

報道関係各位

2020年6月10日
株式会社クロス・マーケティング

外出自粛・休業要請で明暗分かれた消費。 在宅関連の消費は過去最高、外出伴う消費は過去最低に。

－消費動向に関する定点調査（2020年5月度）－

株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、全国47都道府県に在住する20～69歳の男女を対象に「消費動向に関する定点調査（2020年5月度）」を実施しました。

■調査目的

消費動向調査は、現在の消費者の暮らしの状況を、所得・消費・行動の観点で過去と比較し、景気動向判断の基礎資料を得ることを目的とし、年2回（5月・10月）実施しております。本調査においては、新型コロナウイルスの影響で大きな生活変化を余儀なくされている5月時点の、全国1,200人の生活実態や消費動向の推移、景況感を調査しました。また、コロナ渦での支援活動状況についても調査いたしました。

※本調査とは別に、2020年3月より新型コロナウイルスによる生活者の動向変化を観測するため、緊急調査（新型コロナウイルス生活影響度調査）を継続して行っております。 URLはこちら：<https://www.cross-m.co.jp/report/health/>

■調査結果（一部抜粋）

*以下、緊急事態宣言が全国で解除される直前の状況となります。

- ▶ **【消費動向の推移】**多数の項目でDI値が調査開始以来の上げ幅・下げ幅を記録。特に「中食・内食・冷凍食品・発泡酒・電気料金・通信販売」で大きく増加した。一方、「外食・旅行・タクシー・高速道路・ガソリン・ショッピング/レジャー関連施設」では、調査開始以来の最低値となった。外出自粛・休業要請による影響が顕著にみられた。〈図1〉
- ▶ **【生活実態の推移】**生活実態にも大きな変化がみられた。特に「自宅で過ごす時間」は前回調査より大きく増加し、過去最高値を記録。その他にも「睡眠時間・趣味に費やす時間・食費」の時間が増加。一方、「給与所得」「労働時間」は調査開始以来の最低値となった。「預貯金・お小遣い・労働時間」も減少した。〈図2〉
- ▶ **【景気の見通し】**今後1年間の景気について、全体で69%が「悪くなると思う」と回答。「良くなると思う」という回答は10%で、先行きが見えない状況が現れる結果となった。また、景気が「変わらない・悪くなると思う」と回答した人に、何年後に景気が良くなると思うかを尋ねたところ、「わからない」が65%で最多で、次いで「2年後～5年未満」が21%、「5年後～10年未満」が9%となった。景気回復については依然として厳しい見通しの様子が窺える。〈図3〉
- ▶ **【コロナ禍での支援状況】**今回調査では、支援活動や応援プログラム利用経験についても聴取。「テイクアウトやデリバリーの利用」が10%で最多で、次いで「募金」が5%、「商工会議所・自治体で企画された商品の購入・サービスの利用」が4%と僅かだった。（図は未掲載）復興支援など過去にみられた応援消費などの行動は、コロナ渦ではまだ広がっていない状況と思われる。

