

来月の消費予報

**5月の消費意欲指数は45.8点で、前年同月比-2.4ポイント。
“大型連休への期待”と“将来への不安”の狭間で低調な消費意欲**

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月の消費意欲指数は、45.8点で、前月比は-1.1ポイント。前年同月比は-2.4ポイントとなり、ゴールデンウィークはあるものの、消費意欲は伸びずに低調模様です。

5月の消費意欲指数



↓ 前月比 **-1.1** ポイント

↓ 前年同月比 **-2.4** ポイント

↑ : 前月比/前年同月比で上昇 ↓ : 前月比/前年同月比で下降

「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。※詳細は4ページ

カテゴリー別 消費意向



★ UP : 前月比で3ポイント以上の上昇 ● DOWN : 前月比で3ポイント以上の下降

「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と比較して作成。※詳細は4ページ

5月のポイント

Point 1 : 将来不安で「金銭的な理由で消費を控える」人が増加

5月の消費意欲指数は、45.8点で前年同月比-2.4ポイントとなっています。消費意欲の理由(自由回答)を見ると、「金銭的な理由で消費を控える」という声が、前年同月比・前月比ともに増加(15年5月275件、16年4月251件→16年5月311件)。特に、「将来の不安が消えず、少しでも貯蓄を増やしたい」など将来への不安を語る声が目立ちます(15年5月60件、16年4月46件→16年5月67件)。

Point 2 : 一方で、「ゴールデンウィークで消費意欲が高まる」人も前年より増加

「金銭的な理由で消費を控える」人が増えている一方で、「ゴールデンウィークがあるから、買物をしたい」など大型連休を理由に消費意欲が高まる人も前年同月より増えています(15年5月67件→16年5月96件)。今年のゴールデンウィークは、平日2日休めば、10連休も可能な大型連休となるためか、「旅行の予定がある」など具体的な出費予定のある人が前年同月を上回っています(15年5月103件→16年5月134件)。

Point 3 : “大型連休への期待”と“将来への不安”の狭間で低調な消費意欲

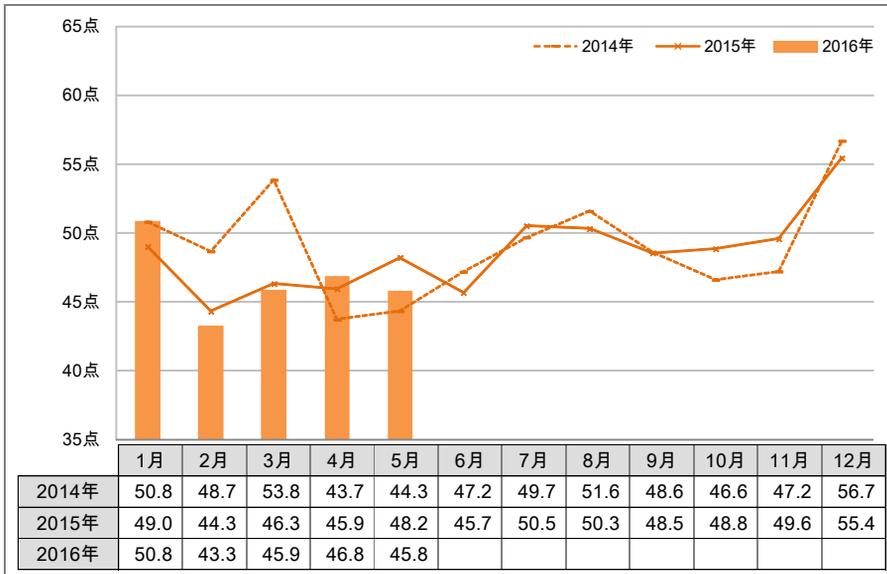
5月の消費意欲の理由の中に、「ゴールデンウィークがあるのでいつもより出費が多くなると思う。しかし、思い切って使う気にはなれないので、真ん中をとって50点」という声がありました。この声が象徴するように、5月は“大型連休への期待”を抱いていながら、“将来への不安”からくる節約志向も根強く働き、その狭間で消費意欲が低調な生活者の意識が伺えます。

