

来月の消費予報

物価高の影響が再燃し、11月の消費意欲指数は前年並みに。
消費意向は「外食」「旅行」「食品」などで前月比減

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2-6日に調査(詳細はP5)

2025年11月の消費意欲指数は46.3点。前月比では+1.0ptと上昇し、前年比では+0.1ptで横ばいとなりました。

11月の消費意欲指数



【前月比】

+1.0 ポイント

【前年比】

+0.1 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」と回答した人により、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 出費の予定は増えるも、物価高の影響と年末年始に向けた節約意識が高まる

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+1.0ptと上昇しました。前年比では、+0.1ptで横ばいとなっています。

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341件→11月349件)、ネガティブな回答(10月865件→11月862件)はともに横ばいでした。具体的には、ポジティブな回答で、「(季節もの以外で)出費の予定・欲しいものがある(10月151件→11月172件)」が増加しています。ネガティブな回答では、「年末年始のために我慢(10月10件→11月44件)」が増加し、「欲しいものがない・すでに買った(10月303件→11月271件)」が減少しています。

前年と比べると、消費にポジティブな回答(24年11月344件→25年11月349件)、ネガティブな回答(24年11月877件→25年11月862件)はともに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)出費の予定・欲しいものがある(24年11月138件→25年11月172件)」が増加し、「秋・冬物の購入(24年11月74件→25年11月59件)」がやや減少しています。ネガティブな回答では、「金欠・収入減などで余裕がない(24年11月71件→25年11月97件)」が増加しています。また「物価高・値上げ・円安」は、前月まで続いていた微減傾向から一転し、前月比・前年比ともに増加しました(24年11月146件→25年10月112件→25年11月179件)。

出費の予定や欲しいものがあるといった意欲はみられていますが、生活者が感じる物価高の影響が再燃したこと(※)や年末年始に向けた引き締め意識が高まっており、昨年同様、11月の消費意欲は高まりきらないことが予想されます。

※10月には食品や飲料を中心に3,000品目以上が値上げされています(3,000品目を超えたのは今年4月ぶり)

Point2 消費意向は外出・食関連で前月比減。「書籍・エンタメ」のみ前年比増

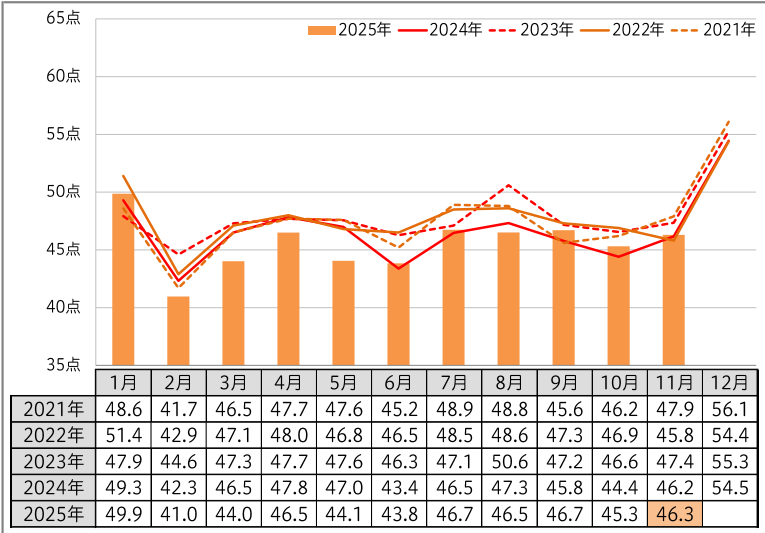
「特に買いたいモノ・利用したいサービスがある」人の割合は28.1%で、前月比で-1.2ptと低下し、前年比では-0.2ptと横ばいでした。前月比を男女別にみると、男性27.8pt(前月比+1.9pt)、女性28.4pt(前月比-4.4pt)と、女性での低下が目立っています。16カテゴリー別の消費意向をみると、前月比では「外食」「旅行」「食品」「レジャー」が20件以上減少しました。女性では、「外食」「食品」「書籍・エンタメ」が20件以上減少しています。前年比では「書籍・エンタメ」が20件以上増加しました。例年11月に意向が高まりやすい外出や食関連といった秋らしいカテゴリーで前月から減少し、消費意向は伸びづらい様子がうかがえます。

