

報道関係各位

2023年11月16日
株式会社クロス・マーケティング

労働や自宅で過ごす時間はコロナ禍前の水準へ、外出行動は活発化 今後1年間の景況感と消費意欲は低調が続く

－消費動向に関する定点調査（2023年10月）－

株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、全国47都道府県に在住する20～69歳の男女1,200人を対象に「消費動向に関する定点調査（2023年10月）」を実施しました。

■調査目的

消費動向調査は、現在の消費者の暮らしの状況を、所得・消費・行動の観点で過去と比較し、景気動向判断の基礎資料を得ることを目的とし、年2回（5月・10月）実施しております。

本調査においては、原料高騰や生鮮品の収穫量変動、中東情勢が緊迫化している2023年10月27日～29日に、生活実態や消費動向の推移、景況感・消費予測、個人投資への関心などについて調査をしました。

■調査結果（一部抜粋）

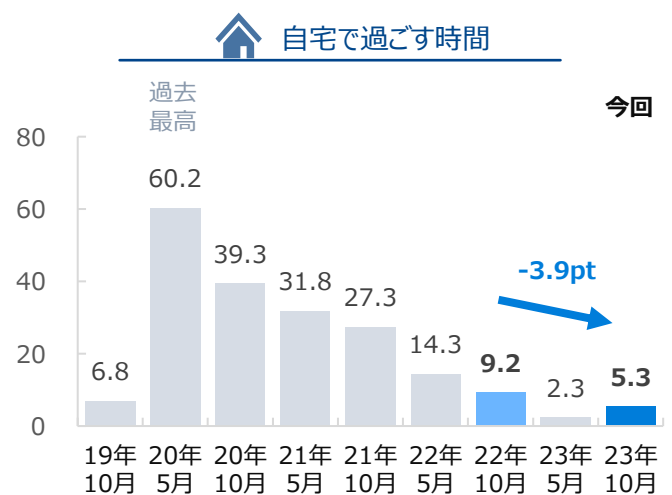
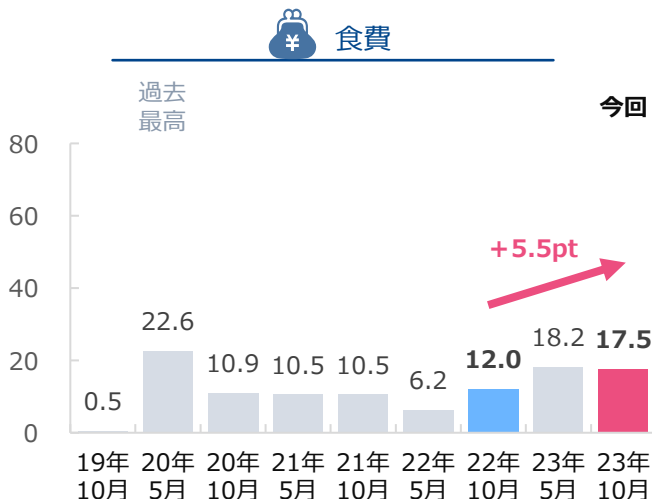
- ✓ **【生活実態・消費動向の推移】** 気候変動や世界情勢による食料価格の高騰などから「食費」は前年同期より6ptの上昇。「自宅で過ごす時間」は前年同期より4ptの低下。一方、「労働時間」や「趣味に費やす時間」は前年同期より大きな変化はない。労働や自宅で過ごす、趣味に費やす時間は、ほぼコロナ禍前の水準に戻っている。〈図1、2〉
- ✓ 消費動向については、「海外旅行の回数」「国内旅行の回数」「飲酒目的の外出頻度」「高速道路の利用頻度」の外出行動、「スキルアップ系セミナー・シンポジウム」「たばこの本数」が前年同期より10pt以上の上昇と活発化が見られた。特に、今年5月の新型コロナウイルス5類感染症への移行に伴い「海外旅行の回数」は、23ptの上昇。今年の1月～9月使用分の電気料金の補助金対策により「電気料金の支払金額」は前年同期から17ptの低下。寄付型や購入型などの種類のある「クラウドファンディングの支援回数」は12ptの低下。〈図3、4〉その他に、前年同期と比較すると「ジム・トレーニング施設」「スポーツ観戦施設」の利用が上昇、「食事の宅配・フードデリバリーの利用回数」「食事の持ち帰り・テイクアウトの利用回数」の低下が目立った。
- ✓ **【今後の景気の見通しと消費予測】** 今後1年間の景気の見通しについて「悪くなると思う」と回答した人は51%と半数を占め、「良くなると思う」は7%程度と景況感は悪い。〈図5〉今後1年間の自分自身の消費予測は、「変わらない」が56%、「増えると思う」と「減ると思う」が拮抗。〈図6〉
- ✓ **【個人投資】** 個人投資に対して「関心がある」人は43%であり、前年同期から大きな変化はない。〈図7〉今後、投資したいものでは、「NISA・積立NISA」21%、「国内株式」18%、「投資信託・積立」13%が上位であり、「NISA・積立NISA」の投資意向は増加傾向にある。〈図8〉

