

2025年12月22日

「県内世帯の消費動向アンケート」調査結果

# 景況感は改善しつつも、消費に慎重なスタンス強まる

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、世帯消費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。

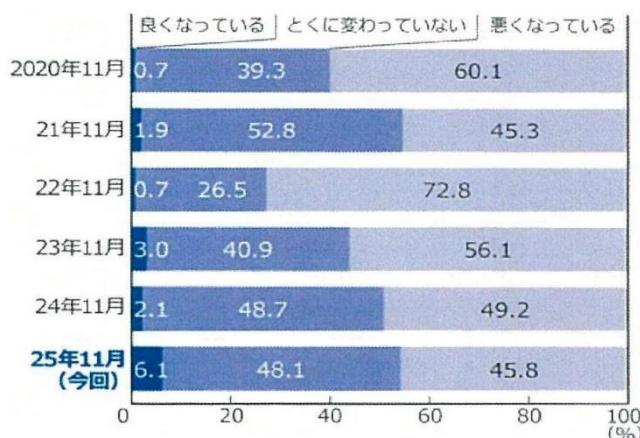
## 1. 景況感・満足度

収入が上向き、県内世帯の景況感は改善 生活レベルの満足度は4年ぶりの高水準

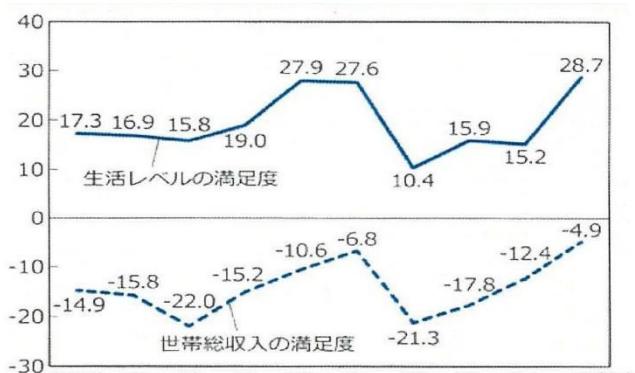
○静岡県内世帯を対象に、最近の景気について尋ねたところ、最も多回答は「とくに変わっていない」の48.1%で、4年ぶりに「悪くなっている」（45.8%）を上回った（図表1）。また、「悪くなっている」が徐々に減少する一方で、「良くなっている」は6.1%と前年に比べて+4.0ポイント増加し、景況感は少しづつ改善している。

○世帯総収入の満足度は△4.9とマイナス域にあるが、前年に比べて+7.5ポイントと、3年連続で上昇した（図表2）。一方、生活レベルの満足度は+28.7と、前年に比べて大きく上昇（+13.5ポイント）し、4年ぶりの高水準となった。

