

報道関係各位

2026年6月4日
株式会社クロス・マーケティング

預貯金、給与、労働時間は増加しても、世界情勢の不安から食費は抑制へ 今後1年間の景況感「悪くなる」が56%

－消費動向に関する定点調査（2026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、代表取締役社長兼CEO：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（2026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2026年5月1日～5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「預貯金」は6.1pt、「給与所得」は4.5pt、「労働時間」は3.9ptと昨年同月より上昇がみられた。一方、ナフサショックなどで値上げが続いているものの「食費」は2.7ptの微減。世界情勢や経済の先行きに対する不安からか、生活防衛意識が高まり、今まで以上に食費の支出を抑えている様子が見られる。〈図1、2〉

消費動向については、スマホ基本料金の値上げや日銀の利上げの影響で「スマートフォンや携帯電話の通信通話料金」と「家賃・住宅ローンの金額」は過去最高の高さとなった。コスト感が求められる「ファストフード店の利用頻度」や生活費の足しに「フリマサイト・アプリの利用頻度」は上昇。加えて公営ギャンブルの売り上げが伸びている「パチンコ・競馬などギャンブルをする頻度」と税制改正の段階的値上げによって「たばこの本数」が上昇した。「インターネットカフェ・マンガ喫茶」と「スキルアップ系セミナー・シンポジウム」の利用頻度は減少傾向にある。〈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56%と2021年から3番目に多い結果であった。〈図5〉 今後1年間の自分自身の消費予測は、「変わらない」が49%、「増えると思う」と「減ると思う」は拮抗している。〈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」が50%、「セルフレジ支払いがほとんど」は20%と微増傾向。〈図7〉 キャッシュレス決済は「災害時は現金が必要でキャッシュレス決済ができない」が42%と不安がある。〈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」が上位で、特に60代の不満が高い。〈図9〉

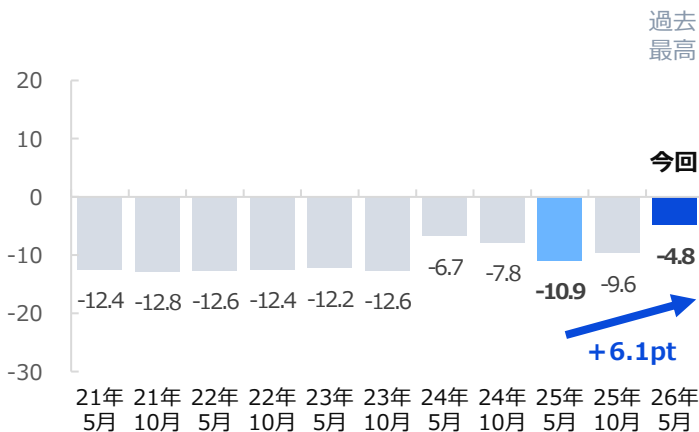
◆詳細情報は本レポートに掲載しております。 <https://www.cross-m.co.jp/report/20260604exp>

