

来月の消費予報

5月の消費意欲指数は大型連休や旅行関連により前年比で高まるも 物価高や世界情勢悪化が足かせに

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2-4日に調査(詳細はP5)

2026年5月の消費意欲指数は45.0点。前月比では+0.2ptと横ばい、前年比では+1.0ptと上昇しました。

5月の消費意欲指数



【前月比】

【前年比】

+0.2 ポイント

+1.0 ポイント

■ : 前月比/前年比で上昇 ■ : 前月比/前年比で減少

「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、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 大型連休に向けた意欲は高まるも、物価高や世界情勢への懸念は強まる

例年5月の消費意欲指数は、大型連休があるものの4月からあまり変化がなく、今年も前月比で+0.2ptと横ばいとなっています。過去5年間の5月として最低値だった前年と比べると、+1.0ptと上昇しました。

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336件→5月344件)はほぼ横ばい、ネガティブな回答(4月837件→5月883件)は増加しています。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61件)」「旅行の予定がある(4月25件→5月43件)」が増加し、「新生活の準備(4月46件→5月5件)」「春物の服が欲しい(4月35件→5月8件)」は減少しました。ネガティブな回答では、「金銭的な理由で節約・我慢(4月167件→5月192件)」が増加しています。

前年と比べると、消費にポジティブな回答(25年5月334件→26年5月344件)はほぼ横ばい、ネガティブな回答(25年5月857件→26年5月883件)はやや増加しています。具体的には、ポジティブな回答で大きく増減した項目はありませんでした。ネガティブな回答では、「節約・儉約したい(25年5月33件→26年5月58件)」がやや増加しています。

また、「物価高・値上げ・円安」は、前月比で増加、前年比でもやや増加しました(25年5月185件→26年4月152件→26年5月202件)。さらに、前月に引き続き、中東情勢悪化や原油高騰への懸念など、「世界的社会不安(25年5月6件→26年4月16件→26年5月22件)」も沈静化の兆しが見えない状況が続いています。

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増加傾向となっています。中東情勢の悪化を含め、今後の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、男性を中心に旅行関連など大型連休らしいカテゴリーで前月比増

「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26.1%で、前月比で-0.8ptとやや低下した一方で、前年比では+0.6ptとやや増加しました。男女別でみると、前月比、前年比ともに、男性では上昇し、女性では低下しています(男性:前月比+1.7pt/前年比+3.4pt、女性:前月比-3.2pt/前年比-2.1pt)。

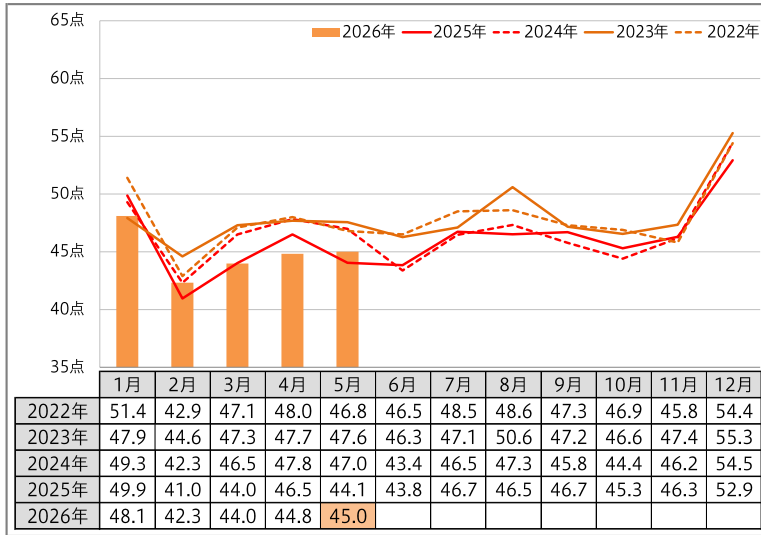
16カテゴリー別の消費意向をみると、前月比では「旅行」「レジャー」の2カテゴリーが20件以上増加し、特に男性で「レジャー」の増加が目立ちます。前年比では「日用品」「飲料」の2カテゴリーが20件以上減少しました。大型連休の影響もあり、男性が牽引する形で、旅行関連カテゴリーにおける消費意向が高まる5月となりそうです。

