

## 来月の消費予報

# 6月の消費意欲指数は、大型連休明けの影響と物価高により前月から低下

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。

※5月1-8日に調査(詳細はP5)

2023年6月の消費意欲指数は46.3点。前月比は-1.3ptの低下、前年比は-0.2ptの横ばいとなりました。

### 6月の消費意欲指数



【前月比】

-1.3 ポイント

【前年比】

-0.2 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(6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(6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。

## 6月のポイント

### Point1 連休明けの引き締め意識は例年より和らぐも、物価高で意欲は高まらず

例年6月は、大型連休と夏休みの狭間で消費意欲指数が低下する月です。今年も前月比で-1.3pt低下しました。また前年比では-0.2ptと、ほぼ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(5月406件→6月335件)は減少し、ネガティブな回答(5月837件→6月914件)は増加しています。具体的にポジティブな回答では、「(気候的に外出する機会が増えそうなど)季節的な意欲向上(5月201件→6月57件)」が、大型連休が明けたことで大幅に減少しました。ネガティブな回答では、「欲しいものがない・意欲がない(5月345件→6月412件)」が増加しています。一方で、「物価高・値上げ・円安(5月148件→6月110件)」は前月からは減少しましたが、引き続き高い水準にあります。

前年と比べると、消費にポジティブな回答(22年6月337件→23年6月335件)、ネガティブな回答(22年6月899件→23年6月914件)はともにほぼ横ばいです。具体的にポジティブな回答では、「(旅行など)出費の予定/欲しいものがある(22年6月129件→23年6月171件)」の増加が目立ちました。また、ネガティブな回答では、「物価高・値上げ・円安(22年6月60件→23年6月110件)」が増加しました。

大型連休明けの引き締め意識は前年より和らいでいるものの、物価高の影響で消費意欲は例年並みとなりそうです。

### Point2 消費意向は、「旅行」「レジャー」で前月比減も、「旅行」は前年比増

「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26.6%で、前月比では-1.3pt、前年比では-1.1ptとともに低下しました。

16カテゴリー別の消費意向をみると、前月比で20件以上増加したものはなく、20件以上減少したのは「旅行」「レジャー」でした。また、前年比でも「レジャー」は20件以上減少していますが、「旅行」は増加しています。

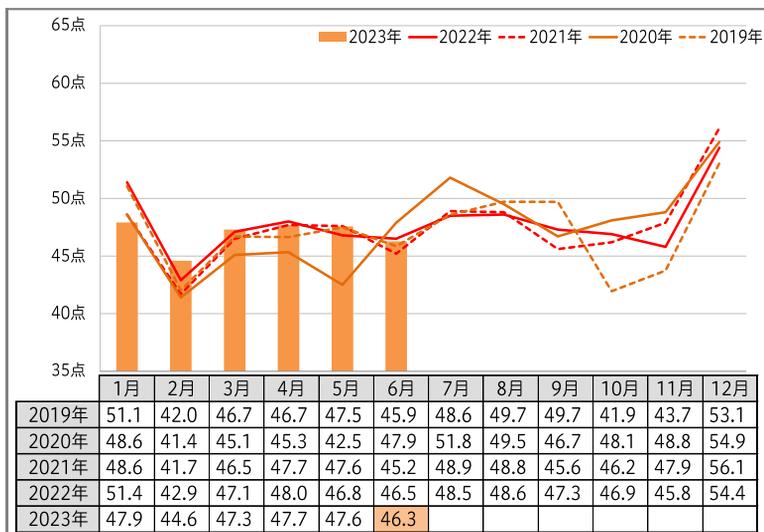
大型連休が明け、「旅行」や「レジャー」など外出関連カテゴリーへの消費意向は前月より落ち着いているようですが、「旅行」では前年を上回る意向がみられました。