〈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

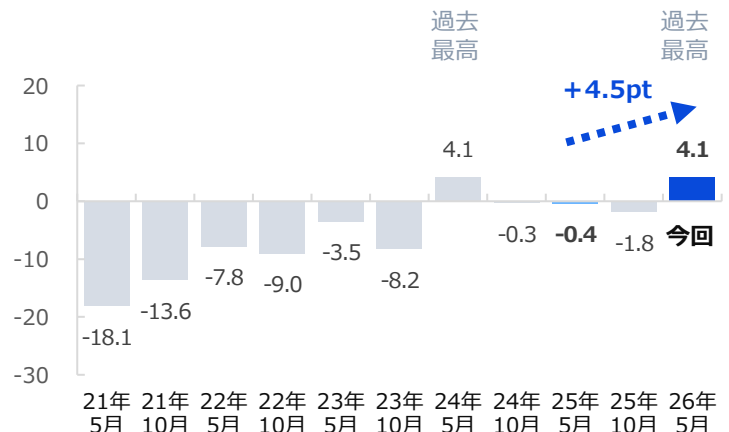
* DI値：「増えた」の回答比率-「減った」の回答比率

預貯金



*過去最高：2009年5月の調査開始以降における最高値

給与所得

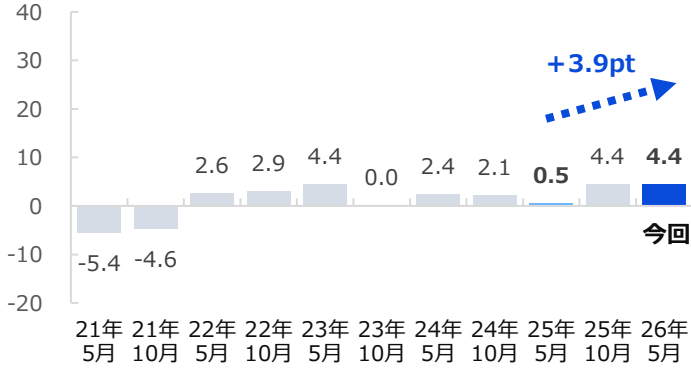


*過去最高：2009年5月の調査開始以降における最高値

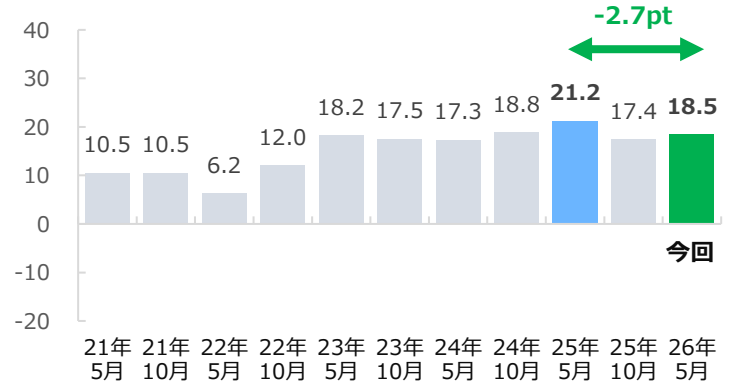
<図2> 生活実態DI値の推移②（経年比較）

*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

労働時間

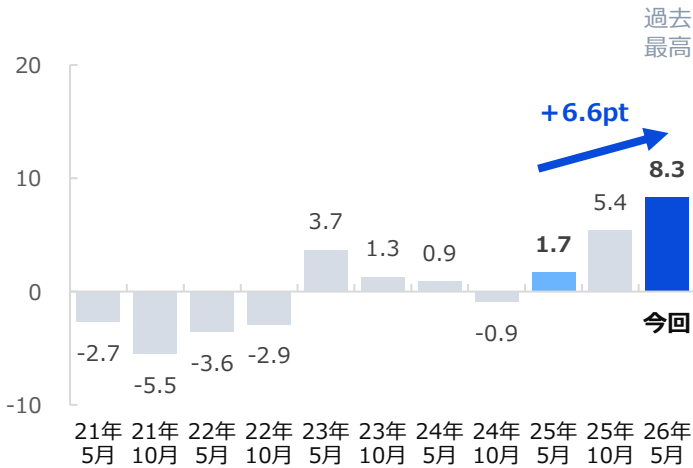


食費



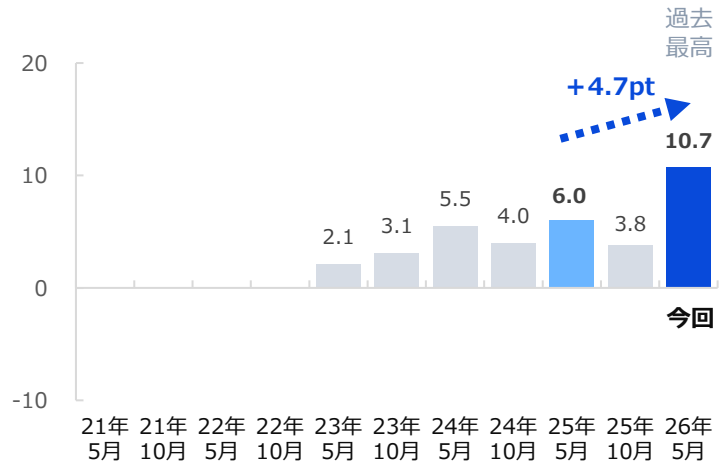
<図3> 消費動向DI値の推移①（経年比較）

