

2022年12月21日

「県内世帯の消費動向アンケート」調査結果

物価上昇が家計を圧迫、生活レベルの満足度は大幅に低下

静岡経済研究所（理事長 馬瀬和人）では、静岡県内世帯を対象に、家計に関するアンケート調査を実施しましたので、その結果をお伝えします。

なお、本調査は年に1度実施しているものです。

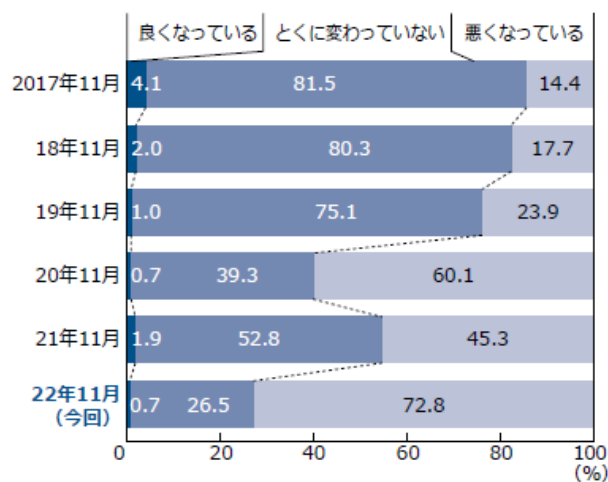
1. 県内世帯の景況感・満足度

前年と比べて景況感は大幅に後退 生活レベルの満足度は過去10年間で最低

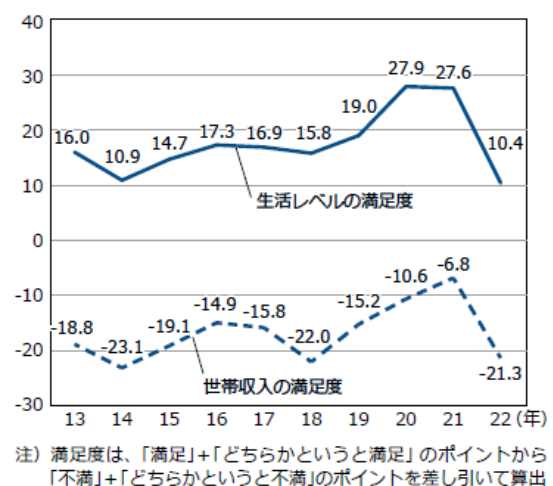
○静岡県内世帯を対象に、最近の景況について尋ねたところ、「悪くなっている」が72.8%に上り、景況感の後退が浮き彫りとなった（**図表1**）。

○世帯収入の満足度は△21.3と、“不満派”（「不満」+「どちらかという不満」）が“満足派”（「満足」+「どちらかという満足」）を大きく上回り、ここ10年間で最高だった前回調査（△6.8）から△14.5ポイント下降した。現在の生活レベルの満足度は+10.4と、“満足派”が“不満派”を上回ったが、世帯収入への不満の高まりにともない、前回調査（+27.6）から△17.2ポイントと急下降した（**図表2**）。

図表1 最近の景況について



図表2 現在の生活レベルと世帯収入の満足度



〈調査概要〉

- ① 調査対象：静岡県内の家計を預かる方1,200名、回答者数1,034名（回収率86.2%）
- ② 調査方法：静岡銀行本支店の顧客に対して店頭または自宅で記入を依頼
- ③ 調査時点：2022年11月
- ④ 回答者の内訳：
 - 〈年齢別〉 20代（5.7%）、30代（9.6%）、40代（21.5%）、50代（47.6%）、60代以上（13.1%）、不明（2.6%）
 - 〈世帯収入別〉 300万円未満（11.6%）、300万円以上500万円未満（12.7%）、500万円以上700万円未満（18.4%）、700万円以上900万円未満（19.7%）、900万円以上1,200万円未満（22.5%）、1,200万円以上（11.9%）、不明（3.2%）

