

来月の消費予報

5月の消費意欲指数は、前月比・前年比ともにやや低下。 コロナ禍の影響は和らぐものの、物価高が新たな懸念要因に

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。※4月1-4日に調査(詳細はP5)

5月の消費意欲指数は46.8点。前月比-1.2ptの低下、前年比では-0.8ptの微減となりました。

5月の消費意欲指数



【前月比】

-1.2 ポイント

【前年比】

-0.8 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。

カテゴリー別 消費意向



★ 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。

5月のポイント

Point1：大型連休に向けての消費意欲の高まりに、物価高が水を差す結果に

5月は大型連休があり、4月から消費意欲指数がやや上昇することが多い月ですが、今年は前月比-1.2ptの低下、前年と比べても-0.8ptの微減で、5月としては過去5年間で2番目に低い水準です。

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、ネガティブな回答とも大きな変化はありませんでした(ポジティブ:4月396件→5月389件、ネガティブ:4月842件→5月857件)。具体的にポジティブな回答では、5月特有の「大型連休がある(4月4件→5月88件)」や「旅行の予定がある/行きたい(4月13件→5月37件)」は増えましたが、3-4月に高い意欲を示した「新生活の準備(4月51件→5月6件)」や「春物の購入(4月43件→5月12件)」は落ち着きを見せています。

一方、ネガティブな回答では、「コロナ禍で外出自粛」などコロナ禍に関連する回答(4月99件→5月67件)は減っているものの、「物価上昇/値上げラッシュ(4月53件→5月106件)」が2倍に増加しています。

前年と比べても、前月比と同様の傾向を示しており、コロナ禍に関するネガティブな回答は大きく減少していますが(21年5月200件→22年5月67件)、「物価上昇/値上げラッシュ(21年5月13件→22年5月106件)」が急浮上しています。

コロナ禍の影響は落ち着いてきたようですが、新たに物価高への懸念が消費意欲にマイナスの影響を与えはじめていることがうかがえます。

Point2：消費意向は「旅行」が前年比増も、様々なカテゴリーで前月比減

「特に買いたいモノ/利用したいカテゴリーがある」人は27.5%で、前月比±0.0pt、前年比+0.4pt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16カテゴリー中「ファッション」「インテリア用品」「化粧品」「理美容」「家電・AV」の5カテゴリーで20件以上減少しています。一方、前年比では「旅行」が20件以上増え、「パソコン・タブレット・周辺機器」が20件以上減少しています。

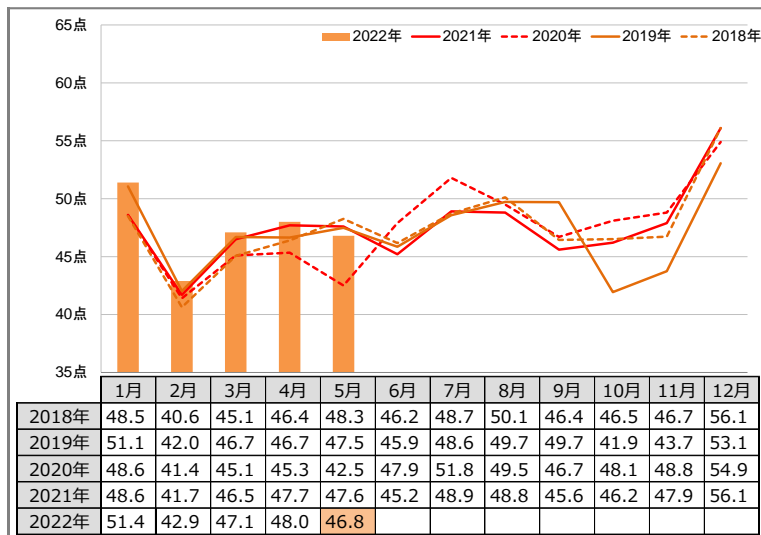
コロナ禍の影響の和らぎと大型連休により「旅行」は伸びていますが、それ以外のカテゴリーの消費意欲は伸び悩みそうです。

