

報道関係各位

 2025年11月20日
 株式会社クロス・マーケティング

睡眠・自宅で過ごす時間が低下、消費を抑える行動が続く 今後1年間の景況感は「変わらない」が半数

– 消費動向に関する定点調査（2025年10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10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、47都道府県すべての最低賃金が時給1,000円超え、大阪・関西万博の閉幕、日本初の女性首相による高市内閣が発足したばかりの2025年10月22日～24日に、生活実態や消費動向の推移、景況感・消費予測、ポイント活動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」と「自宅で過ごす時間」は、前年同期より6ptの低下であり、「自宅で過ごす時間」は、2009年5月の調査以降最も低い数値となった。「趣味に費やす時間」は4pt、「自分で自由に使える時間」は3ptと前年同期より低下した。それ以外の生活実態DI値（労働時間、給与所得、預貯金、食費、おこづかい）は前年同期と大きな動きはなかった。生活実態で上昇したDI値はなく、単に安らぎの時間が減っていると推察される。〈図1、2〉

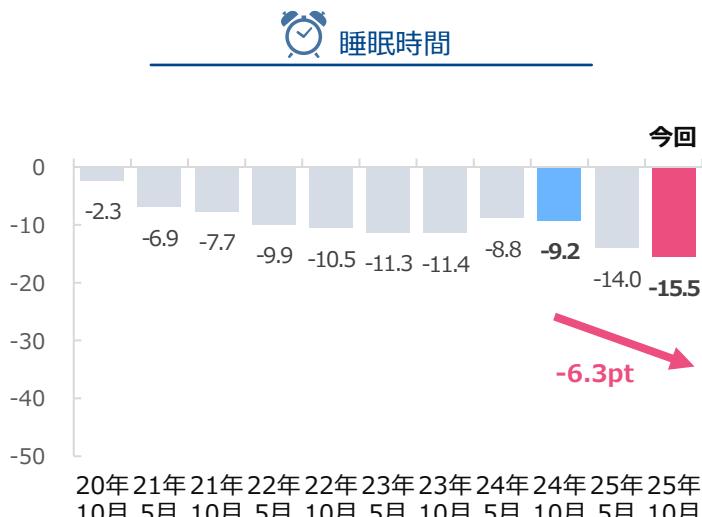
消費動向については、「パチンコ・競馬などギャンブルをする頻度」「動画配信サービスの利用頻度」「スポーツ観戦施設へ行く頻度」「インターネットカフェの利用頻度」といった娯楽や趣味関連の項目が5～10pの低下。「家庭でのビール類の飲用量」「コンビニエンストアの利用頻度」「リサイクルショップの利用頻度」が5ptの低下。一方「スマートフォンや携帯電話の通信通話料金」は6pt上昇した。本調査で聴取している他の消費動向の項目をみると、ややプラスとなったのは「保険料」「クレジットカードの利用金額」のみで、多くは前年同期に比べマイナスや横ばいの傾向。止まらない物価高から依然として消費を抑えようとしている様子がうかがえる。〈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は「悪くなると思う」は37%、「良くなると思う」は10%と景況感は低調。〈図5〉今後1年間の自分自身の消費予測は、「変わらない」が60%、「増える」と「減る」と思うは、ほぼ同率。〈図6〉

✓ 【ポイント活動（ポイ活）】ポイントを貯めている人に何で貯めているかを確認した。アプリ派は45%、カード派は33%。20～50代はアプリ派で、60代になるとカード派が主流となる。〈図7〉ポイ活理由は、「日々の生活費を節約したい」が40%と突出して高く、年代による差はない。〈図8〉アプリでのポイ活は、「財布がかさばらず、管理が楽」な良い点と「レジ前でアプリの起動や表示に手間がかかる」の不便な点があがった。〈図9〉

