

報道関係各位

2025年6月5日
株式会社クロス・マーケティング

国内消費行動は縮小、食費のみ1年前より上昇 今後1年間の景況感「悪くなる」が6割と悪化

－消費動向に関する定点調査（2025年5月）－

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1,200人を対象に「消費動向に関する定点調査（2025年5月）」を実施しました。

■調査目的

消費動向定点調査は、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。

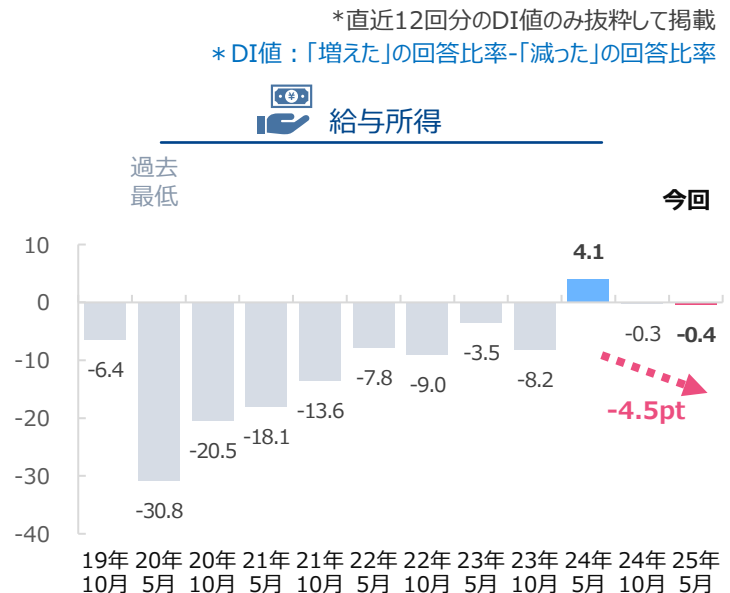
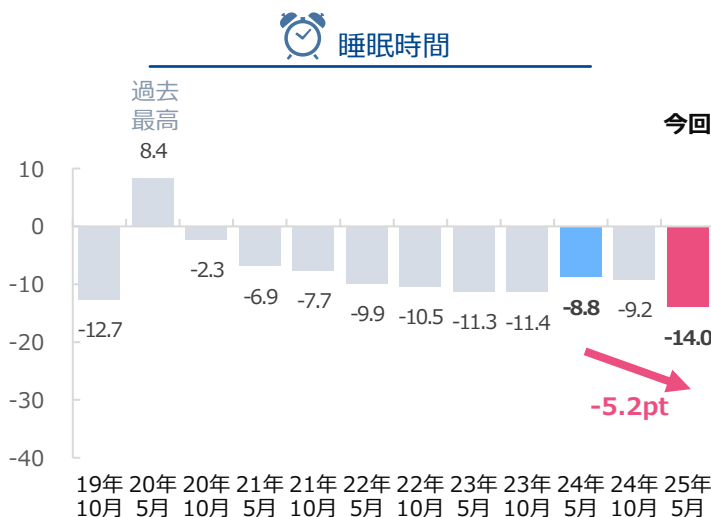
本調査においては、終わりのみえない物価上昇、オーバーツーリズム、トランプ関税への影響、コメ価格の高騰などが話題となった2025年5月9日～10日に、生活実態や消費動向の推移、景況感・消費予測、キャッシュレス・セルフレジの状況などについて調査をしました。