消費意欲指数

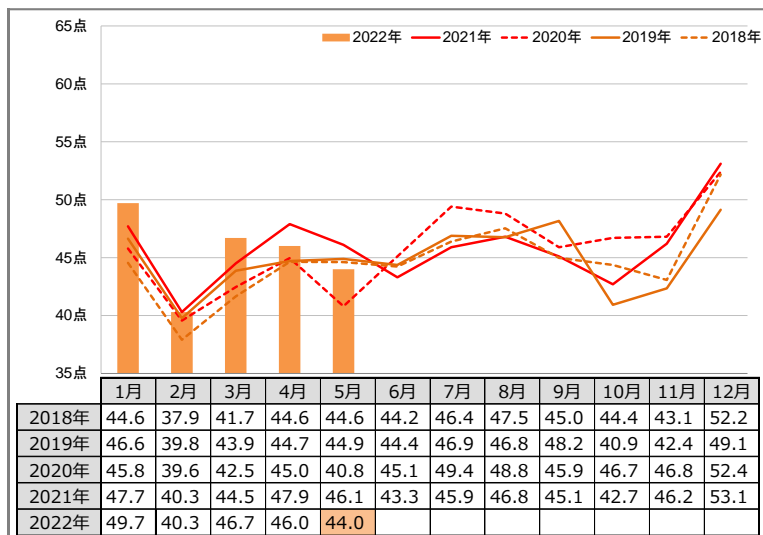
■ 時系列グラフ

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)

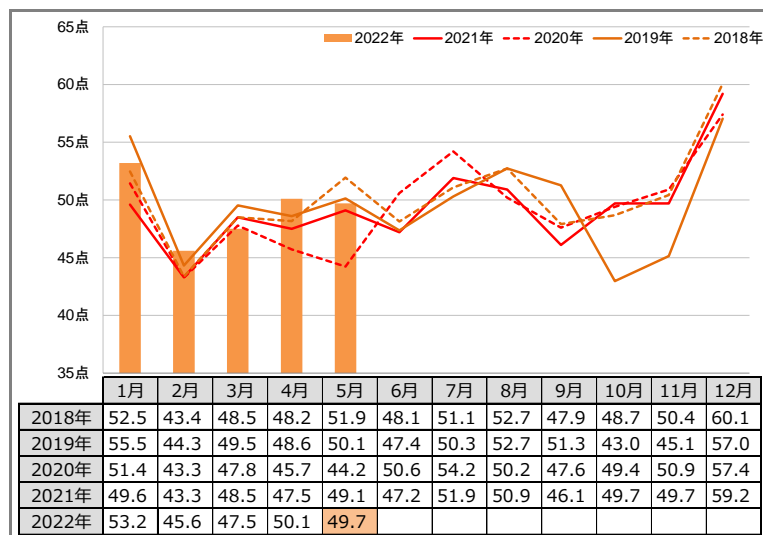
【全体】



【男性】



【女性】



消費意欲指数

■ 性別/年代別比較

(pt)

	(点)						22年5月比較	
	21年12月	22年1月	22年2月	22年3月	22年4月	22年5月	前月比	前年比
全体	56.1	51.4	42.9	47.1	48.0	46.8	-1.2	-0.8
男性	53.1	49.7	40.3	46.7	46.0	44.0	-2.0	-2.1
女性	59.2	53.2	45.6	47.5	50.1	49.7	-0.5	0.6
20代	59.0	53.4	45.3	49.3	51.5	46.6	-5.0	-3.1
30代	58.2	53.4	43.5	50.2	49.0	50.5	1.6	0.6
40代	56.5	52.5	43.1	46.1	47.8	43.9	-3.9	-3.1
50代	53.1	47.7	40.3	44.7	46.6	46.1	-0.5	1.0
60代	54.7	50.8	43.3	46.4	46.0	48.1	2.1	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～【大型連休があるから】>

- ・GWだしちょっと高め(70点・男性28歳・埼玉県)
- ・4月は仕事が忙しく買い物をする時間が無いのでその反動で、また、GWでまとまった時間ができるため、財布の紐が弛くなる事があるから(90点・男性34歳・東京都)
- ・コロナ禍によって、遠出もできず、GWによる休暇で少し購入意欲が沸いてくるかもしれない(80点・男性44歳・大阪府)
- ・コロナ禍の影響で外出する機会も減ってストレスも溜まっているので、GWの休みを利用して近場で楽しみたい(70点・男性58歳・岐阜県)
- ・GWもあり、色々購入したいものがあるから(80点・男性64歳・愛知県)
- ・長期の休みもあること、コロナウイルスのワクチンを3回打ったことが理由(80点・女性25歳・東京都)
- ・GWもあり消費は増えると思われる。しかし、出来れば消費は抑えたい。物価も上がり家計が不安だから(50点・女性34歳・大阪府)
- ・GWがあるし、友人に会ったり出かけたりする機会が増えるから(100点・女性43歳・東京都)
- ・4月は年度替わりでお金を使ったので、5月は使いたくない。でも、GWもあるので、使いたい想いも強い(50点・女性51歳・愛知県)
- ・GWなので、日帰り温泉に入って、美味しい魚料理を食べに行くつもりだから(100点・女性64歳・愛知県)