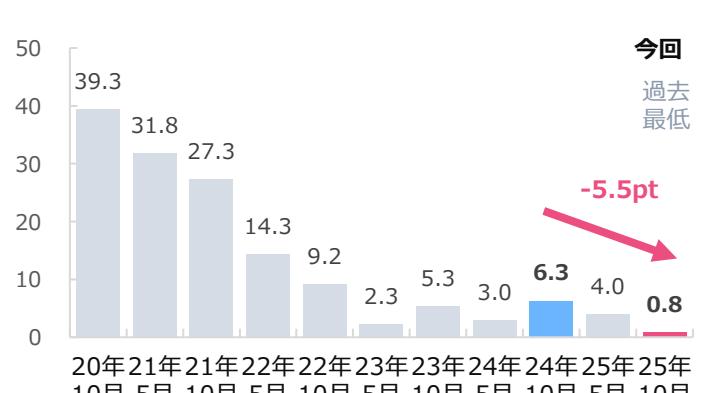
◆ 詳細情報は本レポートに掲載しております。 <https://www.cross-m.co.jp/report/20251120exp>

〈図1〉生活実態DI値の推移①（経年比較）



*直近11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

↑ 自宅で過ごす時間



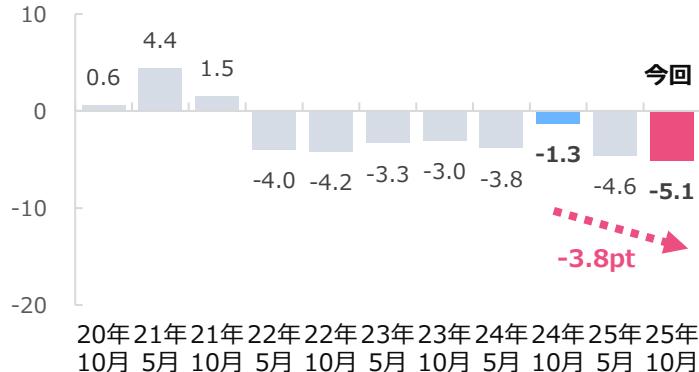
*過去最低：2009年5月の調査開始以降における最低値

＜図2＞生活実態DI値の推移②（経年比較）

*直近11回分のDI値のみ抜粋して掲載

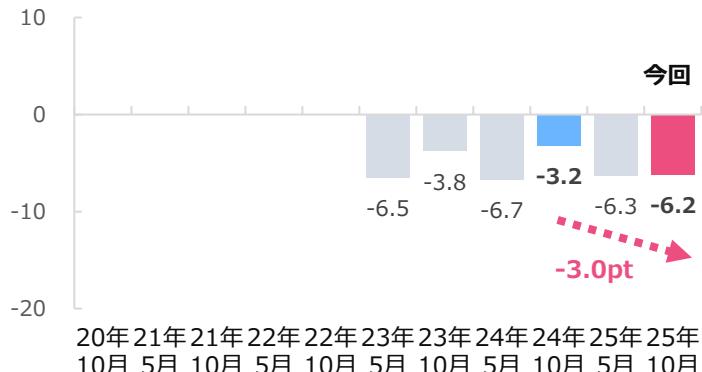
*DI値：「増えた」の回答比率-「減った」の回答比率

趣味に費やす時間



A small blue icon representing a user profile, showing a person's head and shoulders.

