

来月の消費予報

コロナ禍の影響が大きく減少し、 6月の消費意欲指数は、コロナ禍前の水準に

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6～9日に調査(詳細はP5)

6月の消費意欲指数は46.5点。前月比は-0.4ptの微減、前年比は+1.3ptの上昇となりました。

6月の消費意欲指数



【前月比】

-0.4 ポイント

【前年比】

+1.3 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。

6月のポイント

Point1：コロナ禍の影響が減少し、例年の大型連休明けらしい6月の動きに

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が、今年は前月から-0.4ptの微減にとどまりました。一方コロナ禍の影響で過去10年の最低値となった前年からは+1.3pt上昇し、コロナ禍前の水準に戻っています。

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は減少(5月389件→6月337件)、ネガティブな回答は増加(5月857件→6月889件)しました。具体的には、ポジティブな回答では、「季節的な出費や意欲(5月174件→6月70件)」が大幅に減少し、ネガティブな回答では「5月までに多く使ったのでセーブ(5月56件→6月117件)」が増加しています。これらは、新学期やGWを経て出費を抑えようとする例年6月らしい動きです。

また、コロナ禍に関連する回答は前月・前年と比べて減っています(21年6月281件/22年5月99件→22年6月58件)。特に消費に対するネガティブな回答は大幅に減少しており(21年6月236件/22年5月67件→22年6月30件)、2020年4月のコロナウィルス流行以降の最少件数となりました。消費意欲に対するコロナ禍の影響はかなり減少し、例年6月らしい消費意欲を取り戻しているようです。

また、5月に浮上した「物価高(5月116件→6月60件)」への懸念は、前月ほどではなくなっているようです。

Point2：消費意向は、前月比では必需品・日用品、前年比では外出関連が増

「特に買いたいモノ・利用したいカテゴリーがある」人は27.7%で、前月比+0.2pt、前年比±0.0ptといずれも横ばいとなっています。

カテゴリー別の消費意向をみると、前月比では「飲料」「化粧品」「日用品」が20件以上増え、「旅行」が20件以上減っています。一方、前年比では「旅行」「レジャー」が20件以上増え、「ファッション」が20件以上減っています。

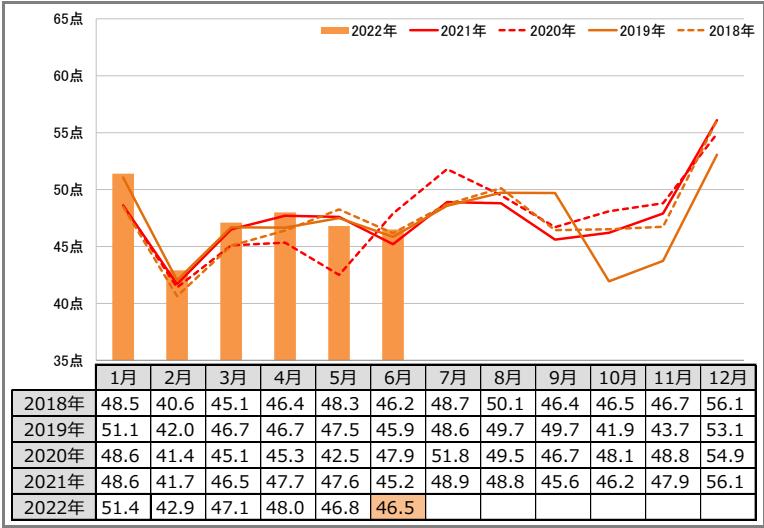
大型連休が終わり、前月と比べて消費意向の対象は必需品・日用品などの日常的なカテゴリーに移行していますが、前年よりも外出関連カテゴリーへの意向は高くなっています。