◆詳細情報は本レポートに掲載しております。 <https://www.cross-m.co.jp/report/exp/20231116exp/>

<図1> 生活実態DI値の推移①（経年比較）

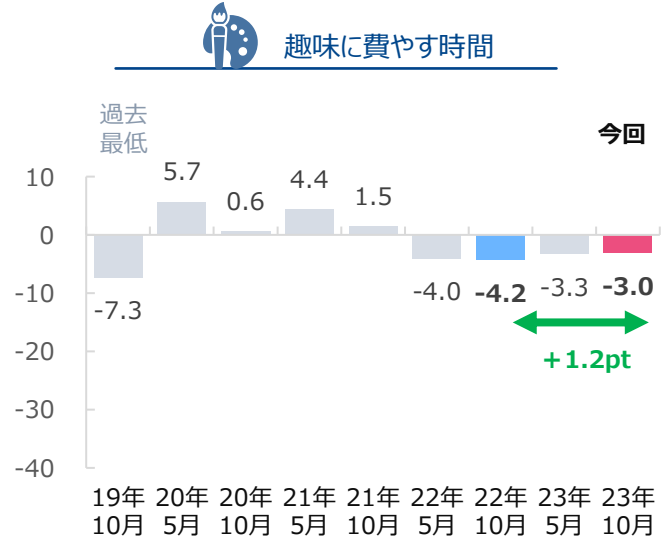
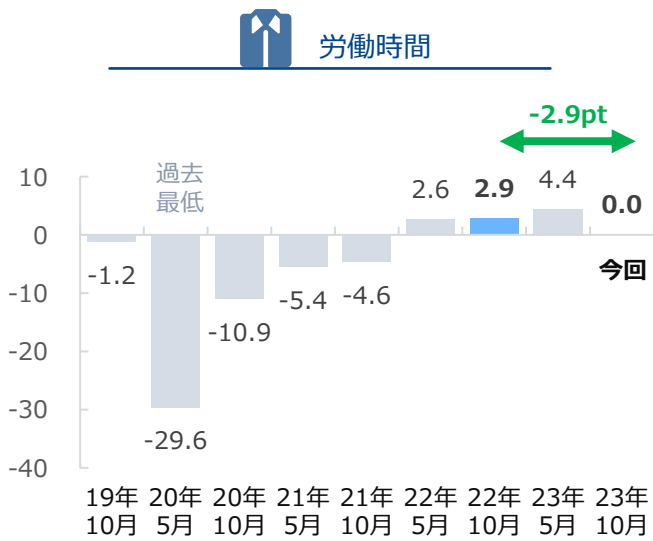
*直近9回分のDI値のみ抜粋して掲載