## 消費意欲指数

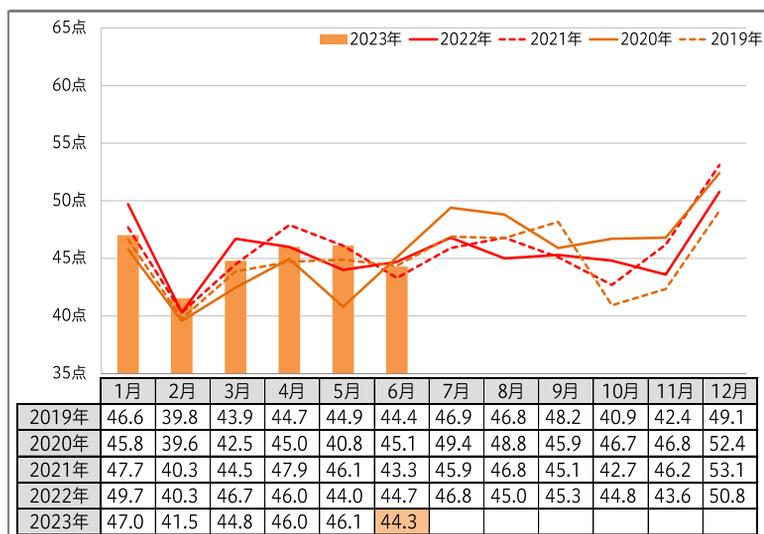
## ■ 時系列グラフ

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(6月)の消費意欲は何点くらいですか。(自由回答)

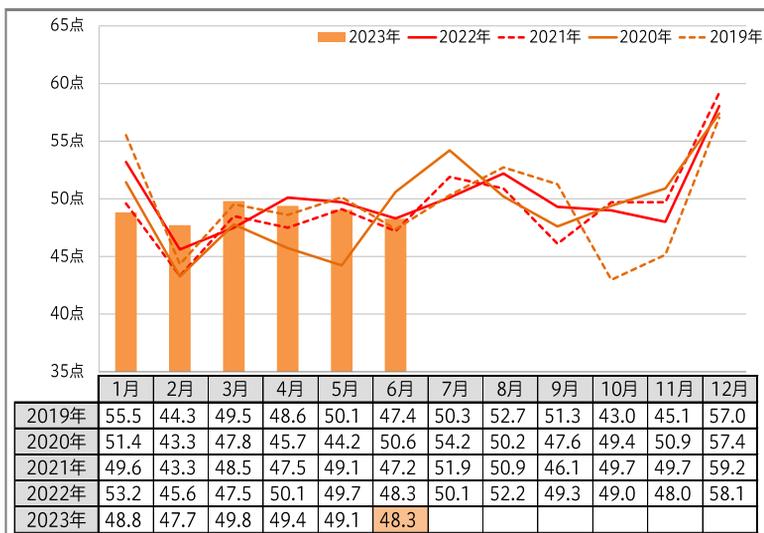
## 【全体】



## 【男性】



## 【女性】



## 消費意欲指数

## ■ 性別/年代別比較

(pt)

	(点)						23年6月比較	
	23年1月	23年2月	23年3月	23年4月	23年5月	23年6月	前月比	前年比
全体	47.9	44.6	47.3	47.7	47.6	46.3	-1.3	-0.2
男性	47.0	41.5	44.8	46.0	46.1	44.3	-1.8	-0.4
女性	48.8	47.7	49.8	49.4	49.1	48.3	-0.8	+0.0
20代	51.4	49.6	49.3	50.2	49.4	49.5	+0.1	+0.9
30代	49.2	45.2	48.0	48.6	52.2	45.6	-6.6	-2.3
40代	44.4	43.0	49.5	44.2	45.9	46.5	+0.6	-1.0
50代	47.5	41.4	43.4	45.3	44.3	43.3	-1.1	+0.1
60代	48.4	45.4	46.4	52.1	47.4	47.6	+0.2	+2.0

+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)

## &lt;生活者の声～消費意欲指数の理由～【旅行など出費の予定/欲しいものがある】&gt;

- ・九州に旅行へ行こうと思っているから(70点・男性24歳・愛知県)
- ・韓国旅行へ行くので色々な物を買いたいから(50点・男性30歳・東京都)
- ・欲しい家具がある(50点・男性45歳・大阪府)
- ・コロナの制限も緩和され、外食や旅行などをしてほしいと思うので(70点・男性50歳・愛知県)
- ・冷蔵庫を買い替えたいから(70点・男性64歳・神奈川県)

- ・旅行に行く機会があるから(80点・女性24歳・東京都)
- ・気温が上がると夏物が欲しくなるのと、美容院にも行きたいので100点にしました(100点・女性39歳・大阪府)
- ・エアコンやメガネと洋服。古くなってきたので、心機一転購入したい(90点・女性47歳・愛知県)
- ・旅行の予定があり、テンションが上がりがうすだから(70点・女性59歳・岐阜県)
- ・旅行や買い物をする予定です(100点・女性68歳・兵庫県)

