

来月の消費予報

5月の消費意欲指数は、前月から微減。 大型連休への意欲はみられるも、物価高の影響は3カ月連続増

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。

※4月4-8日に調査(詳細はP5)

2024年5月の消費意欲指数は47.0点。前月比は-0.8ptとやや低下しました。また、前年比では-0.6ptでほぼ横ばいになりました。

5月の消費意欲指数



【前月比】

-0.8 ポイント

【前年比】

-0.6 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(5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(5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」と回答した人にも具体的に「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。

5月のポイント

Point1 大型連休や旅行への意欲は高まるものの、物価高の影響は微増傾向が続く

5月は大型連休のある月ですが、例年、4月からあまり変化のない月です。消費意欲指数は、今年は前月比では-0.8ptとやや低下しました。また、前年比では-0.6ptとほぼ横ばいになりました。

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(4月372件→5月392件)、ネガティブな回答(4月845件→4月827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、「大型連休がある(4月2件→5月100件)」「(旅行など)出費の予定/欲しいものがある(4月133件→5月174件)」が増加し、「新生活の準備(4月63件→5月14件)」は減少しています。ネガティブな回答では、「これまでの出費や今後の出費予定のために我慢(4月150件→5月120件)」が減少しましたが、「物価高・値上げ・円安(2月59件→3月65件→4月78件→5月85件)」は3カ月連続で微増傾向にあります。前年比では、消費にポジティブな回答(23年5月406件→24年5月392件)、ネガティブな回答(23年5月837件→24年5月827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、「(気候的に外出が増えそうなど)季節的な出費(23年5月201件→24年5月186件)」がやや減少した程度で、その他で目立って増減したものはありません。ネガティブな回答では、「欲しいものがない・意欲がない(23年5月345件→24年5月398件)」が増加し、「物価高・値上げ・円安(23年5月148件→24年5月85件)」は減少しています。

5月特有の大型連休に向けた意欲の高まりはみられるものの、消費意欲に対する物価高の影響は、直近で微増傾向が続いています。今後物価高が消費意欲にどのような影響を与えるのか、引き続き注視する必要があります。

Point2 消費意向は、日用品を中心とした幅広いカテゴリーで前月比減

「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29.0%で、前月比では+0.1ptと横ばい、前年比では+1.1ptと上昇しています。

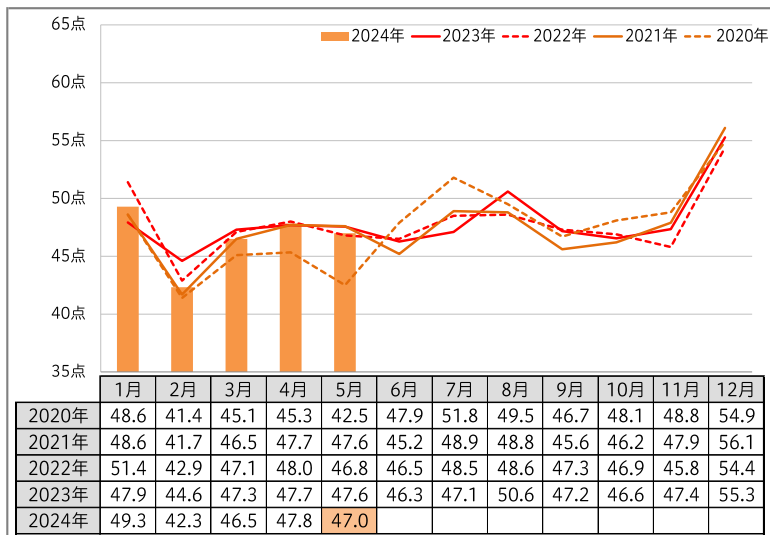
16カテゴリー別の消費意向をみると、前月比では「日用品」「食品」「ファッション」「スマートフォン・携帯電話」などの7カテゴリーで、前年比では「日用品」で20件以上減少しました。日用品を中心とした幅広いカテゴリーで消費意向が低下していることがうかがえます。

