

2022年5月31日

物価上昇による 県内消費への影響を探る

「静岡県民の消費実態」アンケート調査結果

身近な商品やサービスで値上げが相次ぎ、消費者物価が上昇している。静岡経済研究所（理事長 馬瀬和人）では、県民を対象にアンケートを実施し、物価上昇への認識やそれに伴う消費行動の変化についてまとめました。

※本件の詳細な調査内容は、「調査月報6月号」に掲載

アンケート調査の概要

- 調査対象：静岡県民 1,000 人（世帯として回答） □調査期間：2022 年 4 月 18 日～4 月 25 日
- 調査方法：インターネットによるアンケート（発信・回収は㈱クロス・マーケティングに委託）
- 回答者属性：
 - 〔性別〕 男性 40.8%、女性 59.2%
 - 〔年齢〕 20 歳代、30 歳代、40 歳代、50 歳代、60 歳代 各 20%
 - 〔世帯年収〕 300 万円未満 26.2%、300 万円以上 500 万円未満 28.9%、500 万円以上 700 万円未満 21.1%、700 万円以上 23.8%
 - 〔世帯人数〕 単身 28.7%、2 人 25.9%、3 人 21.2%、4 人以上 24.2%

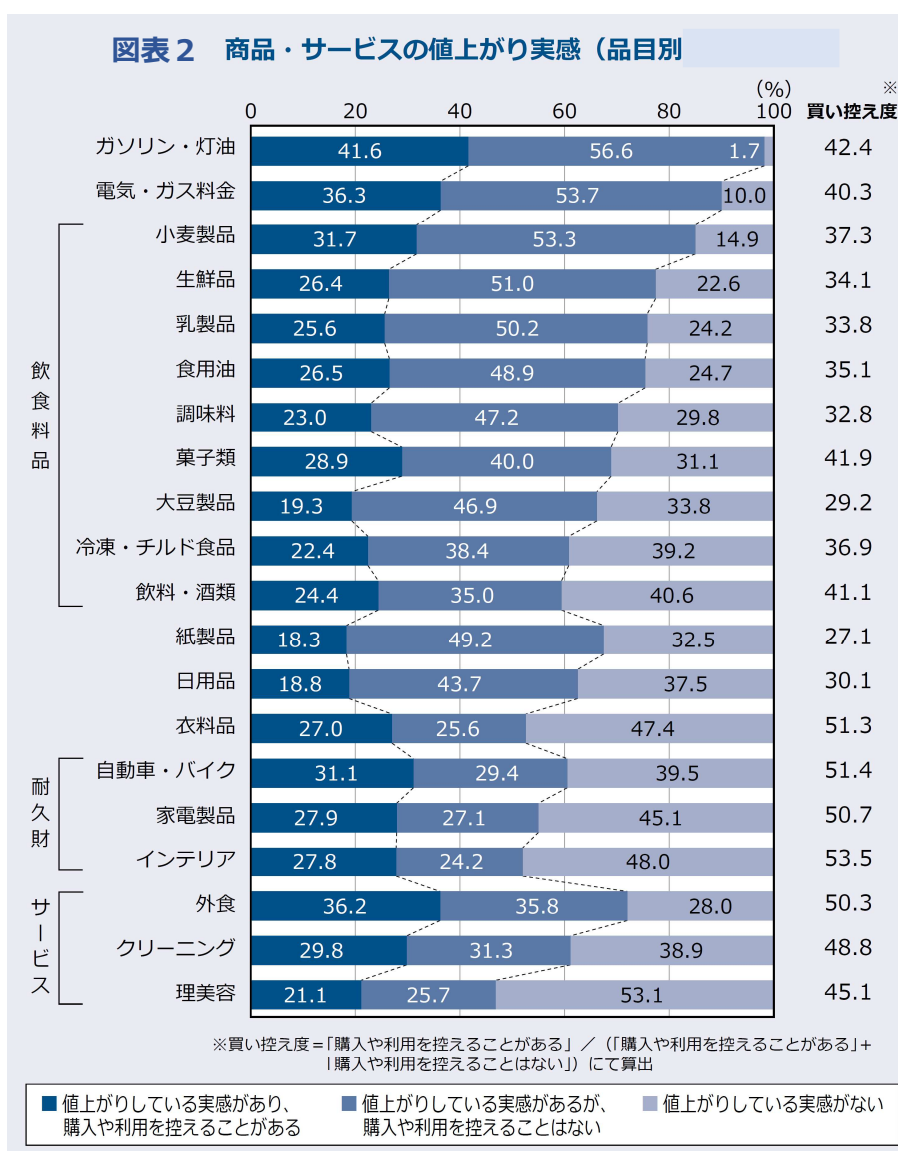
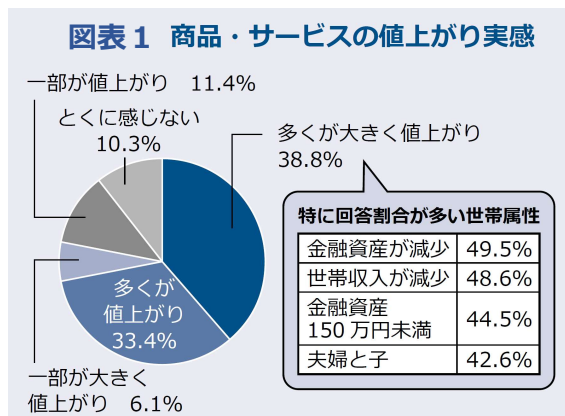
※集計結果は小数点以下第 2 位を四捨五入して表記しているため、合計が 100%にならない場合がある

