

来月の消費予報

12月らしく消費意欲指数は今年最高値となるも、物価高の影響で前年ほどには高まらず

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。※11月4～7日に調査(詳細はP5)
2022年12月の消費意欲指数は54.4点。前月比は+8.6ptの大幅な上昇ながら、前年比は-1.7ptの低下となりました。

12月の消費意欲指数



【前月比】

【前年比】

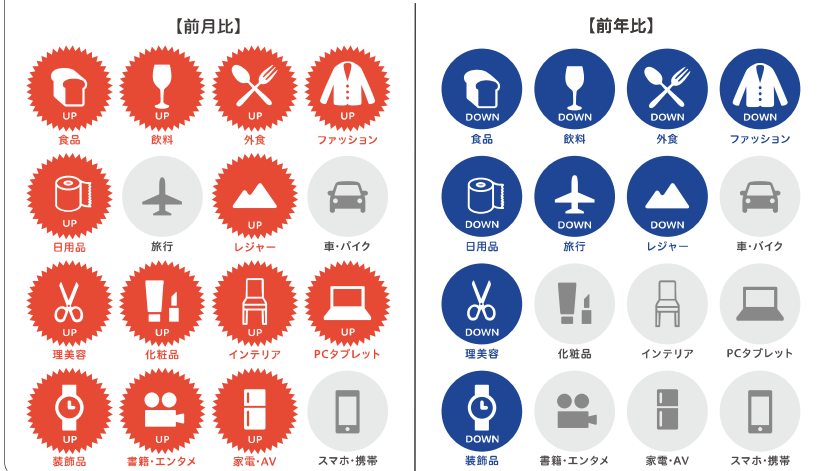
+8.6 ポイント

-1.7 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

Point1: 12月らしく消費意欲高まるも、物価高による節約意識がブレーキに

クリスマスや年末年始を控える12月は、1年で最も消費意欲指数が高まる月です。今年も前月から+8.6pt増加し、今年の最高値となりました。ただし、前年と比べると-1.7ptで、前月と同様、最近5年間では消費税増税があった2019年に次ぐ低い指数となりました。

消費意欲指数の理由(OA)をみると、前月と比べて消費にポジティブな回答(11月337件→12月557件)が増加し、ネガティブな回答(11月913件→12月717件)が減少しています。具体的にポジティブな回答では、「(クリスマス/年末年始の買い物など)季節的な意欲向上(11月92件→12月303件)」や「ボーナスが入った、入る(11月12件→12月72件)」が増加しています。ネガティブな回答では、「他の出費・出費予定のために控える(11月136件→12月77件)」が減少し、前月非常に多かった「物価高・値上げ・円安(11月199件→12月139件)」も3割ほど減少しています。

また、前年と比べると、消費にポジティブな回答(21年12月639件→22年12月557件)が減少し、ネガティブな回答(21年12月661件→22年12月717件)が増加しています。具体的な回答では、「(食べ物・の美味しい時期/クリスマスプレゼント、お歳暮など)季節的な意欲向上(21年12月344件→22年12月303件)」が減少しています。ネガティブな回答では、「物価高・値上げ・円安(21年12月8件→22年12月139件)」が大幅に増加し、「(お金がない、余裕がない、将来不安など)金銭的な理由で節約、我慢(21年12月161件→22年12月183件)」も増えています。

12月らしい消費意欲の上昇はみられるものの、物価高や節約意識が高まっていることが、「おいしいもの」や「贈答」などのこの時期ならではの消費にブレーキをかけそうです。

Point2: 消費意向は多くのカテゴリーで前月比増も、例年ほどには増加せず

「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36.6%。前月比は+8.3ptの上昇、前年比は-5.5ptの低下で、消費意欲指数と同様に今年の最高値となりました。

カテゴリー別の消費意向をみると、前月比では「食品」「外食」「書籍・エンタメ」「飲料」をはじめ16カテゴリー中13カテゴリーで20件以上増加しています。一方、前年と比べると「食品」「ファッション」「外食」など9カテゴリーで20件以上減少しています。