* DI値：「増えた」の回答比率-「減った」の回答比率

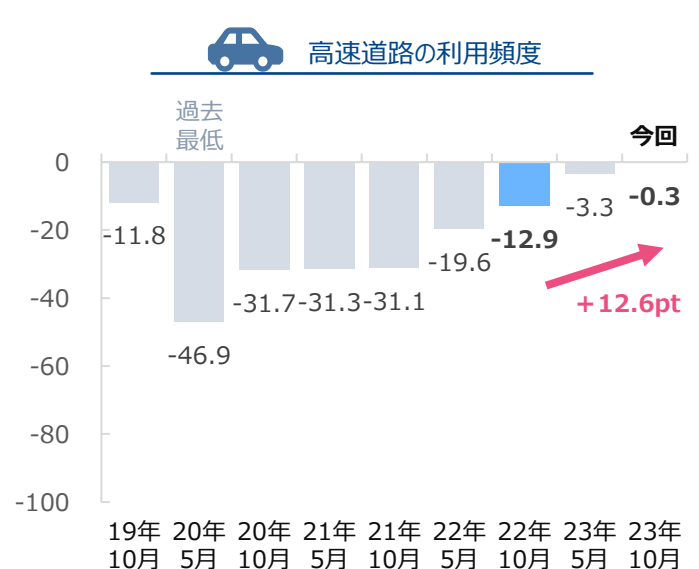
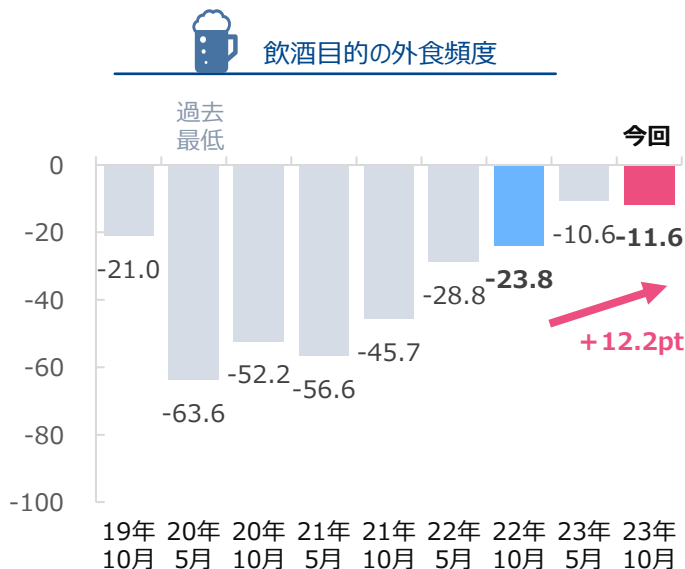
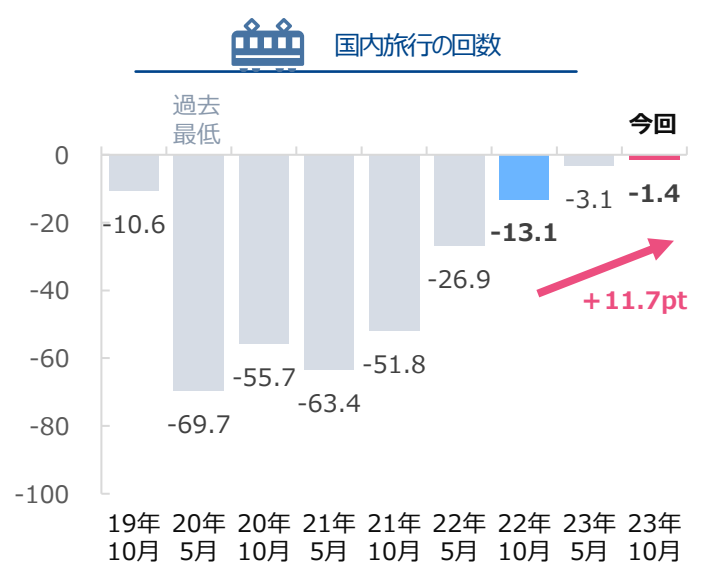
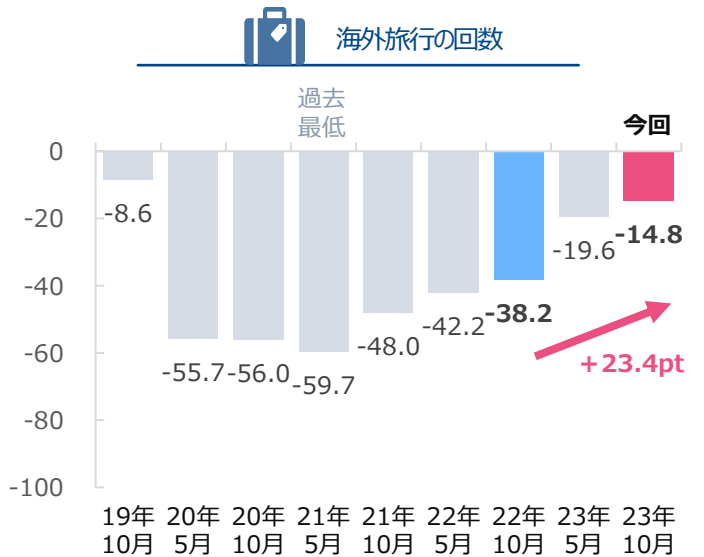


