

報道関係各位

2020年11月13日  
株式会社クロス・マーケティング

## 外食などの“外出を伴う消費”に回復の兆しも 衣類・アクセサリー、化粧品は依然低迷

－消費動向に関する定点調査(2020年10月度)－

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歳の男女を対象に「消費動向に関する定点調査（2020年10月度）」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、新型コロナウイルスの影響がまだ続く10月時点の、全国1,200人の生活実態や消費動向の推移、景況感を調査しました。また、コロナ禍での支援活動状況についても調査いたしました。

※本調査とは別に、2020年3月より新型コロナウイルスによる生活者の動向変化を観測するため、緊急調査（新型コロナウイルス生活影響度調査）を継続して行っております。

### ■調査結果（一部抜粋）

- 【消費動向の推移】前回調査（今年5月）と比較しても、新型コロナウイルスの影響からは徐々に回復している傾向にある。外出を伴う消費の「外食・旅行・タクシー・高速道路・ガソリン・ショッピング/レジャー関連施設」は、昨年同期と比較するとやはり大きく落ち込んではいないものの前回調査と比較すると回復の兆しがあり、新しい生活様式へ徐々に順応している様子がうかがえる。しかし「衣類/アクセサリー・化粧品」の項目では前回調査に引き続きDI値が低下しており、特に「化粧品」は調査開始以来最低値となった。〈図1〉
- 【生活実態の推移】コロナの影響はまだ見られるものの、「給与所得」は前回調査から10.3ポイント上昇、「労働時間」は前回調査から18.7ポイント上昇し改善傾向にある。「自宅で過ごす時間」は前回調査よりは低下したとはいえ、例年と比べると大きく増加しており在宅ワークなどを継続していることがうかがえる。〈図2〉
- 【景気の見通し】今後1年間の景気について、全体で51%が「悪くなると思う」と回答。「変わらないと思う」という回答は前回調査と比較して18ポイント増加。景気悪化の見通しが強かった5月時点からの景況感よりはやや回復した。一方、景気が「変わらない・悪くなると思う」と回答した人に、何年後に景気が良くなると思うかを尋ねたところ、「わからない」が72%で最多で、次いで「2年後～5年未満」が15%、「5年後～10年未満」は前回同様9%となった。景気回復については、まだまだ時間がかかるだろうといった様子がうかがえる。〈図3〉
- 【コロナ禍での支援状況】前回に引き続き、支援活動や応援プログラム利用経験についても聴取。「テイクアウトやデリバリーの利用」が8%で最多で、次いで「クラウドファンディング」が5%、「先払いシステムの利用」が4%と僅かだった。（図は未掲載）前回調査から大きく変動した項目はなく、コロナ禍での支援や応援はあまり浸透していないものと思われる。

◆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/202001113exp/>

### <図1> 消費動向DI\*の経年推移

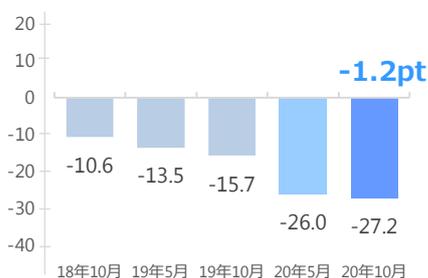
直近5年分のDI値のみ抜粋して掲載

\*消費動向DI：商品購入・サービス利用、店舗・レジャー施設利用について、「増えた」の回答比率-「減った」の回答比率

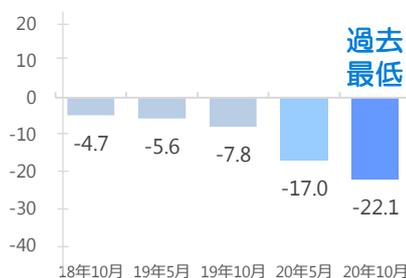
#### 20年5月に引き続き低下

#### 外出を伴う消費全般でやや回復傾向

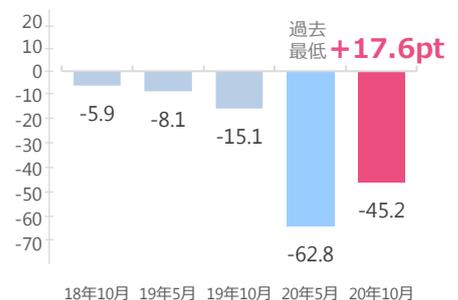
#### 衣類・アクセサリーの購入金額



#### 化粧品の購入金額

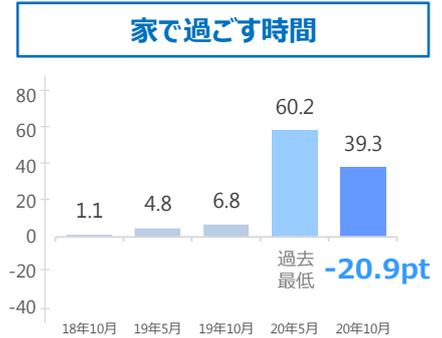
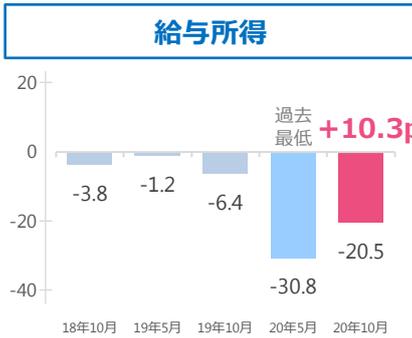


#### 食事目的の外食頻度



**<図2> 生活実態DI\*の経年推移**  
直近5年分のDI値のみ抜粋して掲載

\*生活実態DI：生活実態について、「増えた」の回答比率-「減った」の回答比率



**<図3> 景気の見通し**

※今後1年間の景気が「変わらないと思う」、「悪くなると思う」と回答した人ベース

**今後1年間の景気の見通し**

**何年後に景気が良くなると思うか**

調査時期	n	景気の見通し (%)		
		良くなると思う	変わらないと思う	悪くなると思う
2018年10月	1200	6.5	54.7	38.8
2019年5月	1200	5.3	44.1	50.6
2019年10月	1200	5.4	49.5	45.1
2020年5月	1200	9.8	21.1	69.1
2020年10月	1200	10.1	38.8	51.1

調査時期	n	何年後に景気が良くなると思うか (%)				
		2年後~5年未満	5年後~10年未満	10年後~20年未満	20年後~	わからない
2018年10月	1122	5.3	2.4	2.5	1.2	88.6
2019年5月	1136	5.2	2.0	4.0	2.1	86.7
2019年10月	1136	3.6	3.6	3.0	1.8	88.0
2020年5月	1082	21.3	8.8	3.0	1.7	65.2
2020年10月	1079	14.6	8.5	4.1	0.8	71.9

**調査項目一覧**

- 属性設問(性別・年齢・居住地・婚姻状況・職業・同居の家族構成・住居形態・個人年収・世帯年収)
- 1年前と比較した、生活や労働に関わる時間、お金の増減(各SA)
- 1年前と比較した、商品購入、サービス利用の増減(各SA)
- 1年前と比較した、店舗の利用頻度の増減(各SA)
- 今後の景気の見通し(SA/NU)
- 社会貢献意識(SA)
- 各種支援活動や応援プログラムの利用状況(各MA)

◆レポートダウンロードはこちらから <https://www.cross-m.co.jp/report/exp/20201113exp/>

**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：2020年10月23日(金)～25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 <http://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

◆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](mailto: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・・・」