消費意欲指数

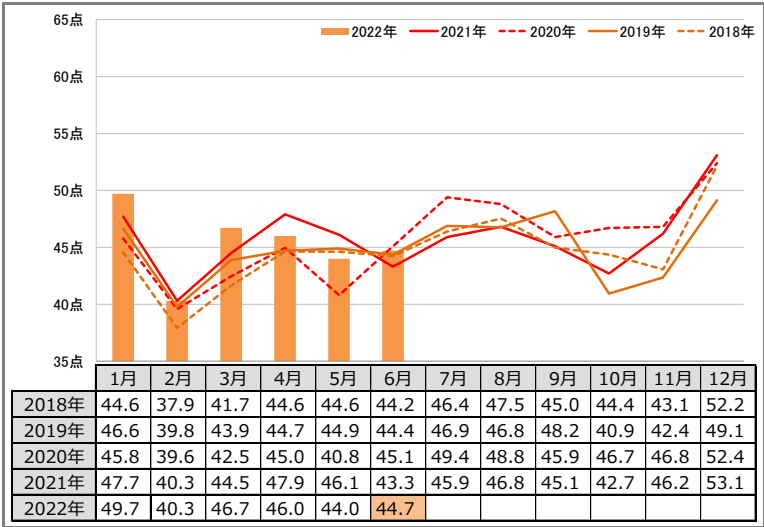
■ 時系列グラフ

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)

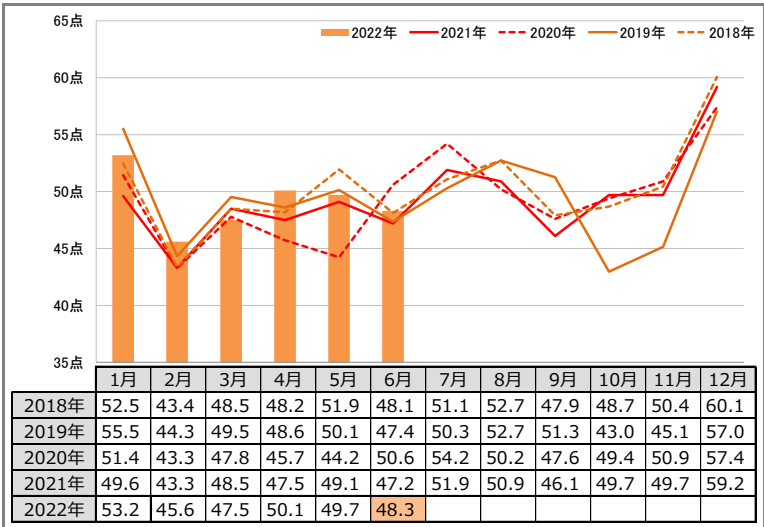
【全体】



【男性】



【女性】



※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

							(pt)	
							22年6月比較	
	22年1月	22年2月	22年3月	22年4月	22年5月	22年6月	前月比	前年比
全体	51.4	42.9	47.1	48.0	46.8	46.5	-0.4	1.3
男性	49.7	40.3	46.7	46.0	44.0	44.7	0.7	1.4
女性	53.2	45.6	47.5	50.1	49.7	48.3	-1.4	1.1
20代	53.4	45.3	49.3	51.5	46.6	48.6	2.0	1.7
30代	53.4	43.5	50.2	49.0	50.5	47.9	-2.7	1.4
40代	52.5	43.1	46.1	47.8	43.9	47.5	3.6	0.3
50代	47.7	40.3	44.7	46.6	46.1	43.2	-2.9	2.1
60代	50.8	43.3	46.4	46.0	48.1	45.6	-2.5	0.9

+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～【5月までに多く使いすぎたのでセーブ】＞
- ・GWにお金を使いすぎたから(30点・男性25歳・大阪府)
 - ・旅行に行ったり、コストコでお金を使いすぎたから(40点・男性38歳・愛知県)
 - ・今月買い物をした事と7月に車検があるし、お盆休みには旅行に行くので(30点・男性48歳・東京都)
 - ・5月の支払いが予想以上に多いため(30点・男性53歳・東京都)
 - ・5月に出費が多いので6月はお金がない時期(1点・男性60歳・愛知県)
 - ・5月はGWがあり、出費が多かったのなるべくお金を使いたくない(30点・女性27歳・愛知県)
 - ・4月5月で楽天スーパーセールと無印良品週間セールとマツキョーカーボン期間で爆買したから(30点・女性33歳・愛知県)
 - ・4月に色々購入し、5月は旅行でお金を使ったので6月は節約したいので(20点・女性43歳・神奈川県)
 - ・子供の学費を払った後なので、消費を抑えて節約したい(20点・女性56歳・大阪府)
 - ・5月までに税金、保険等支払いが続いているので、必要なもの以外は控える(30点・女性64歳・兵庫県)