消費意欲指数

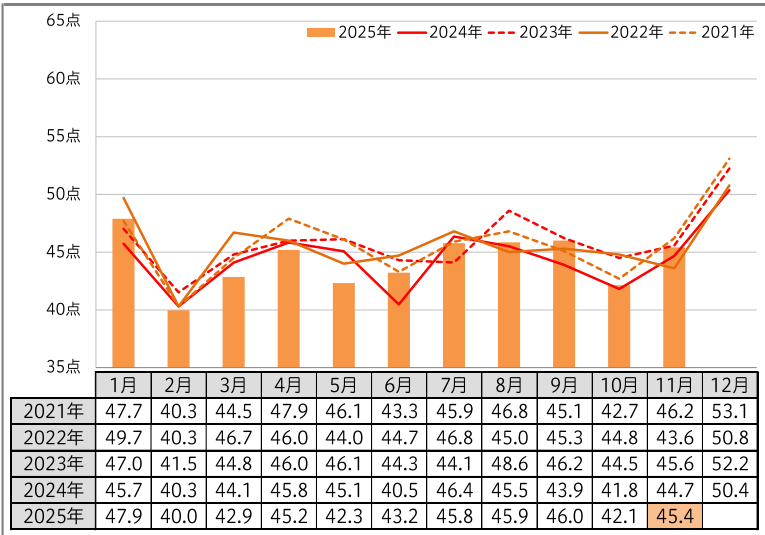
■ 時系列グラフ

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)

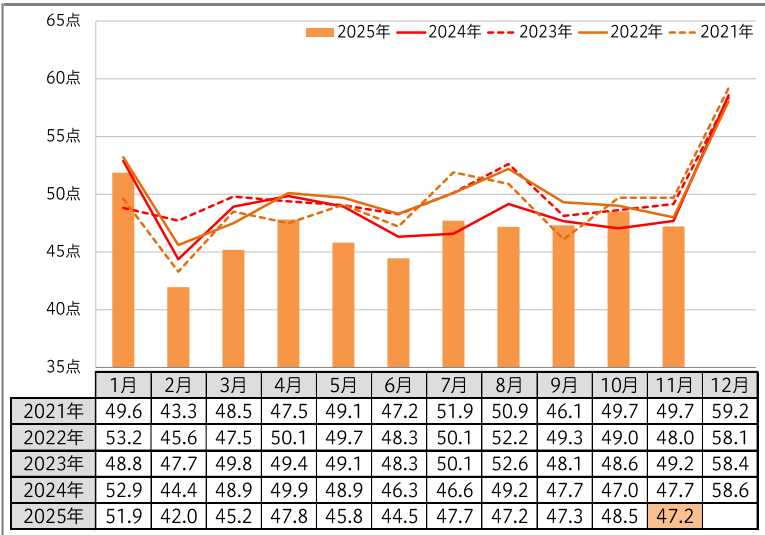
【全体】



【男性】



【女性】



消費意欲指数

性別/年代別比較

	(点)						(pt)	
	25年6月	25年7月	25年8月	25年9月	25年10月	25年11月	25年11月比較	
							前月比	前年比
全体	43.8	46.7	46.5	46.7	45.3	46.3	+1.0	+0.1
男性	43.2	45.8	45.9	46.0	42.1	45.4	+3.3	+0.8
女性	44.5	47.7	47.2	47.3	48.5	47.2	-1.3	-0.5
20代	47.2	49.5	50.7	52.1	47.4	51.9	+4.5	+2.5
30代	48.4	49.2	50.0	46.6	44.9	47.9	+3.0	+3.0
40代	43.4	46.5	45.2	45.2	45.5	44.7	-0.8	-2.1
50代	40.6	45.3	42.8	44.4	43.9	43.2	-0.6	-2.0
60代	41.2	44.0	45.9	46.7	45.6	45.8	+0.2	+1.0

※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～【(季節ものの以外で)出費の予定・欲しいものがある】>
- ・自分の好きなアーティストのライブがあり、そのライブグッズを多く買うと考えられるから(85点・男性22歳・東京都)

・いろいろと欲しい物が次から次へと出てくる(80点・男性33歳・愛知県)

・11月は欲しい物が多く、また近所にて花火大会があるのでこの点数です(100点・男性40歳・大阪府)

・バイクが欲しくなっている(80点・男性50歳・兵庫県)

・欲しい物があるから(80点・男性68歳・埼玉県)
- ・12月のボーナスが出るまで、できるだけ出費を抑えておきたい。でも12月は冬休みの旅行やお出かけの予定がたくさんあるので、自分に美容投資をしたいので美容関係には積極的にお金をかけたいから(70点・女性26歳・東京都)

・ブラックフライデーもあるのと、結婚記念日もあるのでそれに合わせて行きたいところや欲しい物がいろいろとある。すでに予約しており、確定している予定がたくさんある(95点・女性31歳・岐阜県)

