



2023 年 8 月 31 日

広島県内の個人消費の動向について(2023 年 7 月調査)

株式会社ひろぎんホールディングス（社長 部谷 俊雄）は、「広島県内の個人消費の動向」を
とりまとめましたので、お知らせいたします。

以 上

本件に関するお問い合わせ先
株式会社ひろぎんホールディングス
経済産業調査部 経済産業調査グループ
TEL (082) 245-5151 (代表)

広島県内の個人消費の動向

株式会社ひろぎんホールディングス経済産業調査部では例年1月と7月の2回、広島県内在住の男女2,000人を対象に「個人消費の動向」についてアンケート調査を実施している。

今回の調査では、定例の家計収入や消費支出の動きに加えて、アフターコロナ下での消費行動や物価高の影響などについて調査した。

要約

1. 最近半年間の世帯収入が1年前と比べて「増加」した世帯の割合(16.6%)は小幅ながら上昇した。「減少」した世帯の割合(23.2%)が引き続き減少したことから、DI(※)は▲6.6%ポイントと、マイナスながらコロナ禍前の水準(20年1月:▲7.7%ポイント)を回復した。

(※) 世帯収入DI=1年前と比べて世帯収入が「増加した」割合－「減少した」割合

2. 最近半年間の消費支出が1年前と比べて「増加」した世帯は約4割を占め、「減少」した世帯の割合を大きく上回った。支出増加の理由として「物やサービスの値上がり」を挙げる割合は8割を超え、費目別には「水道・光熱費」、「自動車関連費」、「食費(自宅)」の増加が突出している。
3. 最近の自身の行動について、「(おおむね)自由に行動している」とする“行動派”の割合は大きく上昇し、6割台半ばに達した。コロナ禍で大きく落ち込んだ買い物、外食、イベント、旅行といった対面型サービスの利用や行動の回復が顕著である。
4. 物価上昇の中で、家計収支や暮らし向きの実感(暮らしに対する満足度)は「悪くなった」が「良くなった」を大きく上回る状況が続いている。9割を超える人が物価高を負担に感じ、7割近くの人々が今後節約姿勢を強めると回答しており、物価高騰の長期化が個人消費を大きく下押しする懸念がある。

【調査概要】

【調査方法】 調査会社を通じたインターネットによるアンケート調査

【調査時期】 2023年7月14日～18日

【調査対象】 広島県内在住の20歳以上の男女2,064人

【回答者属性】

性別	男性	女性			
人数(構成比)	1,032 (50.0)	1,032 (50.0)			
年代	20代	30代	40代	50代	60代以上
人数(構成比)	234 (11.3)	270 (13.1)	362 (17.5)	314 (15.2)	884 (42.8)

I. 世帯収入の状況

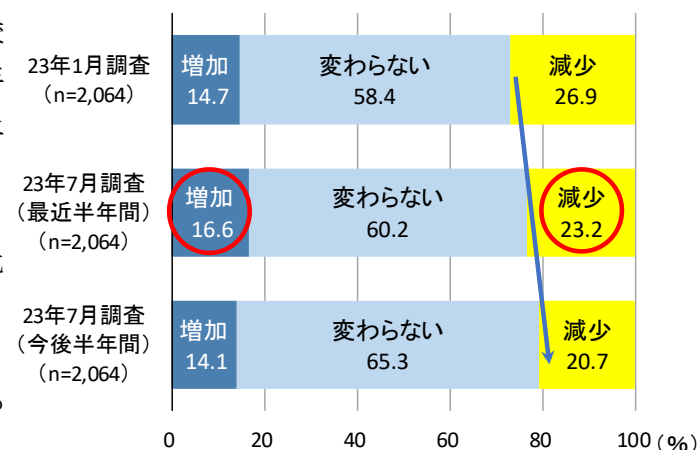
本調査では、23年1～6月を「最近半年間」、23年7～12月を「今後半年間」とし、「最近半年間」は1年前、「今後半年間」は「最近半年間」と比較している。

1. 世帯収入DIはコロナ前水準を回復

最近半年間の世帯収入が1年前と比較して「増加した」世帯は16.6%と、23年1月調査(14.7%)から+1.9%ポイント上昇。一方、「減少した」世帯は23.2%と、▲3.7%ポイント低下した(図表1)。

ただし、今後半年間は、最近半年間と比較して「減少する」とした世帯(20.7%、▲2.5%ポイント)が引き続き低下するものの、「増加する」世帯(14.1%、▲2.5%ポイント)も低下に転じている。