問い合わせ先：主席研究員 川島 康明
研究員 清 亮介

(1) 県民の9割が値上がりを実感、品目別では、エネルギー、小麦製品で値上がり実感が強い

「とくに感じない」は10.3%と少数にとどまる一方、商品やサービスの「多くが大きく値上がり」(38.8%)、「多くが値上がり」(33.4%)という回答は合わせて7割超、一部で値上がりを実感しているとの回答も含めると、9割の人々が値上がりを肌で感じている(図表1)。

具体的な商品やサービスについて尋ねてみると、値上がりを実感している筆頭に挙げられたのが、『ガソリン・灯油』(98.2%)と『電気・ガス料金』(90.0%)である(図表2)。これらに続くのが、小麦粉や麺類、パンなどの『小麦製品』(85.0%)である。『生鮮品』(77.4%)、『乳製品』(75.8%)や『食用油』(75.4%)でも、4人に3人が値上がりを感じており、日常的に購入する食品関連は実感する割合が軒並み高い。



(2) 必需品の値上がり許容上限は+20%程度

「現在の値段から何パーセント上がったら、購入や利用を控えるか」を尋ね、商品・サービスの品目別に平均値を算出してみた(図表3)。これによると、すでに値上がり実感が大きく必需的な『電気・ガス料金』(+22.0%)『ガソリン・灯油』(+21.7%)とともに、食品では『生鮮品』(+22.0%)で値上げを許容せざるを得ない様子がわかる。『飲料・酒類』『菓子類』『冷凍・チルド食品』などの、嗜好的であったり、調理習慣の違いで買わない世帯もある商品は+10%台だが、他の食品はおおむね+20%と高水準にある。『紙製品』『日用品』では価格が上がっても買わざるを得ない商品が多く、それぞれ+21.6%、+21.1%と高い。

こうした、値上げに対する感応度は世帯属性によって変わる。最も差が生じるのは「金融資産」の多寡であり、たとえば、「150万円以上600万円未満」と「1,200万円以上」の世帯では許容上限が大きく変わる。後者は単価の低い商品の値上げには比較的寛容で、消費財の多くが25%前後なのに対し、前者はすべての品目が10%台にとどまっており、値上げを許容できる余地が小さくなっている様子が鮮明に表れている。

図表3 今後どのくらいの値上げに耐えることができそうか(品目別)