スマートフォンや携帯電話の通信通話料金



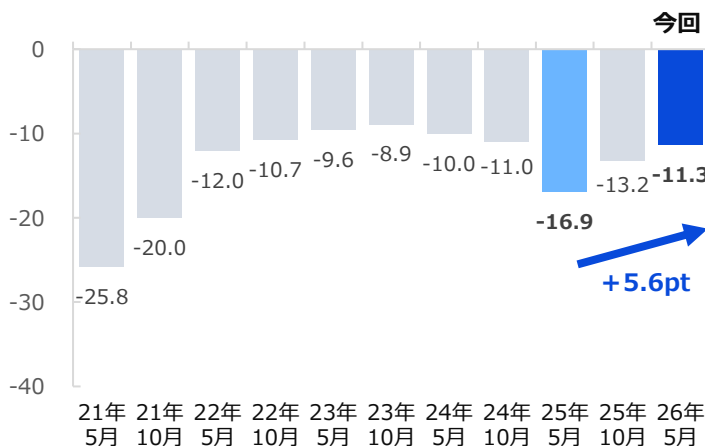
*過去最高：2009年5月の調査開始以降における最高値

家賃・住宅ローンの金額

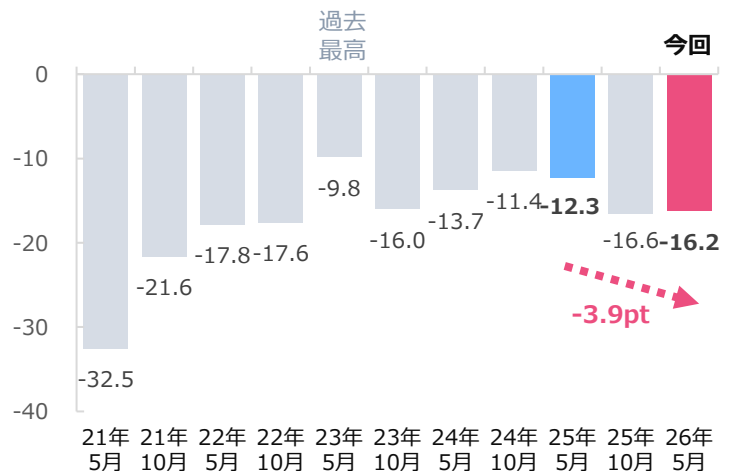


*2023年5月から聴取

ファストフード店の利用頻度



インターネットカフェ・マンガ喫茶の利用頻度



*過去最高：2009年5月の調査開始以降における最高値

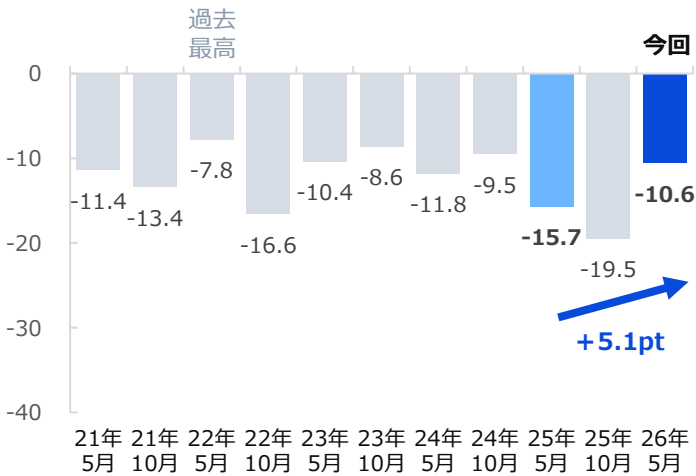
<図4> 消費動向DI値の推移②（経年比較）

*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



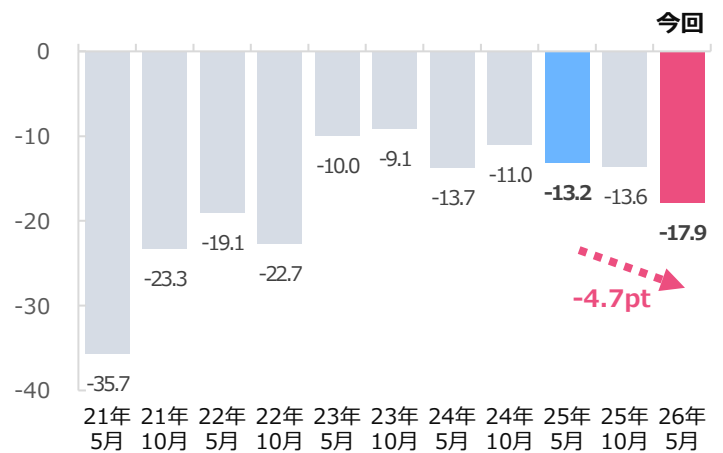
パチンコ・競馬などのギャンブルをする頻度



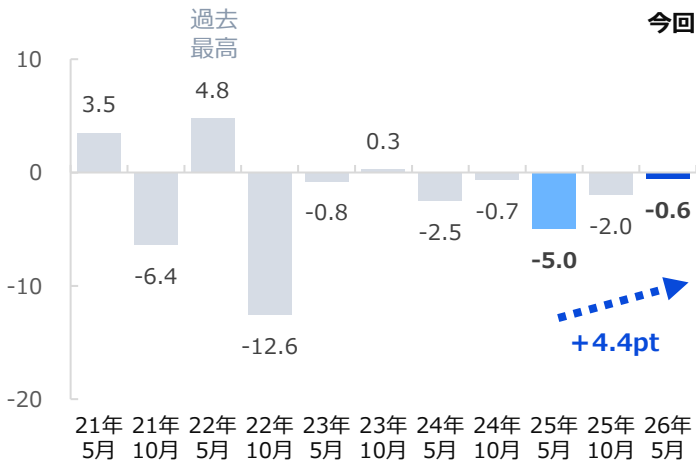