◆詳細情報は本レポートに掲載しております。 <https://www.cross-m.co.jp/report/exp/20200610exp/>

<図1> 消費動向DI*の経年推移

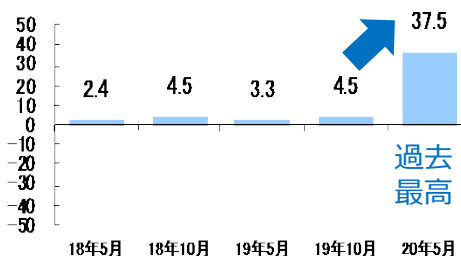
*直近5年分のDI値のみ抜粋して掲載

消費動向DI：商品購入・サービス利用、店舗・レジャー施設利用について、「増えた」の回答比率-「減った」の回答比率

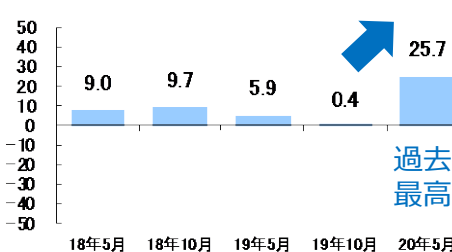
在宅中に関する消費が大きく増加

外出を伴う消費は大きく減少

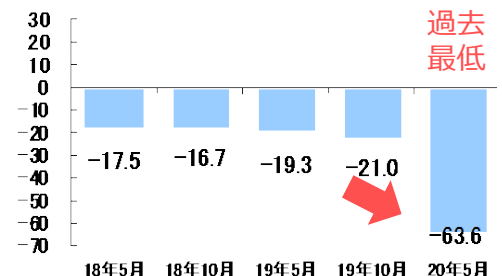
内食(自炊)の頻度



通信販売の利用頻度 など



飲酒目的の外食頻度 など



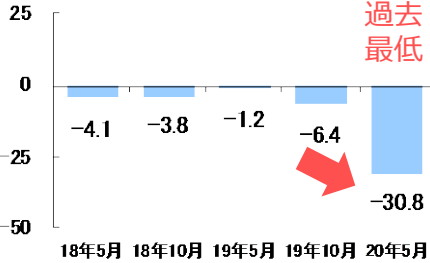
<図2> 生活実態DI*の経年推移
* 直近5年分のDI値のみ抜粋して掲載

生活実態DI：生活実態について、「増えた」の回答比率-「減った」の回答比率

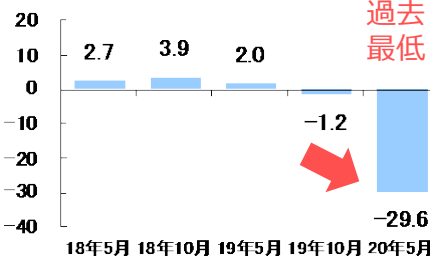
休業要請などの影響で減った項目

外出自粛などの影響で増えた項目

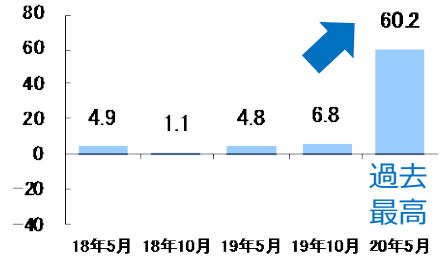
給与所得



労働時間 など



家で過ごす時間 など



<図3> 景気の見通し

※今後1年間の景気が「変わらないと思う」、「悪くなると思う」と回答した人ベース

今後1年間の景気の見通し

		今後1年間の景気の見通し (%)		
n=		良くなると思う	変わらないと思う	悪くなると思う
2018年5月	1200	10.3	60.8	28.9
2018年10月	1200	6.5	54.7	38.8
2019年5月	1200	5.3	44.1	50.6
2019年10月	1200	5.4	49.5	45.1
2020年5月	1200	9.8	21.1	69.1

何年後に景気が良くなると思うか

		何年後に景気が良くなると思うか (%)				
n=		2年後~5年未満	5年後~10年未満	10年後~20年未満	20年後~	わからない
2018年5月	1131	5.8	2.4	3.5	2.5	85.8
2018年10月	1117	5.3	2.5	2.4	2.2	88.6
2019年5月	1077	5.2	4.0	2.0	2.1	86.7
2019年10月	1122	3.6	3.0	3.6	1.8	88.0
2020年5月	1082	21.3	8.8	3.0	1.7	65.2

■調査項目一覧

- 属性設問(性別・年齢・居住地・婚姻状況・職業・同居の家族構成・住居形態・個人年収・世帯年収)
- 1年前と比較した、生活や労働に関わる時間、お金の増減(各SA)
- 1年前と比較した、商品購入、サービス利用の増減(各SA)
- 1年前と比較した、店舗の利用頻度の増減(各SA)
- 今後の景気の見通し(SA/NU)
- 社会貢献意識(SA)
- 各種支援活動や応援プログラムの利用状況(各MA)

◆レポートダウンロードはこちらから <https://www.cross-m.co.jp/report/exp/20200610exp/>

■調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ
 調査地域 : 全国47都道府県
 調査対象 : 20~69歳の男女
 調査期間 : 2020年5月22日(金)~25日(月)
 有効回答数 : 本調査1,200サンプル (人口構成比に基づいて割付)

※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

【会社概要】

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <http://www.cross-m.co.jp/>
 所在地 : 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F
 設立 : 2003年4月1日
 代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹
 事業内容 : マーケティングリサーチ事業

◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当 : マーケティング部 TEL : 03-6859-1192 FAX : 03-6859-2275
 E-mail : pr-cm@cross-m.co.jp

≪引用・転載時のクレジット表記のお願い≫

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。

<例> 「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」