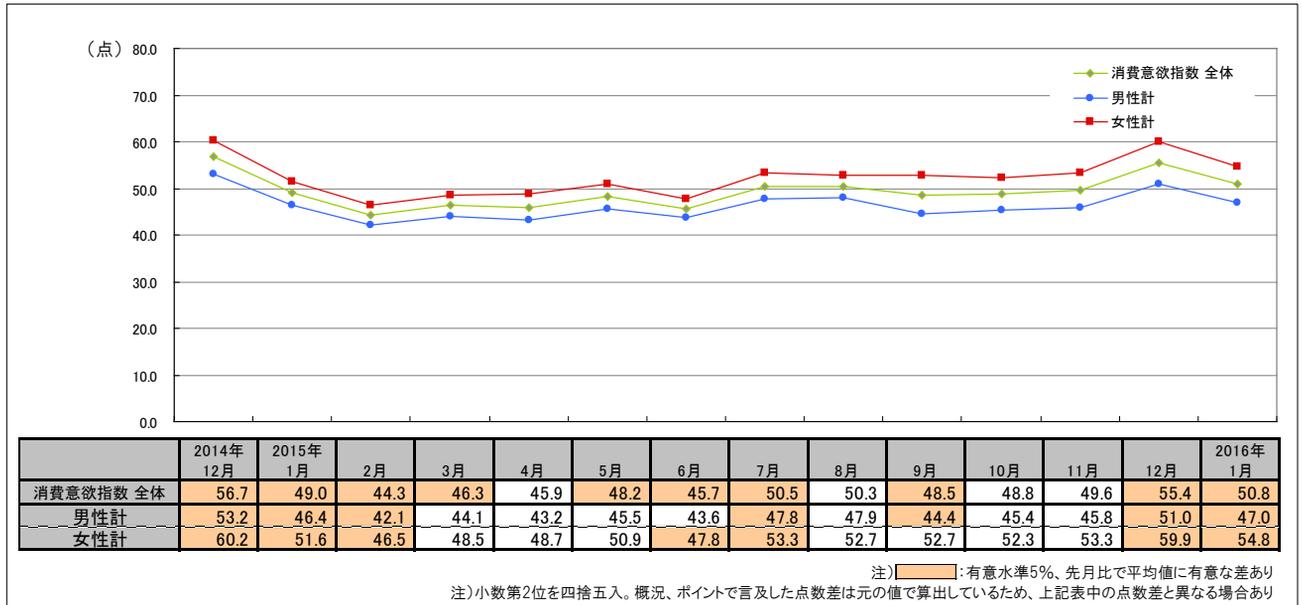
* 指数と同時に聴取している「特に買いたいモノ・利用したいサービス」がある人の割合は、5ページ目の「補足資料」をご参照ください。

[消費意欲指数]