図表1 世帯収入の状況

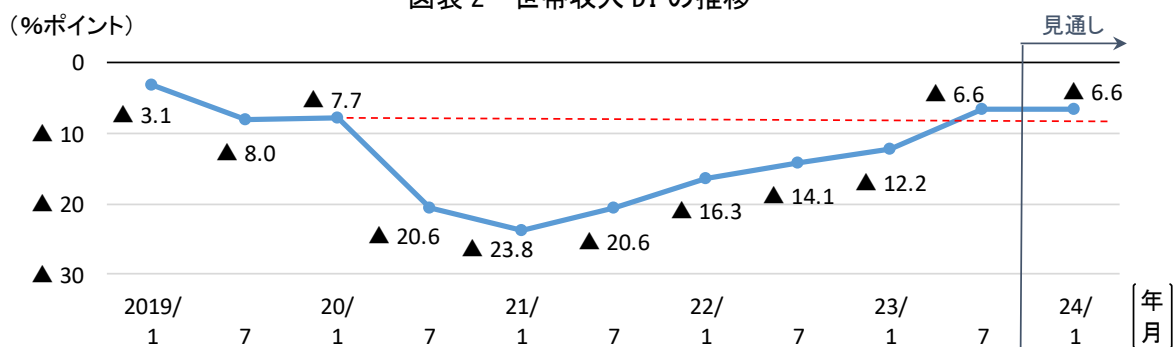


(注) 四捨五入の関係で合計が100%にならない場合がある(以下同様)

世帯収入DIの推移をみると、新型コロナウイルス感染拡大の影響で大きく落ち込んだものの、21年1月調査(▲23.8%ポイント)を底に改善傾向を辿った。因みに、今回23年7月調査では▲6.6%ポイントと依然マイナスながら、コロナ禍前の水準(20年1月調査：▲7.7%ポイント)を回復した(図表2)。

なお、今後半年間の見通しは▲6.6%ポイントと、横這いにとどまっている。

図表2 世帯収入DIの推移



(注) 世帯収入DI=世帯収入が1年前(見通しは半年前)と比べて「増加した(する)」割合-「減少した(する)」割合

世帯収入DIを年代別にみると、最近半年間は20代を除き改善しているが、今後半年間については、上昇・低下にバラツキがみられる(図表3)。

なお、40代以下はプラス圏内、50代以上はマイナス圏内で推移しているが、ライフステージの違いによる側面も強いものと考えられる。

図表3 世帯収入DIの推移【年代別】

(%ポイント)

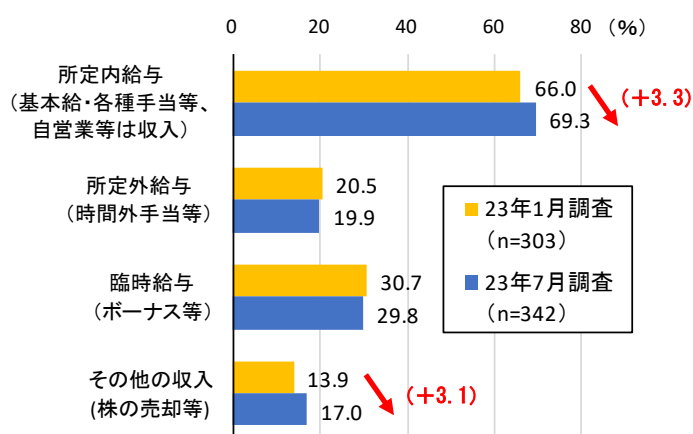
	n	23年1月調査	23年7月調査	
			最近半年間	今後半年間
全体	2,064	▲12.2	▲6.6	▲6.6
20代	234	10.3	6.4	11.1
30代	270	4.4	8.1	3.0
40代	362	▲8.8	1.9	2.8
50代	314	▲13.1	▲7.3	▲12.7
60代～	884	▲24.3	▲17.9	▲16.0

2. 所定内給与等が増加

最近半年間の世帯収入が「増加した」世帯にその内容を尋ねたところ、「所定内給与（基本給・各種手当等、自営業等は収入）」の増加を挙げる割合（69.3%）が引き続き最も高く、23年1月調査（66.0%）から+3.3%ポイント上昇した（図表4）。