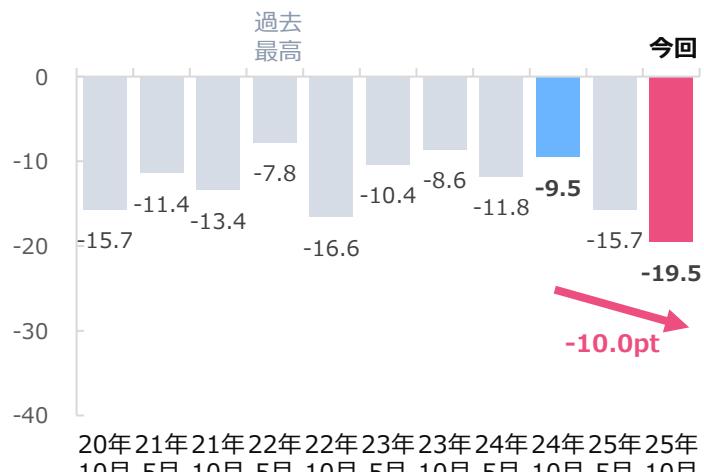
自分で自由に使える時間



*2023年5月から聴取

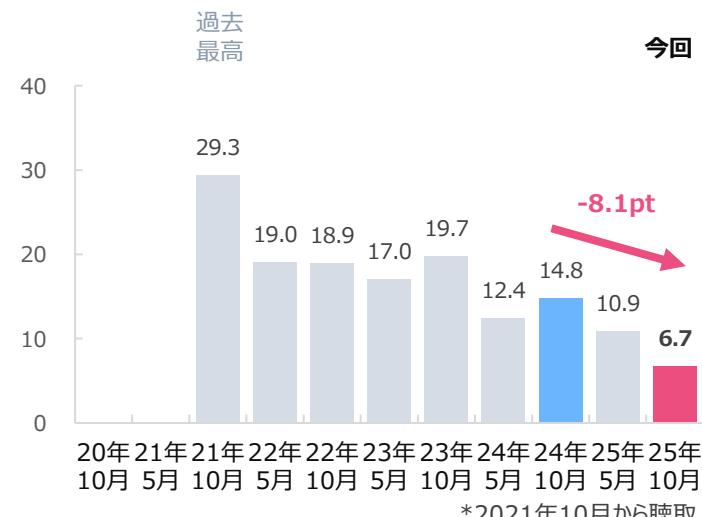
＜図3＞消費動向DI値の推移①（経年比較）

パチンコ・競馬などのギャンブルをする頻度



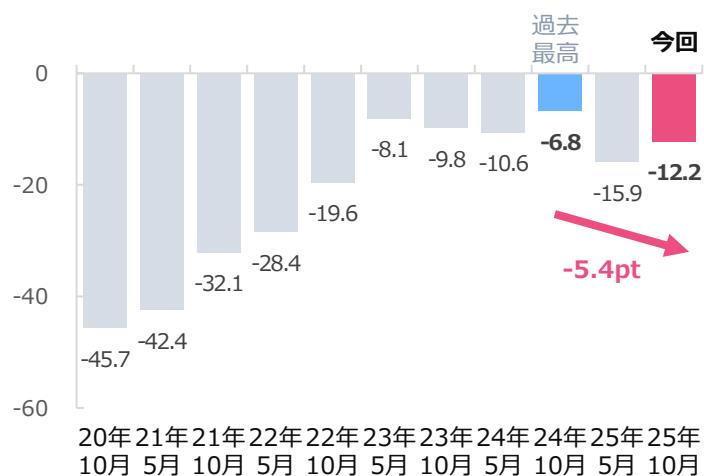
*過去最高：2009年5月の調査開始以降における最高値

動画配信サービスの利用頻度



*2021年10月から聴取

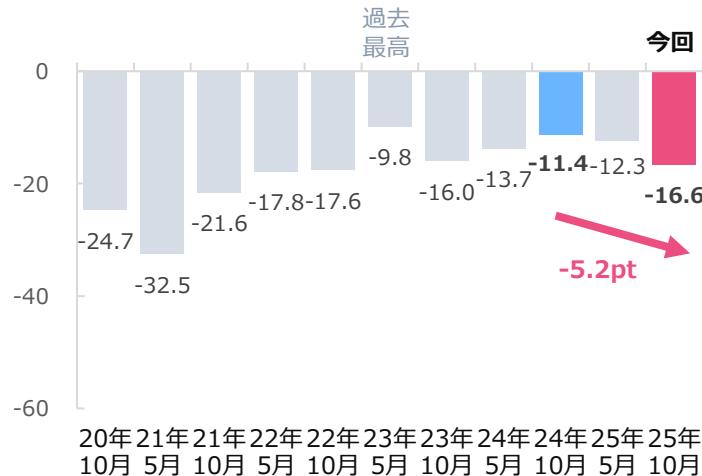
フボーリ・ツ競戦施設へ行く頻度



*過去最高：2013年10月の聴取開始以降、最高値

A blue icon of a coffee cup with three curved lines above it, representing a Wi-Fi signal or a break.