本件のお問い合わせ先：福村 萌

2. 家計支出の動向

家計を引き締める理由として「商品・サービス価格の値上がり」がトップに

○今後1年間の家計支出の見通しについて、「多少引き締め」、「かなり引き締め」の“引き締め意向”は52.7%だった。家計を引き締めたい理由は、「商品・サービス価格の値上がり」(65.8%)が最も多く、前回調査(35.7%)より+30.1ポイントと大きく上昇した(図表3)。

○値上がりが特に家計に響く費目をみると、「毎日の食費」の値上がりが家計への打撃があるとの回答が9割を超えた(図表4)。水道料金や電気料金といった「水道・光熱費」が82.6%、「交通費(ガソリン代など)」が75.4%と続いた。

図表3 家計を引き締めたいと考える理由(複数回答)

		(%)						
		商品・サービス価格の値上がり	将来に備えた貯蓄の増加	手取り収入の減少	教育費・ローン等の負担の増加	医療・介護等の負担の増加	コロナに対する不安	特にほしいものがないため、必要なもの以外は買わない
前回全体		35.7	43.4	44.1	42.9	18.0	12.7	8.7
全体		65.8	38.7	34.8	32.9	17.7	7.5	1.7
年代	30代以下	69.2	53.8	21.2	30.8	1.9	3.8	0.0
	40代	69.8	35.3	20.7	64.7	11.2	5.2	0.9
	50代	62.6	39.9	38.5	27.3	18.3	7.9	1.8
	60代以上	68.5	32.9	53.4	2.7	32.9	12.3	4.1

図表4 過去一年間に支出を節約(充実)してきた項目、今後節約(充実)したい項目

費目	値上がりが特に家計に響く(%)	節約した・節約したい		充実させた・充実させたい	
		節約した費目	節約したい費目	充実させた費目	充実させたい費目
毎日の食費	92.7	42.6	31.8	27.9	19.8
水道・光熱費	82.6	29.1	11.7	3.3	1.4
交通費(ガソリン代など)	75.4	5.1	2.6	6.8	1.9
外食費	46.7	40.6	34.1	17.5	16.5
通信費	45.0	5.9	5.6	6.2	2.5
衣料品購入費	40.8	21.5	16.6	7.0	5.4
耐久消費財購入費	40.6	7.2	9.0	15.2	8.5
保険・医療・介護費	27.6	2.1	1.7	8.2	3.5
旅行関連費	26.0	27.6	10.8	19.6	47.1
子どもの教育費	22.3	0.6	1.4	22.1	19.5
趣味・娯楽費	21.1	11.9	7.8	18.1	24.6
住居関係費	16.1	1.9	3.2	8.5	6.6
交際費(贈答品・付き合い)	12.2	8.0	4.9	7.3	6.5
家族の小遣い	-	2.2	1.8	2.2	1.1