■調査結果（一部抜粋）

- ✓ **【生活実態・消費動向の推移】** 生活実態DI値「睡眠時間」は5ptの減少、「給与所得」は上昇から低下に転じ、「預貯金」も低下。「食費」のみ4pt上昇。給与所得が物価高に追いつかず、先立つ食費のため貯蓄へ回す余裕のない様子がみえてくる。＜図1、2＞
消費動向については、食材が高くなりメニューの値上げが進んだことから「食事目的の外出頻度」「飲食目的の外出頻度」「食事のテイクアウト回数」が軒並み7～9ptの低下。「コンビニエンスストア」「スパ・サウナ・銭湯・エステサロン」「高速道路」「インターネット」の利用頻度や「衣類・アクセサリーの購入金額」も7～8ptの低下。本調査で聴取しているその他の消費動向で上昇している項目はなく、実質賃金が上らず消費行動が縮小しているとみられる。＜図3、4＞
- ✓ **【今後の景気の見通しと消費予測】** 今後1年間の景気の見通しについて「悪くなると思う」と回答した人は59%とコロナ禍の初期（2020年5月）の69%に次ぐ高さとなった。＜図5＞ 今後1年間の自分自身の消費予測は、「変わらない」が52%、「減ると思う」は、昨年同期より5pt上昇の26%であった。＜図6＞
- ✓ **【キャッシュレス決済・セルフレジ利用状況】** 普段の支払方法は、「キャッシュレス決済支払いがほとんど」は45%、「セルフレジ支払いがほとんど」は18%、いずれも前年同期と同水準。＜図7＞ キャッシュレス決済に対しては、「災害時は現金が必要でキャッシュレス決済ができない」43%、「突然のシステム障害で使えなくなる」28%と50～60代を中心にネットワーク環境の脆弱さを懸念している。＜図8＞ セルフレジに対しては「お店によりセルフレジの仕様が異なりスムーズにできない」「操作を間違えると店員の呼び出しが必要」「商品券やクーポン利用時は店員の呼び出しが必要で時間がかかる」といった不満が上位にあり、いずれも60代で高い。＜図9＞

