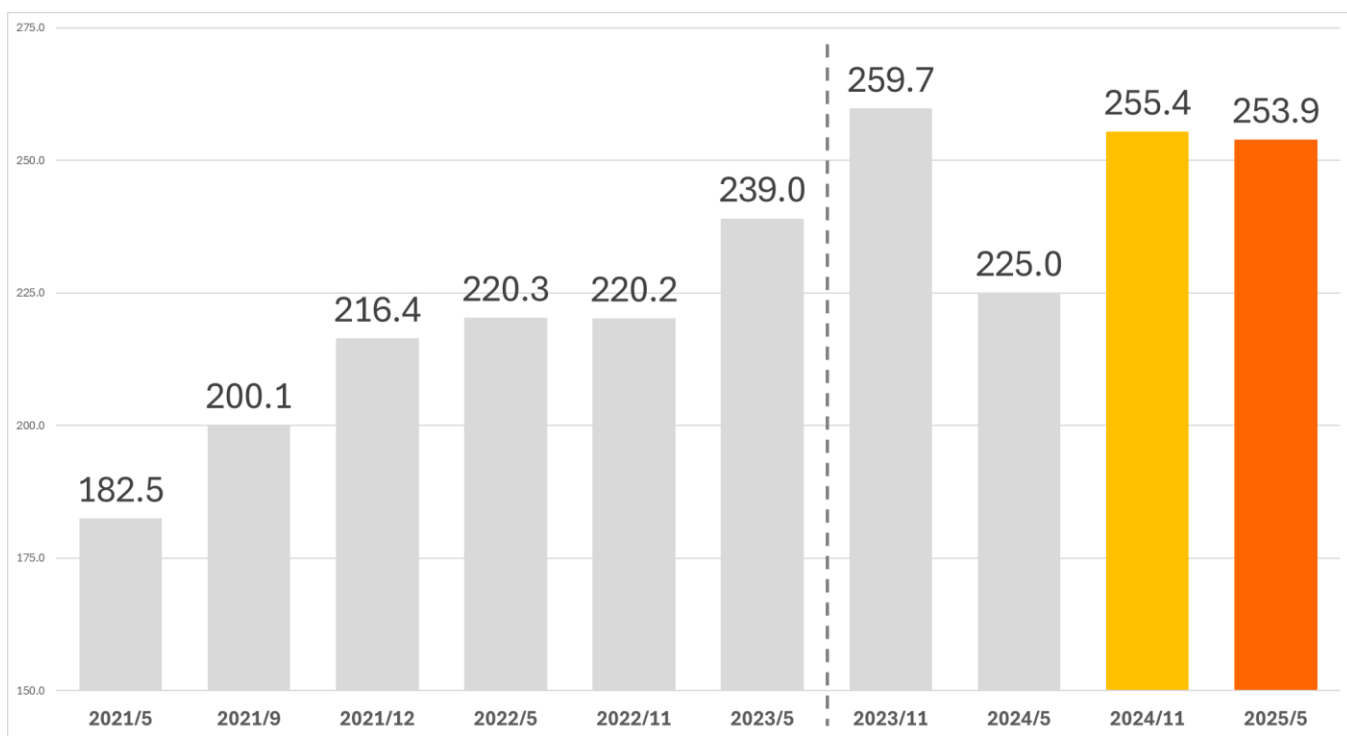


2025 年 7 月 17 日

電通「欲望未来指数」で、消費意欲が引き続き高いという結果に

—探求や創造、つながりや共感に関する欲望が消費意欲をけん引—

株式会社電通（本社：東京都港区、代表取締役 社長執行役員：佐野 傑）の消費者研究のプロジェクトチームである「DENTSU DESIRE DESIGN（デンツウ・デザイア・デザイン）」（以下「DDD」）※¹は、消費に対する欲望の増減を予測する「欲望未来指数」の最新版を取りまとめました。消費意欲活発化の兆しがうかがえる結果となった前回（2024 年 12 月公表）※²と同様の高水準で推移しており、特に探求心・創造意欲などに起因する「腕試し欲望」の増加が顕著で、消費意欲は引き続き高い傾向であることが分かりました。詳細は次のとおりです。