消費意欲指数

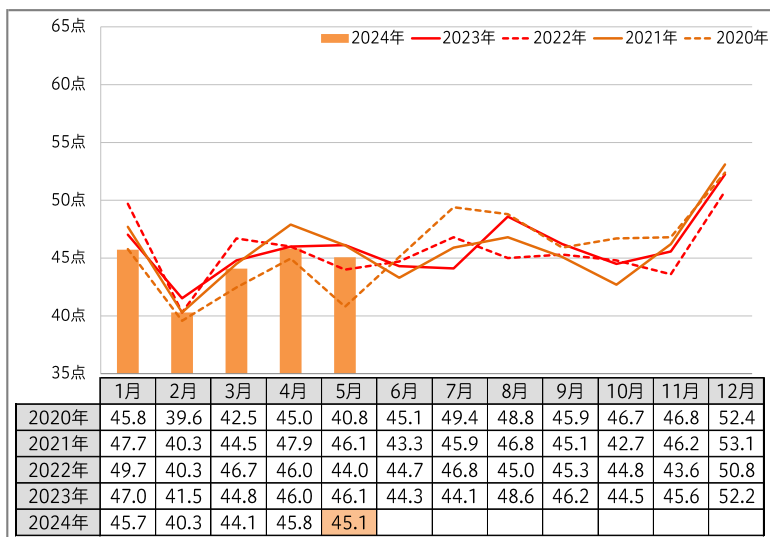
■ 時系列グラフ

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(5月)の消費意欲は何点くらいですか。(自由回答)

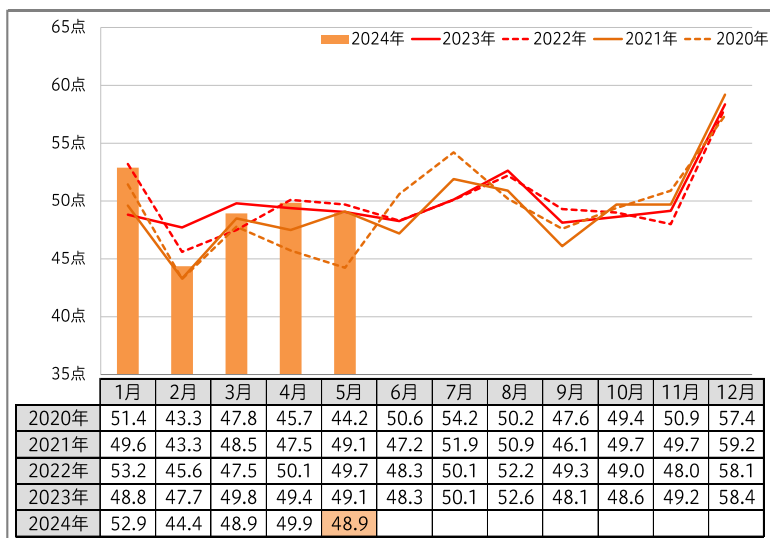
【全体】



【男性】



【女性】



※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。

消費意欲指数

■ 性別/年代別比較

| | (点) | | | | | | (pt) | |
|-----|--------|-------|-------|-------|-------|-------|---------|------|
| | 23年12月 | 24年1月 | 24年2月 | 24年3月 | 24年4月 | 24年5月 | 24年5月比較 | |
| | | | | | | | 前月比 | 前年比 |
| 全体 | 55.3 | 49.3 | 42.3 | 46.5 | 47.8 | 47.0 | -0.8 | -0.6 |
| 男性 | 52.2 | 45.7 | 40.3 | 44.1 | 45.8 | 45.1 | -0.8 | -1.1 |
| 女性 | 58.4 | 52.9 | 44.4 | 48.9 | 49.9 | 48.9 | -0.9 | -0.1 |
| 20代 | 56.9 | 49.4 | 49.6 | 51.5 | 49.4 | 51.4 | +2.0 | +2.0 |
| 30代 | 56.7 | 54.5 | 43.6 | 46.9 | 49.3 | 45.4 | -4.0 | -6.9 |
| 40代 | 57.2 | 49.1 | 40.2 | 46.1 | 46.6 | 48.7 | +2.1 | +2.8 |
| 50代 | 51.7 | 45.2 | 40.8 | 44.8 | 45.6 | 43.5 | -2.1 | -0.8 |
| 60代 | 54.4 | 49.3 | 38.6 | 44.0 | 49.4 | 47.2 | -2.2 | -0.2 |

