

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。

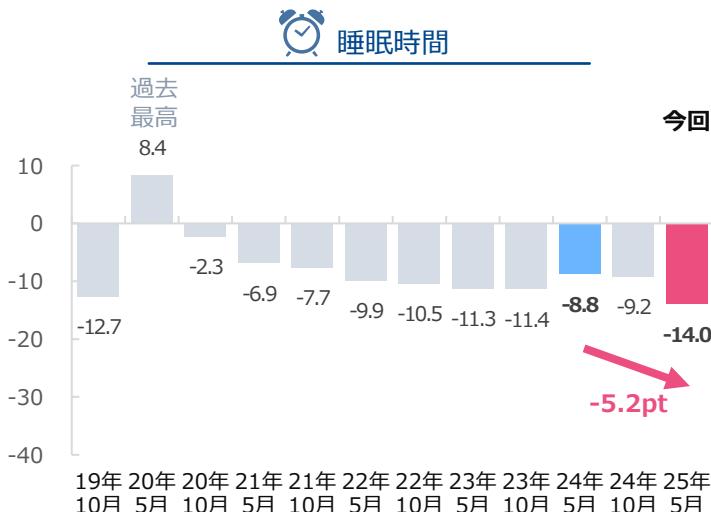
■ 調査結果（一部抜粋）

- ✓ 【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てとれる。<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「食事目的の外食頻度」「飲食目的の外食頻度」「食事のティアアウト回数」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他の消費動向で上昇している項目はなく、実質賃金が上が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がり、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>

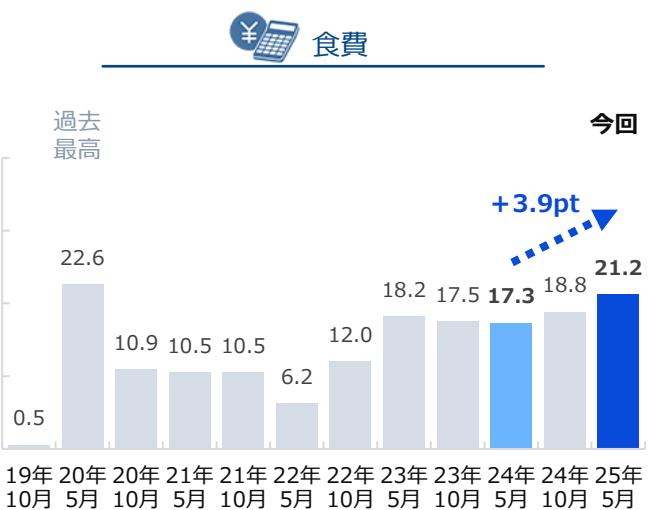
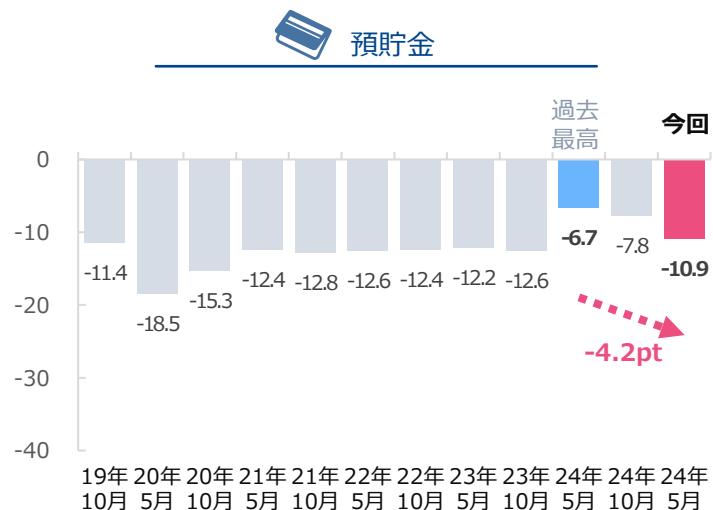
<図1> 生活実態DI値の推移①（経年比較）