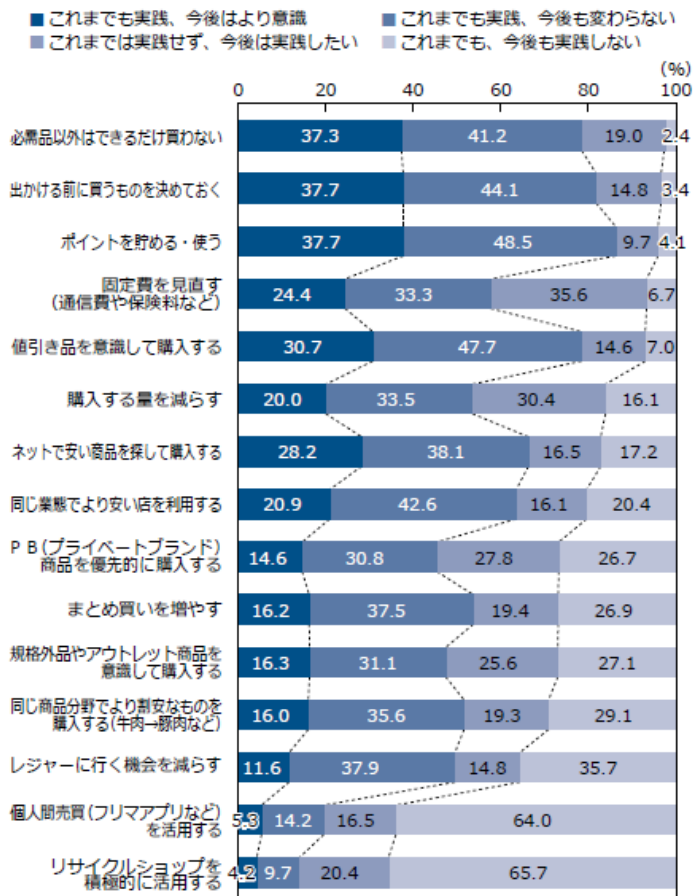
3. 物価上昇やコロナ禍が消費行動に与えた影響

厳選購入や“ポイ活”、キャッシュレス決済が定着

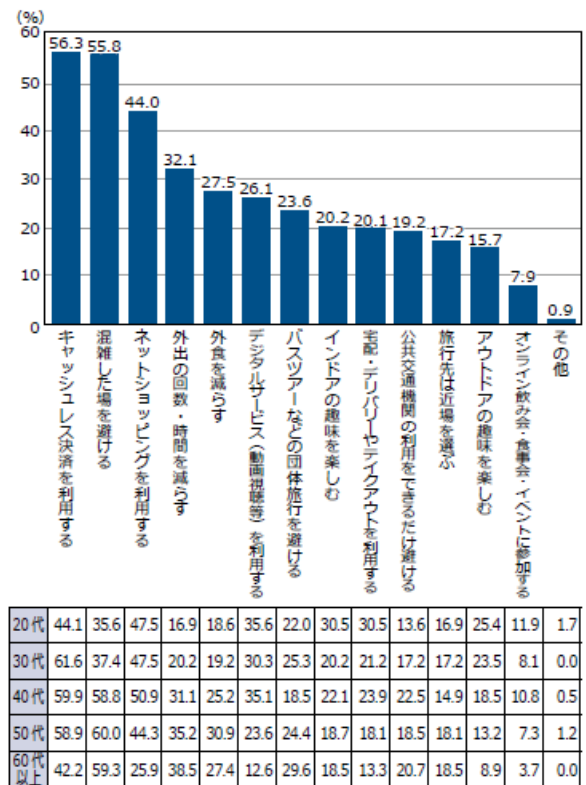
○各種商品の値上がりが家計に大きな打撃を与える中、県内世帯の消費行動はどう変わっているのか尋ねたところ、「必需品以外はできるだけ買わない」や「出かける前に買うものを決めておく」、「ポイントを貯める・使う」は8割前後が実践しており、“今後実践したい”まで含めると9割を超える（図表5）。

○コロナ禍で定着した消費・生活スタイルを尋ねたところ、トップに挙げられたのは「キャッシュレス決済を利用する」（56.3%）であった（図表6）。次いで「混雑した場を避ける」（55.8%）だが、50代以上の世代でこの行動が定着するという回答が60%前後と多いのが目立つ。

図表5 物価上昇に伴う消費行動の変化



図表6 コロナ禍を受けて定着した消費・生活スタイル (複数回答)



4. まとめ

○景況感は前年に比べて大幅に後退し、それにともない生活レベルの満足度は過去10年で最低となった。さまざまな商品の値上げで支出が増加する中で収入が増えず、家計の圧迫感が高まる一方で、引き締める意向がますます強まっており、節約行動がますます顕在化すると考えられる。県内事業者は、県内世帯の価値観や行動の変化に機敏に対応するための創意工夫が求められる。