◆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/20250605exp>

＜図1＞ 生活実態DI値の推移①（経年比較）



*直近12回分のDI値のみ抜粋して掲載

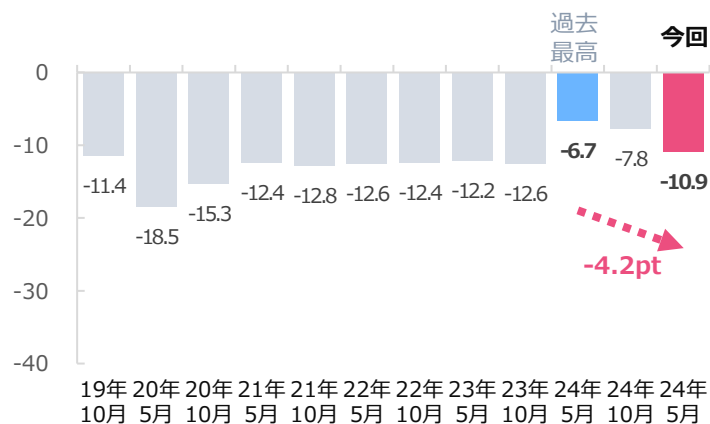
* DI値：「増えた」の回答比率-「減った」の回答比率

<図2> 生活実態DI値の推移②（経年比較）

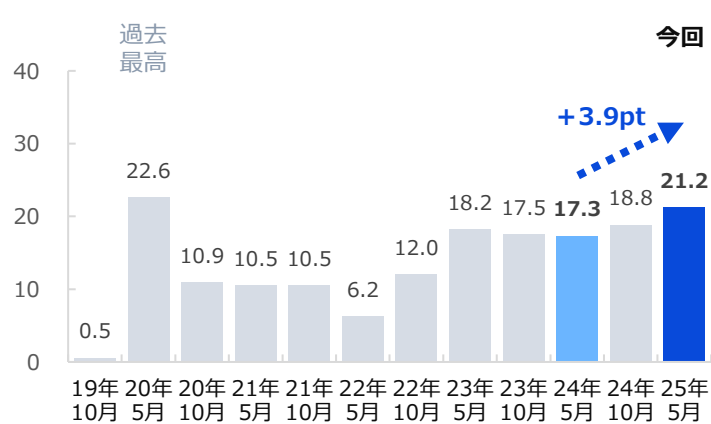
*直近12回分のDI値のみ抜粋して掲載

* DI値：「増えた」の回答比率-「減った」の回答比率

預貯金

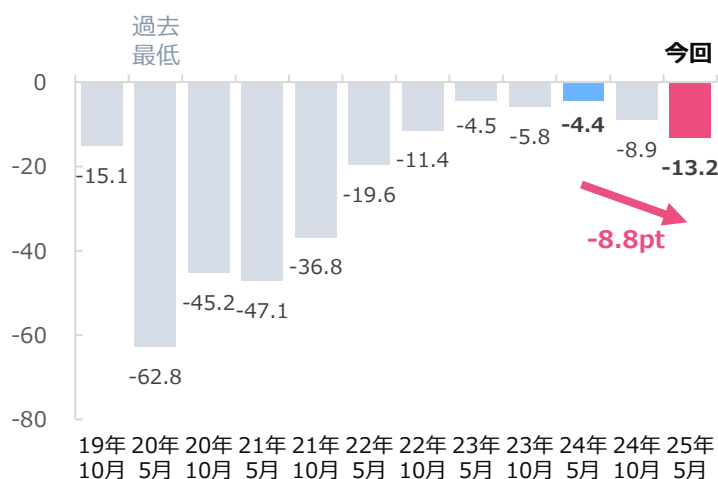


食費

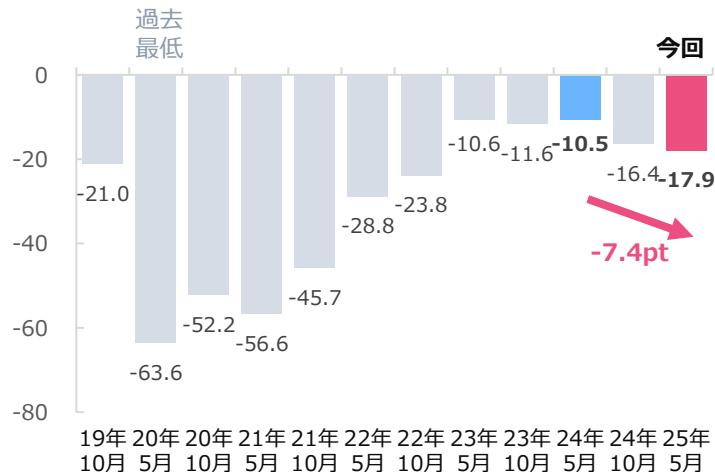


<図3> 消費動向DI値の推移①（経年比較）

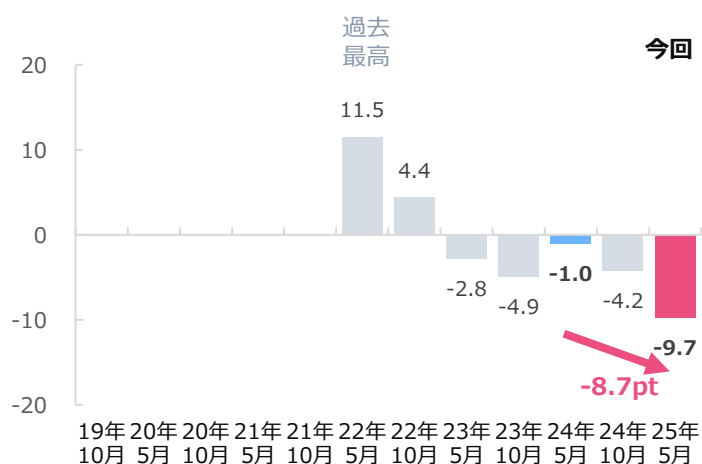