12月らしく、多くのカテゴリーで消費意向は高まりますが、例年ほどの水準にはならないようです。

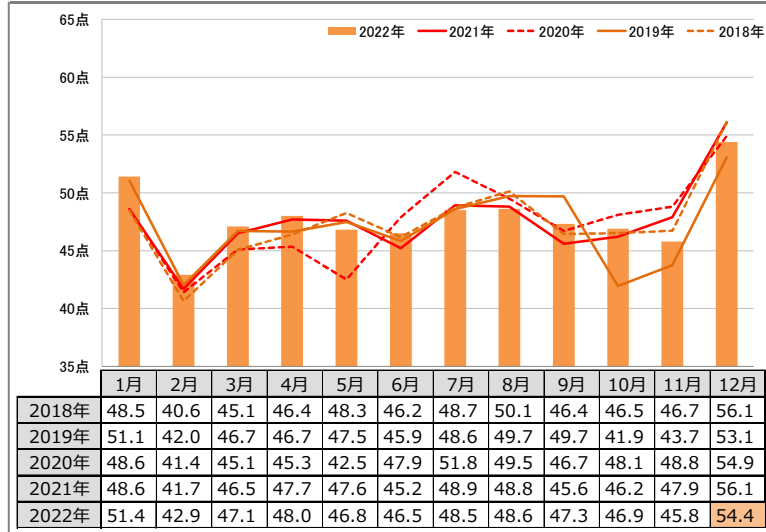
補足資料①

消費意欲指数

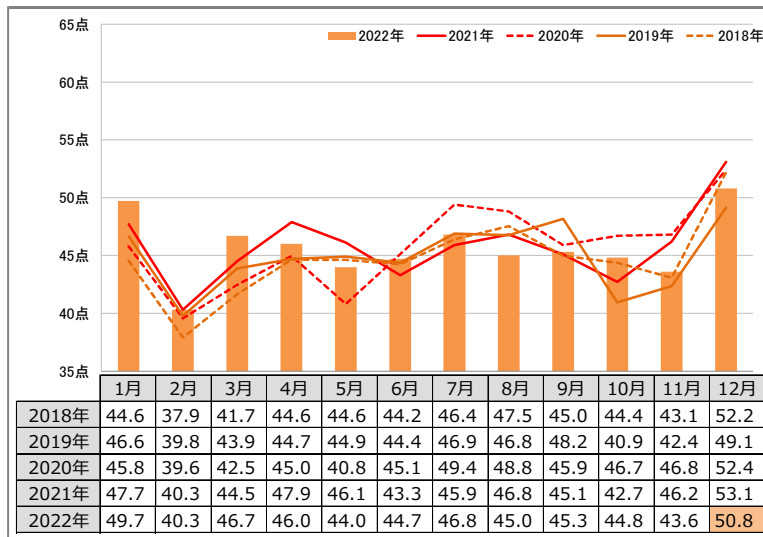
■ 時系列グラフ

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(12月)の消費意欲は何点くらいですか。(自由回答)

