

来月の消費予報

大型連休明けと物価高の影響により
6月の消費意欲指数は、過去5年の同月最低値に

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7-9日に調査(詳細はP5)

2024年6月の消費意欲指数は43.4点。前月比で-3.6ptと大幅に低下し、前年比でも-2.9ptと低下しました。

6月の消費意欲指数



【前月比】

-3.6 ポイント

【前年比】

-2.9 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 大型連休明けの引き締め意識と物価高の影響で、消費意欲は例年より低下

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-3.6ptと大幅に低下し、前年比でも-2.9ptと低下しており、過去5年間の6月として最も低い数値となりました。

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392件→6月287件)は大きく減少し、ネガティブな回答(5月827件→6月934件)は大きく増加しました。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186件→6月56件)」や「(旅行など)出費の予定・欲しいものがある(5月174件→6月119件)」が減少しています。ネガティブな回答では、「5月までに多く使った反動で節約(5月56件→6月114件)」が増加しました。

また、「物価高・値上げ・円安」は、4ヵ月連続で微増傾向が続いており(24年2月59件→3月65件→4月78件→5月85件→6月114件)、7ヵ月ぶりに100件を超えました。

前年と比べても、消費にポジティブな回答(23年6月335件→24年6月287件)は減少し、ネガティブな回答(23年6月914件→24年6月934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、「(旅行など)出費の予定・欲しいものがある(23年6月171件→24年6月119件)」が減少しました。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(23年6月147件→24年6月174件)」がやや増えています。

大型連休を経て出費を抑えようとする6月らしい動きに加えて、物価高の影響が重なり、6月の消費意欲は例年より低下しそうです。

Point2 消費意向は、日用品以外の幅広い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25.8%で、前月比では-3.2ptと大幅に低下しました。前年比でも-0.8ptとやや低下し、消費意欲指数と同様に、過去5年間の6月として最低値となっています。

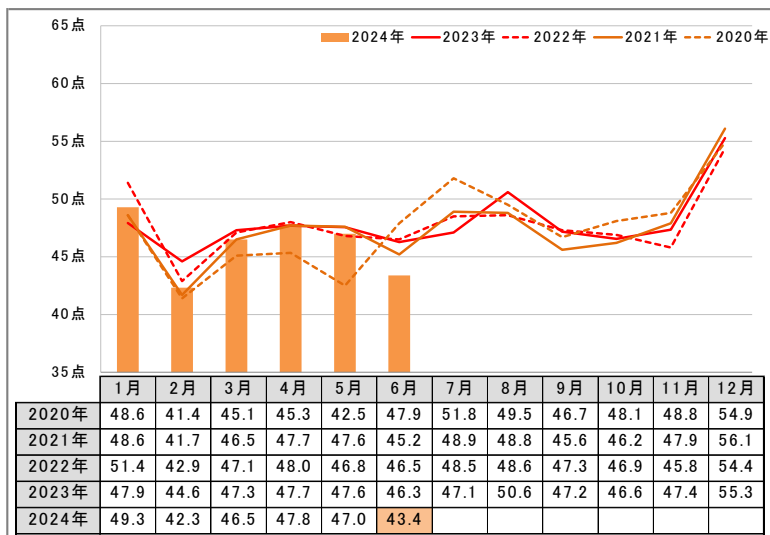
16カテゴリー別の消費意向をみると、前月比では「日用品」が20件以上増加し、「旅行」「ファッション」「書籍・エンタメ」が20件以上減少しました。前年比では20件以上増加したカテゴリーはなく、「旅行」「ファッション」「化粧品」など5カテゴリーで20件以上減少しています。日用品以外の幅広いカテゴリーで消費意向が低下していることがうかがえます。