また、「その他の収入」（17.0%）を挙げる割合も+3.1%ポイント上昇。具体的に記載のあった内容は「退職金」、「副業収入」等であった。

図表4 世帯収入増加の内容

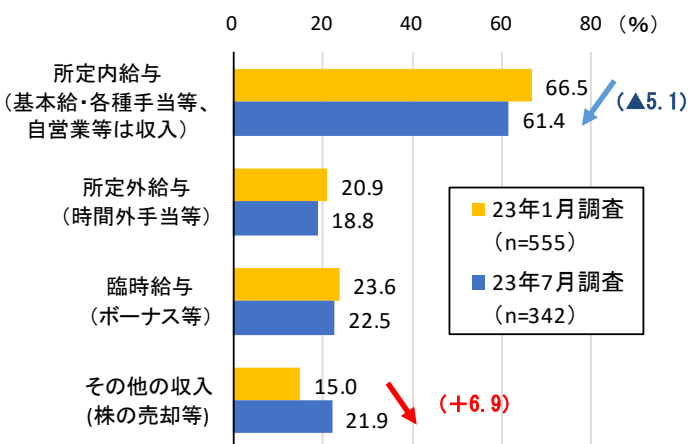


(注1) () 内の数値は23年1月調査と7月調査の差
(注2) 複数回答（あてはまるものを全て）

世帯収入が「減少した」世帯においても「所定内給与等」の減少を挙げる割合（61.4%）が最も高いが、23年1月調査（66.5%）からは▲5.1%ポイント低下した（図表5）。

一方、「その他の収入」を挙げる割合（21.9%）は23年1月調査（15.0%）から上昇した。なお、具体的に記載のあった内容は「（定年）退職」、「転職」、「育児休暇の取得」、「時短勤務への転換」等であった。

図表5 世帯収入減少の内容



(注1) () 内の数値は23年1月調査と7月調査の差
(注2) 複数回答（あてはまるものを全て）

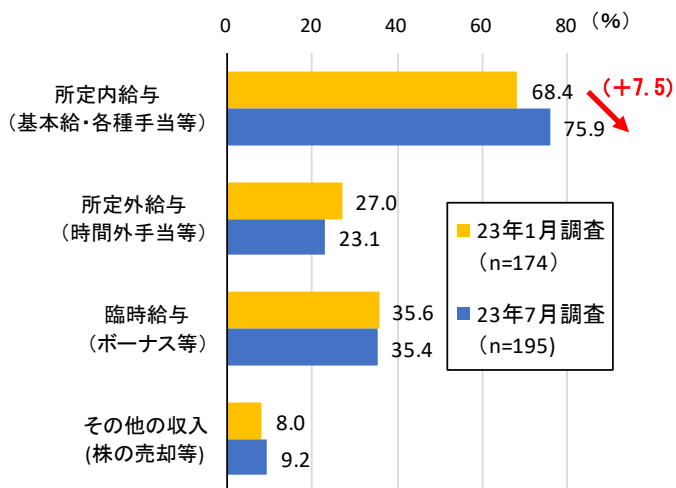
会社員・公務員世帯の収入状況

最近半年間の収入が「増加した」世帯のうち、会社員・公務員の世帯についてその内容を見ると、「所定内給与等」が75.9%と23年1月調査（68.4%）から上昇し、上昇幅（+7.5%ポイント）は全体（+3.3%ポイント）を上回った（図表6）。

今年は、例年を上回る賃上げが見込まれており、そうした動きがある程度反映されたものとみられる。

ただし、ボーナス等の「臨時給与」（35.4%）については横這いとどまった。

図表6 世帯収入増加の内容
(会社員・公務員)



(注1) () 内の数値は23年1月調査と7月調査の差
(注2) 複数回答（あてはまるものを全て）

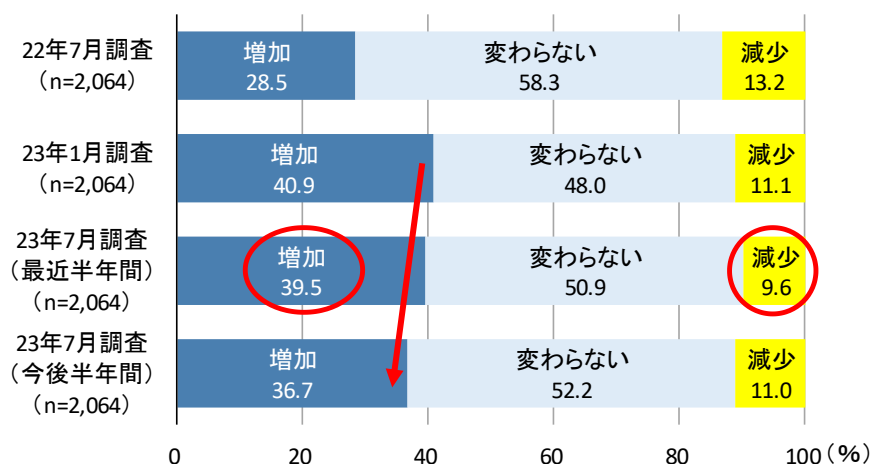
Ⅱ. 消費支出の状況

1. 支出が増加した世帯は引き続き約 4 割

最近半年間の消費支出が1年前と比較して「増加した」世帯は39.5%で、「減少した」世帯(9.6%)を引き続き上回ったが、「増加」世帯(▲1.4%ポイント)、「減少」世帯(▲1.5%ポイント)ともに23年1月調査から幾分低下した(図表7)。