食事目的の外出頻度



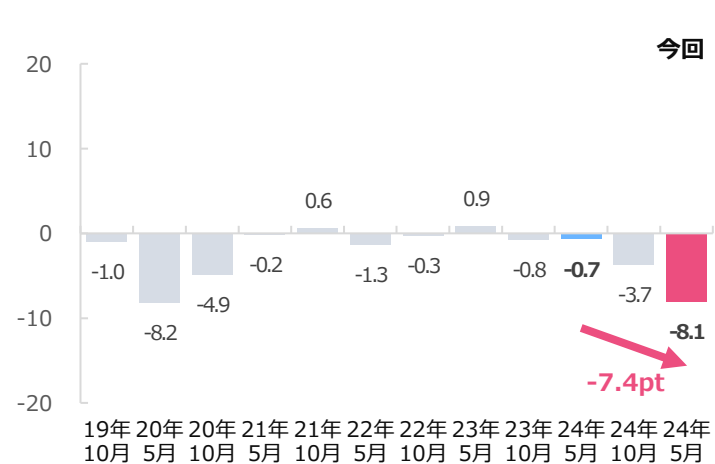
飲酒目的の外出頻度



食事の持ち帰り・テイクアウトの利用回数



コンビニエンスストアの利用頻度



*2022年5月から聴取

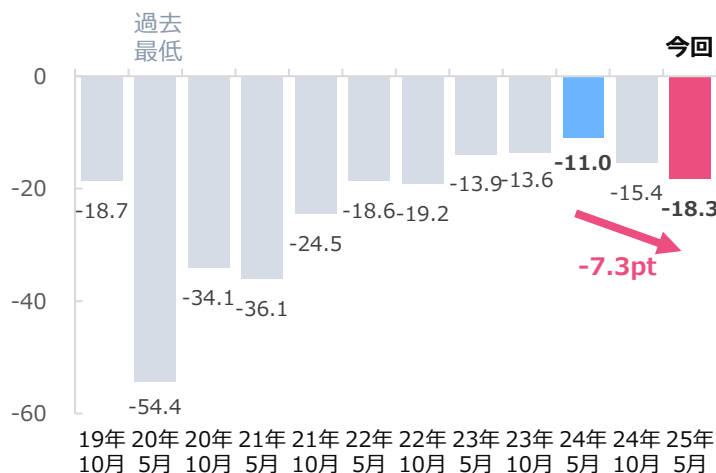
<図4> 消費動向DI値の推移②（経年比較）

*直近12回分のDI値のみ抜粋して掲載

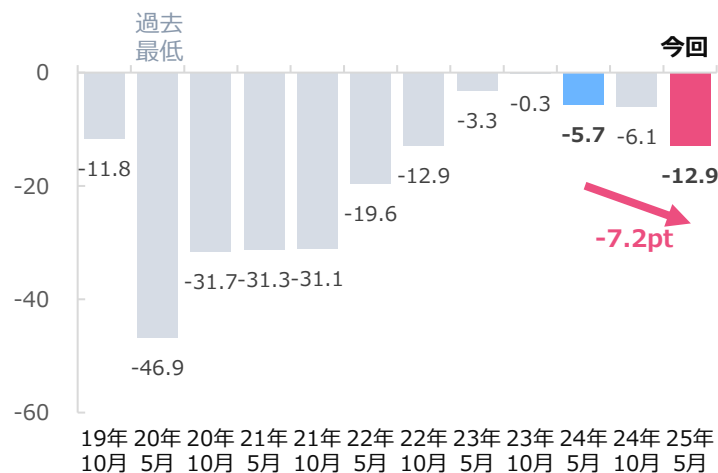
* DI値：「増えた」の回答比率-「減った」の回答比率



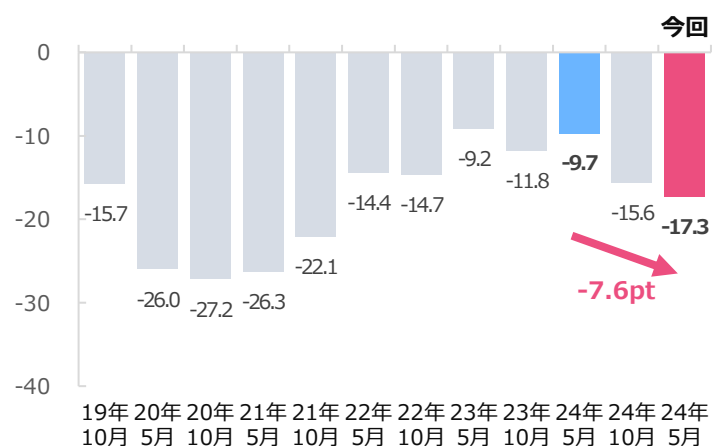
スパ・サウナ・銭湯・エステサロンの利用頻度



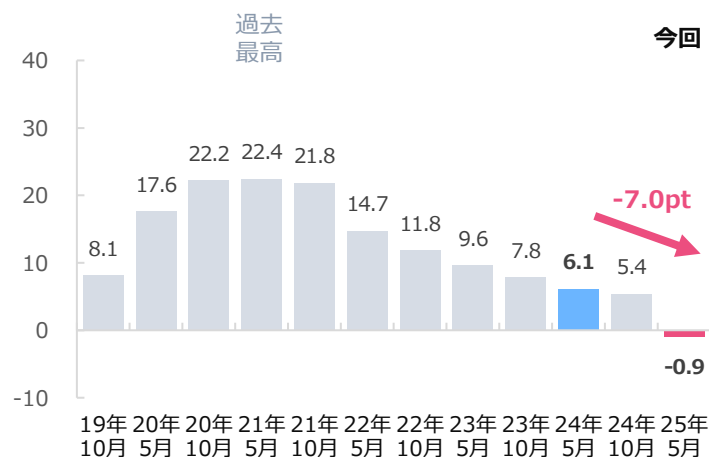
高速道路の利用頻度



衣類・アクセサリの購入金額

