

# 静岡経済研究所 NEWS RELEASE

一般財団法人静岡経済研究所  
理事長 鈴木一雄  
静岡市葵区追手町1-13  
TEL 054-250-8750  
FAX 054-250-8770

## 盛り上がり欠ける県内消費を検証する

- 県民総生産の6割を占める「個人消費」に力強さが感じられない。県民を対象に実施したアンケート調査をもとに、下記の6つの観点から消費が盛り上がらない要因を検証した。
- 県民の節約姿勢が恒常化する背景には、家計の経済力低下もさることながら、欲しいモノ自体の減少や選択肢の多さに対する疲れ、生活上の不安の高まりといった要因も影響している。とくに高齢世代には、消費抑制につながる意識・行動がみられる。この世代の消費意欲をいかに喚起するか。課題解決先進県・静岡にはこの問いへの対応が求められる。

### 検証1 経済的な苦しさが消費を抑制しているのか

節約意識を維持・強めようとする県民が8割以上を占める。その姿勢は、収入水準はもちろん、「資産状況」と「家計経済力（収入・資産）の変化」に強く影響を受けている。

### 検証2 欲しいもの自体が減っているのか

半数以上が「欲しいと思うものが減った」、4割近くが「選択肢の多さに疲れている」と回答。その結果、以前より買い物が「つまらない」とする県民が4割に上る。

### 検証3 県民の性格が消費抑制を促すのか

県民の性格を、しっかり者の「リーダー型」、協調性に富む「フォロワー型」、職人気質の「ストイック型」、没個的な「流れ雲型」に分類。このうち節約志向が強い「リーダー型」は、「品質」「安全・安心」「健康」を重視する傾向がみられる。

### 検証4 不安が消費を抑制しているのか

生活上の不安が消費を委縮させる傾向がみられる。「税金や社会保険料の増加」「収入の減少、失業」とともに、「家族の健康」に対する不安が節約意識を強めている。

### 検証5 消費行動が抑制的になっているのか

購入前に価格の比較やネット上の口コミなどを丹念にチェックし、良品なら高くとも買いたいと考えつつも、セールなどで割安に購入する姿が浮かび上がる。購入後に「できるだけ使い続ける」ことも、消費には抑制的に働く。

### 検証6 レンタル・リース、中古品購入が影響しているのか

県民の「所有」に対するこだわりは根強いが、中古品売買はネットとの親和性が高く、シェアリングの広がりとともに、既存の消費市場に影響を与える可能性がある。