

2023年12月25日

「県内世帯の消費動向アンケート」調査結果

商品値上げが引き続き家計の重荷となるも レジャーを中心に消費活性化の兆し

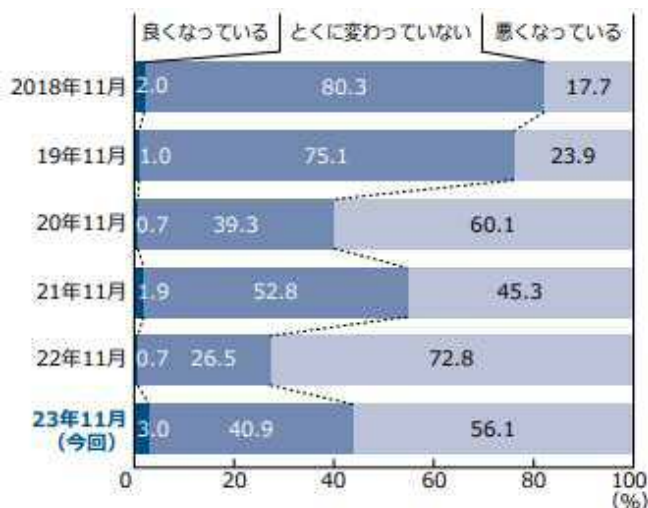
静岡経済研究所（理事長 馬瀬和人）では、静岡県内世帯を対象に、家計に関するアンケート調査を実施しましたので、その結果をお伝えします。なお、本調査は年に1度実施しているものです。

1. 県内世帯の景況感・満足度 景況感は厳しいながらも持ち直しの兆し 生活レベルの満足度はやや上昇

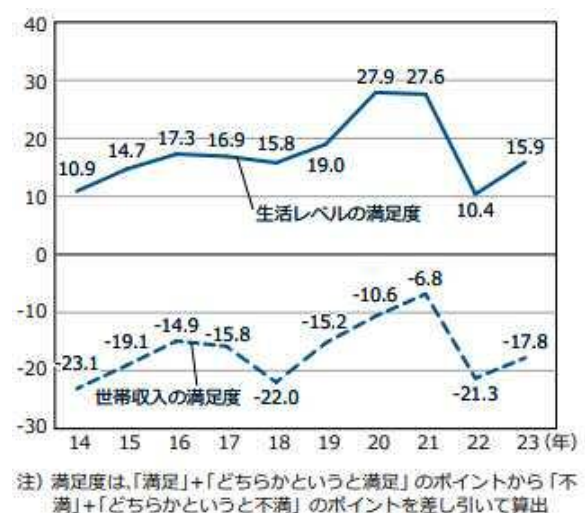
○静岡県内世帯を対象に、最近の景気について尋ねたところ、「悪くなっている」が56.1%と過半数を占めた（[図表1](#)）。前回調査と比べると△16.7ポイント減少し、代わりに「とくに変わっていない」、「良くなっている」が増加しており、景況感の厳しい見方は変わらないが、わずかに持ち直しの兆しもみられる。

○世帯収入の満足度は△17.8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」）を大きく上回るものの、前回調査（△21.3）に比べると+3.5ポイント上昇した（[図表2](#)）。一方、生活レベルの満足度は15.9と、満足派が不満派を上回り、前回調査（+10.4）から+5.5ポイント上昇した。

図表1 最近の景気について



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1,070名（回収率89.2%）
- 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：2023年11月
- ④ 回答者の内訳：
 - 〈年齢別〉 20代（9.4%）、30代（13.3%）、40代（20.0%）、50代（44.3%）、60代以上（12.9%）、不明（0.1%）
 - 〈世帯収入別〉 300万円未満（8.8%）、300万円以上500万円未満（13.6%）、500万円以上700万円未満（18.1%）、700万円以上900万円未満（20.7%）、900万円以上1,200万円未満（24.3%）、1,200万円以上（12.2%）、不明（2.2%）

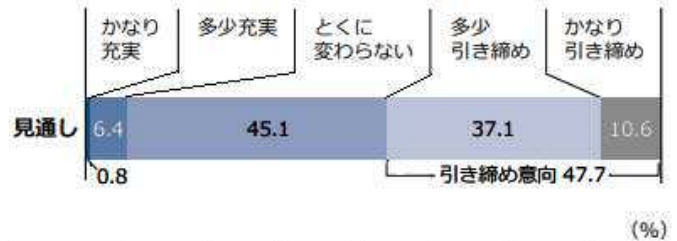
本件のお問い合わせ先：勝又 斗紀夫

2. 家計支出の動向 家計引き締めの主因は根強い「商品・サービス価格の値上がり」

○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47.7%だった（図表3）。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」（68.6%）が引き続き突出した。