消費意欲指数

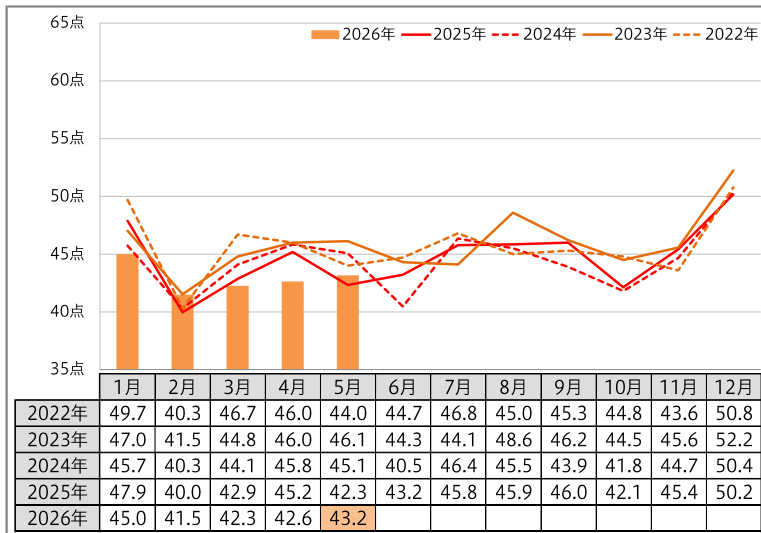
■ 時系列グラフ

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)

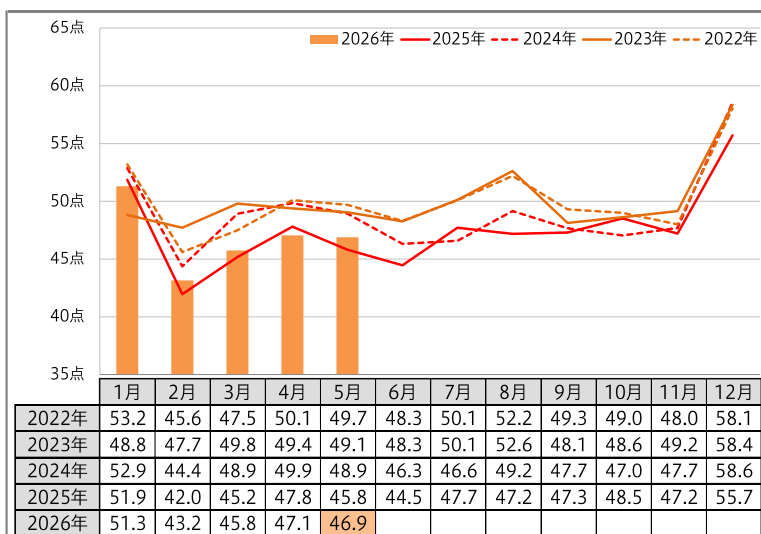
【全体】



【男性】



【女性】



消費意欲指数

■ 性別/年代別比較

	(点)						(pt)	
	25年12月	26年1月	26年2月	26年3月	26年4月	26年5月	前月比	前年比
全体	52.9	48.1	42.3	44.0	44.8	45.0	+0.2	+1.0
男性	50.2	45.0	41.5	42.3	42.6	43.2	+0.5	+0.8
女性	55.7	51.3	43.2	45.8	47.1	46.9	-0.2	+1.1
20代	59.5	52.8	46.4	46.5	47.8	49.4	+1.6	+3.4
30代	54.9	50.6	43.6	44.6	47.5	46.9	-0.6	+1.0
40代	52.5	48.5	42.7	47.0	44.5	43.4	-1.0	+0.6
50代	49.9	44.2	40.2	41.1	42.0	44.3	+2.3	+2.4
60代	49.6	46.5	39.9	41.4	43.9	42.2	-1.6	-2.8

※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。

■ +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】>

- ・ゴールデンウィークがあるから(80点・男性28歳・大阪府)
- ・ゴールデンウィークがあるので少しは贅沢したい(70点・男性38歳・東京都)
- ・物価高ではあるがゴールデンウィークも近いし色々旅行や外出で消費をしたりして、日々のストレスなどから開放されて癒やされたいからです(90点・男性46歳・埼玉県)
- ・ゴールデンウィークは旅行に行って、温泉とグルメを楽しむ(100点・男性58歳・愛知県)
- ・大型連休があるから(60点・男性69歳・岐阜県)
- ・ゴールデンウィークで色々なところに行く予定を立てているし、行きたいと思っているから(85点・女性20歳・愛知県)
- ・ゴールデンウィークがあったり、推しのライブがあったりグッズがあったりで、お財布の紐が緩くなりそうだから(80点・女性31歳・埼玉県)
- ・節約はしたいが、祝日も多いし外出や外食などをしたいから(50点・女性49歳・兵庫県)
- ・ゴールデンウィークもあり、気温も上がってきて買い物に出かけなくなる時期であること、また洋服も春物や夏物の新商品がたくさん出始める時期なので(60点・女性50歳・大阪府)
- ・洗濯機を探してるし、ゴールデンウィークで子どもたち家族とのお出かけや外食が増えるから(80点・女性61歳・愛知県)

