

報道関係各位

2024年11月12日
株式会社クロス・マーケティング

給与所得と預貯金は1年前と比べ上昇したものの、国内消費行動は低下 今後1年間の景況感も低調のまま

－消費動向に関する定点調査（2024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（2024年10月）」を実施しました。

■調査目的

消費動向定点調査は、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、続く物価上昇、訪日外国人数の増加によるオーバーツーリズムの話題が上がり、石破内閣が発足したばかりの2024年10月14日～15日に、生活実態や消費動向の推移、景況感・消費予測、ポイント活動の状況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】** 生活実態DI値「給与所得」は前年同期より8ptの上昇、「預貯金」も5ptの上昇であった。「睡眠時間」「労働時間」やそれ以外の生活実態DI値は前年同期と大きな動きはなかった。給与所得は上昇しても物価高に追いついておらず、将来への懸念からか貯蓄へ回しているように推察される。〈図1、2〉

消費動向については、行動制限がなくなり上向いていた「国内旅行の回数」「高速道路の利用頻度」「自家用車のガソリン消費量」は前年同期より、5～6ptの低下。「海外旅行の回数」のみ5pt上昇した。「飲食目的の外出頻度」「カフェの利用」「ジム・トレーニング施設の利用」「動画配信サービスの利用頻度」は4～5ptの低下である。本調査で聴取しているその他の項目をみると、多くは前年同期に比べマイナス傾向となっており、所得があがったとしても物価高の影響からか消費を抑えている様子が見える。〈図3、4〉

- ✓ **【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45%と半数近く、「良くなると思う」は6%と景況感は2023年10月より低調のままにある。〈図5〉 今後1年間の自分自身の消費予測は、「変わらない」が58%、「増えると思う」と「減ると思う」は同率の21%であった。〈図6〉

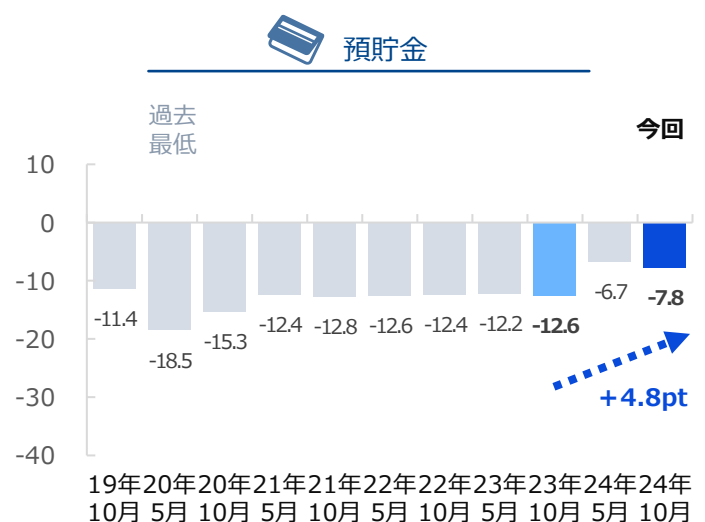
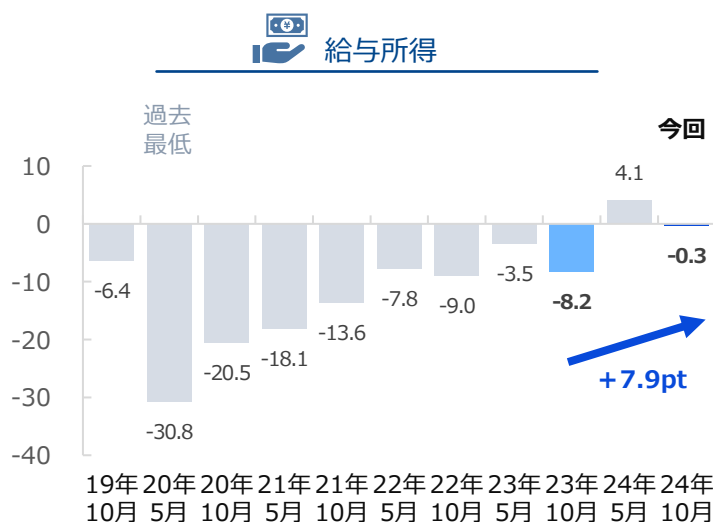
- ✓ **【ポイント活動（ポイ活）】** ポイントを貯めている人は82%、そのうち「積極的にためている」人は42%であり、年代が若くなるほど割合は高まり、20代は52%と半数を超える。〈図7〉 貯めているポイントは「楽天ポイント」68%が最も多く、次いで「Pontaポイント」53%、「Vポイント」50%。年代が高くなるほど多くなる傾向のものは「ドラッグストアのポイント」「WAONポイント」「スーパーマーケットのポイント」であった。〈図8〉