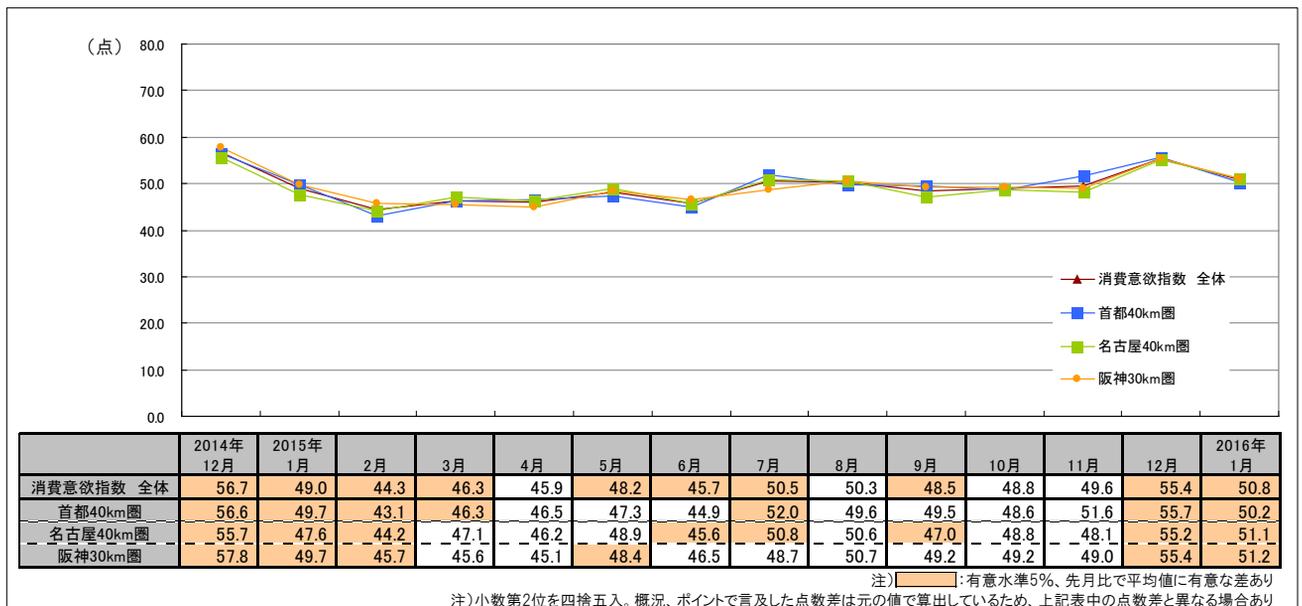
時系列グラフ <全体・男女/地域別>

男女別

Q. 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(1月)の消費意欲は何点くらいですか？

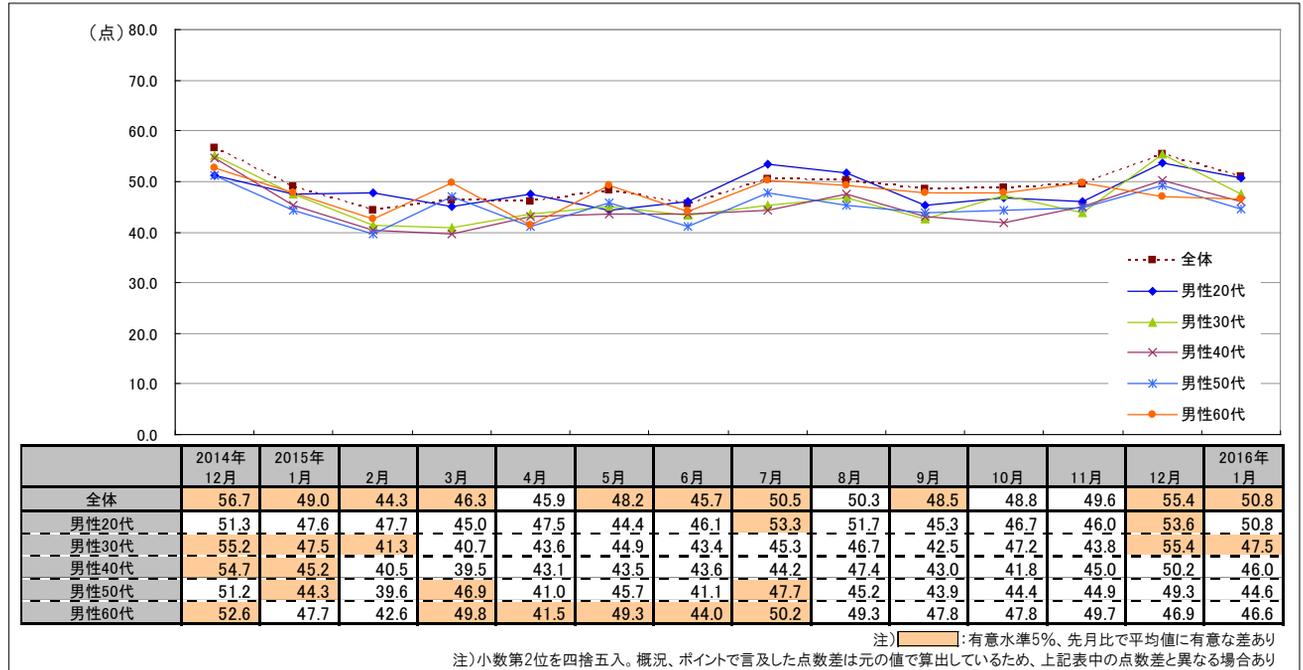


地域別

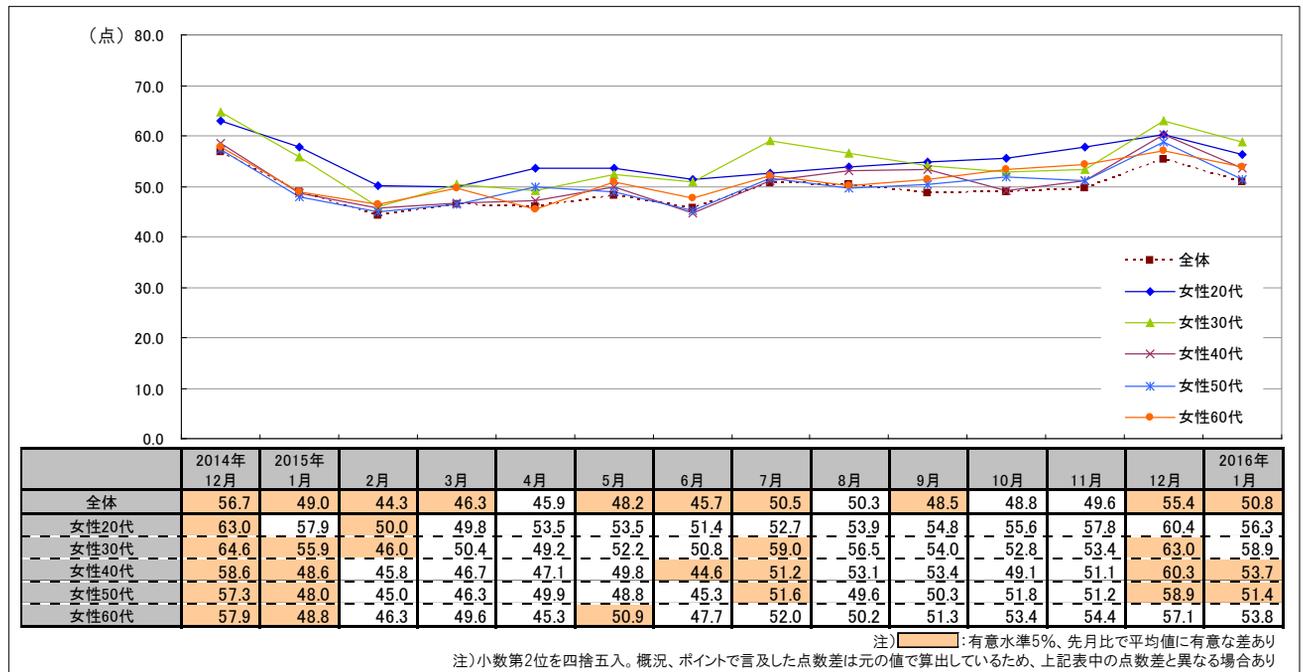


時系列グラフ <性年代別>

性年代別(男性)



性年代別(女性)



特に買いたいモノ・利用したいサービスがある人の割合の推移 <全体・性年代別>

	2014年 12月	2015年 1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	2016年 1月
全体	40.6	25.9	23.9	28.0	26.9	24.9	26.1	31.5	28.9	25.1	27.3	28.3	41.3	29.6
男性	33.7	23.7	24.0	26.1	25.9	23.1	26.2	28.4	28.2	22.9	24.1	25.1	33.9	25.3
女性	47.6	28.2	23.9	29.9	27.9	26.7	25.9	34.7	29.6	27.3	30.6	31.6	48.8	34.0
男性20代	37.6	29.6	41.6	29.6	40.8	27.0	31.1	38.5	45.1	25.4	32.8	34.4	36.9	41.8
男性30代	41.7	31.9	24.5	28.8	27.0	27.8	31.6	34.8	29.1	20.9	32.9	24.7	40.5	34.8
男性40代	30.7	21.8	23.5	24.6	24.6	20.0	25.9	24.9	25.9	28.6	23.2	22.7	36.2	22.2
男性50代	34.8	18.2	17.4	25.0	20.5	19.9	21.3	25.7	22.8	15.4	14.7	19.9	26.5	14.0
男性60代	24.5	17.4	15.5	23.2	18.7	21.9	21.3	20.6	21.3	22.6	17.4	25.8	28.4	16.1
女性20代	61.3	42.0	39.5	42.0	41.2	28.4	37.1	41.4	37.9	33.6	38.8	43.1	55.2	45.7
女性30代	49.7	34.0	23.9	30.8	29.6	26.6	38.3	42.2	39.0	31.2	32.5	40.3	61.7	48.1
女性40代	48.9	27.6	20.1	26.4	24.7	25.1	21.2	33.0	25.7	22.9	31.8	25.7	48.0	29.1