「欲望未来指数」の推移

1. 「欲望未来指数」の最新版について**(1) 「心が動く消費調査」と最新結果**

消費者の消費に対する欲望の増減を予測する「欲望未来指数」は、2021 年から実施している「心が動く消費調査」※³をもとに、物価や景気、経済状況といった外的要因ではなく、「欲しい・したい」という消費者の気持ちの増減を可視化したものです。現代の消費者が持つ 43 種の「根源的欲求」と 105 種の「価値観基盤」、また「これから欲しいもの・したいこと」といった消費につながる具体的な意欲をもとに算出しています。

最新の「欲望未来指数」は 253.9（前回 255.4）と前回に引き続き高水準を維持しており、活発な消費意欲が継続していることがうかがえます。なお、2023 年 11 月から 15～19 歳を調査対象に追加したため、2023 年 5

月以前の結果は参考値となります。また、昨年 3 月に発表した「11 の欲望」※4 のリニューアルを踏まえ、過去の指数についても改めて算出しています。

(2) 「11 の欲望」について

2025年5月調査 欲望未来指数

253.9 (-1.5)

1

承認&優越

他人という鏡に映した
欲望

126ポイント (-10)

2

自由&安楽

無理のない
自由への欲望

847ポイント (-13)

3

健康&平穩

心身平常運転の
欲望

518ポイント (-13)

4

つながり&共感

私の役割でつながる
欲望

248ポイント (+25)

5

探求&創造

腕を磨いたから、
腕試し欲望

514ポイント (+43)

6

興奮&享楽

資本集中型消費
欲望

293ポイント (±0)

7

社会貢献&保守

守りたいものがある
欲望

184ポイント (+1)

8

保身&安全

肝心な時こそ
気配を消したい欲望

62ポイント (-2)

9

遊興&解放

ホントはダメだけど、
だって欲望

629ポイント (+21)

10

愛情

愛がなくちゃね
欲望

99ポイント (+4)

11

取集&所有

あつ、コレわたしっぼい
欲望

281ポイント (+12)

2024 年 11 月調査における「欲望未来指数」と「11 の欲望」 () 内は前回比増減

2023/11より対象者条件を変更したため、2023/5以前の数値は参考値となります

赤字は前回比+、青字は前回比-の項目、下線は過去最高値を示します

欲望未来指数	182.5	200.1	216.4	220.3	220.2	239.0	259.7	225.0	255.4	253.9	
11の欲望(Desire)	2021/5	2021/9	2021/12	2022/5	2022/11	2023/5	2023/11	2024/5	2024/11	2025/5	推移
他人という鏡に映した欲望	77	85	85	79	88	80	132	115	136	126	
無理のない自由への欲望	706	731	767	770	779	889	<u>920</u>	862	860	847	
心身平常運転の欲望	408	416	411	451	475	531	576	521	531	518	
わたしの役割でつながる欲望	133	138	181	202	174	233	222	211	223	248	
腕を磨いたから、腕試し欲望	370	383	422	458	438	489	487	482	471	514	
資本集中型消費欲望	197	205	217	250	265	274	272	276	293	293	
守りたいものがある欲望	106	136	139	142	123	175	179	157	183	184	
肝心な時こそ気配を消したい欲望	27	37	33	36	42	40	66	57	64	62	
ホントはダメだけど、だって欲望	424	466	519	547	534	604	<u>632</u>	607	608	629	
愛がなくちゃね欲望	55	53	58	66	70	87	92	92	95	99	
あつ、コレわたしっぼい欲望	208	225	218	216	240	253	265	254	269	281	

「11 の欲望」の推移

「11 の欲望」は、「心が動く消費調査」から得られたデータをもとに、人間の消費行動を駆り立てる感情を「11 の欲望」として可視化したもので、今回は 6 つの欲望が前回のスコアから増加しました。昨今の金利上昇、円安、生活コスト増などに対応しながら、消費者の消費意欲は再び高まりつつあると推察します。