*過去最高：2009年5月の調査開始以降における最高値



スキルアップ系セミナー・シンポジウムへ行く頻度



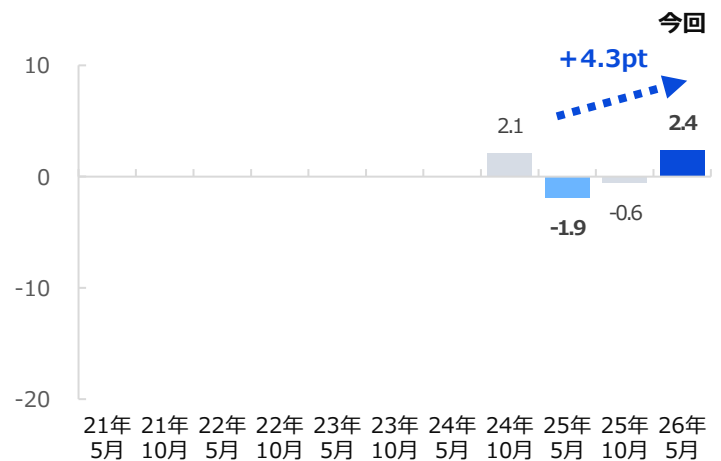
たばこの本数



*過去最高：2009年5月の調査開始以降における最高値



フリマサイト・アプリの利用頻度



*2024年10月から聴取

<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

年次	良くなると思う (%)	変わらないと思う (%)	悪くなると思う (%)
2026年 5月	8	37	56
2025年 10月	10	52	37
2025年 5月	5	36	59
2024年 10月	6	49	45
2024年 5月	7	42	52
2023年 10月	7	42	51
2023年 5月	13	49	38
2022年 10月	9	35	57
2022年 5月	12	42	46
2021年 10月	22	51	27
2021年 5月	14	35	52

