

来月の消費予報

大型連休明けと長引く物価高の影響により 6月の消費意欲指数は前年同様低水準に

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。

※5月7-10日に調査(詳細はP5)

2026年6月の消費意欲指数は44.1点。前月比では-0.9ptとやや低下し、前年比では+0.2ptで横ばいとなりました。

6月の消費意欲指数



【前月比】

【前年比】

-0.9 ポイント

+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、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 大型連休の反動や物価高の影響により、消費意欲指数は低調に推移

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、今年も前月比で-0.9ptとやや低下しています。前年比では+0.2ptで横ばいとなりました。

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(5月344件→6月263件)は減少し、ネガティブな回答(5月883件→6月983件)は増加しています。具体的には、ポジティブな回答で、「(大型連休があるなど)季節的な意欲向上(5月131件→6月51件)」が大幅に減少し、「旅行の予定がある・行きたい(5月43件→6月15件)」も減少しました。ネガティブな回答では、「今月までに多く使ったのでセーブ(5月58件→6月126件)」が大幅に増加し、「欲しいものがない・意欲がない(5月337件→6月388件)」「金銭的な理由で節約・我慢(5月192件→6月231件)」「梅雨の時期なので出かけたくない(5月0件→6月21件)」も増加しています。

前年と比べると、消費にポジティブな回答(25年6月291件→26年6月263件)はやや減少し、ネガティブな回答(25年6月928件→26年6月983件)は増加しました。具体的には、ポジティブな回答で、「(季節もの以外で旅行など)出費の予定・欲しいものがある(25年6月142件→26年6月122件)」がやや減少しています。ネガティブな回答では、「金銭的な理由で節約・我慢(25年6月187件→26年6月231件)」「今月までに多く使ったのでセーブ(25年6月92件→26年6月126件)」が増加しました。

また、先月高まっていた「世界的社会不安(25年6月2件→26年5月22件→26年6月8件)」が前月比で減少したこともあってか、「物価高・値上げ・円安」も前月比で大幅に減少していますが、前年比ではほぼ横ばいであり、依然として高い水準が続いています。(25年6月160件→26年5月202件→26年6月152件)。

5月の大型連休を終えたことによる節約意識や、長引く物価高の影響もあり、6月の消費意欲は例年通り控えめとなりそうです。

Point2 消費意向は、複数カテゴリーで前月比・前年比減

「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26.2%で、前月比では+0.1ptと横ばい、前年比では-2.4ptと低下しています。

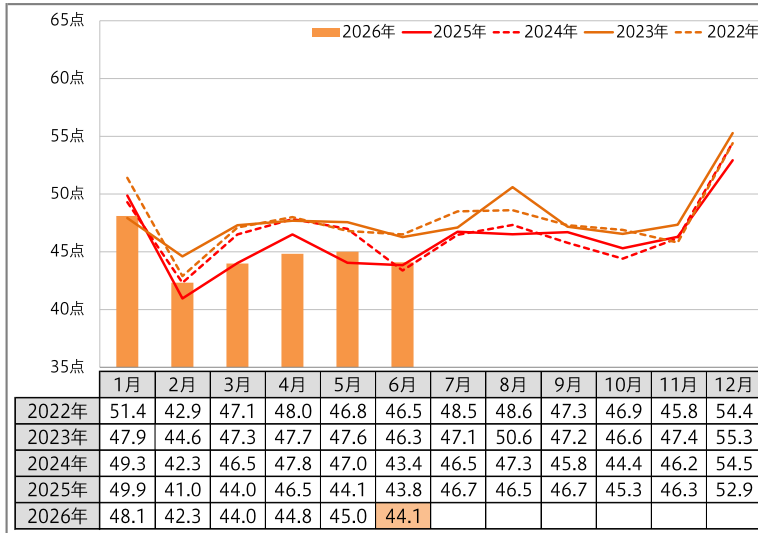
16カテゴリー別の消費意向をみると、前月比では「化粧品」が20件以上増加した一方で、「旅行」「インテリア用品」の2カテゴリーは20件以上減少しました。前年比では「書籍・エンタメ」「飲料」「インテリア用品」「外食」の4カテゴリーが20件以上減少しています。複数のカテゴリーで消費意向が低下していることがうかがえます。