消費意欲指数

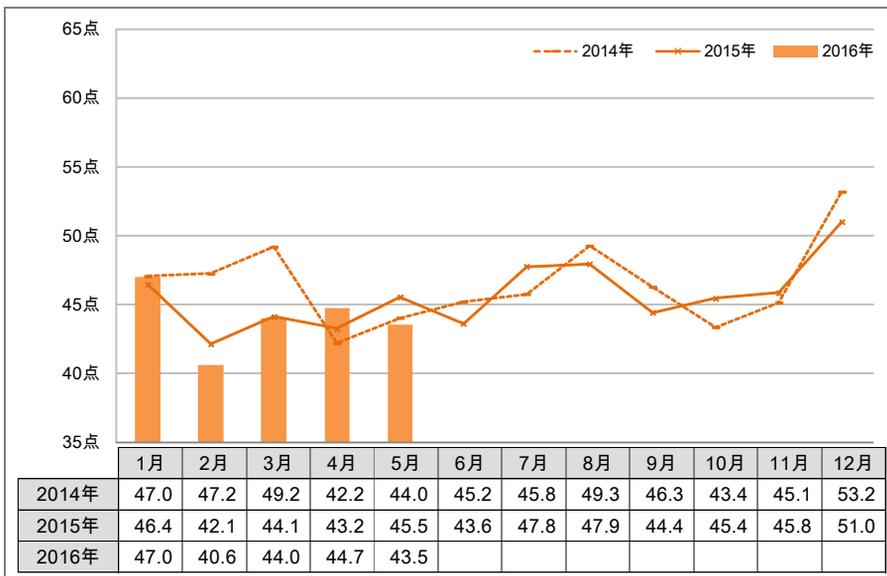
■ 時系列グラフ

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(5月)の消費意欲は何点くらいですか。(自由回答)

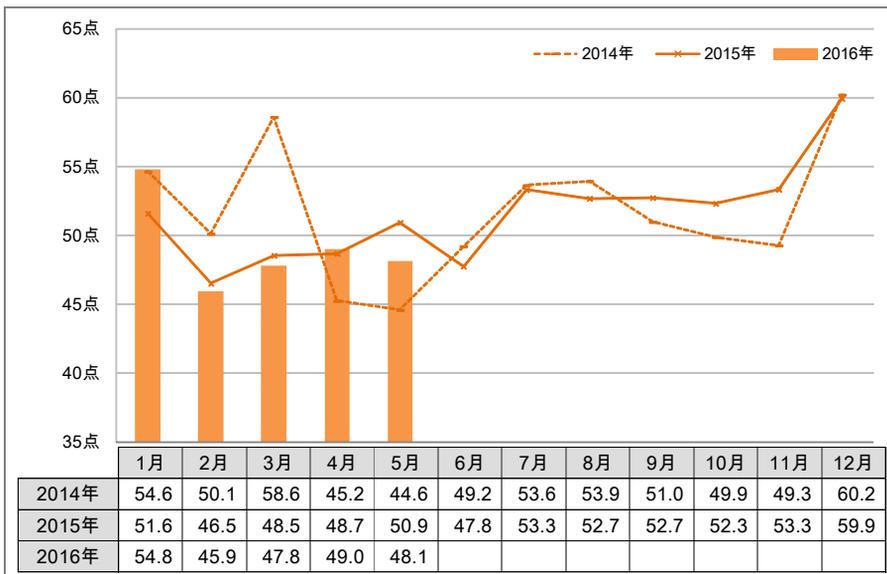
【全体】



【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)

「ゴールデンウィーク」に関する生活者の声

- ・初任給が入り、GWもあるから (80点・男性25歳・大阪府)
- ・5月の大型連休に何かサービスを利用したい (70点・男性39歳・東京都)
- ・連休に子供に使う (80点・男性49歳・愛知県)
- ・連休が多いから (50点・男性55歳・埼玉県)
- ・5月はGWもあり、孫も遊びに来るので買い物が増えそうだ (80点・男性65歳・三重県)
- ・GWに友人と会ったり、食事、ショッピング等で使う予定がある (85点・女性25歳・愛知県)
- ・GWもあり家族でどこにお出かけをしたいが、節約もしないといけないので、あまりお金のかからない場所へ出かけたい (70点・女性33歳・大阪府)
- ・GWがあり、観光や食事など出かけると思う (60点・女性45歳・埼玉県)
- ・GWなので外食したり購買意欲が高まりそう (70点・女性53歳・愛知県)
- ・連休に旅行をしたい (80点・女性61歳・東京都)