<図6> 今後1年間の自分自身の消費予測（単一回答：n=1,200）

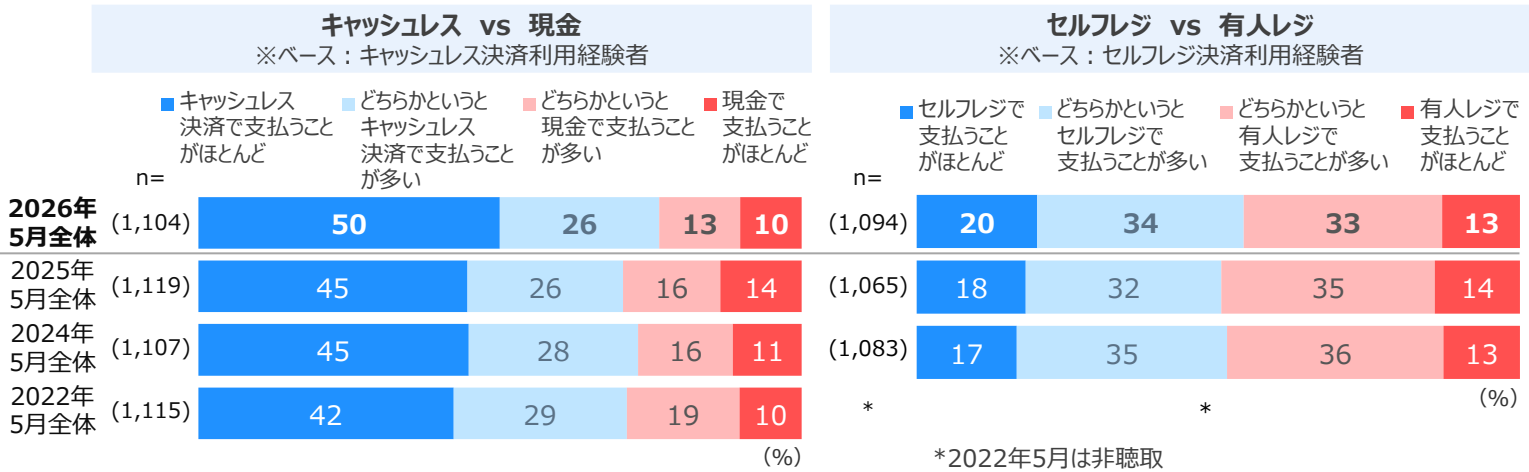
■ 増えると思う ■ 変わらないと思う ■ 減ると思う

年次	増えると思う (%)	変わらないと思う (%)	減ると思う (%)
2026年 5月	26	49	25
2025年 10月	21	60	20
2025年 5月	22	52	26
2024年 10月	21	58	21
2024年 5月	26	54	21
2023年 10月	22	56	23
2023年 5月	23	59	18