<図2> 生活実態DI値の推移②（経年比較）

*直近9回分のDI値のみ抜粋して掲載
*DI値：「増えた」の回答比率-「減った」の回答比率



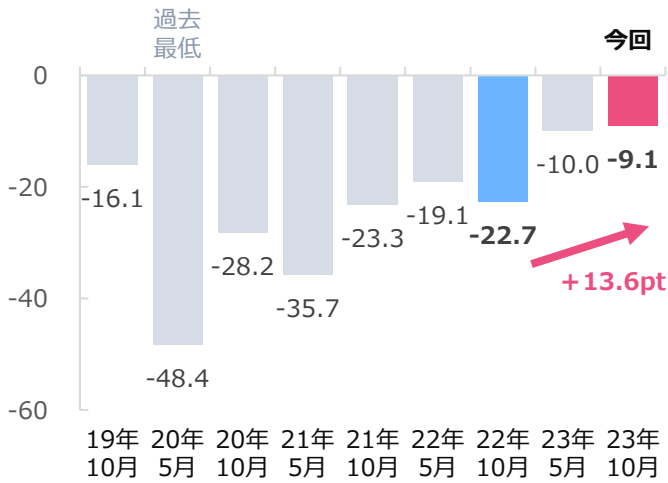
<図3> 消費動向DI値の推移①（経年比較）



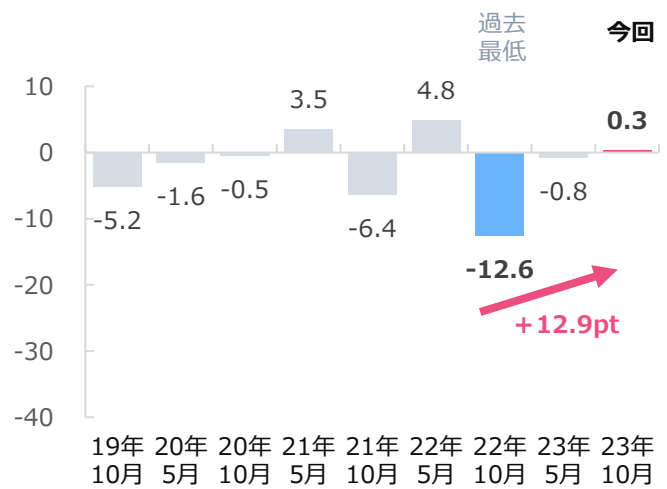
<図4> 消費動向DI値の推移②（経年比較）

*直近9回分のDI値のみ抜粋して掲載
*DI値：「増えた」の回答比率-「減った」の回答比率

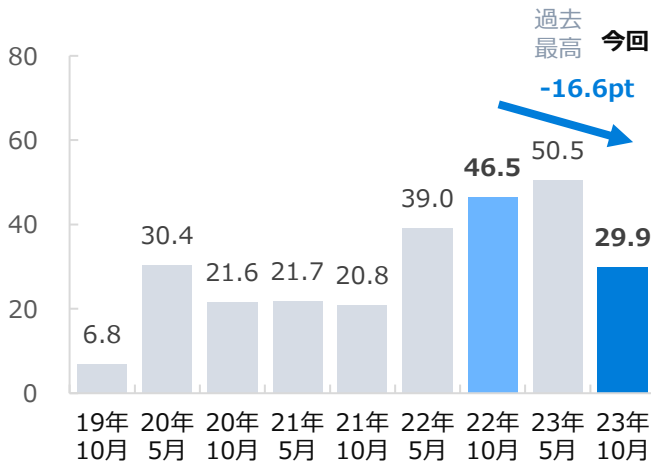
スキルアップ系セミナー・シンポジウム



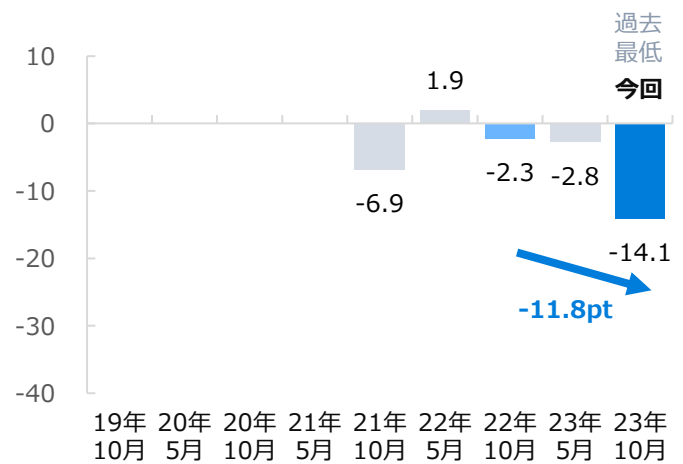
たばこの本数



電気料金の支払い金額



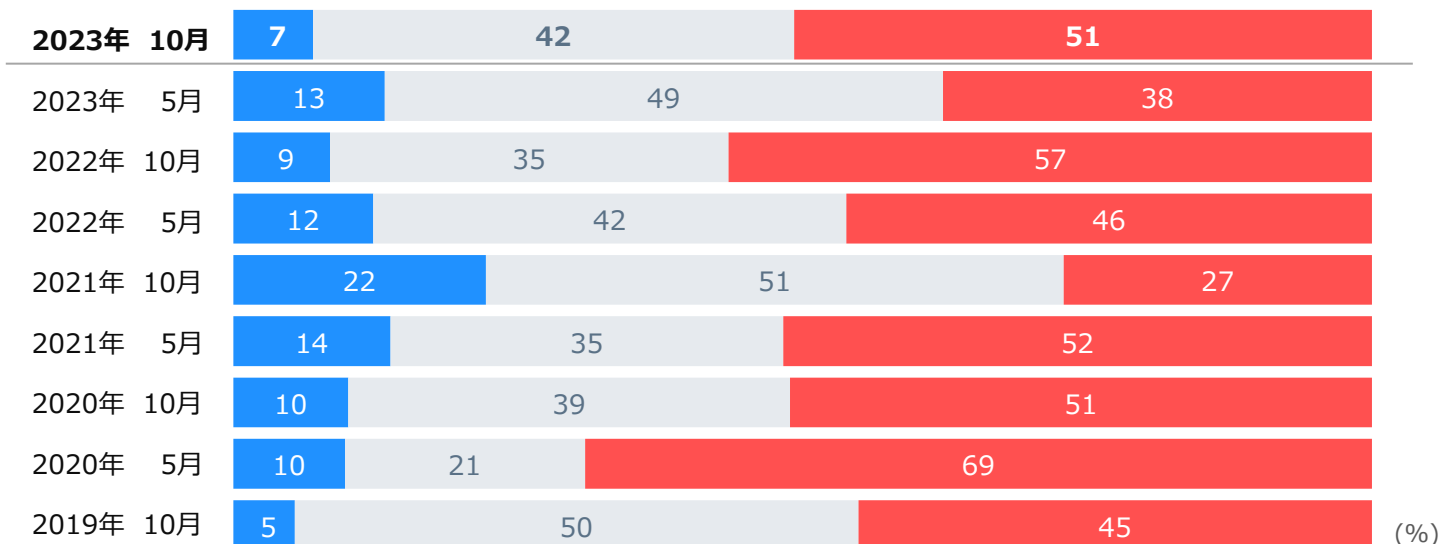
クラウドファンディングの支援回数



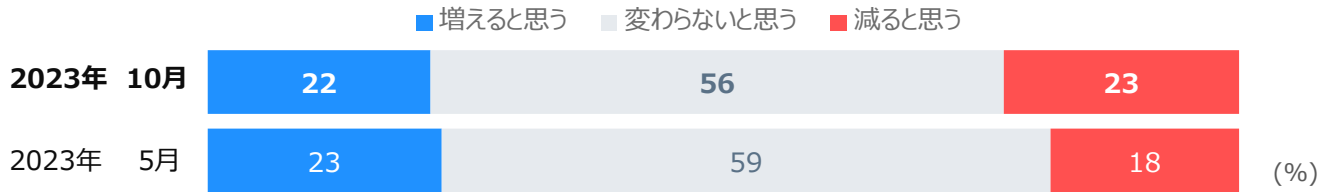
*2021年10月から聴取

<図5> 今後1年間の景気の見通し（単一回答：n=1,200）

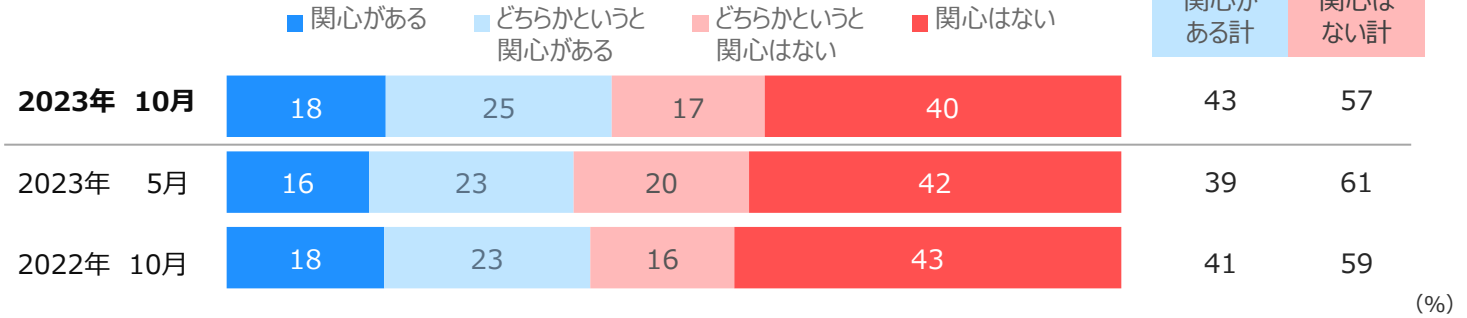
■ 良くなると思う ■ 変わらないと思う ■ 悪くなると思う