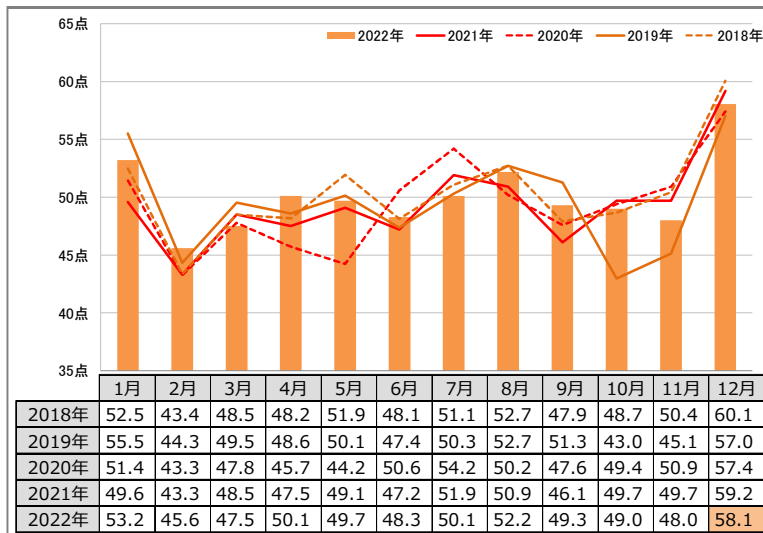
【全体】



【男性】



【女性】



※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。

補足資料②

消費意欲指数

■ 性別/年代別比較

	(点)						22年12月比較 (pt)	
	22年7月	22年8月	22年9月	22年10月	22年11月	22年12月	前月比	前年比
全体	48.5	48.6	47.3	46.9	45.8	54.4	8.6	-1.7
男性	46.8	45.0	45.3	44.8	43.6	50.8	7.2	-2.3
女性	50.1	52.2	49.3	49.0	48.0	58.1	10.0	-1.1
20代	50.7	52.5	51.1	48.1	49.7	56.9	7.2	-2.1
30代	49.2	48.1	46.5	49.8	47.2	56.8	9.6	-1.4
40代	49.2	45.6	46.4	45.0	44.4	55.1	10.7	-1.3
50代	46.6	48.8	44.4	44.0	44.4	51.0	6.7	-2.0
60代	46.9	49.0	49.6	49.1	44.0	52.7	8.7	-2.0

+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～【季節的な意欲向上】>

- ・年末には行事がたくさんありオシャレのために服やアクセサリーなどを買いたいから(70点・男性20歳・愛知県)
- ・年末クリスマスで新製品や美味しい物が増える。ボーナスも入り財布の紐がゆるむ(100点・男性34歳・愛知県)
- ・ふるさと納税で良いおせちを買う。子供のクリスマスプレゼント(80点・男性41歳・兵庫県)
- ・年末で、ボーナスも入るので買いたい物がいくつかある(100点・男性51歳・東京都)
- ・年末なので、忘年会等の付き合いが多くなる(70点・男性62歳・千葉県)
- ・クリスマスや年末ということもあり、コスメやセールが多いため(80点・女性28歳・大阪府)
- ・年末のため、食事も美味しい物を食べたいし子供達のクリスマスプレゼントや自分の衣料など買いたいから(65点・女性39歳・岐阜県)
- ・ボーナスが入ることと、本格的な冬に入るので、衣類が欲しくなるから。忘年会を兼ねての外食も増える(80点・女性43歳・兵庫県)
- ・年末年始で他の月より買うものが増えるが、物価が上がっているため、なるべく必要なもの以外は買わないようにしたい(80点・女性58歳・埼玉県)
- ・年末には孫達へのクリスマスプレゼントの購入とお正月に向けての料理の準備でおせち関連商品を購入するので(80点・女性69歳・東京都)

<生活者の声～消費意欲指数の理由～【物価高・値上げ・円安】>

- ・お金を貯めたいという意識があり、今現在物価が上がっているため消費をしたくないから(20点・男性23歳・東京都)
- ・光熱費が高く消費にまわせないから(30点・男性33歳・大阪府)
- ・物価高が続いており、日用品の購入や貯蓄にしか気がいなくなっているから(30点・男性46歳・愛知県)
- ・物価が上がっているのに給与が全く上がっていないため(0点・男性56歳・愛知県)
- ・物価高騰で余計な出費が多くなっているから(30点・男性63歳・大阪府)
- ・値上げがすごいから意欲は上がらない(50点・女性27歳・東京都)
- ・物価が上がって生活費がかかるから、できるだけ節約したい(20点・女性30歳・愛知県)
- ・本当は年末だから普段食べないようなご馳走を買いたいと思うが、物価が上がっているため、払わざるを得ない出費が増えるだろう。だから程々の意欲しか持てない(50点・女性42歳・大阪府)
- ・物価が上がり過ぎて先が見えてこないから(10点・女性51歳・東京都)
- ・何もかも値上げしているのに収入減で、消費しようがない(20点・女性63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(10月3日～6日)後より今回調査(11月4日～7日)まで