消費意欲指数

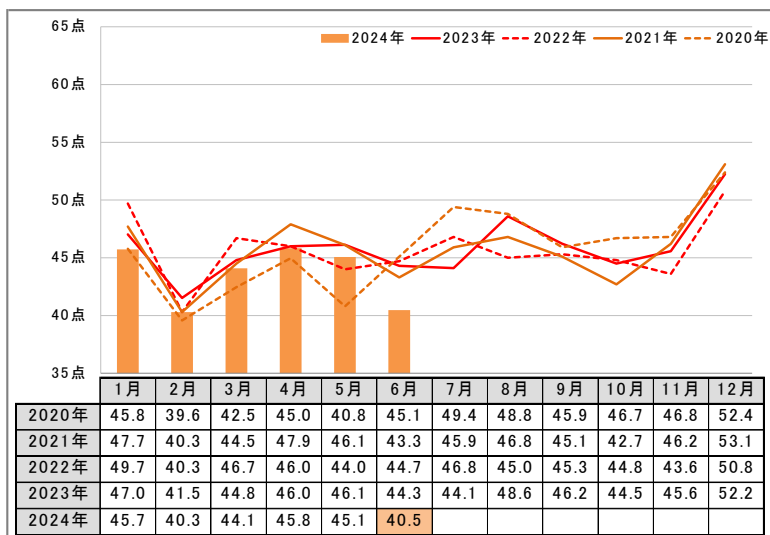
■ 時系列グラフ

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(6月)の消費意欲は何点くらいですか。(自由回答)

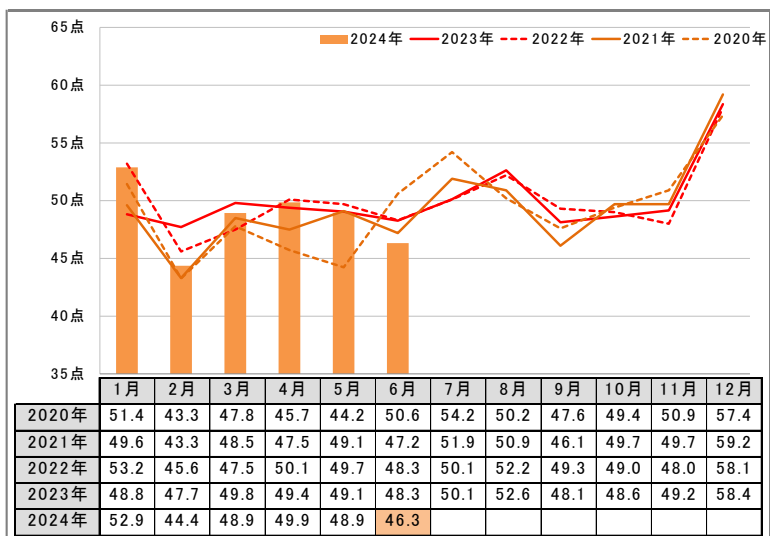
【全体】



【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

	(点)						(pt)	
	24年1月	24年2月	24年3月	24年4月	24年5月	24年6月	24年6月比較 前月比	前年比
全体	49.3	42.3	46.5	47.8	47.0	43.4	-3.6	-2.9
男性	45.7	40.3	44.1	45.8	45.1	40.5	-4.6	-3.8
女性	52.9	44.4	48.9	49.9	48.9	46.3	-2.6	-2.0
20代	49.4	49.6	51.5	49.4	51.4	45.3	-6.1	-4.3
30代	54.5	43.6	46.9	49.3	45.4	43.3	-2.1	-2.3
40代	49.1	40.2	46.1	46.6	48.7	43.1	-5.6	-3.4
50代	45.2	40.8	44.8	45.6	43.5	41.6	-2.0	-1.7
60代	49.3	38.6	44.0	49.4	47.2	44.6	-2.6	-3.0

+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)

<生活者の声～消費意欲指数の理由～【5月までに多く使った反動で節約】>

- ・3、4月にたくさん買い物をしたから(30点・男性22歳・大阪府)
- ・大型連休に海外旅行をして、お金を多く使ったため、今年の残りは節約して過ごす予定(30点・男性36歳・神奈川県)
- ・大型連休に結構お金を使用したため(10点・男性48歳・大阪府)
- ・5月に旅行を予定しているため(5点・男性59歳・愛知県)
- ・元々収入が少ない上に、大型連休に教え子を招いてホームパーティーをしたので節約しなければならない(30点・男性62歳・東京都)
- ・大型連休に海外旅行に行ったため、節約をしたい(30点・女性25歳・愛知県)
- ・5月にイベントごとが多かったため、進んで支出を行った。なので6月は少し節制したい気持ちもあるし、特に必要性がないため(30点・女性37歳・神奈川県)
- ・大型連休の出費が多かったのと、7月のボーナス前だから(30点・女性44歳・兵庫県)
- ・子どもの大学進学に費用がかかったため今後は家計を引き締めたいから(40点・女性52歳・愛知県)
- ・大型連休に外食や日帰り旅行で出費が大きかったため、しばらく抑えたいのと、今は特に欲しい物が無いから(10点・女性63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】>