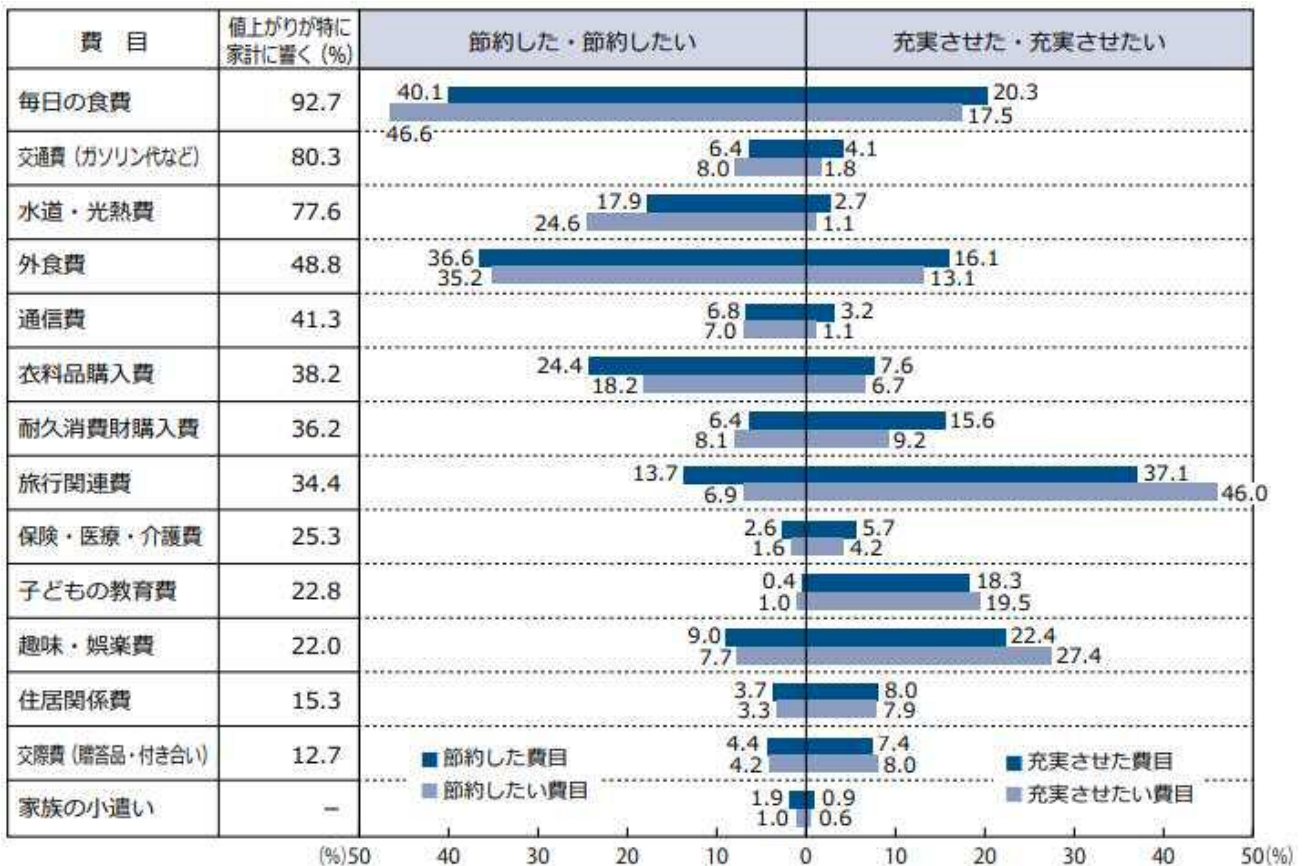
○今後1年間で“充実させたい”費目は「旅行関連費」（46.0%）や「趣味・娯楽費」（27.4%）が上位で、コロナに対する不安が払拭され、旅行や趣味といったレジャーを楽しむ消費者がさらに増えると予想される（図表4）。一方、“節約したい”意向は「毎日の食費」（46.6%）や「外食費」（35.2%）、「水道・光熱費」（24.6%）、「衣料品購入費」（18.2%）などで強く、物価上昇を受けて身の回りから出費を抑えようという意識が感じられる。

図表3 今後1年間の家計支出の見通しと引き締め理由



引き締め理由	(%)						
	商品・サービス価格の値上がり	将来に備えた貯蓄の増加	教育費・ローン等の負担の増加	手取り収入の減少	医療・介護等の負担の増加	コロナに対する不安	特に欲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	65.8	38.7	32.9	34.8	17.7	7.5	1.7
全体	68.6	36.9	36.1	34.9	16.0	1.4	1.0
年代	30代以下	79.6	53.8	40.9	17.2	4.3	1.1
	40代	64.9	29.7	66.7	15.3	9.0	0.0
	50代	65.7	37.3	28.4	41.1	18.6	1.7
	60代以上	70.1	23.9	6.0	70.1	34.3	3.0

図表4 過去1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



3. レジャー消費の動向 アフターコロナで広がるレジャー需要

○アフターコロナのレジャー消費の動向についてみると、この1年間の実施率は、「外食」（90.6%）が群を抜いて多く、以下、「県外旅行」（63.0%）、「飲み会やパーティー」（54.2%）、「県内旅行」（52.3%）などとなった（図表5）。「外食」はすべての世代で8割を超えており、手軽で身近な楽しみとして復活する一方、コロナ禍で制約を受けた「県外旅行」や「飲み会やパーティー」は、30代以下の若者を中心に実施率が高く、自由を楽しもうとする様子がみられる。

○今後1年間の実施意向については、「外食」（58.1%）、「県外旅行」（57.2%）が上位を占めるが、過去1年間の実施率からの増加幅をみると「海外旅行」が+21.5ポイントと最も大きく、海外旅行の需要回復も見込まれる。

図表5 各レジャーの今年の実施状況、今後の実施見込み



4. まとめ

○2023年も急速な物価上昇による家計の圧迫が続いた。そのため、家計の引き締め意向は強く、衣食費を中心とした切り詰めに加えて、ポイ活などの節約行動により家計の収支バランスを保とうとする状況にある。一方で、コロナ禍という重荷は取れ、自粛を余儀なくされていたレジャー需要は回復傾向にあるなど、消費活性化の兆しも見える。一段と多様化が進む消費者の心理、行動を注視していくことが重要といえる。