10月上旬	全国新規感染者数は1週間平均で1日あたり3万人前後
10月11日	水際対策、大幅に緩和「全国旅行支援」開始(東京都は20日から)
10月25日	生後6か月～4歳のワクチン接種始まる
11月上旬	全国新規感染者数、1週間平均で1日あたり5万人台へ増加

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(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)

	2022年12月(%)	前月比(pt)	前年比(pt)
全体	36.6	8.3	-5.5
男性	32.5	8.6	-4.1
女性	40.7	8.0	-6.9

■ 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】(549人)

参考:男性(245人)

参考:女性(304人)

順位	カテゴリー	12月(人数)	前月比	前年比
1	食品	297	+113	-61
2	ファッション	265	+43	-60
3	外食	252	+74	-57
4	旅行	201	+3	-39
5	飲料	182	+57	-45
6	書籍・エンタメ	156	+63	+11
7	化粧品	148	+40	-17
8	理美容	134	+22	-35
9	日用品	133	+40	-25
10	家電・AV	117	+27	-13
11	レジャー	116	+20	-21
12	インテリア用品	91	+40	-17
13	装飾品	83	+23	-26
14	パソコン・タブレット・周辺機器	71	+24	-9
15	スマートフォン・携帯電話	59	+9	-11
16	車・バイク	49	+13	-2

順位	カテゴリー	12月(人数)	前月比	前年比
1	食品	113	+43	-21
2	外食	102	+31	-18
3	ファッション	94	+27	-30
4	旅行	91	+6	-31
5	書籍・エンタメ	74	+23	+7
6	飲料	69	+12	-30
7	家電・AV	65	+13	-9
8	パソコン・タブレット・周辺機器	46	+16	-20
9	レジャー	45	-4	-25
10	日用品	40	+8	-4
11	スマートフォン・携帯電話	35	+6	-10
11	インテリア用品	35	+15	-7
13	車・バイク	34	+2	-7
14	装飾品	27	+3	-19
14	理美容	27	+2	-8
16	化粧品	18	+1	-3

順位	カテゴリー	12月(人数)	前月比	前年比
1	食品	184	+70	-40
2	ファッション	171	+16	-30
3	外食	150	+43	-39
4	化粧品	130	+39	-14
5	飲料	113	+45	-15
6	旅行	110	-3	-8
7	理美容	107	+20	-27
8	日用品	93	+32	-21
9	書籍・エンタメ	82	+40	+4
10	レジャー	71	+24	+4
11	装飾品	56	+20	-7
11	インテリア用品	56	+25	-10
13	家電・AV	52	+14	-4
14	パソコン・タブレット・周辺機器	25	+8	+11
15	スマートフォン・携帯電話	24	+3	-1
16	車・バイク	15	+11	+5

<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(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																												
	<table border="1"><thead><tr><th></th><th>20代</th><th>30代</th><th>40代</th><th>50代</th><th>60代</th><th>合計</th></tr></thead><tbody><tr><td>男性</td><td>122</td><td>143</td><td>187</td><td>169</td><td>136</td><td>757</td></tr><tr><td>女性</td><td>118</td><td>139</td><td>183</td><td>164</td><td>139</td><td>743</td></tr><tr><td>合計</td><td>240</td><td>282</td><td>370</td><td>333</td><td>275</td><td>1,500</td></tr></tbody></table>		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
	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	2022年11月4日(金)～7日(火) (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、11/22日付で「2022年11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/2022/11/20221122.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 山田 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/2022-12/>)からダウンロードしていただけます。