+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～【大型連休がある】>

- ・GWや初任給が入っていることから、以前から買いたいものを買いたくなると思うからです(80点・男性25歳・東京都)
- ・年度が始まったばかりで節約に気をつけないところではあるもののGWを迎えるにあたり家族で外出を予定しているから(75点・男性39歳・愛知県)
- ・GWもありお出かけするので、商品を購入する意欲は高まります。また洋服など夏物も買わなきゃいけないので(70点・男性46歳・千葉県)
- ・GWに海外旅行を計画中だから(100点・男性52歳・奈良県)
- ・5月はGWがあるため、食べ物に贅沢するので消費意欲が高まる(100点・男性64歳・奈良県)
- ・長期休みがあるため、パーツと使ったり遊んだりしたいと思っているから(80点・女性24歳・東京都)
- ・GWが控えているので家族でお出かけをたくさんしたいから(80点・女性39歳・京都府)
- ・GWで買い物が多くなりそう(70点・女性45歳・三重県)
- ・GWで外に出る機会が多いから、節約しながらもお金を多く使いそう。外に出かけるとお金が出て行く(70点・女性54歳・愛知県)
- ・普段よりは、休日があることや、家族の帰省などで出かけることが多くなりそうだから(80点・女性61歳・大阪府)

<生活者の声～消費意欲指数の理由～【物価高・値上げ・円安】>

- ・4月から身近な食品などの値上げが続いているので、2ヶ月に1回まとめ買いをしており、今月まとめ買いをしたため(30点・男性23歳・埼玉県)
- ・貯蓄が少なく節約しないとイケないため、また物価も高くなっているのに給料は上がっていないから(20点・男性35歳・大阪府)
- ・物価が上がって給料が上がらず、社会保険や税金が上がるので節約をしないと将来が心配(40点・男性44歳・東京都)
- ・値上げ続きで消費意欲がわからない(30点・男性57歳・大阪府)
- ・物価上昇であまり消費意欲がわからないので(30点・男性62歳・愛知県)
- ・モノやサービスの値上がりが続いていて、出費が増えてきているから(40点・女性21歳・奈良県)
- ・物価が便乗値上げしすぎてうんざりしてるので。値上げする必要が無い物まで今がチャンスとばかりに上げてて腹が立つ(0点・女性30歳・東京都)
- ・今月の値上げの嵐と野菜の高騰で、かなりの金欠です(10点・女性41歳・大阪府)
- ・値上げラッシュで買いたくない(30点・女性54歳・愛知県)
- ・物価上昇がすぎて必要最低限の商品しか買えなくなっているから(0点・女性67歳・東京都)

()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(5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)

| | 2024年5月(%) | 前月比(pt) | 前年比(pt) |
|----|------------|---------|---------|
| 全体 | 29.0 | +0.1 | +1.1 |
| 男性 | 26.0 | +0.5 | +0.1 |
| 女性 | 32.0 | -0.4 | +2.1 |