消費意欲指数

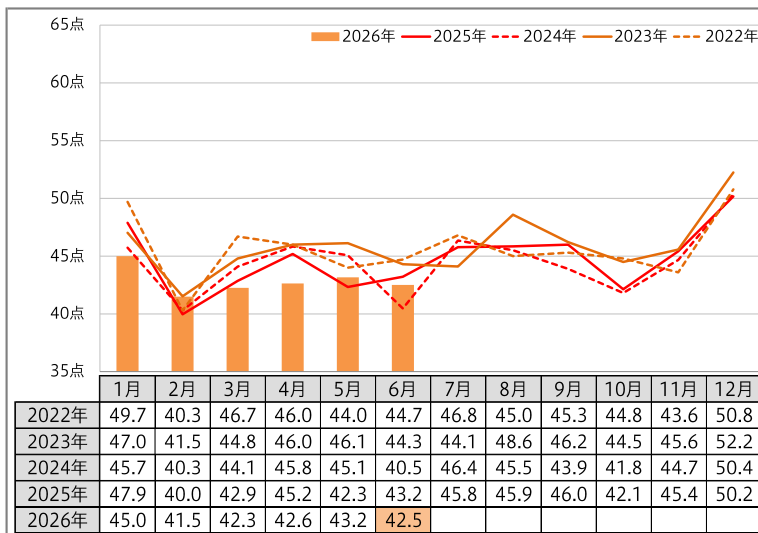
■ 時系列グラフ

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(6月)の消費意欲は何点くらいですか。(自由回答)

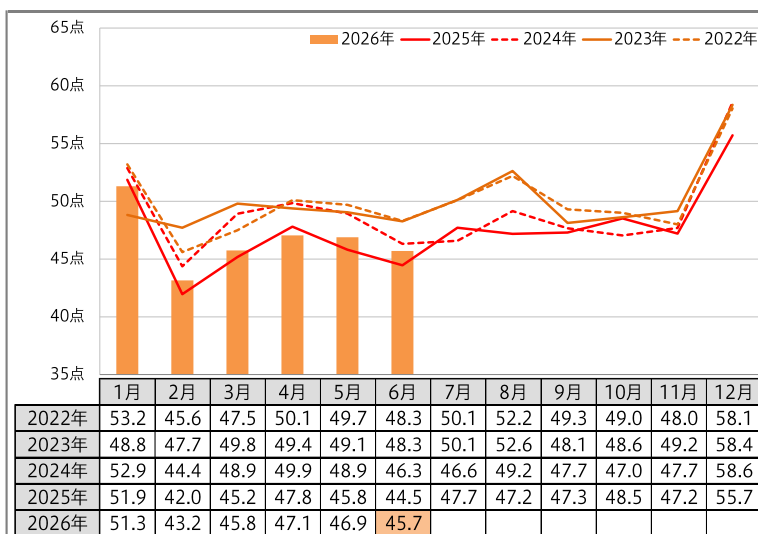
【全体】



【男性】



【女性】



消費意欲指数

■ 性別/年代別比較

(pt)

	(点)						26年6月比較	
	26年1月	26年2月	26年3月	26年4月	26年5月	26年6月	前月比	前年比
全体	48.1	42.3	44.0	44.8	45.0	44.1	-0.9	+0.2
男性	45.0	41.5	42.3	42.6	43.2	42.5	-0.7	-0.7
女性	51.3	43.2	45.8	47.1	46.9	45.7	-1.2	+1.2
20代	52.8	46.4	46.5	47.8	49.4	43.4	-6.0	-3.8
30代	50.6	43.6	44.6	47.5	46.9	45.7	-1.1	-2.7
40代	48.5	42.7	47.0	44.5	43.4	43.4	+0.0	+0.0
50代	44.2	40.2	41.1	42.0	44.3	44.0	-0.3	+3.4
60代	46.5	39.9	41.4	43.9	42.2	44.0	+1.8	+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～【今月までに多く使ったのでセーブ】>

