

来月の消費予報

6月の消費意欲指数は、大型連休明けの影響と物価高により前月から低下

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1-8日に調査(詳細はP5)

2023年6月の消費意欲指数は46.3点。前月比は-1.3ptの低下、前年比は-0.2ptの横ばいとなりました。

6月の消費意欲指数



【前月比】

-1.3 ポイント

【前年比】

-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 連休明けの引き締め意識は例年より和らぐも、物価高で意欲は高まらず

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-1.3pt低下しました。また前年比では-0.2ptと、ほぼ横ばいとなっています。

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(5月406件→6月335件)は減少し、ネガティブな回答(5月837件→6月914件)は増加しています。具体的にポジティブな回答では、「(気候的に外出する機会が増えそうなど)季節的な意欲向上(5月201件→6月57件)」が、大型連休が明けたことで大幅に減少しました。ネガティブな回答では、「欲しいものがない・意欲がない(5月345件→6月412件)」が増加しています。一方で、「物価高・値上げ・円安(5月148件→6月110件)」は前月からは減少しましたが、引き続き高い水準にあります。

前年と比べると、消費にポジティブな回答(22年6月337件→23年6月335件)、ネガティブな回答(22年6月899件→23年6月914件)はともにほぼ横ばいです。具体的にポジティブな回答では、「(旅行など)出費の予定/欲しいものがある(22年6月129件→23年6月171件)」の増加が目立ちました。また、ネガティブな回答では、「物価高・値上げ・円安(22年6月60件→23年6月110件)」が増加しました。

大型連休明けの引き締め意識は前年より和らいでいるものの、物価高の影響で消費意欲は例年並みとなりそうです。

Point2 消費意向は、「旅行」「レジャー」で前月比減も、「旅行」は前年比増

「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26.6%で、前月比では-1.3pt、前年比では-1.1ptとともに低下しました。

16カテゴリー別の消費意向をみると、前月比で20件以上増加したものはなく、20件以上減少したのは「旅行」「レジャー」でした。また、前年比でも「レジャー」は20件以上減少していますが、「旅行」は増加しています。

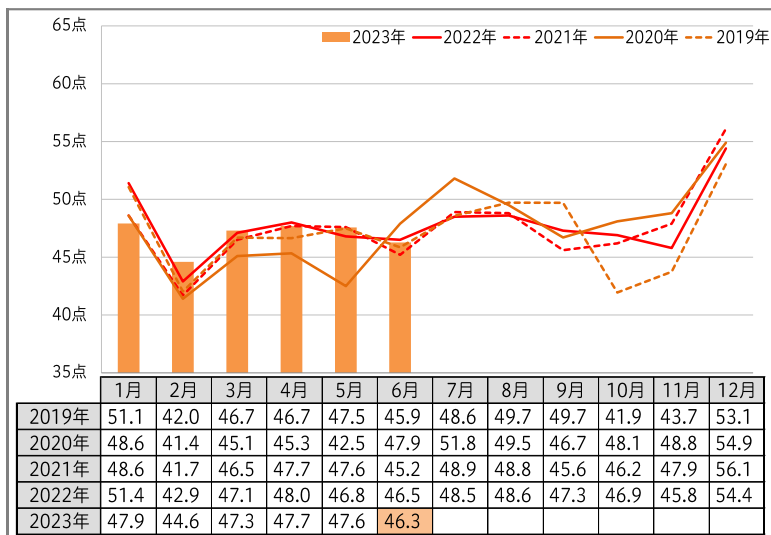
大型連休が明け、「旅行」や「レジャー」など外出関連カテゴリーへの消費意向は前月より落ち着いているようですが、「旅行」では前年を上回る意向がみられました。