■ 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】(435人)

| 順位 | カテゴリー | 5月 (人数) | 前月比 | 前年比 |
|----|-----------------|------------|-----|-----|
| 1 | ファッション | 213 | -26 | +16 |
| 2 | 旅行 | 192 | -8 | -4 |
| 3 | 食品 | 183 | -27 | ±0 |
| 4 | 外食 | 174 | -3 | -5 |
| 5 | 飲料 | 140 | -6 | +5 |
| 6 | 書籍・エンタメ | 125 | +18 | +12 |
| 7 | レジャー | 117 | +2 | -13 |
| 8 | 化粧品 | 108 | -24 | -8 |
| 9 | 理美容 | 99 | -17 | -7 |
| 10 | 日用品 | 81 | -28 | -22 |
| 11 | 家電・AV | 76 | -20 | -6 |
| 12 | 装飾品 | 52 | -8 | -10 |
| 13 | パソコン・タブレット・周辺機器 | 49 | +5 | -10 |
| 14 | インテリア用品 | 48 | -18 | -14 |
| 15 | スマートフォン・携帯電話 | 36 | -26 | -17 |
| 16 | 車・バイク | 30 | -22 | -12 |

参考: 男性(196人)

| 順位 | カテゴリー | 5月 (人数) | 前月比 | 前年比 |
|----|-----------------|------------|-----|-----|
| 1 | 旅行 | 92 | +5 | ±0 |
| 2 | 食品 | 87 | -2 | +14 |
| 3 | ファッション | 79 | -3 | +7 |
| 4 | 飲料 | 74 | +7 | +18 |
| 5 | 外食 | 73 | +2 | +1 |
| 6 | 書籍・エンタメ | 57 | +8 | +4 |
| 7 | レジャー | 51 | -3 | -15 |
| 8 | 家電・AV | 46 | -8 | -3 |
| 9 | パソコン・タブレット・周辺機器 | 42 | +10 | +3 |
| 10 | 日用品 | 31 | -2 | -10 |
| 11 | 車・バイク | 28 | -8 | -7 |
| 11 | 理美容 | 28 | +1 | -5 |
| 13 | スマートフォン・携帯電話 | 27 | -8 | -5 |
| 14 | インテリア用品 | 21 | +3 | -4 |
| 15 | 化粧品 | 20 | -2 | -3 |
| 16 | 装飾品 | 18 | -3 | -9 |

参考: 女性(239人)

| 順位 | カテゴリー | 5月 (人数) | 前月比 | 前年比 |
|----|-----------------|------------|-----|-----|
| 1 | ファッション | 134 | -23 | +9 |
| 2 | 外食 | 101 | -5 | -6 |
| 3 | 旅行 | 100 | -13 | -4 |
| 4 | 食品 | 96 | -25 | -14 |
| 5 | 化粧品 | 88 | -22 | -5 |
| 6 | 理美容 | 71 | -18 | -2 |
| 7 | 書籍・エンタメ | 68 | +10 | +8 |
| 8 | 飲料 | 66 | -13 | -13 |
| 8 | レジャー | 66 | +5 | +2 |
| 10 | 日用品 | 50 | -26 | -12 |
| 11 | 装飾品 | 34 | -5 | -1 |
| 12 | 家電・AV | 30 | -12 | -3 |
| 13 | インテリア用品 | 27 | -21 | -10 |
| 14 | スマートフォン・携帯電話 | 9 | -18 | -12 |
| 15 | パソコン・タブレット・周辺機器 | 7 | -5 | -13 |
| 16 | 車・バイク | 2 | -14 | -5 |

<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(5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(5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 | 128 | 140 | 171 | 184 | 131 | 754 |
| 女性 | 125 | 137 | 168 | 183 | 133 | 746 |
| 合計 | 253 | 277 | 339 | 367 | 264 | 1,500 |

調査方法 インターネット調査

調査時期 2024年4月4日(木)～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) 03-6447-2992 seikatsusoken.info@hakuholdo.co.jp
株式会社博報堂 広報室(山田・成田) 03-6441-6161 koho.mail@hakuholdo.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/2024-05/>)からダウンロードしていただけます。