- ・ゴールデンウィークで結構使ってしまったので、梅雨ということもあり旅行という気分でもないだろうし、ゆっくり家で過ごしたいため(25点・男性25歳・岐阜県)
- ・4月5月とお金を使いすぎたから。節約して貯金したい(40点・男性34歳・東京都)
- ・ゴールデンウィークでお金を使いすぎたので笑笑(10点・男性44歳・大阪府)
- ・娘の大学入学でお金がない(10点・男性50歳・愛知県)
- ・3月と4月と5月にいろいろと行事があって消費が増えたのでその反動が6月に影響している(40点・男性61歳・東京都)
- ・今月かなりお金を使ったため来月は控えようとしている(30点・女性24歳・千葉県)
- ・ゴールデンウィークにお金たくさん使ったから(20点・女性37歳・愛知県)
- ・最近、引っ越しをして出費が多かったので節約したい(10点・女性44歳・大阪府)
- ・ゴールデンウィークに旅行してお金を使い切ったから(0点・女性57歳・愛知県)
- ・ゴールデンウィークにお金を使いすぎたためと、7月の旅行を控えているので、6月は消費は抑えたいです(10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】>

- ・物価高で、生活にゆとりがないから(40点・男性29歳・兵庫県)
- ・物価高で貯蓄をしっかりしたいから(20点・男性38歳・愛知県)
- ・最近ナフサが足らず値上げが多くなっている(10点・男性49歳・埼玉県)
- ・物価高、原油高で先行きが不透明なため、余計な出費を避けたいし、物を買う意欲がない(40点・男性52歳・東京都)
- ・給料が上がらないのに、物価が高いので購入意欲がないです(20点・男性60歳・大阪府)
- ・値段が高くてお金ないので買いたいものはない(20点・女性27歳・岐阜県)
- ・値上げがひどいので(10点・女性34歳・東京都)
- ・何もかも高いのに、収入が上がらないから(30点・女性44歳・愛知県)
- ・ガソリン代の高騰や物価の高騰で余裕がなくなり、昇給も見込めないため、できるだけ、消費は抑えて、節約に徹するつもりだから(10点・女性50歳・大阪府)
- ・世界情勢を考え、今後インフレと物不足が必至と考え、今月、備蓄も含めて大量に購入したので、当分は必要ない(40点・女性66歳・大阪府)

()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)

	2026年6月(%)	前月比(pt)	前年比(pt)
全体	26.2	+0.1	-2.4
男性	23.6	-1.8	-2.1
女性	28.8	+2.0	-2.8

■ 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】(393人)

順位	カテゴリー	6月 (人数)	前月比	前年比
1	食品	189	±0	-14
2	ファッション	176	+ 4	-12
3	外食	165	+ 2	-22
4	旅行	148	-33	- 8
5	飲料	130	+ 8	-28
6	化粧品	120	+20	+ 6
7	書籍・エンタメ	107	- 6	-32
8	レジャー	106	-12	- 6
9	理美容	98	+ 6	- 6
10	日用品	93	+14	-13
11	家電・AV	72	- 5	-14
12	装飾品	53	+ 7	+ 5
13	パソコン・タブレット・周辺機器	43	±0	-10
14	スマートフォン・携帯電話	42	- 3	- 6
15	車・バイク	34	- 3	-10
16	インテリア用品	31	-21	-24

<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(179人)

順位	カテゴリー	6月 (人数)	前月比	前年比
1	食品	78	- 9	- 3
2	旅行	65	-23	-11
3	外食	64	- 4	- 8
4	ファッション	62	- 7	-13
5	書籍・エンタメ	54	- 5	-18
6	レジャー	50	-21	- 5
7	飲料	49	-12	-16
8	家電・AV	40	- 7	-10
9	パソコン・タブレット・周辺機器	28	- 1	- 9
9	車・バイク	28	- 7	- 4
11	日用品	27	- 6	-11
12	装飾品	23	+ 1	+ 2
13	スマートフォン・携帯電話	22	- 6	- 5
14	理美容	20	- 8	- 7
15	化粧品	18	- 5	±0
16	インテリア用品	10	-17	-11

参考：女性(214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	114	+11	+ 1
2	食品	111	+ 9	-11
3	化粧品	102	+25	+ 6
4	外食	101	+ 6	-14
5	旅行	83	-10	+ 3
6	飲料	81	+20	-12
7	理美容	78	+14	+ 1
8	日用品	66	+20	- 2
9	レジャー	56	+ 9	- 1
10	書籍・エンタメ	53	- 1	-14
11	家電・AV	32	+ 2	- 4
12	装飾品	30	+ 6	+ 3
13	インテリア用品	21	- 4	-13
14	スマートフォン・携帯電話	20	+ 3	- 1
15	パソコン・タブレット・周辺機器	15	+ 1	- 1
16	車・バイク	6	+ 4	- 6

※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	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5月7日(木)～10日(日) (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