

報道関係各位

2021年11月12日  
株式会社クロス・マーケティング

## 宣言解除後の10月末時点、多数の分野において消費は回復傾向へ 値上げラッシュも響き、コロナ前の水準にはまだ及ばず

－消費動向に関する定点調査(2021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（2021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、宣言解除後約1カ月たった2021年10月22日～25日に、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。また今回は、サブスクリプションサービス、オンラインショッピングなどの利用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）

- ✓ **【生活実態・消費動向の推移】** 生活実態について、今回調査では「労働時間」が前年同期より6ptの上昇、コロナ禍となり大幅ダウンした2020年5月からは、25ptと大きく回復。一方「自宅で過ごす時間」は前年同期より12pt、2020年5月からは33ptの大幅な下落である。コロナ前の状況（労働時間が長く、自宅で過ごす時間が短い）に、より近づいてきている。消費動向については、多数の分野で過去最低値を記録した2020年5月時点と比較したところ、多くが回復傾向を示した。特に「ショッピングモール」「ジム・トレーニング施設」「ファストファッションストア」「スパ・エステサロン」「カフェ（コーヒーショップ）」の利用頻度は、いずれも2020年5月より29pt以上と大きく回復した。ショッピング、飲食・レジャー関連施設の回復は顕著である。前回調査（2021年5月）まで横ばい状態であった「衣類・アクセサリ」「化粧品」の購入金額や「国内旅行」の回数は、わずかではあるが、今回調査では上向いてきている。宣言解除後、人の移動が増え行動は活発化しているのは明らかである。しかし、コロナ前の消費水準まで達していない分野が多く、戻るまではまだ時間がかかると推察される。〈図1〉
- ✓ **【今後の景気の見通し】** 今後1年間の景気の見通しについて「悪くなると思う」の回答割合は前回調査から大きくダウンしたものの、「変わらないと思う」は51%と半数を占める。景気悪化を懸念する声は減少したが、原油や食料品、サービスなどの値上げラッシュも重なり、消費動向と同様に景気がコロナ禍以前の水準に回復するのはまだ先と、とらえられている。〈図2〉
- ✓ **【サブスクリプションサービス・オンラインショッピング】** 現在何らかのサブスクリプションサービスを契約している人は38%、サービス内容は「動画」「音楽」が中心。月額利用料金の平均は2,870円である。直近3カ月間でオンラインショッピングを利用した人は76%であり、「本・CD/DVD/BD」が購入品で最も多く、次いで「衣類・アクセサリ・バッグ」「化粧品・健康食品・ヘアケア/ボディケア用品」とファッション系の商品があがった。〈図3、図4〉

◆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/20211112exp/>

### 〈図1〉生活実態・消費動向DIの推移（経年比較）

\*直近5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

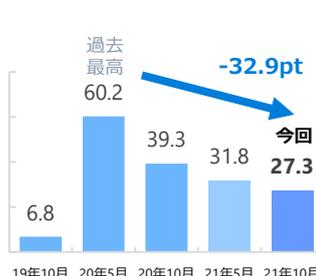
生活実態：コロナ禍が始まって1年半、2021年10月からの宣言解除により、コロナ前の状態へ近づいている

消費動向：2020年5月の大幅低下より多数分野で回復はしているものの、コロナ前には戻っていない

#### 労働時間



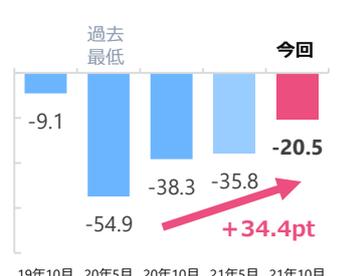
#### 自宅で過ごす時間



#### ショッピングモール利用頻度

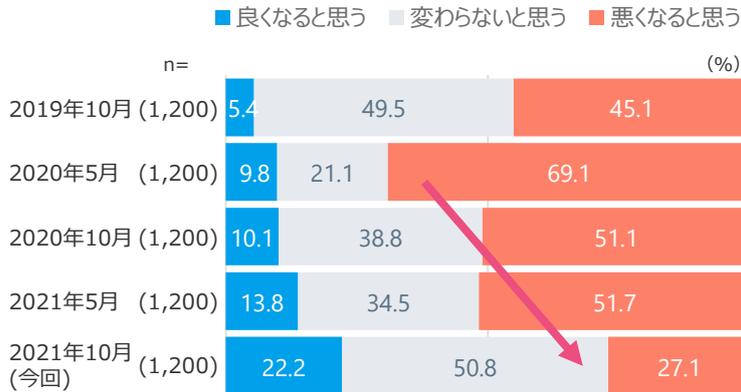


#### ジム・トレーニング施設利用頻度



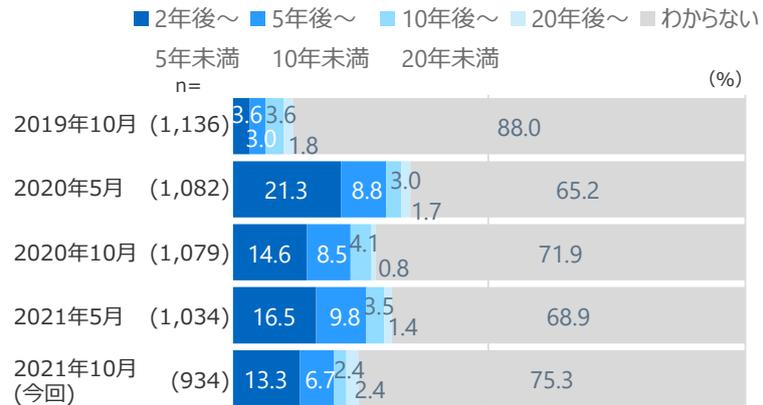
<図2> 今後の景気の見通し

今後1年間の景気の見通し



※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

何年後に景気が良くなると思うか

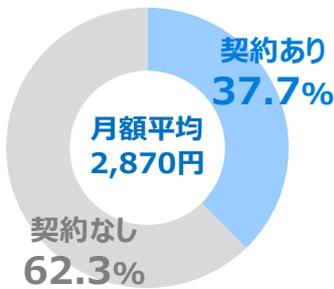


<図3> サブスクリプションサービスの契約状況 (n=1,200)

※上位4項目を抜粋

契約の有無

契約しているサービス (複数回答)



順位	サービス	割合 (%)
1位	動画	26.2
2位	音楽	13.8
3位	書籍・雑誌・コミック	6.7
4位	ゲーム	4.8

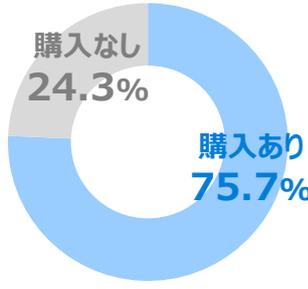
<図4> 直近3か月間のオンラインショッピング利用状況

(n=1,200)

※上位5項目を抜粋

購入の有無

購入したもの (複数回答)



順位	購入したもの	割合 (%)
1位	本・CD/DVD/BD	34.0
2位	衣類・アクセサリ・バッグ	29.0
3位	化粧品・健康食品・ヘアケア/ボディケア用品	28.8
4位	食品・飲料・酒類	26.0
5位	旅行・ホテルの予約	21.8

■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
- GoToキャンペーン利用状況と今後の意向
- 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

◆レポートダウンロードはこちらから <https://www.cross-m.co.jp/report/exp/20211112exp/>

■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 : 2021年10月22日 (金) ～25日 (月)  
 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・・・」