◆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/20241112exp/>

〈図1〉生活実態DI値の推移①（経年比較）

*直近11回分のDI値のみ抜粋して掲載

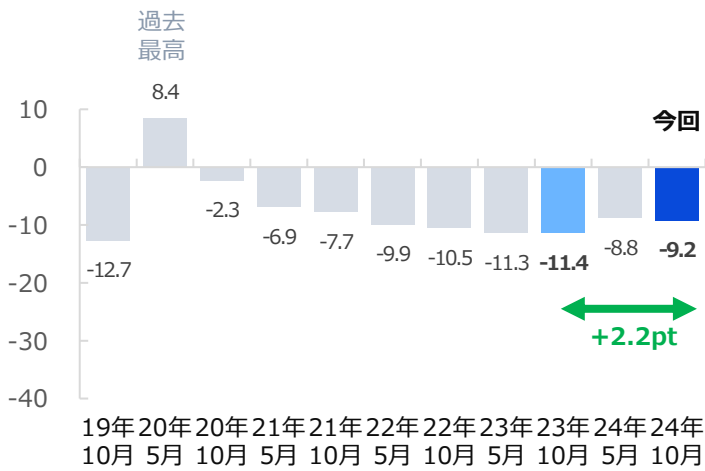
* DI値：「増えた」の回答比率-「減った」の回答比率



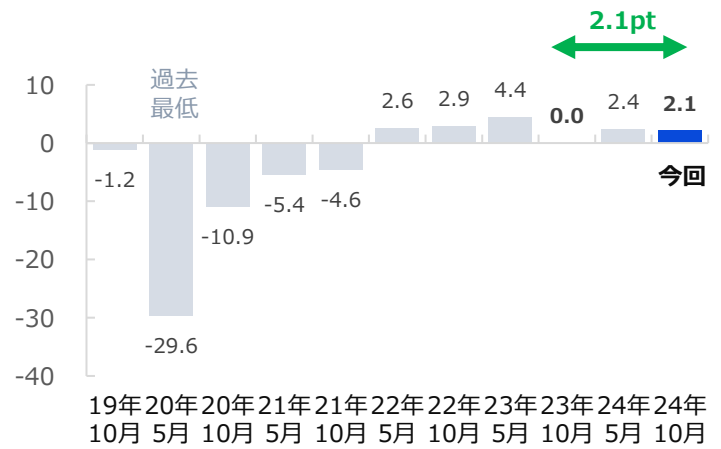
<図2> 生活実態DI値の推移②（経年比較）

*直近11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

睡眠時間