「節約」に関する生活者の声

- ・節約意識が高まっているから (10点・男性26歳・愛知県)
- ・先行きが不安定だから (10点・男性32歳・大阪府)
- ・何が起きるかわからないので貯金したい (50点・男性45歳・東京都)
- ・将来の不安が消えず、消費活動は必要最低限にとどめ、少しでも貯蓄を増やしたい (49点・男性53歳・神奈川県)
- ・先行き不安感のため (20点・男性63歳・愛知県)
- ・節約の時期だから (30点・女性28歳・愛知県)
- ・節約したいから (20点・女性32歳・千葉県)
- ・将来何かあった時のために節約 (40点・女性49歳・兵庫県)
- ・年金の運用失敗のニュース等もあり、将来のための貯蓄が大事 (50点・女性53歳・東京都)
- ・将来不安でお金を使いたくないと思います (10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・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)

	2016年5月(%)	前月比(pt)	前年同月比(pt)
全体	26.8	+3.7	+1.9
男性	25.4	+2.0	+2.3
女性	28.2	+5.4	+1.5

■ 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】(402人)

順位	カテゴリー	5月(%)	前月比(pt)
1	ファッション	46.5	-9.7
2	旅行	39.6	-2.2
3	外食	37.1	-4.4
4	食品	35.3	+0.7
5	書籍・エンタメ	27.1	-3.7
6	レジャー	25.6	-2.4
7	飲料	24.6	+0.4
8	家電・AV	19.7	-5.4
9	化粧品	18.9	-5.9
10	日用品	16.4	-2.6
11	理美容	15.7	-7.9
12	装飾品	13.9	-3.1
13	パソコン・タブレット・周辺機器	12.9	-3.5
14	インテリア用品	11.9	-5.4
15	スマートフォン・携帯電話	9.7	-2.1
16	車・バイク	8.0	-4.7

【男性】(192人)

順位	カテゴリー	5月(%)	前月比(pt)
1	旅行	37.0	-6.5
2	ファッション	33.3	-6.8
3	食品	32.8	-0.5
4	書籍・エンタメ	31.8	-0.4
5	外食	27.1	-13.0
6	飲料	25.5	+3.5
6	家電・AV	25.5	-2.7
8	レジャー	21.4	-7.4
9	パソコン・タブレット・周辺機器	19.8	-2.8
10	車・バイク	13.0	-5.6
11	日用品	12.0	+1.3
12	スマートフォン・携帯電話	11.5	-2.1
12	装飾品	11.5	-3.8
14	理美容	5.2	-5.5
15	インテリア用品	4.7	-6.6
16	化粧品	3.1	-4.2

【女性】(210人)

順位	カテゴリー	5月(%)	前月比(pt)
1	ファッション	58.6	-14.3
2	外食	46.2	+3.3
3	旅行	41.9	+1.9
4	食品	37.6	+1.7
5	化粧品	33.3	-9.6
6	レジャー	29.5	+2.4
7	理美容	25.2	-11.9
8	飲料	23.8	-2.7
9	書籍・エンタメ	22.9	-6.5
10	日用品	20.5	-7.1
11	インテリア用品	18.6	-4.9
12	装飾品	16.2	-2.6
13	家電・AV	14.3	-7.5
14	スマートフォン・携帯電話	8.1	-1.9
15	パソコン・タブレット・周辺機器	6.7	-3.3
16	車・バイク	3.3	-3.2

■ :前月比で3ポイント以上の上昇

■ :前月比で3ポイント以上の下降

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

サンプル数 合計1,500人

	20代	30代	40代	50代	60代	合計
男性	119	154	187	140	155	755
女性	114	150	181	138	162	745
合計	233	304	368	278	317	1,500

調査方法 インターネット調査

調査時期 2016年4月7日(木)～11日(月)(2012年4月から調査開始/毎月上旬に実査)

調査機関 株式会社 東京サーベイ・リサーチ

<備考>

2016年1月まで発行していた「生活インデックスレポート(消費動向編)」は、「来月の消費予報」がその後を引き継いでいます。「生活インデックスレポート(消費動向編)」は、毎月初旬に当月の消費意欲指数を発表していましたが、「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 博報堂生活総合研究所(菅・川谷) TEL.03-6441-6450
株式会社博報堂 広報室(西尾・大足) TEL.03-6441-6161

データ公開 本調査のデータは、生活総研のホームページ(<http://seikatsusoken.jp/shohiyoho/2016-05/>)からダウンロードしていただけます