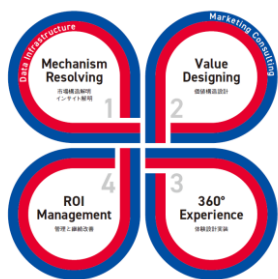
なかでも「5.【探求&創造】腕を磨いたから、腕試し欲望」（前回比+43 ポイント）が大幅に増加し、「4.【つながり&共感】わたしの役割でつながる欲望」（同+25 ポイント）や「9.【遊興&解放】ホントはダメだけど、だって欲望」（同+21 ポイント）も増えています。

実際、AI 技術を競う AI 活用ハッカソンなどの「腕試し」欲望を満たすようなイベントが話題になったり、深夜にスイーツや背徳グルメを SNS でシェアしながら食べることで「つながり」と「遊興」を同時に満たすような行動が若年層を中心に広まったりと、増加した欲望を裏付けるような事象も見受けられます。

一方で、新型コロナウイルスが流行していた 2021 年から伸長していた「2.【自由&安楽】無理のない自由への欲望」や「3.【健康&平穏】心身平常運転の欲望」は減少傾向が続いています。自由や健康、日常の安定といった基本的な価値は、意識的に求める対象ではなく、当然の前提として受け入れられるようになってきていると考えられます。

消費者は「当たり前」の日常を享受しながらも、他者とのつながりや共感・愛情といった外的な欲望と、探求心や創造性、収集・没頭といった内面的な欲望の両方を満たしたいと考えているようです。暮らしに必要なものだけでなく、より楽しく、より充実した時間を提供するような商品・サービス・コンテンツを消費者が今求めていると捉えることもできます。企業にとってはマーケティング戦略を見直す重要なタイミングであり、消費行動の根底にある欲望の変化を捉え新たな施策を打ち出す好機と言えます。

当社は今後も、人々の消費行動を駆り立てる感情である「欲望」の視点を組み入れた消費者理解を追求し、より深いカスタマージャーニー（顧客の製品・サービスの購入に至るまでの過程）設計、PDCA の仕組みづくりなどの支援を通じて、企業のマーケティング活動の高度化や効率化に貢献していきます。



「DDD」および「11 の欲望」は、電通が提唱する、事業グロースのための次世代マーケティングモデル「Marketing For Growth」の 4 つのプロセスのうち、「Mechanism Resolving（市場構造解明・インサイト解明）」に該当するサービスです。

「Marketing For Growth」については以下リリースをご確認ください。

<https://www.dentsu.co.jp/news/business/2024/0130-010682.html>

<第10回「心が動く消費調査」概要>

- ・対象エリア：日本全国
- ・対象者条件：15～74歳
- ・サンプル数：計3000サンプル（15～19歳、20代～60代、70～74歳の人口構成比に応じて割り付け）
- ・調査手法：インターネット調査
- ・調査時期：2025年5月13日（火）～5月16日（金）
- ・調査主体：株式会社電通 DENTSU DESIRE DESIGN
- ・調査機関：株式会社電通マクロミルインサイト

- ※1 人間の消費行動に強く影響を及ぼすドライバーとなる感情を「欲望」と定義し、消費者が消費に至るまでの動機や行動を研究した結果得た知見を、パートナー企業にソリューションとして提供するプロジェクト。
- ※2 2024年12月4日リリース：電通、最新の「欲望未来指数」から消費意欲の活発化を予測
<https://www.dentsu.co.jp/news/release/2024/1204-010815.html>
- ※3 DDDでは、お金を払って買ったものや体験で、心が満たされたり、テンションが上がったり、感動・刺激を受けたなど、良い気分・気持ちを得られた消費を「心が動く消費」と定義。「心が動く消費」の背景に人々がどのような「欲望」を持ち、それが人々の消費行動に影響を与え、次の消費にいかにつながっていくかを定期的に調査している。
- ※4 2024年3月22日リリース：DENTSU DESIRE DESIGN、人間の消費行動に影響を与える「11の欲望」2024年版を発表。
<https://www.dentsu.co.jp/news/business/2024/0322-010704.html>

以上

【リリースに関する問い合わせ先】

株式会社電通コーポレートワン ブランディングオフィス 広報室 広報部
河南、永野、抱井
Email: koho@dentsu.co.jp

【欲望未来指数に関する問い合わせ先】

株式会社電通 DENTSU DESIRE DESIGN
千葉
Email: ddd-project@dentsu.co.jp