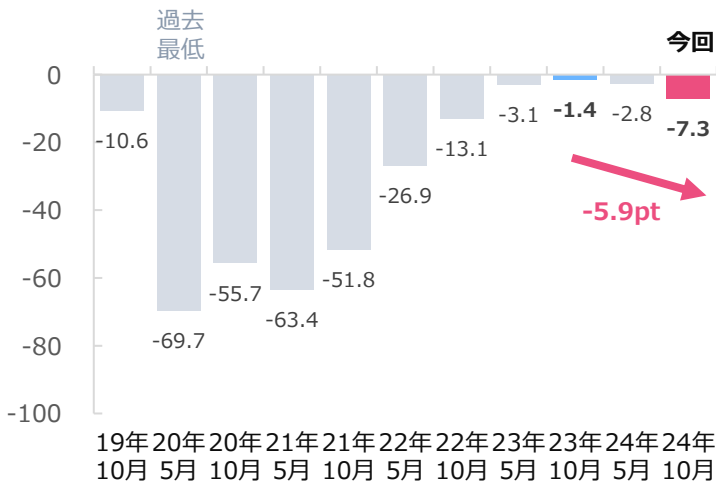


労働時間

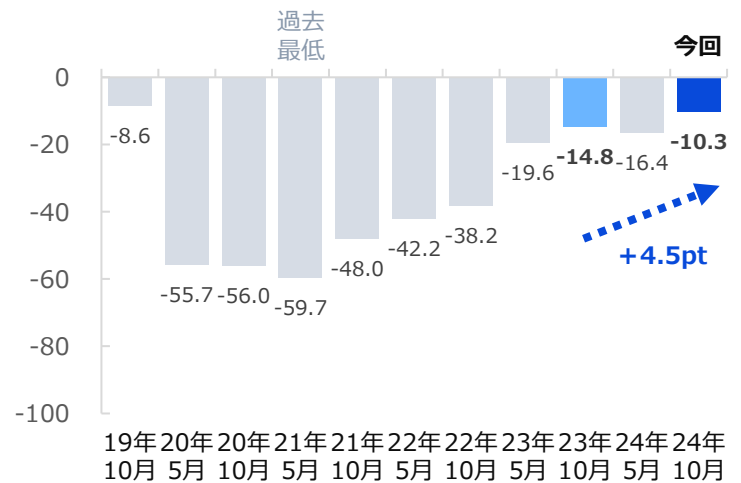


<図3> 消費動向DI値の推移①（経年比較）

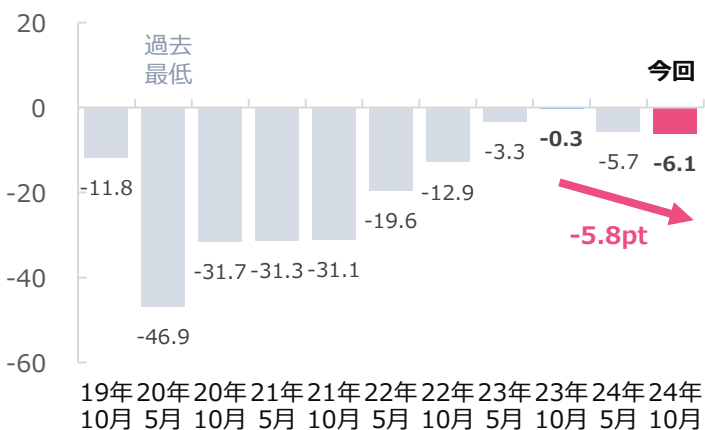
国内旅行の回数



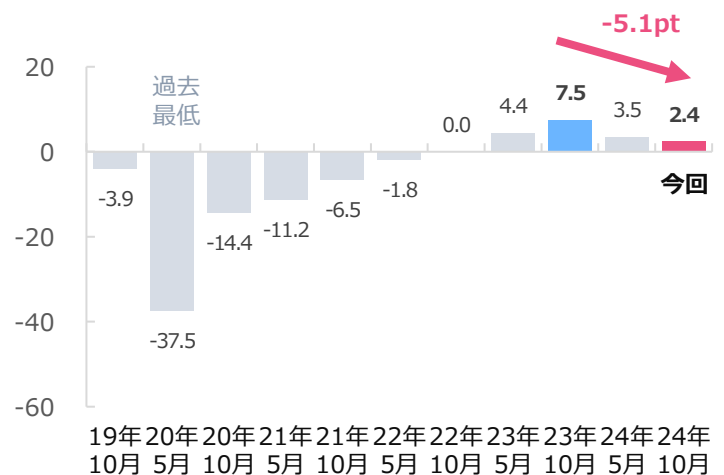
海外旅行の回数



高速道路の利用頻度



自家用車のガソリンの消費量



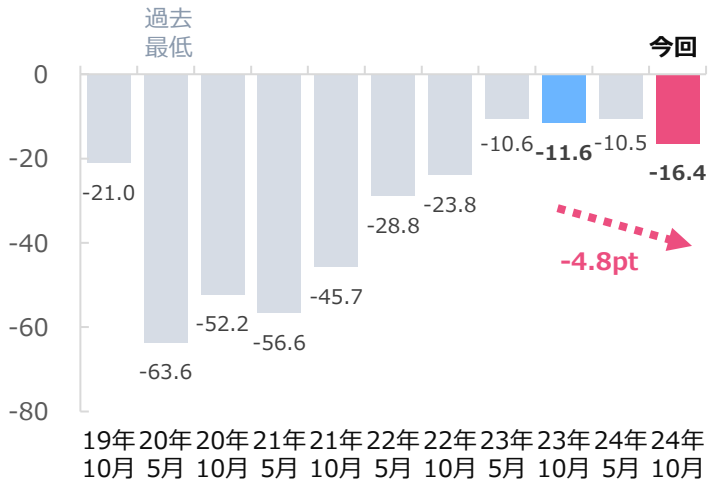
<図4> 消費動向DI値の推移②（経年比較）

*直近11回分のDI値のみ抜粋して掲載