・スマートフォンを買い替えたい(90点・女性43歳・大阪府)

・直売所や農園で野菜や果物を買うのを楽しみにしているから(80点・女性57歳・愛知県)

・必要な物が多い(60点・女性68歳・兵庫県)
- <生活者の声 ～消費意欲指数の理由～【物価高・値上げ・円安】>
- ・物価が高い、お金がない(25点・男性28歳・愛知県)

・値上がりばかりで収入も伸びずに我慢しすぎた結果、欲しかった物がどうでもよくなってしまったから(5点・男性33歳・東京都)

・なるべく節約したい。食品の物価上昇が止まらないから(30点・男性49歳・愛知県)

・全ての物価が上がっていて何も買う気はおきない。必要最小限の食べ物だけ。旅行もしない。出費は極力しない(40点・男性53歳・東京都)

・世の中値上げラッシュのため(0点・男性62歳・大阪府)
- ・今月からまた値上げラッシュで、かつかつなので、財布の紐は締めていく所存であります(10点・女性25歳・大阪府)

・欲しい物はあるけど高すぎてどうせ買えない。物価高騰が本当にきつい(30点・女性31歳・神奈川県)

・異常な物価高がずっと続いているから節約しないといけないから(30点・女性47歳・東京都)

・今月も必需品が値上がり、必要経費が圧迫され、全く余裕がないから(20点・女性52歳・愛知県)

・全て値上がりしてるので、必要のない物は買わないようにすることに決めているから(30点・女性61歳・大阪府)

()内点数:消費意欲指数

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)

	2025年11月(%)	前月比(pt)	前年比(pt)
全体	28.1	-1.2	-0.2
男性	27.8	+1.9	+2.5
女性	28.4	-4.4	-2.8

■ 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】(421人)

参考：男性(210人)

参考：女性(211人)

順位	カテゴリー	11月 (人数)	前月比	前年比
1	食品	201	-26	-5
2	ファッション	198	+1	-17
3	外食	169	-30	-19
4	旅行	164	-29	-11
5	飲料	143	-14	+14
6	書籍・エンタメ	122	-5	+27
7	化粧品	109	-4	-1
8	理美容	97	-5	-10
9	レジャー	96	-23	-13
10	日用品	91	-5	-3
11	家電・ＡＶ	72	+1	+3
12	スマートフォン・携帯電話	53	+12	-3
13	装飾品	50	-19	-18
14	インテリア用品	48	-4	-13
15	パソコン・タブレット・周辺機器	44	-15	+1
16	車・バイク	38	-3	+2

順位	カテゴリー	11月 (人数)	前月比	前年比
1	食品	93	+2	+11
2	書籍・エンタメ	77	+16	+33
3	飲料	76	+2	+20
3	ファッション	76	+13	-4
5	外食	75	+1	-9
6	旅行	72	-22	-8
7	家電・ＡＶ	47	-1	+8
7	レジャー	47	-5	-5
9	スマートフォン・携帯電話	40	+17	+12
10	日用品	36	+1	+6
11	パソコン・タブレット・周辺機器	34	-5	+7
12	車・バイク	29	-3	-1
12	理美容	29	+6	+7
14	化粧品	24	+6	+11
15	装飾品	22	-9	-1
16	インテリア用品	20	+4	±0

順位	カテゴリー	11月 (人数)	前月比	前年比
1	ファッション	122	-12	-13
2	食品	108	-28	-16
3	外食	94	-31	-10
4	旅行	92	-7	-3
5	化粧品	85	-10	-12
6	理美容	68	-11	-17
7	飲料	67	-16	-6
8	日用品	55	-6	-9
9	レジャー	49	-18	-8
10	書籍・エンタメ	45	-21	-6
11	装飾品	28	-10	-17
11	インテリア用品	28	-8	-13
13	家電・ＡＶ	25	+2	-5
14	スマートフォン・携帯電話	13	-5	-15
15	パソコン・タブレット・周辺機器	10	-10	-6
16	車・バイク	9	±0	+3

<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(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	125	139	167	190	135	756
女性	123	134	163	188	136	744
合計	248	273	330	378	271	1,500
調査方法	インターネット調査					
調査時期	2025年10月2日(木)～6日(月) (2012年5月から調査開始/毎月上旬に実査)					
調査機関	QO株式会社					

<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 株式会社博報堂 広報室(成田・白川・大貫) koho.mail@hakuhodo.co.jp
データ公開 2012年5月から最新月までの「消費意欲指数(点)」と「特に買いたいモノ・利用したいサービスがある人の割合(%)」について、調査データをご希望の方は生活総研サイトの「[お問い合わせ](#)」よりご連絡ください。