

2026年7月2日

**電通、「欲望未来指数」の最新版を発表**  
**高い水準を維持してきた消費に対する欲望は下降傾向に**  
—自由や健康に対する欲望は減少、スキルアップなど自己投資への欲望は増加—

株式会社電通（本社：東京都港区、代表取締役 社長執行役員：松本 千里、以下「電通」）は、株式会社電通マクロミルインサイト（本社：東京都中央区、代表取締役社長：眞鍋 尚行、以下「電通マクロミルインサイト」）との共同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」）」<sup>※1</sup>において、消費に対する「欲望（Desire）」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。高水準だった直近3回の結果と比べると、物価高や中東情勢への警戒感などから低い数値となり、消費意欲は減少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」の概念図〉



## 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「欲望未来指数」の最新結果

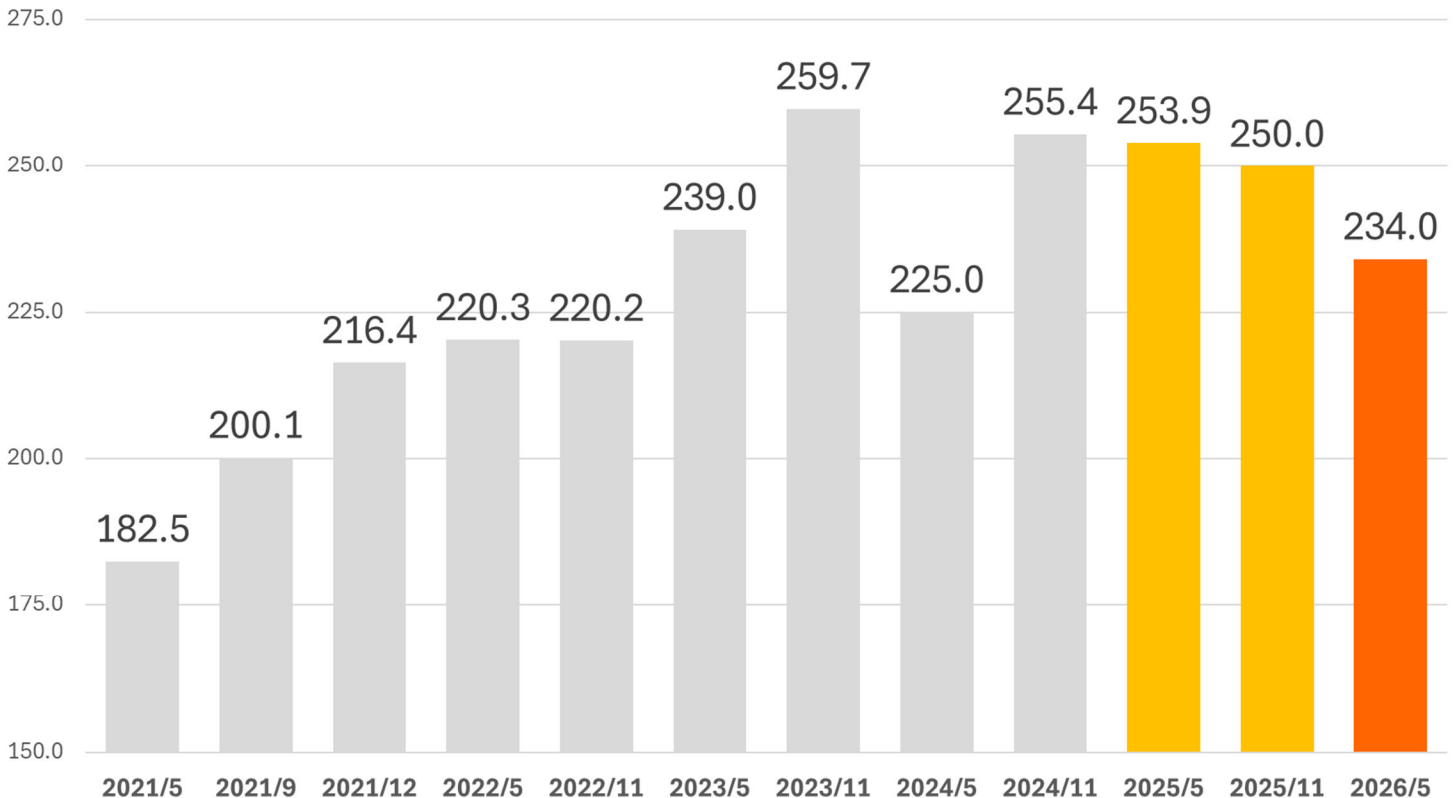
「欲望未来指数」は、DDDが2021年5月から実施している「心が動く消費調査」<sup>※2</sup>をもとに、物価や景気、経済状況といった外的要因ではなく、「欲しい・したい」という消費者の気持ちの増減を可視化したものです。現代の消費者が持つ43種の「根源的欲求」と105種の「価値観基盤」、また「これから欲しいもの・したいこと」といった消費につながる具体的な意欲をもとに算出しています。