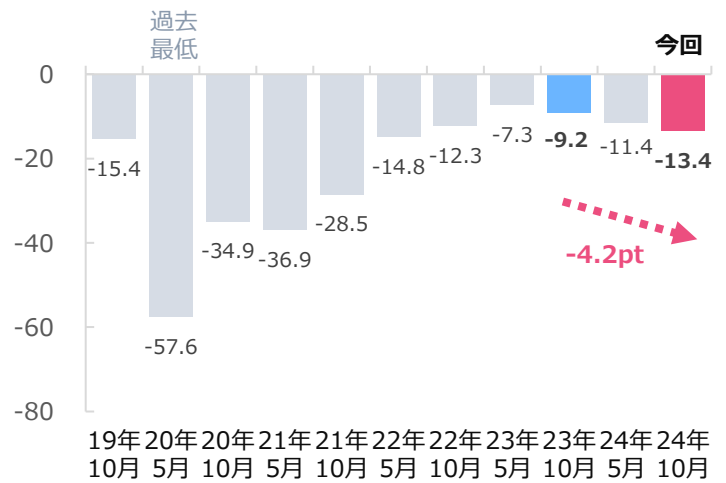
*DI値：「増えた」の回答比率-「減った」の回答比率



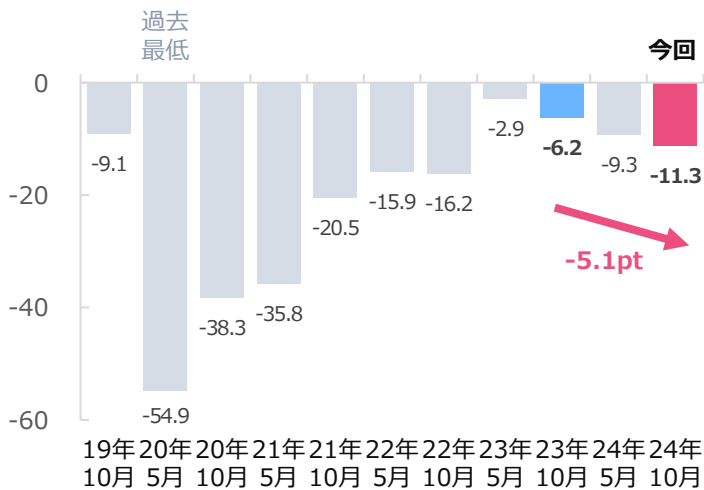
飲酒目的の外食頻度



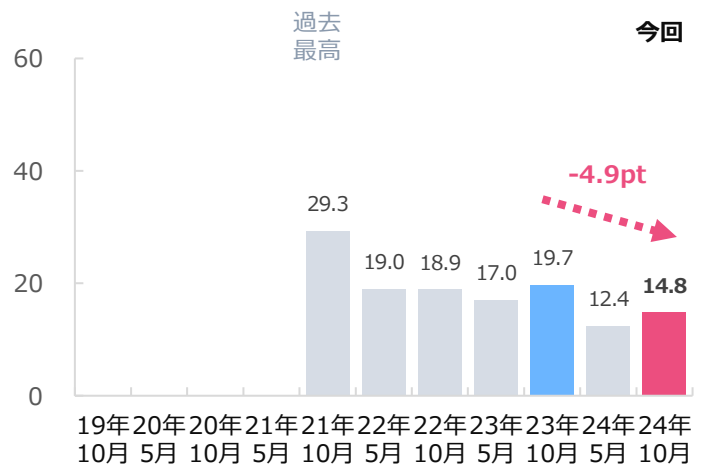
カフェ（コーヒーショップ）



ジム・トレーニング施設



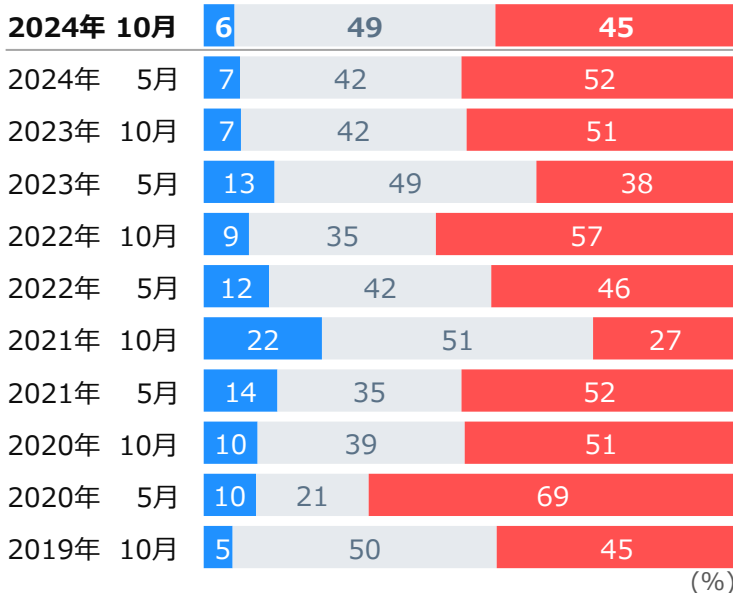
動画配信サービスの利用頻度



*2021年10月から聴取

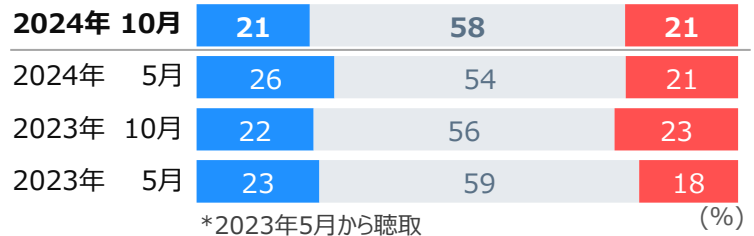
<図5> 今後1年間の景気の見通し（単一回答：n=1,200）