*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

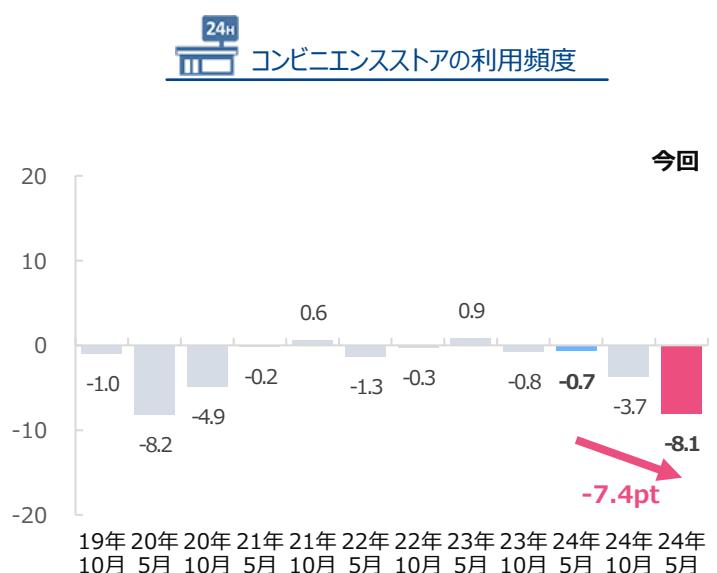
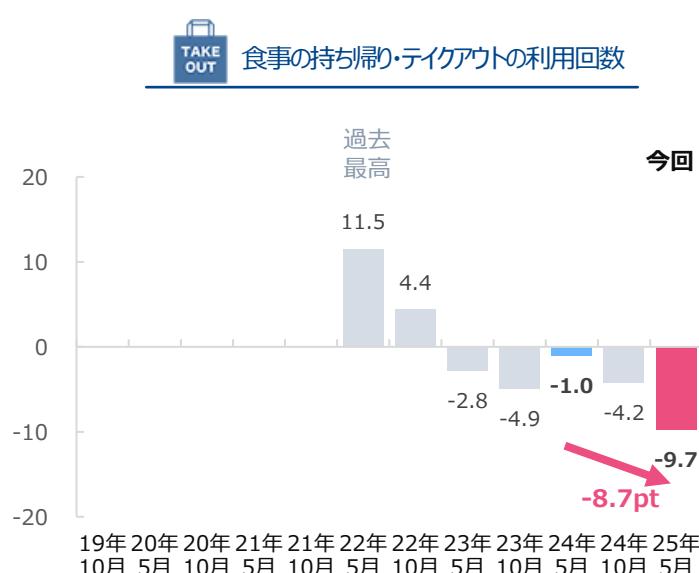
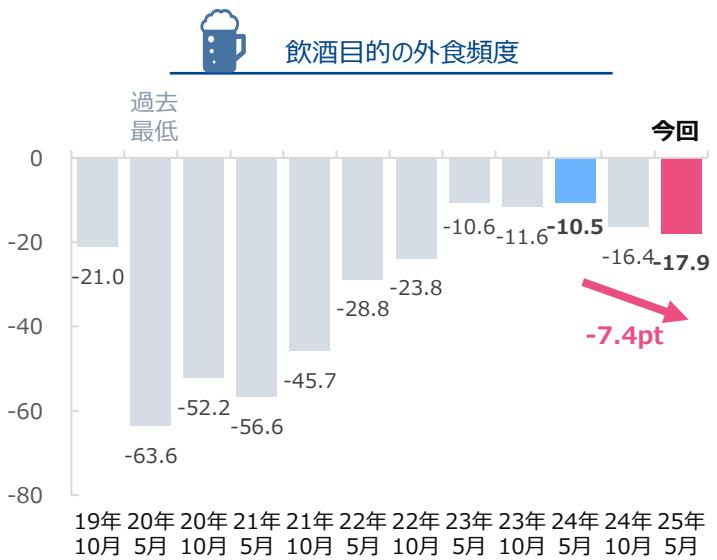