<生活者の声～消費意欲指数の理由～【物価上昇/値上げラッシュ】>

- ・値上げばかりなので(20点・男性27歳・大阪府)
- ・物の値段が上がっているのに収入が減っている(20点・男性37歳・愛知県)
- ・値上げラッシュが続いているから(10点・男性48歳・兵庫県)
- ・今日から色々物価が上がったから、その分出費を抑えないと破綻する(5点・男性52歳・千葉県)
- ・物の値段が上がってそれにつれて消費税も負担が増えるので必要なもの以外は買いたくない(10点・男性65歳・愛知県)
- ・値上げが相次ぎ、節約したい気持ちが高まったので(20点・女性26歳・東京都)
- ・ありとあらゆる物の値上がり、給料は上がらない為(30点・女性33歳・愛知県)
- ・値上がり、収入減、将来の不安から、無駄には使えない(20点・女性41歳・大阪府)
- ・色々な物が値上げされる為、余分な物は買わないようにしようと思っているから。ただ気候が良くなるので少しは出かけた(30点・女性58歳・愛知県)
- ・コロナ禍での生活で外出も避け飲食お断りの上、4月からの物価の上昇を考えると消費意欲が湧きません(0点・女性65歳・大阪府)

()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(3月3日～7日)後より今回調査(4月1日～4日)まで

- 3月16日 宮城県・福島県で震度6強の地震、関東・東北で約220万軒が停電
- 3月21日 全国の新規感染者数1週間平均、約4.2万人(3/15～3/21)*
まん延防止等重点措置は18都道府県でこの日をもって解除。全面解除は2か月半ぶり
- 3月23日 全国の新規感染者数1週間平均、約3.6万人(3/17～3/23)*
- 4月1日 全国の新規感染者数1週間平均、約4.3万人(3/26～4/1)*

*厚生労働省ホームページの、4月17日時点の新規感染者数掲載データから算出

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(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)

	2022年5月(%)	前月比(pt)	前年比(pt)
全体	27.5	0.0	0.4
男性	26.2	2.0	0.7
女性	28.8	-2.2	0.1

■ 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】(412人)

参考:男性(197人)

参考:女性(215人)

順位	カテゴリー	5月 (人数)	前月比	前年比
1	ファッション	191	-38	-19
2	旅行	189	+19	+44
3	外食	182	+10	+12
4	食品	176	-7	-15
5	レジャー	125	+3	+16
6	書籍・エンタメ	116	-17	+5
7	飲料	114	-5	-18
8	理美容	92	-25	-5
9	化粧品	91	-25	-14
10	日用品	86	-19	-10
11	家電・AV	82	-20	-18
12	装飾品	58	-9	-2
13	インテリア用品	57	-31	-9
14	スマートフォン・携帯電話	50	-9	-13
15	パソコン・タブレット・周辺機器	46	-18	-25
16	車・バイク	36	-19	-5

順位	カテゴリー	5月 (人数)	前月比	前年比
1	旅行	90	+14	+14
2	外食	81	+12	+11
3	食品	80	+6	+4
4	ファッション	71	-3	-11
5	書籍・エンタメ	66	-4	+11
6	飲料	58	+6	-3
6	レジャー	58	+4	±0
8	家電・AV	52	±0	+2
9	パソコン・タブレット・周辺機器	39	-6	-8
10	スマートフォン・携帯電話	33	-4	-3
11	日用品	29	-3	±0
12	車・バイク	26	-12	-7
13	理美容	25	±0	+3
14	装飾品	23	-3	-4
15	インテリア用品	20	-8	-3
16	化粧品	14	+1	+2

順位	カテゴリー	5月 (人数)	前月比	前年比
1	ファッション	120	-35	-8
2	外食	101	-2	+1
3	旅行	99	+5	+30
4	食品	96	-13	-19
5	化粧品	77	-26	-16
6	理美容	67	-25	-8
6	レジャー	67	-1	+16
8	日用品	57	-16	-10
9	飲料	56	-11	-15
10	書籍・エンタメ	50	-13	-6
11	インテリア用品	37	-23	-6
12	装飾品	35	-6	+2
13	家電・AV	30	-20	-20
14	スマートフォン・携帯電話	17	-5	-10
15	車・バイク	10	-7	+2
16	パソコン・タブレット・周辺機器	7	-12	-17

<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(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	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4月1日(金)～4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、4/20付で「2022年4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/2022/04/20220420.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 株式会社博報堂 広報室 関田・中田 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/2022-05/>)からダウンロードしていただけます。