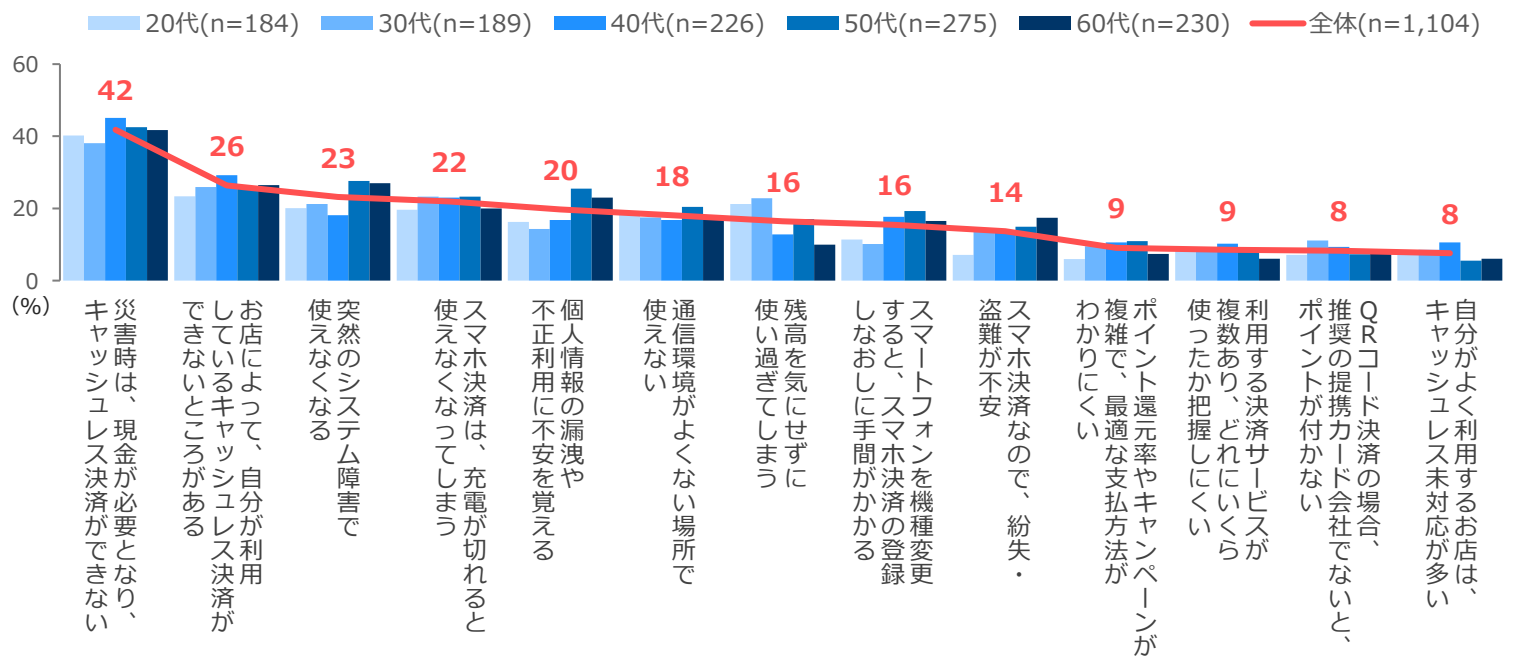
*2023年5月から聴取

(%)

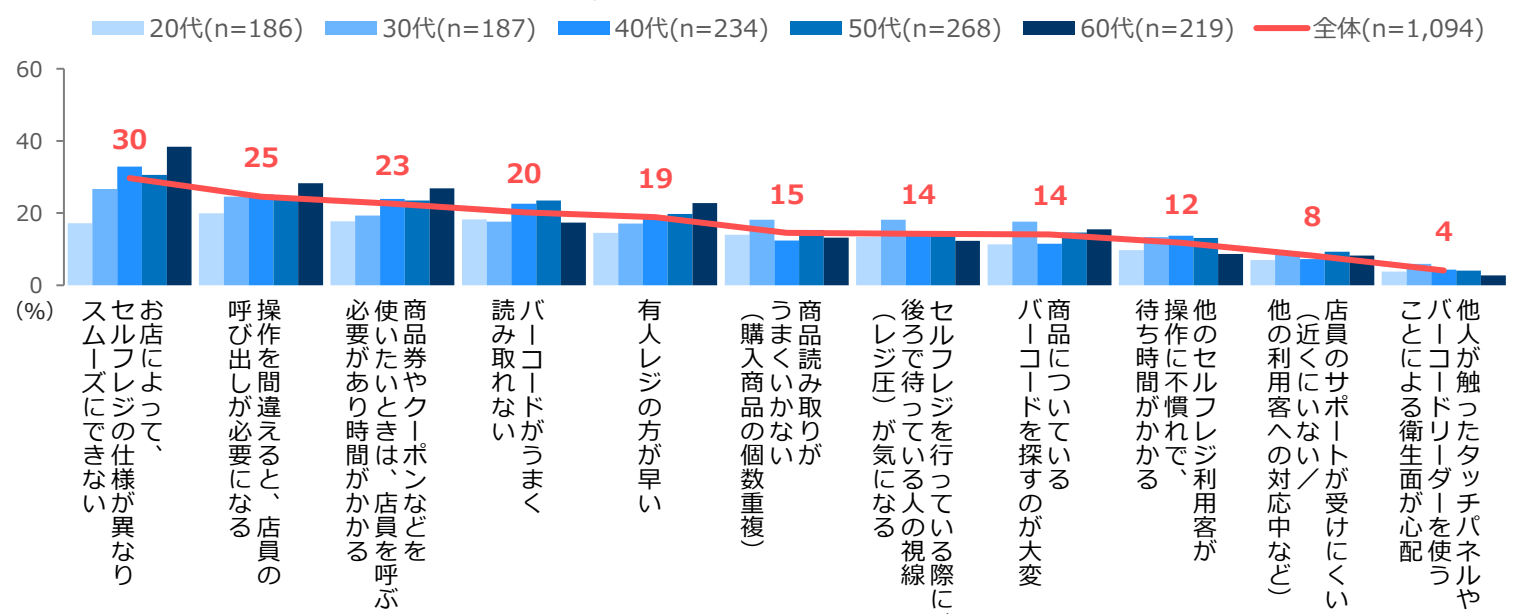
<図7> 普段の支払い方法 (単一回答)



<図8> キャッシュレス決済への不安や不満 (複数回答：n=1,104) ※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=1,094) ※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/20260604exp>

■調査概要

調査手法	: インターネットリサーチ	調査期間	: 2026年5月1日（金）～5日（火）
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・・・」