図表1 最近の景気について



図表2 現在の世帯総収入と生活レベルの満足度



注）満足度は、「満足」+「どちらかというと満足」のポイントから「不満」+「どちらかというと不満」のポイントを差し引いて算出

## 〈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 1,106 名（回答率：92.2%）

② 調査方法：静岡銀行県内店舗の店頭および自宅で調査

③ 調査時点：2025年10～11月

④ 回答者の内訳：

（年齢別） 20代（10.8%）、30代（10.5%）、40代（19.7%）、50代（38.8%）、60代以上（20.1%）

（世帯収入別） 300万円未満（5.0%）、300万円以上500万円未満（13.3%）、

500万円以上700万円未満（18.7%）、700万円以上900万円未満（18.4%）、

900万円以上1,200万円未満（24.3%）、1,200万円以上（20.3%）

端数処理のため、合計が100%にならない場合がある

本件のお問い合わせ先：富田 洋一

## 2. 世帯支出の動向

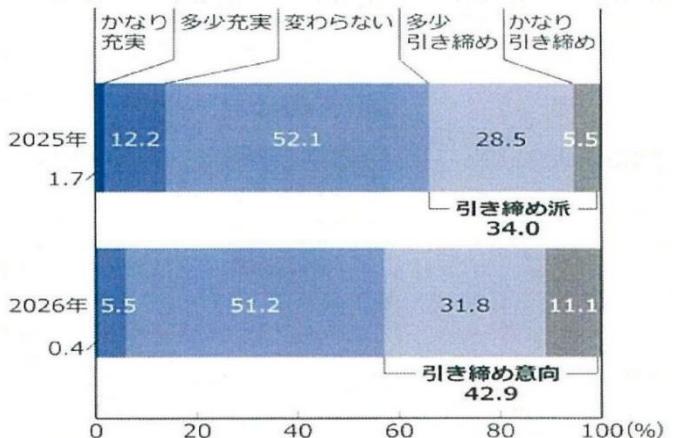
### 世帯支出は引き締めスタンス 「毎日の食費」や「外食費」は5割前後が節約

○世帯支出をみると、2025年は「変わらない」が52.1%と半数を占めた。「多少引き締め」と「かなり引き締め」を合わせた“引き締め派”は割合が34.0%と、世帯総収入が減少した割合（17.5%）を上回った（図表3）。

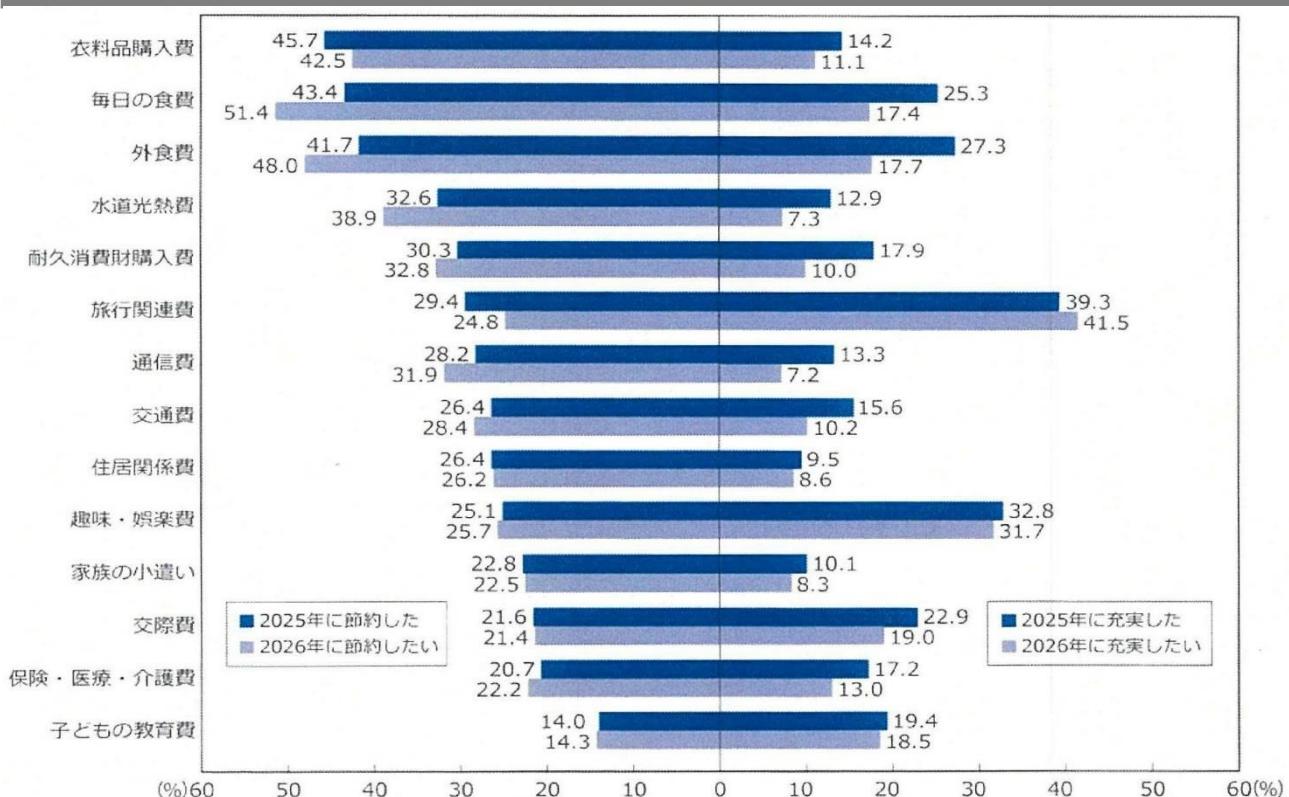
○2026年の世帯支出の見通しは、「変わらない」が51.2%で最も多いが、「かなり引き締め」が11.1%と、25年に比べて+5.6ポイント増加して“引き締め意向”の割合が42.9%となり、25年（34.0%）よりも支出を抑えようとする割合が増える。