<図2>生活実態DI値の推移②（経年比較）

*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

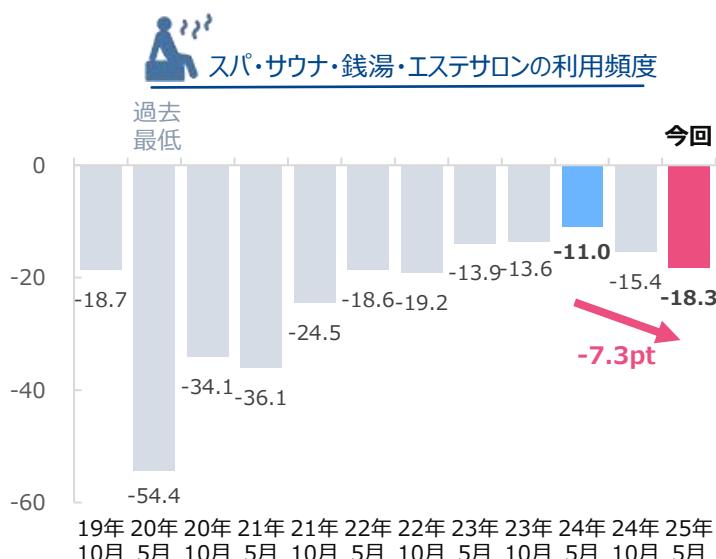


<図3>消費動向DI値の推移①（経年比較）



*2022年5月から聴取

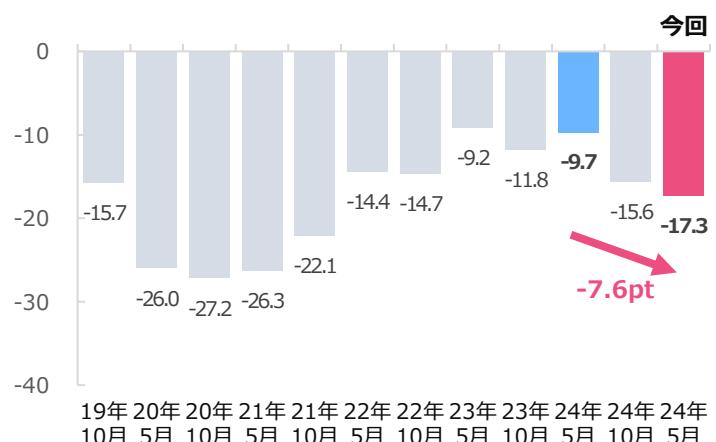
<図4> 消費動向DI値の推移②（経年比較）



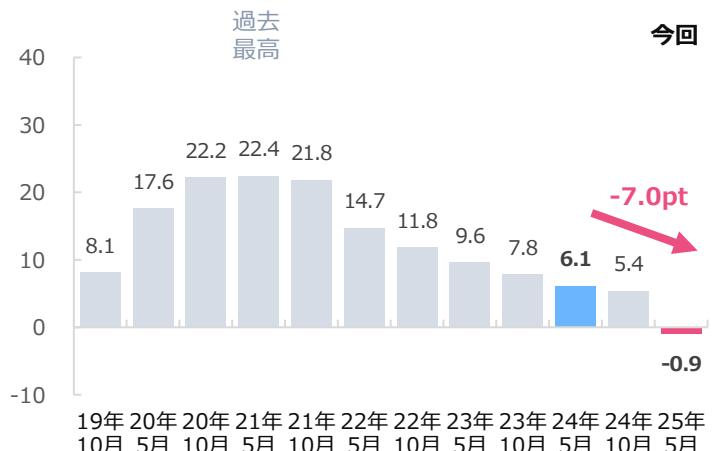
*直近12回分のDI値のみ抜粋して掲載
＊DI値：「増えた」の回答比率-「減った」の回答比率