消費意欲指数

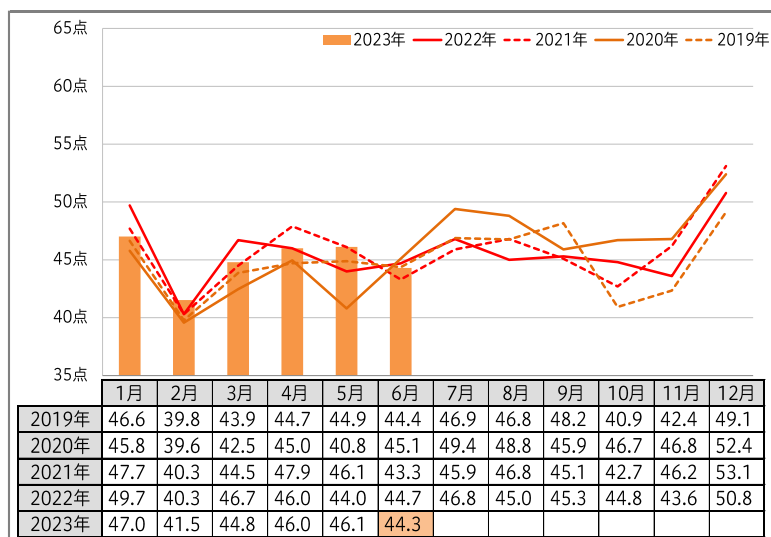
■ 時系列グラフ

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)

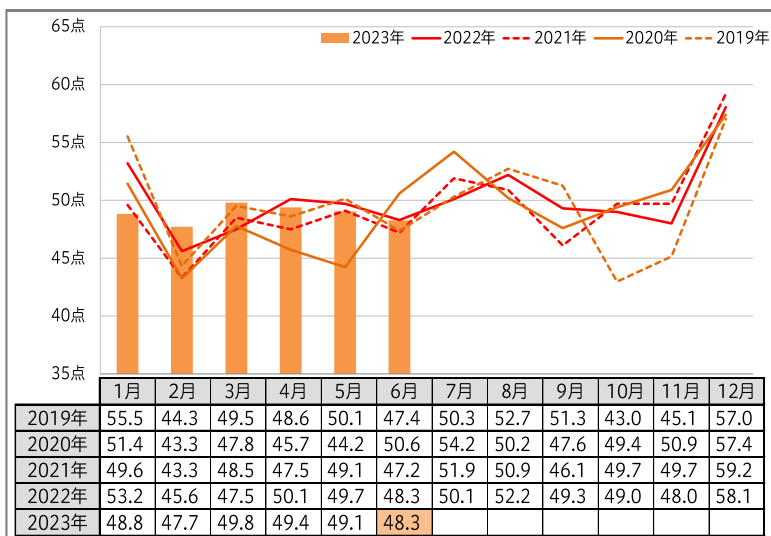
【全体】



【男性】



【女性】



消費意欲指数

■ 性別/年代別比較

(pt)

	(点)						23年6月比較	
	23年1月	23年2月	23年3月	23年4月	23年5月	23年6月	前月比	前年比
全体	47.9	44.6	47.3	47.7	47.6	46.3	-1.3	-0.2
男性	47.0	41.5	44.8	46.0	46.1	44.3	-1.8	-0.4
女性	48.8	47.7	49.8	49.4	49.1	48.3	-0.8	+0.0
20代	51.4	49.6	49.3	50.2	49.4	49.5	+0.1	+0.9
30代	49.2	45.2	48.0	48.6	52.2	45.6	-6.6	-2.3
40代	44.4	43.0	49.5	44.2	45.9	46.5	+0.6	-1.0
50代	47.5	41.4	43.4	45.3	44.3	43.3	-1.1	+0.1
60代	48.4	45.4	46.4	52.1	47.4	47.6	+0.2	+2.0

+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～【旅行など出費の予定/欲しいものがある】>

- ・九州に旅行へ行こうと思っているから(70点・男性24歳・愛知県)
- ・韓国旅行へ行くので色々な物を買いたいから(50点・男性30歳・東京都)
- ・欲しい家具がある(50点・男性45歳・大阪府)
- ・コロナの制限も緩和され、外食や旅行などをしてほしいと思うので(70点・男性50歳・愛知県)
- ・冷蔵庫を買い替えたいから(70点・男性64歳・神奈川県)
- ・旅行に行く機会があるから(80点・女性24歳・東京都)
- ・気温が上がると夏物が欲しくなるのと、美容院にも行きたいので100点にしました(100点・女性39歳・大阪府)
- ・エアコンやメガネと洋服。古くなってきたので、心機一転購入したい(90点・女性47歳・愛知県)
- ・旅行の予定があり、テンションが上がりがうすだから(70点・女性59歳・岐阜県)
- ・旅行や買い物をする予定です(100点・女性68歳・兵庫県)