○2026年に“節約したい”費目は「毎日の食費」が51.4%（25年比+8.0ポイント）、「外食費」が48.0%（同+6.3ポイント）と半数前後を占め、「水道光熱費」も38.9%（同+6.3ポイント）で、前年を大きく上回り、日常的な支出を“節約したい”という意向が25年よりもさらに強まるとみられる（図表4）。一方で、“充実したい”費目は、「旅行関連費」の41.5%（同+2.2ポイント）が唯一前年を上回るのみで、その他の費目は、前年の“充実した”よりも割合が減っている。

図表3 2025年と2026年の世帯支出のスタンス



図表4 2025年2026年の支出で、節約した(したい)項目と、充実した(したい)項目



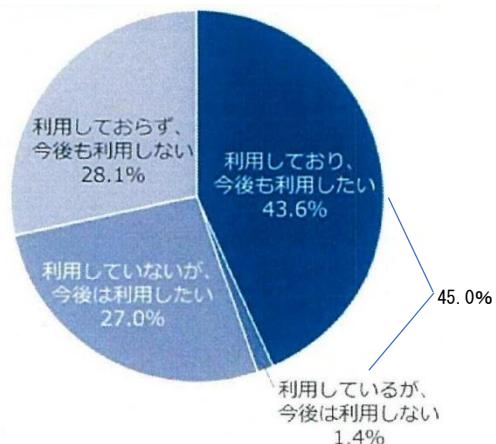
### 3. 多様化する消費のかたち

#### 県民の4割が利用する、ふるさと納税とリサイクル売買

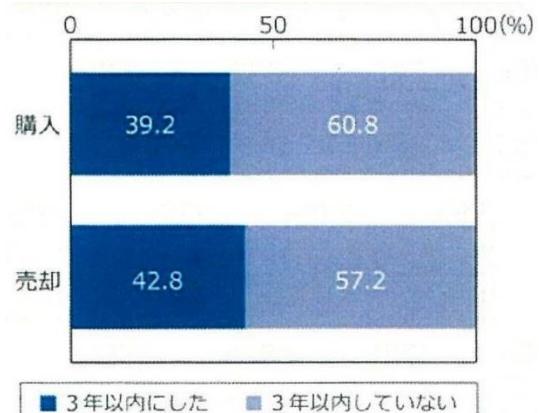
○県内で、ふるさと納税を「利用している」世帯は45.0%で、返礼品は県外の商品が選ばれやすく、「県外／肉類」(43.6%)、「県外／魚介類」(41.8%)、「県外／果物、菓子」(40.2%)が4割を超える(図表5)。県内では、富士市や富士宮市の紙製品が含まれる「日用品・雑貨」と、焼津市や静岡市のマグロなどが含まれる「魚介類」(10.7%)が1割を超えた。

○県内世帯のリサイクル品(中古品)の売買状況は、「3年以内に購入した」が39.2%、「3年以内に売却した」が42.8%と、約4割が売買を経験している(図表6)。品目群別にみると、古くから流通の仕組みがある「書籍、マンガ」と、季節や流行などに合わせて使い分ける「衣服、カバン、靴、時計、財布など」で約3割の利用がある。

図表5 ふるさと納税の利用状況



図表6 リサイクル品の売買状況



### 4. まとめ

○県内世帯は、総収入の増加や生活レベルの満足度上昇など、若い世代を中心に景気回復の機運が広がっている。しかし、実際の消費行動を費目単位でみると、節約と充実が入り交じりつつ、全体としては、さらに節約志向が強まっている。

○所得が増えても物価が上がり続けているため、購買力が高まっているとは言い難い。しかし、日常生活のデジタル化やAIの急速な進展、経験のない猛暑等へのリスク対応など、県民の暮らしにインパクトを与える社会的な変化も少なくないだけに、事業者には、こうした新たなニーズを満たし、生活の豊かさを高める商品やサービスの提供が求められるだろう。