女性50代	38.9	19.8	20.6	26.7	32.1	32.8	17.2	33.6	24.6	24.6	21.6	26.1	44.0	25.4
女性60代	41.1	19.6	19.0	26.4	16.6	22.4	18.6	25.5	23.0	26.1	29.2	26.1	36.6	24.8

(単位:%)

特に買いたいモノ・利用したいサービスがある人の割合の推移 <全体・地域別>

	2014年 12月	2015年 1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	2016年 1月
全体	40.6	25.9	23.9	28.0	26.9	24.9	26.1	31.5	28.9	25.1	27.3	28.3	41.3	29.6
首都圏	40.2	28.6	22.6	28.0	26.2	24.2	25.8	33.8	26.8	27.2	28.4	32.0	42.0	30.8
名古屋圏	38.4	22.8	21.6	27.4	25.4	24.8	23.8	29.8	27.6	22.6	25.0	25.8	39.4	30.0
阪神圏	43.2	26.4	27.6	28.6	29.0	25.8	28.6	31.0	32.2	25.4	28.6	27.2	42.4	28.0

(単位:%)

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(1月)の消費意欲は何点くらいですか。その理由をお答えください。

【特に買いたいモノ・利用したいサービス】

あなたが来月(1月)、特に買いたいモノ・利用したいサービスはありますか。

特に買いたいモノ・利用したいサービスとは何ですか。

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1500人

	20代	30代	40代	50代	60代	合計
男性	122	158	185	136	155	756
女性	116	154	179	134	161	744
合計	238	312	364	270	316	1500

調査方法 インターネット調査

調査時期 2015年12月3日(木)～7日(月)(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 東京サーベイ・リサーチ

<備考>

・「デフレ生活指数」、「特に安く買いたいモノ・安く利用したいサービスがある人の割合」は、2015年9月の発表をもって終了しました。

問い合わせ先 株式会社博報堂 博報堂生活総合研究所(菅・川谷) TEL.03-6441-6450
株式会社博報堂 広報室(西尾・大足) TEL.03-6441-6161