衣類・アクセサリーの購入金額

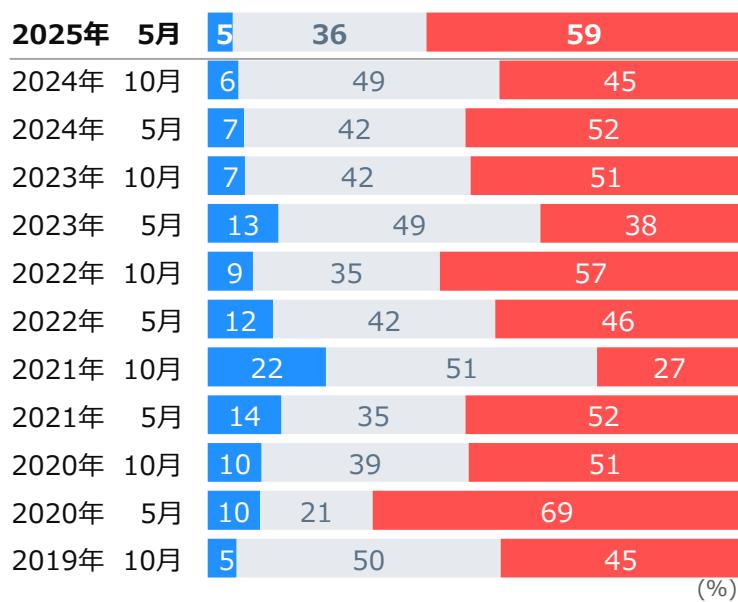


オンラインショッピングの利用頻度



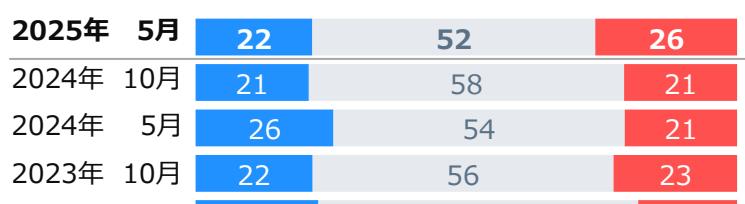
<図5> 今後1年間の景気の見通し（単一回答：n=1,200）

■ 良くなると思う ■ 変わらないと思う ■ 悪くなると思う



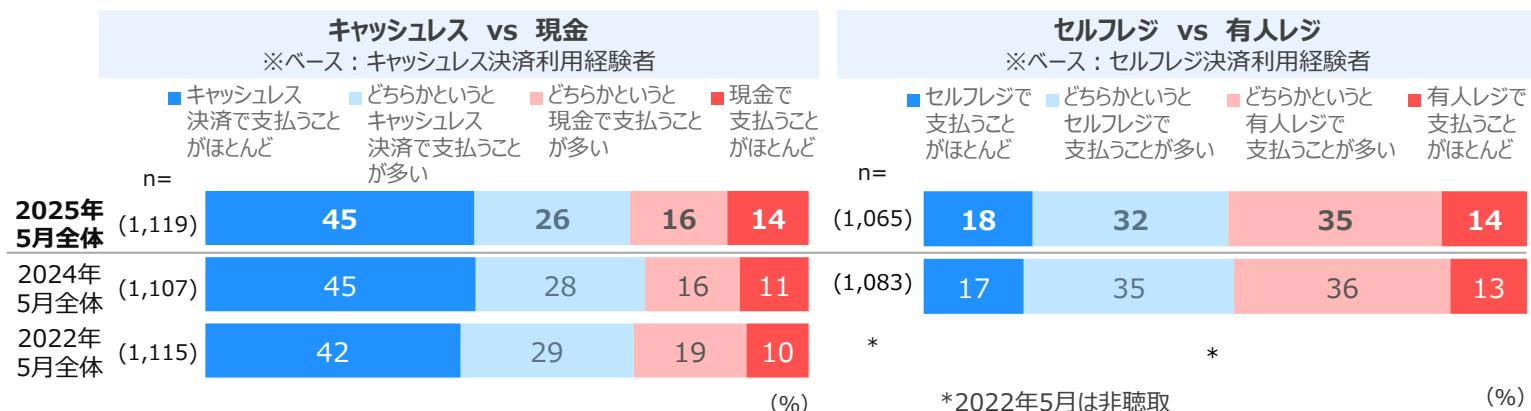
<図6> 今後1年間の自分自身の消費予測（単一回答：n=1,200）

■ 増えると思う ■ 変わらないと思う ■ 減ると思う

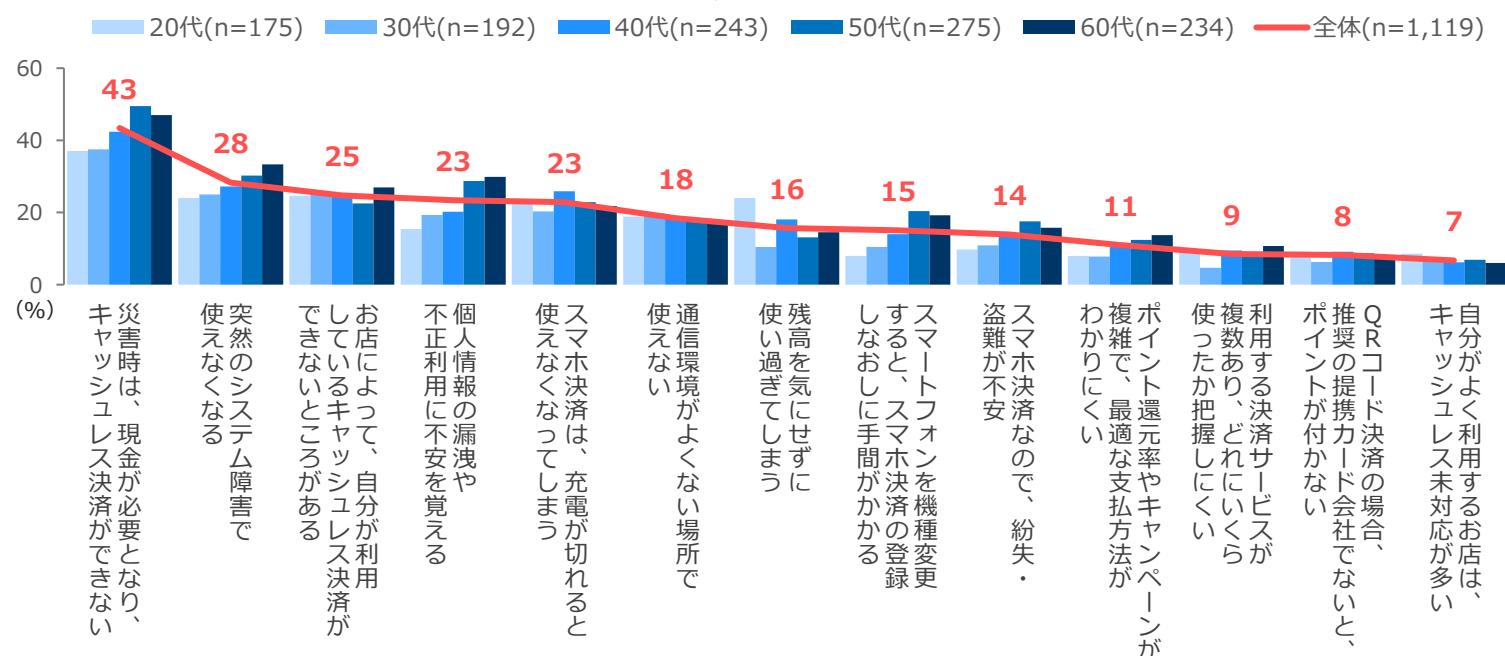


*2023年5月から聴取