■ 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）

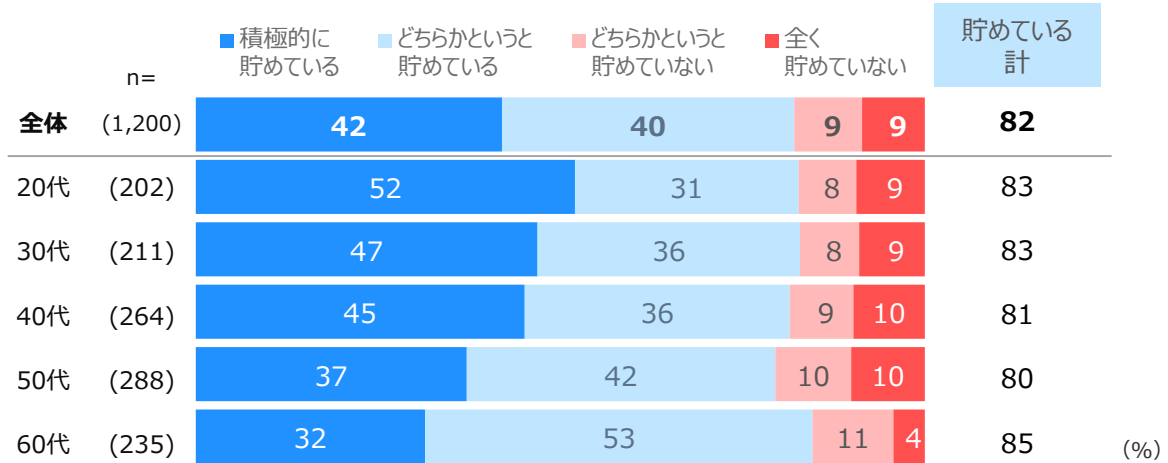
■ 増えると思う ■ 変わらないと思う ■ 減ると思う



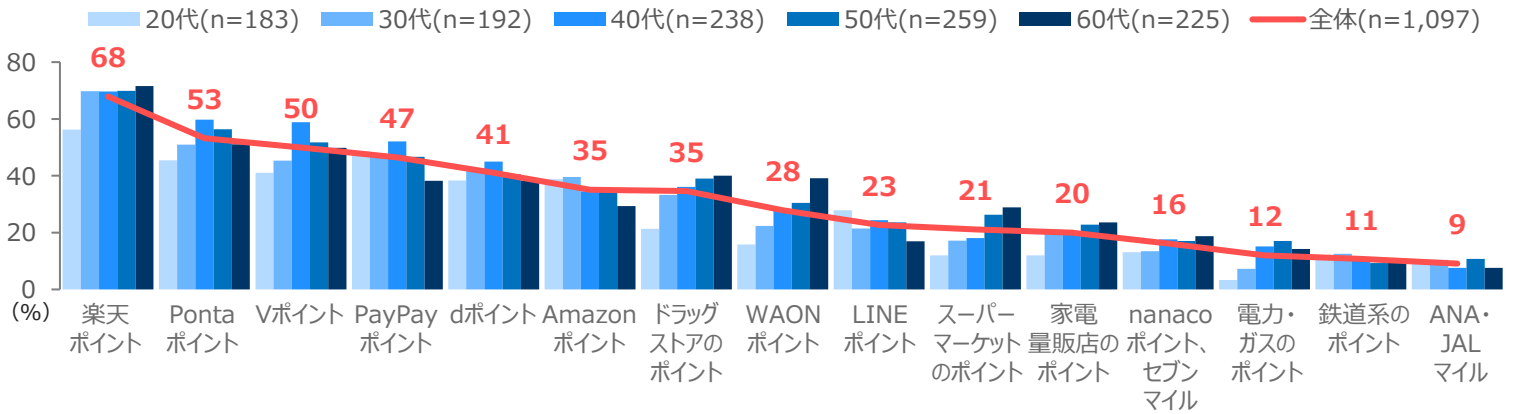
*2023年5月から聴取

(%)

<図7> ポイント活動（ポイ活）の実施（単一回答）



<図8> 貯めているポイントサービス（複数回答・単一回答：n=1,097）※ベース：ポイント貯めている者／上位15項目を抜粋



■レポート項目一覧

- 調査概要
- 消費動向の推移
- サブスクリプションサービス利用状況
- 生活実態の前年同期との比較
- 今後の景気の見通し
- 個人投資の関心・利用・意向状況
- 生活実態の推移
- 消費予測／評価理由（自由回答抜粋）
- ポイント活動（ポイ活）の実施状況
- 消費動向の前年同期との比較

◆レポートダウンロードはこちらから <https://www.cross-m.co.jp/report/exp/20241112exp/>

■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：2024年10月14日（月）～15日（火）
 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・・・」