<生活者の声～消費意欲指数の理由～【物価高・値上げ・円安】>

- ・何もかも高い(10点・男性25歳・愛知県)
- ・物価が上昇しているから(0点・男性31歳・東京都)
- ・中東情勢により価格が上がりそうだから(40点・男性49歳・愛知県)
- ・物価がどれくらい高くなるかわからないなか、消費を増やす気にはなれないから(10点・男性53歳・大阪府)
- ・原油不足によるインフレで支出を減らすつもり(5点・男性61歳・兵庫県)
- ・物価高いから(30点・女性29歳・大阪府)
- ・原油高、原油不足による物価高騰が激しいから(30点・女性35歳・愛知県)
- ・世界情勢が不安定なこと、物価高なこと必要なもの以外にはお金を使わなくなった(10点・女性49歳・大阪府)
- ・物価高や世界の情勢でいつ生活必需品が入ってこなくなるかもしれないというなかで、ものを買いたいという気分になれない(10点・女性53歳・東京都)
- ・物価高が続いていて節約志向がだんだん高くなっている(20点・女性64歳・愛知県)

()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(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)

	2026年5月(%)	前月比(pt)	前年比(pt)
全体	26.1	-0.8	+0.6
男性	25.5	+1.7	+3.4
女性	26.8	-3.2	-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】(392人)

順位	カテゴリー	5月(人数)	前月比	前年比
1	食品	189	-4	-7
2	旅行	181	+25	-3
3	ファッション	172	+2	-14
4	外食	163	+7	-16
5	飲料	122	-5	-20
6	レジャー	118	+24	+3
7	書籍・エンタメ	113	-6	+7
8	化粧品	100	-11	±0
9	理美容	92	+6	-14
10	日用品	79	-10	-28
11	家電・AV	77	-16	+11
12	インテリア用品	52	+1	-1
13	装飾品	46	-6	+1
14	スマートフォン・携帯電話	45	-13	+3
15	パソコン・タブレット・周辺機器	43	-14	-11
16	車・バイク	37	+10	±0

<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

参考：男性(193人)

順位	カテゴリー	5月(人数)	前月比	前年比
1	旅行	88	+9	-4
2	食品	87	±0	+11
3	レジャー	71	+31	+21
4	ファッション	69	+9	+8
5	外食	68	+2	±0
6	飲料	61	-4	+2
7	書籍・エンタメ	59	+1	+9
8	家電・AV	47	-3	+16
9	車・バイク	35	+15	+7
10	日用品	33	-3	+1
11	パソコン・タブレット・周辺機器	29	-11	-7
12	スマートフォン・携帯電話	28	-8	+2
12	理美容	28	+9	-2
14	インテリア用品	27	+7	+5
15	化粧品	23	-3	+9
16	装飾品	22	+4	+8

参考：女性(199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	103	-7	-22
2	食品	102	-4	-18
3	外食	95	+5	-16
4	旅行	93	+16	+1
5	化粧品	77	-8	-9
6	理美容	64	-3	-12
7	飲料	61	-1	-22
8	書籍・エンタメ	54	-7	-2
9	レジャー	47	-7	-18
10	日用品	46	-7	-29
11	家電・AV	30	-13	-5
12	インテリア用品	25	-6	-6
13	装飾品	24	-10	-7
14	スマートフォン・携帯電話	17	-5	+1
15	パソコン・タブレット・周辺機器	14	-3	-4
16	車・バイク	2	-5	-7

※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	123	137	163	193	141	757
女性	119	134	159	190	141	743
合計	242	271	322	383	282	1,500

調査方法 インターネット調査

調査時期 2026年4月2日(木)～4日(土) (2012年5月から調査開始/毎月上旬に実査)

調査機関 QO株式会社

<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(加藤・近藤) seikatsusoken.info@hakuodo.co.jp
株式会社博報堂 広報室(河村・大貫) koho.mail@hakuodo.co.jp

データ公開 2012年5月から最新月までの「消費意欲指数(点)」と「特に買いたいモノ・利用したいサービスがある人の割合(%)」について、調査データをご希望の方は生活総研サイトの「お問い合わせ」よりご連絡ください