インターネットカフェの利用頻度

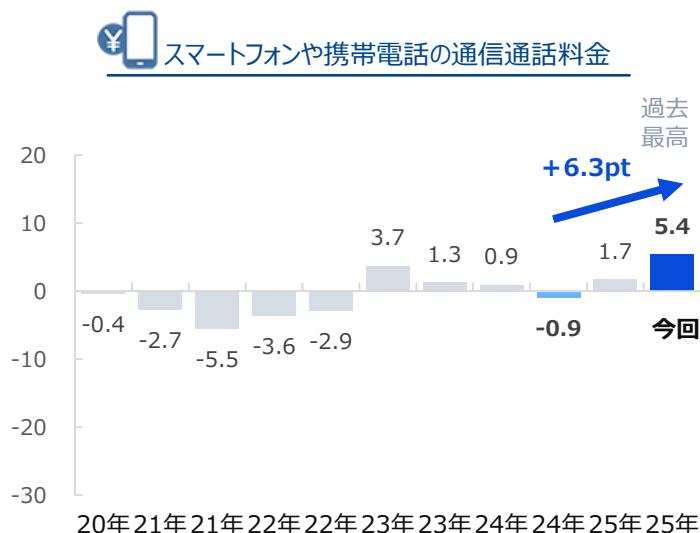


*過去最高：2009年5月の調査開始以降における最高値

＜図4＞消費動向DI値の推移②（経年比較）

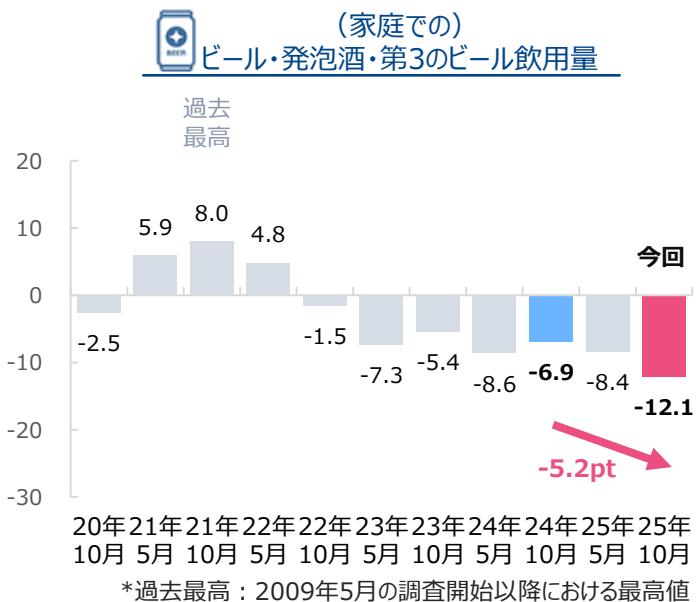
*直近11回分のDI値のみ抜粋して掲載

*DI値：「増えた」の回答比率-「減った」の回答比率



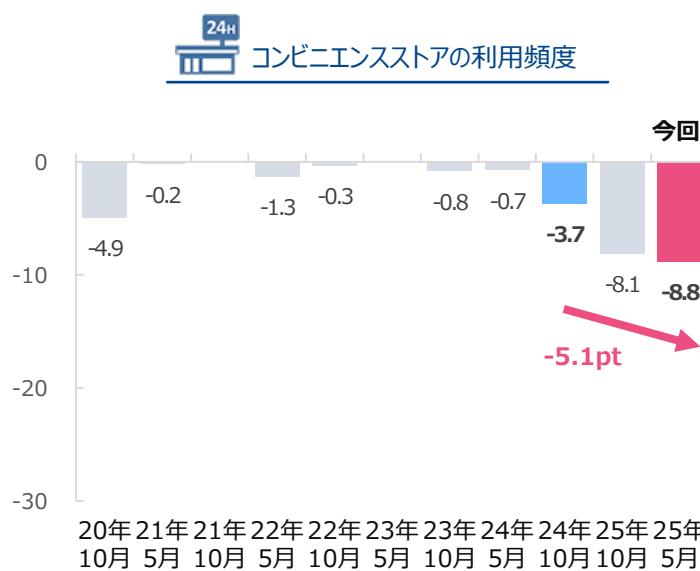
20年 21年 21年 22年 22年 23年 23年 24年 24年 25年 25年
10月 5月 10月 5月 10月 5月 10月 5月 10月 5月 10月