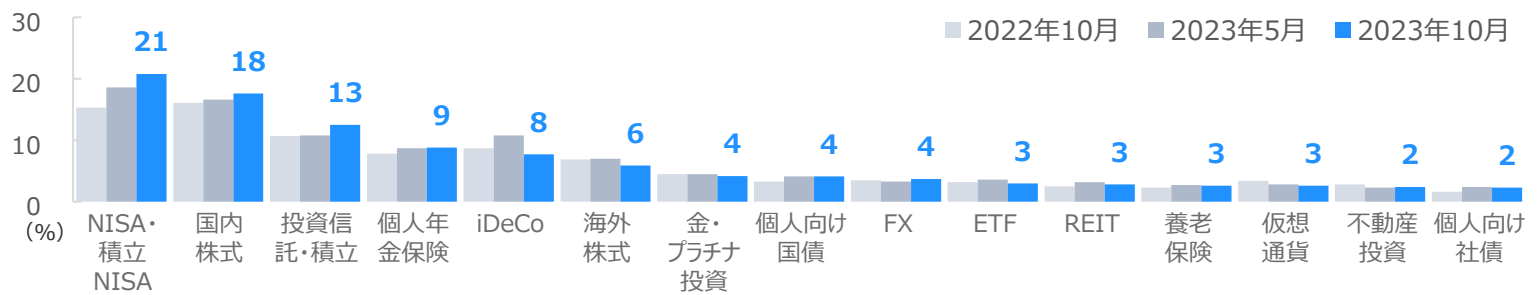
<図6> 今後1年間の自分自身の消費予測 (単一回答 : n=1,200)



<図7> 個人投資に対する関心度 (単一回答 : n=1,200)



<図8> 今後投資したいもの (複数回答 : n=1,200)



■レポート目次

- 調査概要
- 生活実態の前年同期との比較
- 生活実態の推移
- 消費動向の前年同期との比較
- 消費動向の推移
- 今後の景気の見通し
- 消費予測/評価理由 (自由回答抜粋)
- サブスクリプションサービス利用状況
- オンラインショッピング直近3か月の利用状況
- オンラインショッピング定期購入状況
- 個人投資の関心・利用・意向状況

◆レポートダウンロードはこちら <https://www.cross-m.co.jp/report/exp/20231116exp/>

■調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ
 調査地域 : 全国47都道府県
 調査対象 : 20~69歳の男女
 調査期間 : 2023年10月27日 (金) ~29日 (日)
 有効回答数 : 本調査1,200サンプル (人口構成比に基づいて割付) ※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

【会社概要】

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <https://www.cross-m.co.jp/>
 所在地 : 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F
 設立 : 2003年4月1日
 代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹
 事業内容 : マーケティングリサーチ事業、マーケティング・リサーチに関わるコンサルティング

◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当 : マーケティング部 TEL : 03-6859-1192 FAX : 03-6859-2275
 E-mail : pr-cm@cross-m.co.jp

「引用・転載時のクレジット表記のお願い」

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。

<例> 「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」