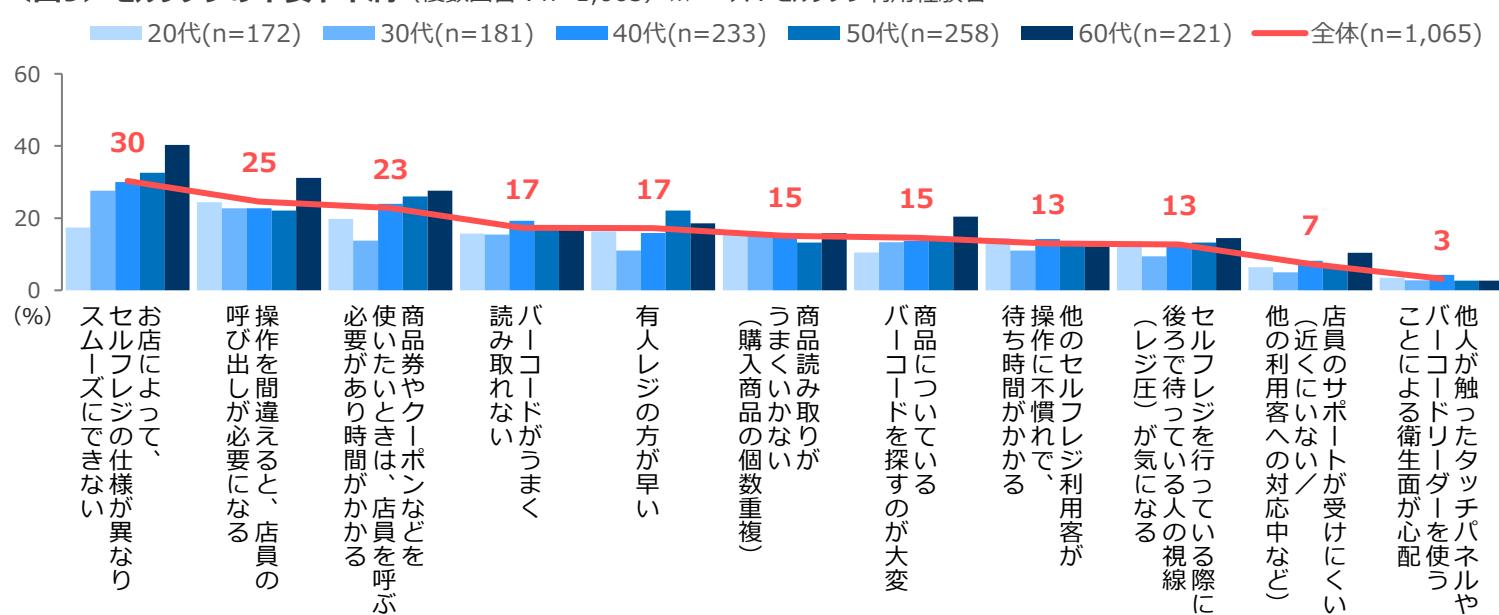
<図7> 普段の支払い方法 (単一回答)



<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
調査地域 : 全国47都道府県
調査対象 : 20~69歳の男女

調査期間 : 2025年5月9日（金）～10日（土）
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 <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ーション

◆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…」