*過去最高：2009年5月の調査開始以降における最高値



20年 21年 21年 22年 22年 23年 23年 24年 24年 25年 25年
10月 5月 10月 5月 10月 5月 10月 5月 10月 5月 10月

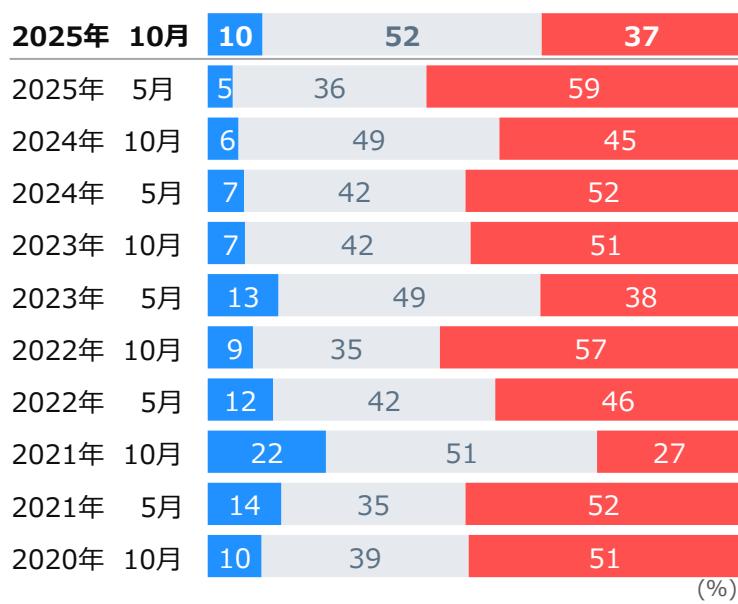
*過去最高：2009年5月の調査開始以降における最高値



20年 21年 21年 22年 22年 23年 23年 24年 24年 25年 25年
10月 5月 10月 5月 10月 5月 10月 5月 10月 10月 5月