2026年5月に実施した「心が動く消費調査」に基づく最新版の「欲望未来指数」は234.0と、前回比では16.0ポイント減、前年同月比では19.9ポイント減となりました。直近3回の結果と比較して減少傾向となって

おり、高い水準を維持してきた活発な消費意欲に変化の兆しが見えてきました。経済状況や国際情勢を背景とした社会全体の心理も影響し、消費者の欲望の総量低下、また欲望の矛先の変化が起きていると考えられます。

### 〈「欲望未来指数」の推移〉

2023年11月より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。2023年11月以前の結果は2024年3月の「11の欲望」のリニューアルを踏まえて算出



#### (2) 「11の欲望」について

「11の欲望」※3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す。最新版では、自由&安楽の欲望である「2.無理のない自由への欲望」や健康&平穏の欲望である「3.心身平常運転の欲望」がともに前回比40ポイント以上減となるなど、計6つの欲望が減少し、欲望未来指数の下降傾向の大きな要因となりました。この2つの欲望は本調査を開始した2021年5月から変わらず他の欲望と比べて高いポイントで推移しており、特にコロナ禍以降は日本人の欲望の中心を担ってきました。全体に占める割合が多い分、欲望の総量が下がる中で減少幅も大きかったと考えられます。

反対に、探求&創造の欲望である「5.腕を磨いたから、腕試し欲望」については前回比18ポイント増、承認&優越の欲望である「1.他人という鏡に映した欲望」は前回比5ポイント増となるなど、計4つの欲望が増加し、消費者の欲望が移り変わる様子が明らかになりました。特に「挑戦したい・成長したい」「何かを創りたい」などスキルアップや自己投資に対する欲望である「5.腕を磨いたから、腕試し欲望」は、前回まで減少傾向が続いていた中で上昇に転じたこともあり、2022年5月以来4年ぶりに「3.心身平常運転の欲望」を上回りました。今後の消費をけん引する欲望として注目されます。

「自由でいたい・縛られたくない」「健康でいたい・健康になりたい」という欲望は、コロナ禍後の消費行動をけん引してきましたが、今回の結果からは、暮らしや日常を守るための基盤づくりではなく、探求や承認といった暮らしを彩るもの・コトにお金を使いたいという消費者の気持ちがかがえます。例えば、昨今流行しているシール収集も、単に集めることが目的ではなく、自分の感性を編集し、友人関係の中で交換し、SNS 上で見せるための自己表現手段になっていると解釈することができます。

〈2026年5月調査における「欲望未来指数」と「11の欲望」の推移〉（）内は前回比増減

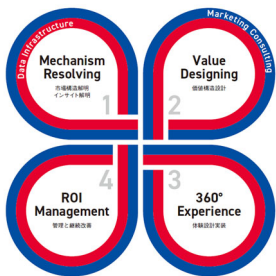


2023年11月より15~19歳を調査対象に追加したため、2023年5月以前の数値は参考値。2024年3月の「11の欲望」のリニューアルを踏まえ、過去の指数も算出。

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	250.0	234.0	
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	2025/11	2026/5	推移
他人という鏡に映した欲望	77	85	85	79	88	80	132	115	136	126	128	133	
無理のない自由への欲望	706	731	767	770	779	889	920	862	860	847	846	801	
心身平常運転の欲望	408	416	411	451	475	531	576	521	531	518	518	478	
わたしの役割でつながる欲望	133	138	181	202	174	233	222	211	223	248	216	218	
腕を磨いたから、腕試し欲望	370	383	422	458	438	489	487	482	471	514	460	478	
資本集中型消費欲望	197	205	217	250	265	274	272	276	293	293	273	271	
守りたいものがある欲望	106	136	139	142	123	175	179	157	183	184	172	160	
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	64	64	
ホントはダメだけど、だって欲望	424	466	519	547	534	604	632	607	608	629	609	607	
愛がなくちゃね欲望	55	53	58	66	70	87	92	92	95	99	90	94	
あつ、コレわたしっほい欲望	208	225	218	216	240	253	265	254	269	281	284	280	

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。

電通と電通マクロミルインサイトは、これまでの調査データから見てきた消費者の変化を読み解くとともに、AI によって効率化や最適化が進む時代だからこそ、人を本当につき動かす“欲望”をどう捉えるのか、消費者の“欲望”の現在地とこの先の展望を考察する無料ウェビナー「心が動く消費調査から見る消費と欲望の5年変化」を7月8日（水）13:00～14:00に開催します。詳細・お申し込みについては以下をご覧ください。（申し込み締め切り：7月6日（月）14:00）<https://www.dm-insight.jp/seminar/ddd260708/>



「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12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：2026年5月13日（水）～5月16日（土）
- ・調査主体：株式会社電通 DENTSU DESIRE DESIGN
- ・調査委託先：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 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・刺激を受けたりなど、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。
- ※3 2024年3月22日発表：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、内田、山中

Email : [koho@dentsu.co.jp](mailto:koho@dentsu.co.jp)

【事業に関する問い合わせ先】

株式会社電通 DENTSU DESIRE DESIGN  
千葉、松本

Email : [ddd-project@dentsu.co.jp](mailto:ddd-project@dentsu.co.jp)