<生活者の声～消費意欲指数の理由～【物価高・値上げ・円安】>

- ・物価が値上がりしており、マクドナルド等の値上げによりお得なクーポンも配信されなくなったから(30点・男性29歳・愛知県)
- ・物の値段が高くなり、購入に躊躇するため(30点・男性32歳・大阪府)
- ・物価高で消費を出来るだけ避けたい(30点・男性48歳・東京都)
- ・物価高で欲しいものが買えない。先行きが不安なため(20点・男性52歳・東京都)
- ・購入意欲はあるが食品などの値上げ続出のため(40点・男性65歳・愛知県)
- ・物価が上がったから(0点・女性25歳・愛知県)
- ・値上げ続きで買い物が楽しくないから(30点・女性34歳・千葉県)
- ・買いたい物が特になく、物価がとても高くなっており、必要不可欠な出費が高額になっているから(30点・女性49歳・愛知県)
- ・最近の物価高や医療費などの出費がかさみ、ボーナス前の月は締めて行く予定です(30点・女性54歳・千葉県)
- ・何でもかんでも値上がりしていて嫌になった(40点・女性68歳・兵庫県)

()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(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)

	2023年6月(%)	前月比(pt)	前年比(pt)
全体	26.6	-1.3	-1.1
男性	23.7	-2.2	-1.5
女性	29.5	-0.4	-0.6

■ 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】(399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	209	+12	+9
2	食品	195	+12	+5
3	外食	179	±0	+4
4	旅行	176	-20	+21
5	飲料	135	±0	-2
6	化粧品	123	+7	+9
7	書籍・エンタメ	117	+4	-4
8	レジャー	110	-20	-23
9	理美容	102	-4	-6
10	家電・AV	100	+18	+4
11	日用品	95	-8	-11
12	インテリア用品	69	+7	+9
13	装飾品	63	+1	-5
14	パソコン・タブレット・周辺機器	56	-3	±0
15	スマートフォン・携帯電話	39	-14	-16
15	車・バイク	39	-3	-11

参考: 男性(179人)

順位	カテゴリー	6月(人数)	前月比	前年比
1	旅行	77	-15	+8
2	ファッション	75	+3	+11
3	食品	74	+1	-3
4	外食	73	+1	-7
5	書籍・エンタメ	65	+12	+6
6	飲料	59	+3	±0
7	家電・AV	49	±0	-5
8	レジャー	45	-21	-21
9	パソコン・タブレット・周辺機器	39	±0	+3
10	車・バイク	30	-5	-14
11	スマートフォン・携帯電話	29	-3	-8
12	日用品	28	-13	-8
13	理美容	24	-9	-3
14	インテリア用品	22	-3	-4
15	化粧品	20	-3	+5
16	装飾品	19	-8	-8

参考: 女性(220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	134	+9	-2
2	食品	121	+11	+8
3	外食	106	-1	+11
4	化粧品	103	+10	+4
5	旅行	99	-5	+13
6	理美容	78	+5	-3
7	飲料	76	-3	-2
8	日用品	67	+5	-3
9	レジャー	65	+1	-2
10	書籍・エンタメ	52	-8	-10
11	家電・AV	51	+18	+9
12	インテリア用品	47	+10	+13
13	装飾品	44	+9	+3
14	パソコン・タブレット・周辺機器	17	-3	-3
15	スマートフォン・携帯電話	10	-11	-8
16	車・バイク	9	+2	+3

<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	129	143	176	178	128	754
女性	127	137	174	176	132	746
合計	256	280	350	354	260	1,500

調査方法 インターネット調査

調査時期 2023年5月1日(月)～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 株式会社博報堂 広報室(山田) 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/2023-06/>)からダウンロードしていただけます。