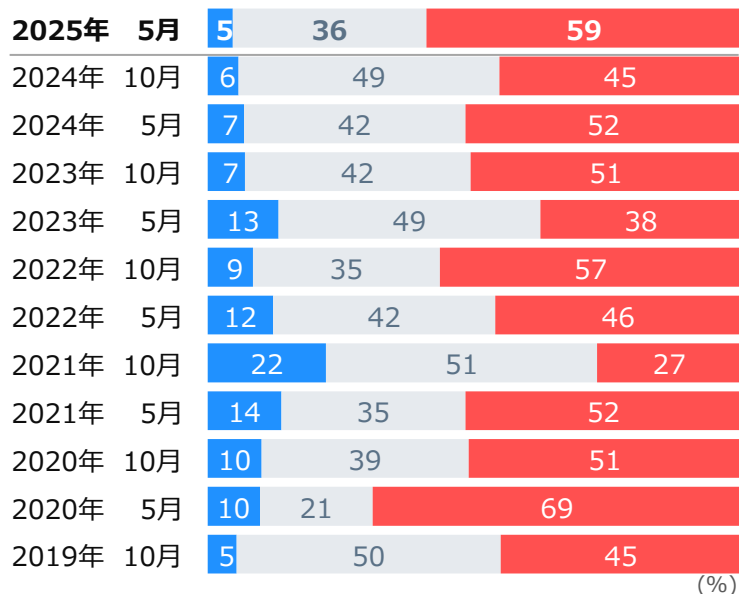


インターネットショッピングの利用頻度



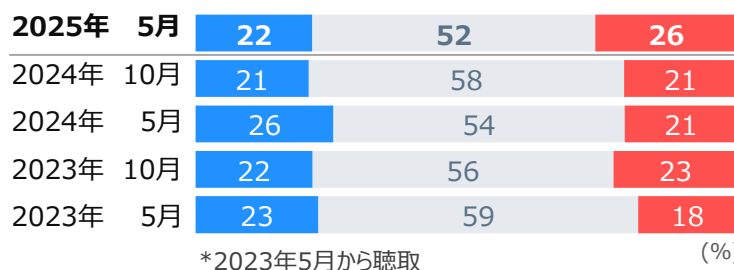
<図5> 今後1年間の景気の見通し（単一回答：n=1,200）

■ 良くなると思う ■ 変わらないと思う ■ 悪くなると思う

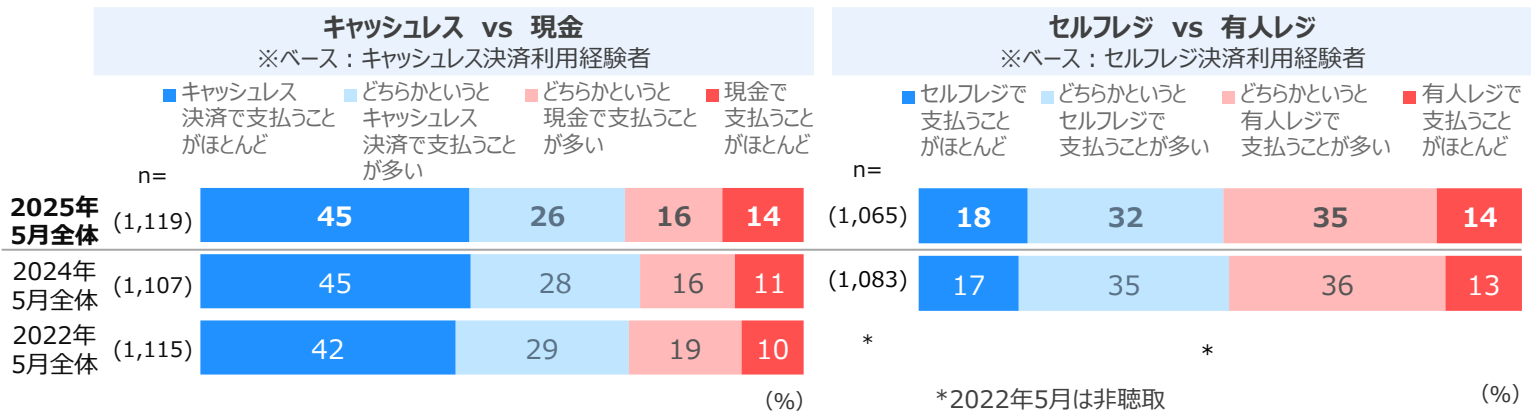


<図6> 今後1年間の自分自身の消費予測（単一回答：n=1,200）

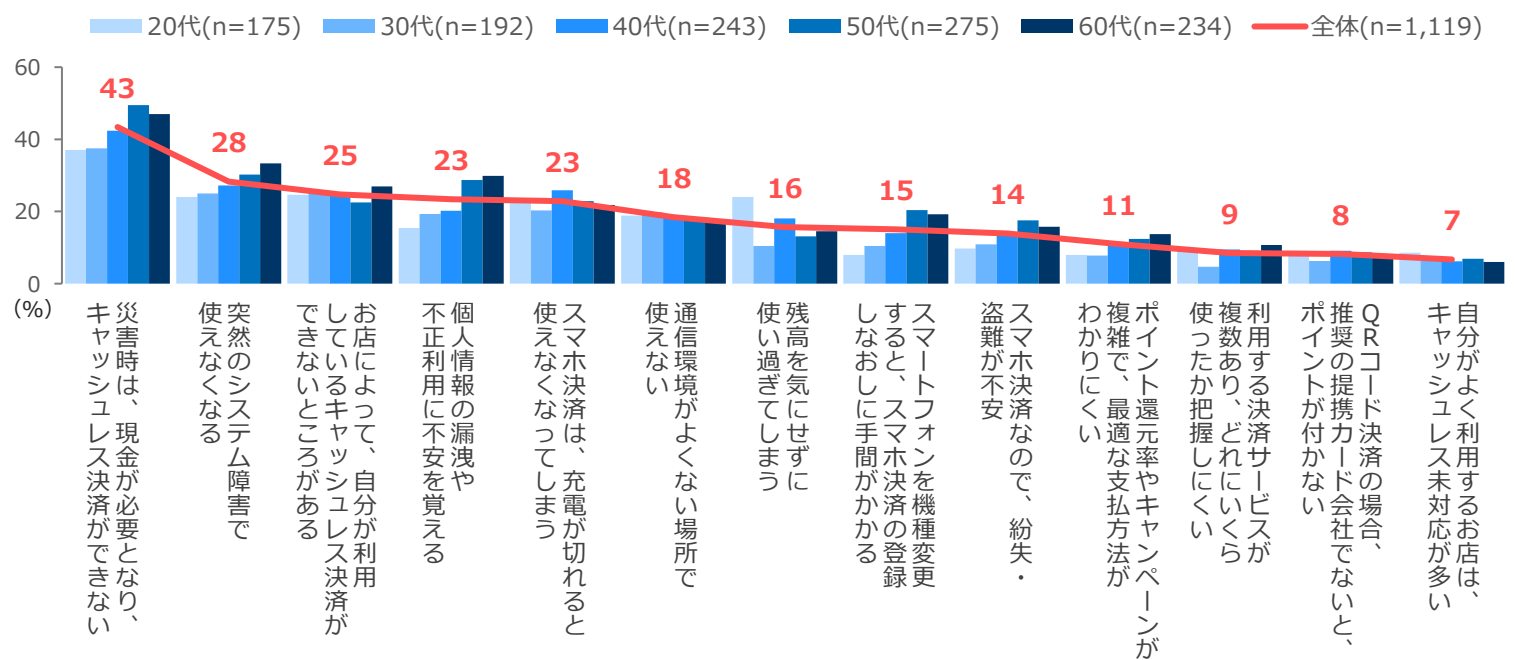
■ 増えると思う ■ 変わらないと思う ■ 減ると思う



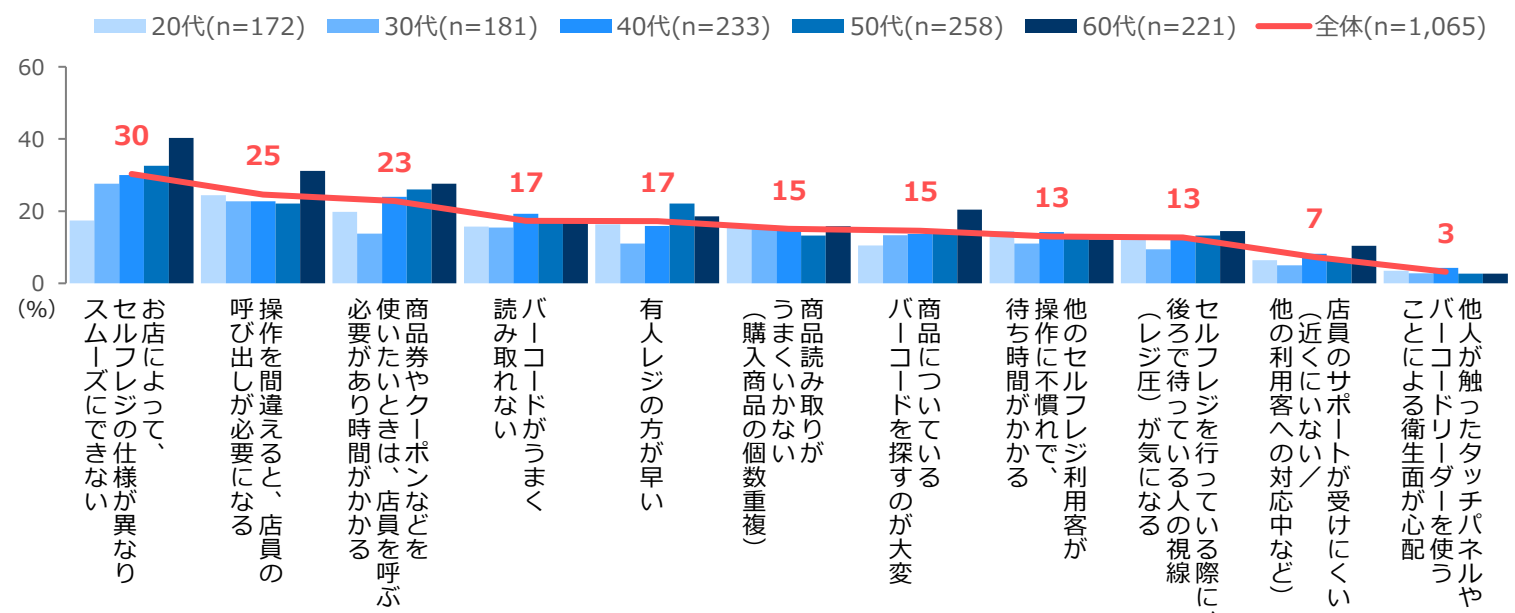
<図7> 普段の支払い方法（単一回答）



<図8> キャッシュレス決済への不安や不満（複数回答：n=1,119）※ベース：キャッシュレス決済利用経験者



<図9> セルフレジの不安や不満（複数回答：n=1,065）※ベース：セルフレジ利用経験者



■レポート項目一覧

- | | | |
|--|--|--|
| <input type="checkbox"/> 調査概要 | <input type="checkbox"/> 消費動向の推移 | <input type="checkbox"/> サブスクリプションサービス利用状況 |
| <input type="checkbox"/> 生活実態の前年同期との比較 | <input type="checkbox"/> 今後の景気の見通し | <input type="checkbox"/> キャッシュレス決済利用状況 |
| <input type="checkbox"/> 生活実態の推移 | <input type="checkbox"/> 消費予測／評価理由（自由回答抜粋） | <input type="checkbox"/> セルフレジ利用状況 |
| <input type="checkbox"/> 消費動向の前年同期との比較 | | |

◆レポートダウンロードはこちらから <https://www.cross-m.co.jp/report/20250605exp>

■調査概要

調査手法	: インターネットリサーチ	調査期間	: 2025年5月9日（金）～10日（土）
調査地域	: 全国47都道府県	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）
調査対象	: 20～69歳の男女		※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 <https://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、マーケティング・リサーチに関わるコンサルティング

◆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・・・」