- ・物価の上昇が著しいから(30点・男性27歳・東京都)
- ・物価高騰が続いており、なかなか軽い気持ちで購入できないから(40点・男性35歳・神奈川県)
- ・6月からまた値上げのニュースを見たから(10点・男性43歳・大阪府)
- ・物価の上昇に給料が追い付かず節約生活。見ない、買わない、欲しがらない(30点・男性52歳・愛知県)
- ・物価上昇は許容範囲を超えている。昭和30年代を意識しているが、雑穀まで高いので、更に遡ることになりそう(30点・男性69歳・愛知県)
- ・値上げする物が多く特に買いたい物もないため(0点・女性27歳・東京都)
- ・今特に欲しい物はないし、物価高で、食料品を買うのもためらうくらいだから(40点・女性35歳・岐阜県)
- ・物価が上がり過ぎなので節約を頑張らないといけないです(1点・女性45歳・愛知県)
- ・補助がなくなるので、電気代が高くなることが予想される。円安と世界情勢により輸入される食品の価格が上がり、同じような生活をしていても支出が大きく増えることが予想されるので、必要最小限の消費に留めると思う(20点・女性57歳・東京都)
- ・値上げが相次いでいるから(40点・女性67歳・大阪府)

()内点数:消費意欲指数

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)

	2024年6月(%)	前月比(pt)	前年比(pt)
全体	25.8	-3.2	-0.8
男性	23.5	-2.5	-0.2
女性	28.2	-3.8	-1.3

■ 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】(387人)

参考：男性(177人)

参考：女性(210人)

順位	カテゴリー	6月(人数)	前月比	前年比
1	食品	186	+ 3	- 9
2	ファッション	179	-34	-30
3	外食	169	- 5	-10
4	旅行	139	-53	-37
5	飲料	132	- 8	- 3
6	レジャー	107	-10	- 3
7	日用品	102	+21	+ 7
7	書籍・エンタメ	102	-23	-15
9	化粧品	100	- 8	-23
10	理美容	99	±0	- 3
11	家電・AV	78	+ 2	-22
12	装飾品	57	+ 5	- 6
13	インテリア用品	48	±0	-21
14	パソコン・タブレット・周辺機器	42	- 7	-14
15	スマートフォン・携帯電話	36	±0	- 3
16	車・バイク	28	- 2	-11

順位	カテゴリー	6月(人数)	前月比	前年比
1	食品	85	- 2	+11
2	外食	77	+ 4	+ 4
3	旅行	72	-20	- 5
4	飲料	65	- 9	+ 6
4	ファッション	65	-14	-10
6	書籍・エンタメ	51	- 6	-14
7	レジャー	48	- 3	+ 3
8	家電・AV	39	- 7	-10
9	日用品	37	+ 6	+ 9
10	パソコン・タブレット・周辺機器	32	-10	- 7
11	車・バイク	21	- 7	- 9
11	理美容	21	- 7	- 3
13	スマートフォン・携帯電話	20	- 7	- 9
14	化粧品	19	- 1	- 1
14	装飾品	19	+ 1	±0
16	インテリア用品	16	- 5	- 6

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	-20	-20
2	食品	101	+ 5	-20
3	外食	92	- 9	-14
4	化粧品	81	- 7	-22
5	理美容	78	+ 7	±0
6	飲料	67	+ 1	- 9
6	旅行	67	-33	-32
8	日用品	65	+15	- 2
9	レジャー	59	- 7	- 6
10	書籍・エンタメ	51	-17	- 1
11	家電・AV	39	+ 9	-12
12	装飾品	38	+ 4	- 6
13	インテリア用品	32	+ 5	-15
14	スマートフォン・携帯電話	16	+ 7	+ 6
15	パソコン・タブレット・周辺機器	10	+ 3	- 7
16	車・バイク	7	+ 5	- 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

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5月7日(火)～9日(木) (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 株式会社博報堂 広報室(山田・成田) 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/2024-06/>)からダウンロードしていただけます。