()内点数:消費意欲指数

(参考) 新型コロナウイルス周りの主な動き ※前回調査(4月1日～4日)後より今回調査(5月6日～9日)まで

- 4月 全国の新規感染者数、初旬に拡大傾向をみせるも、その後は減少傾向へ
- 4月21日 重点措置解除からの1か月間に10県で新規感染者数が過去最多を更新との報道
- 4月22日 島根県で新規感染者数が過去最多を更新
- 4月26日 全国知事会、新型コロナウイルス緊急対策本部会議で「大型連休に移動の自粛は求めない」
- 5月5日 全国の新規感染者数20,713人、1週間平均約2.4万人(4/29～5/5)*
東京都は2,320人で、24日連続で前週の同じ曜日を下回る

※感染者数の出典:関連ホームページ(厚生労働省、東京都 それぞれ5月17日時点)

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)

	2022年6月(%)	前月比(pt)	前年比(pt)
全体	27.7	0.2	0.0
男性	25.2	-1.0	-0.6
女性	30.1	1.3	0.4

■ 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】(415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	200	+ 9	-22
2	食品	190	+14	-16
3	外食	175	- 7	+ 5
4	旅行	155	-34	+29
5	飲料	137	+23	-14
6	レジャー	133	+ 8	+21
7	書籍・エンタメ	121	+ 5	+ 3
8	化粧品	114	+23	- 3
9	理美容	108	+16	-18
10	日用品	106	+20	-12
11	家電・A V	96	+14	-16
12	装飾品	68	+10	±0
13	インテリア用品	60	+ 3	-15
14	パソコン・タブレット・周辺機器	56	+10	+ 3
15	スマートフォン・携帯電話	55	+ 5	+ 7
16	車・バイク	50	+14	+13

参考:男性(190人)

順位	カテゴリー	6月 (人数)	前月比	前年比
1	外食	80	- 1	+ 7
2	食品	77	- 3	-13
3	旅行	69	-21	+ 3
4	レジャー	66	+ 8	+10
5	ファッション	64	- 7	-21
6	飲料	59	+ 1	-16
6	書籍・エンタメ	59	- 7	- 4
8	家電・A V	54	+ 2	- 7
9	車・バイク	44	+18	+15
10	スマートフォン・携帯電話	37	+ 4	+ 7
11	パソコン・タブレット・周辺機器	36	- 3	- 8
11	日用品	36	+ 7	- 6
13	装飾品	27	+ 4	- 1
13	理美容	27	+ 2	+ 2
15	インテリア用品	26	+ 6	- 5
16	化粧品	15	+ 1	- 2

参考:女性(225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	136	+16	- 1
2	食品	113	+17	- 3
3	化粧品	99	+22	- 1
4	外食	95	- 6	- 2
5	旅行	86	-13	+26
6	理美容	81	+14	-20
7	飲料	78	+22	+ 2
8	日用品	70	+13	- 6
9	レジャー	67	±0	+11
10	書籍・エンタメ	62	+12	+ 7
11	家電・A V	42	+12	- 9
12	装飾品	41	+ 6	+ 1
13	インテリア用品	34	- 3	-10
14	パソコン・タブレット・周辺機器	20	+13	+11
15	スマートフォン・携帯電話	18	+ 1	±0
16	車・バイク	6	- 4	- 2

<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					
サンプル数	合計1,500人					
	20代	30代	40代	50代	60代	合計
男性	122	143	187	169	136	757
女性	118	139	183	164	139	743
合計	240	282	370	333	275	1,500
調査方法	インターネット調査					
調査時期	2022年5月6日(金)～9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。

・博報堂生活総合研究所は、5/24付で「2022年5月 新型コロナウイルスに関する生活者調査」を発表いたしました。

<https://www.hakuhodo.co.jp/uploads/2022/05/20220524.pdf>

こちらは、毎月第3～4週頃に発表する予定です。併せてご利用下さい。

問い合わせ先 博報堂生活総合研究所(近藤 内濱) 03-6441-6450 seikatsusoken.info@hakuhodo.co.jp
株式会社博報堂 広報室(関田) 03-6441-6161 koho.mail@hakuhodo.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/2022-06/>)からダウンロードしていただけます。