## &lt;生活者の声～消費意欲指数の理由～【物価高・値上げ・円安】&gt;

- ・物価が値上がりしており、マクドナルド等の値上げによりお得なクーポンも配信されなくなったから(30点・男性29歳・愛知県)
- ・物の値段が高くなり、購入に躊躇するため(30点・男性32歳・大阪府)
- ・物価高で消費を出来るだけ避けたい(30点・男性48歳・東京都)
- ・物価高で欲しいものが買えない。先行きが不安なため(20点・男性52歳・東京都)
- ・購入意欲はあるが食品などの値上げ続出のため(40点・男性65歳・愛知県)

- ・物価が上がったから(0点・女性25歳・愛知県)
- ・値上げ続きで買い物が楽しくないから(30点・女性34歳・千葉県)
- ・買いたい物が特になし、物価がとても高くなっており、必要不可欠な出費が高額になっているから(30点・女性49歳・愛知県)
- ・最近の物価高や医療費などの出費がかさみ、ボーナス前の月は締めて行く予定です(30点・女性54歳・千葉県)
- ・何でもかんでも値上がりしていて嫌になった(40点・女性68歳・兵庫県)

( )内点数:消費意欲指数

## 補足資料③

### 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(6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)

	2023年6月(%)	前月比(pt)	前年比(pt)
全体	26.6	-1.3	-1.1
男性	23.7	-2.2	-1.5
女性	29.5	-0.4	-0.6

#### ■ 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】(399人)

順位	カテゴリー	6月 (人数)	前月比	前年比
1	ファッション	209	+12	+ 9
2	食品	195	+12	+ 5
3	外食	179	±0	+ 4
4	旅行	176	-20	+21
5	飲料	135	±0	- 2
6	化粧品	123	+ 7	+ 9
7	書籍・エンタメ	117	+ 4	- 4
8	レジャー	110	-20	-23
9	理美容	102	- 4	- 6
10	家電・AV	100	+18	+ 4
11	日用品	95	- 8	-11
12	インテリア用品	69	+ 7	+ 9
13	装飾品	63	+ 1	- 5
14	パソコン・タブレット・周辺機器	56	- 3	±0
15	スマートフォン・携帯電話	39	-14	-16
15	車・バイク	39	- 3	-11

##### 参考: 男性(179人)

順位	カテゴリー	6月 (人数)	前月比	前年比
1	旅行	77	-15	+ 8
2	ファッション	75	+ 3	+11
3	食品	74	+ 1	- 3
4	外食	73	+ 1	- 7
5	書籍・エンタメ	65	+12	+ 6
6	飲料	59	+ 3	±0
7	家電・AV	49	±0	- 5
8	レジャー	45	-21	-21
9	パソコン・タブレット・周辺機器	39	±0	+ 3
10	車・バイク	30	- 5	-14
11	スマートフォン・携帯電話	29	- 3	- 8
12	日用品	28	-13	- 8
13	理美容	24	- 9	- 3
14	インテリア用品	22	- 3	- 4
15	化粧品	20	- 3	+ 5
16	装飾品	19	- 8	- 8

##### 参考: 女性(220人)

順位	カテゴリー	6月 (人数)	前月比	前年比
1	ファッション	134	+ 9	- 2
2	食品	121	+11	+ 8
3	外食	106	- 1	+11
4	化粧品	103	+10	+ 4
5	旅行	99	- 5	+13
6	理美容	78	+ 5	- 3
7	飲料	76	- 3	- 2
8	日用品	67	+ 5	- 3
9	レジャー	65	+ 1	- 2
10	書籍・エンタメ	52	- 8	-10
11	家電・AV	51	+18	+ 9
12	インテリア用品	47	+10	+13
13	装飾品	44	+ 9	+ 3
14	パソコン・タブレット・周辺機器	17	- 3	- 3
15	スマートフォン・携帯電話	10	-11	- 8
16	車・バイク	9	+ 2	+ 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(6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(6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	129	143	176	178	128	754
女性	127	137	174	176	132	746
合計	256	280	350	354	260	1,500

**調査方法** インターネット調査

**調査時期** 2023年5月1日(月)～8日(月) (2012年5月から調査開始/毎月上旬に実査)

**調査機関** 株式会社 H.M.マーケティングリサーチ

<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 博報堂生活総合研究所(近藤・加藤) 03-6441-6450 seikatsusoken.info@hakuodo.co.jp  
株式会社博報堂 広報室(山田) 03-6441-6161 koho.mail@hakuodo.co.jp

データ公開 本調査のデータは、生活総研のホームページ(<https://seikatsusoken.jp/shohiyoho/2023-06/>)からダウンロードしていただけます。