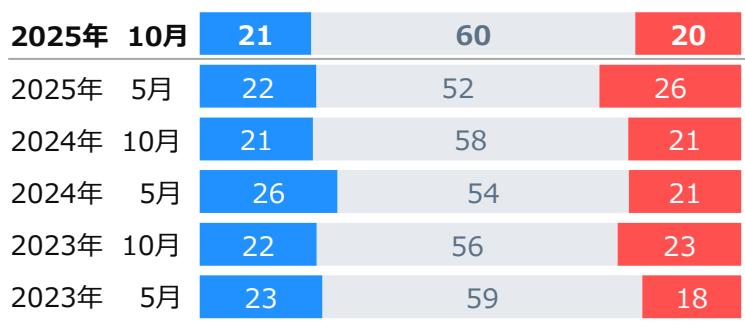
＜図5＞今後1年間の景気の見通し（単一回答：n=1,200）

■ 良くなると思う ■ 変わらないと思う ■ 悪くなると思う



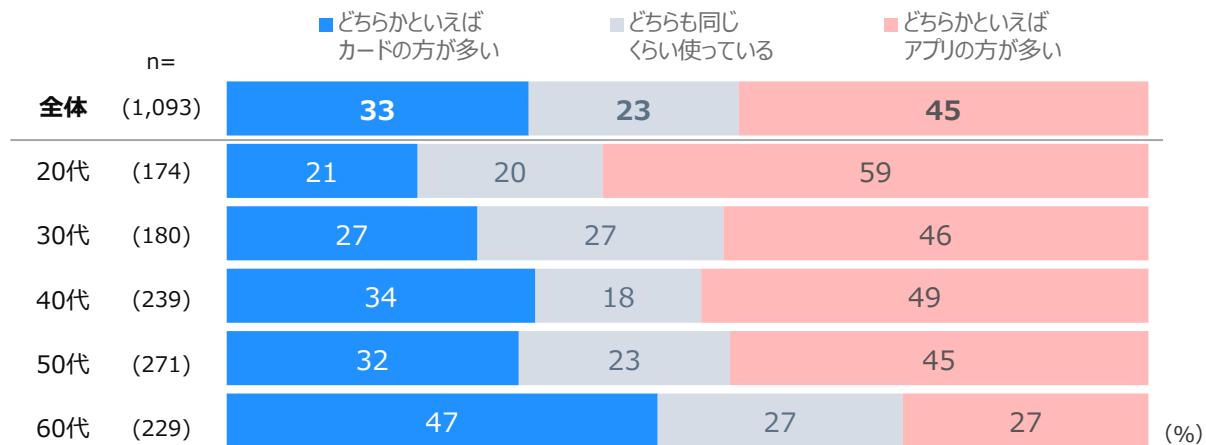
〈図6〉今後1年間の自分自身の消費予測（単一回答：n=1,200）

■ 増えると思う ■ 変わらないと思う ■ 減ると思う

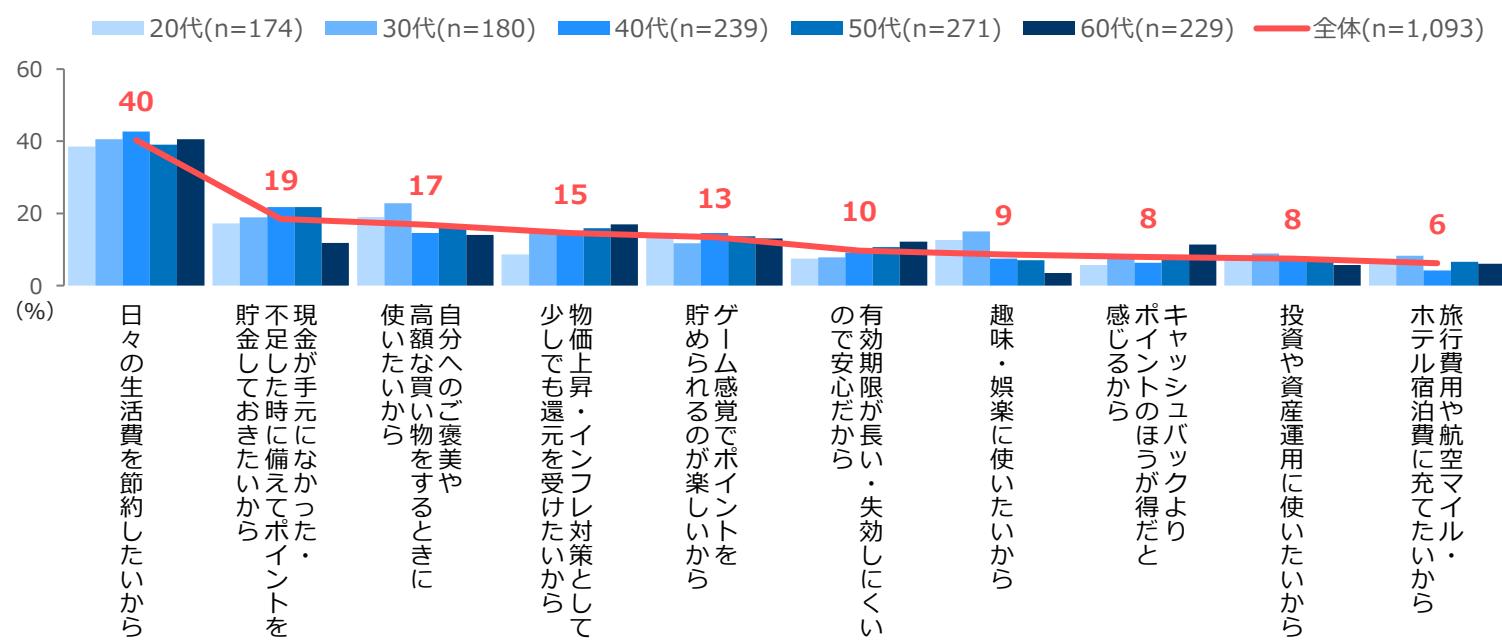


*2023年5月から聴取

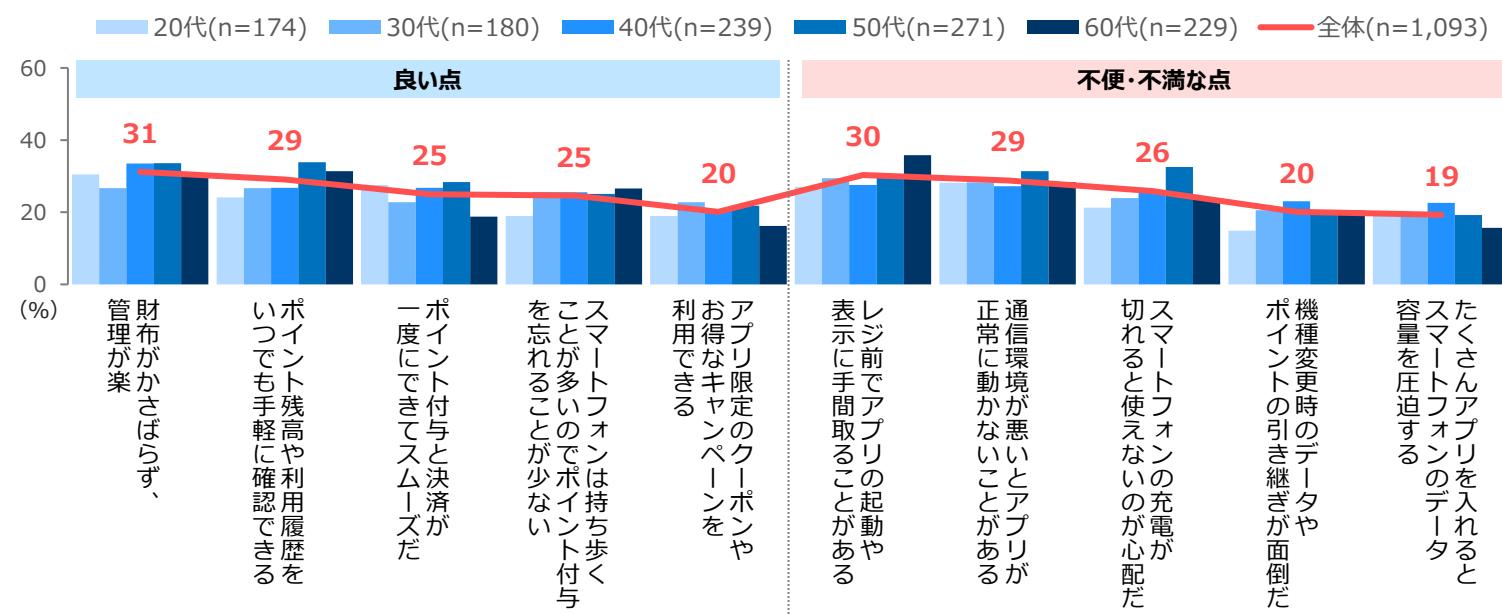
＜図7＞ポイントを貯める方法（単一回答）※ベース：ポイントを貯めている人



＜図8＞ポイントを貯める理由（複数回答）※ベース：ポイントを貯めている人



＜図9＞アプリでポイントを貯める良い点／不便・不満な点（複数回答）※ベース：ポイントを貯めている人



■レポート項目一覧

- 調査概要
- 消費動向の推移
- サブスクリプションサービス利用状況
- 生活実態の前年同期との比較
- 今後の景気の見通し
- 個人投資の関心・利用・意向状況
- 生活実態の推移
- 消費予測／評価理由（自由回答抜粋）
- ポイント活動（ポイ活）の実施状況
- 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/20251120exp>

■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10月22日（水）～24日（金）
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…」