また、今後半年間の消費支出が最近半年間と比較して「増加する」とした世帯の割合(36.7%)は引き続き低下するが、「減少する」とした世帯(11.0%)は上昇に転じている。

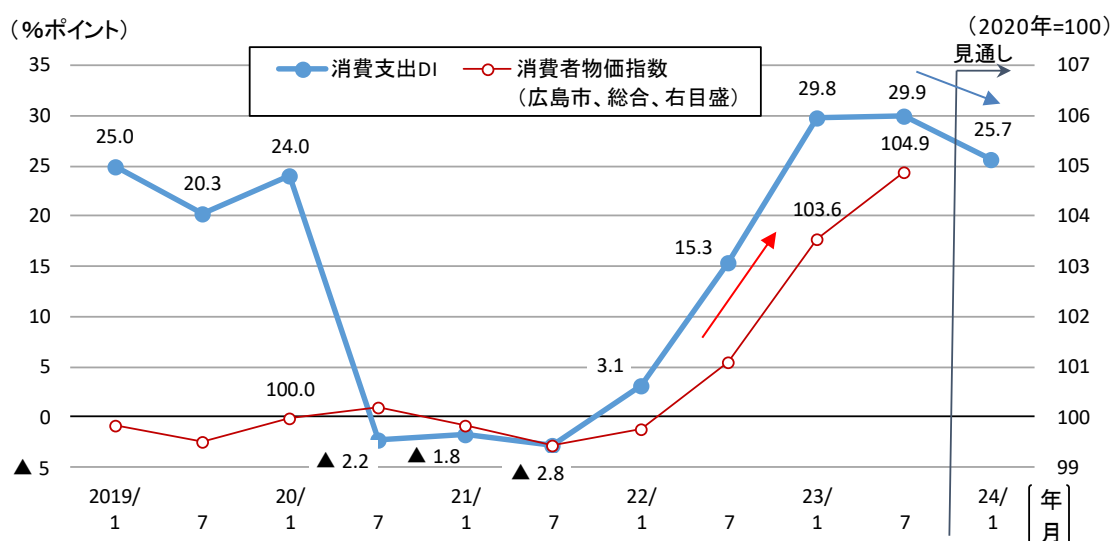
図表7 消費支出の状況



消費支出DIの推移をみると、22年1月調査以降は消費者物価の上昇に連動する形で上昇し、23年1月調査(29.8%ポイント)においてコロナ前の水準を上回った(図表8)。

ただし、今回23年7月調査(29.9%ポイント)では、消費者物価の上昇が続く中、DIは高水準ながら横這いにとどまっており、今後半年間の見通し(25.7%ポイント)は低下に転じている。物価上昇が続く中で、節約意識が強まりつつある可能性がある。

図表8 消費支出DIと消費者物価指数の推移



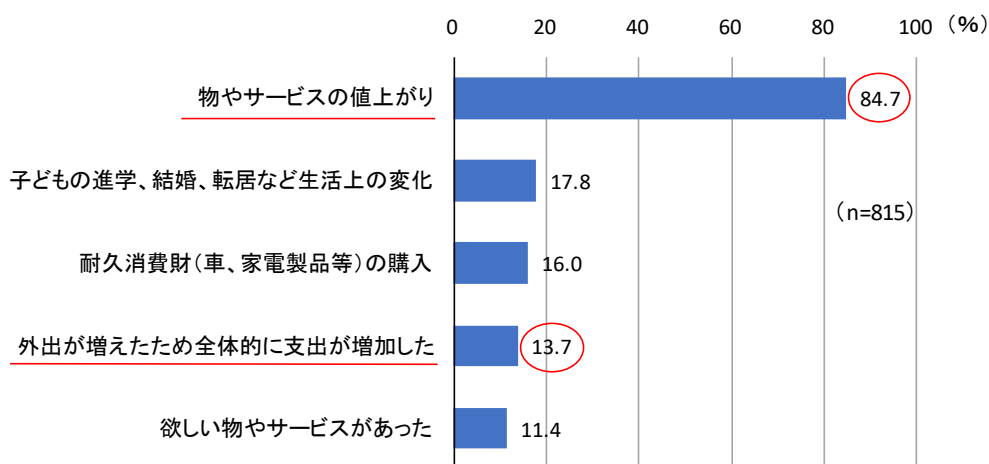
(注) 消費支出DI=世帯支出が1年前(見通しは半年前)と比べて「増加した(する)」割合-「減少した(する)」割合

2. 「値上がり」による支出増加が突出

最近半年間の消費支出が「増加した」世帯では、その理由として「物やサービスの値上がり」を挙げる割合が84.7%と、突出して高い（図表9）。

なお、「外出が増えたため全体的に支出が増加した」（13.7%）を挙げる割合も1割強を占めた。

図表9 消費支出の増加理由【上位5項目】



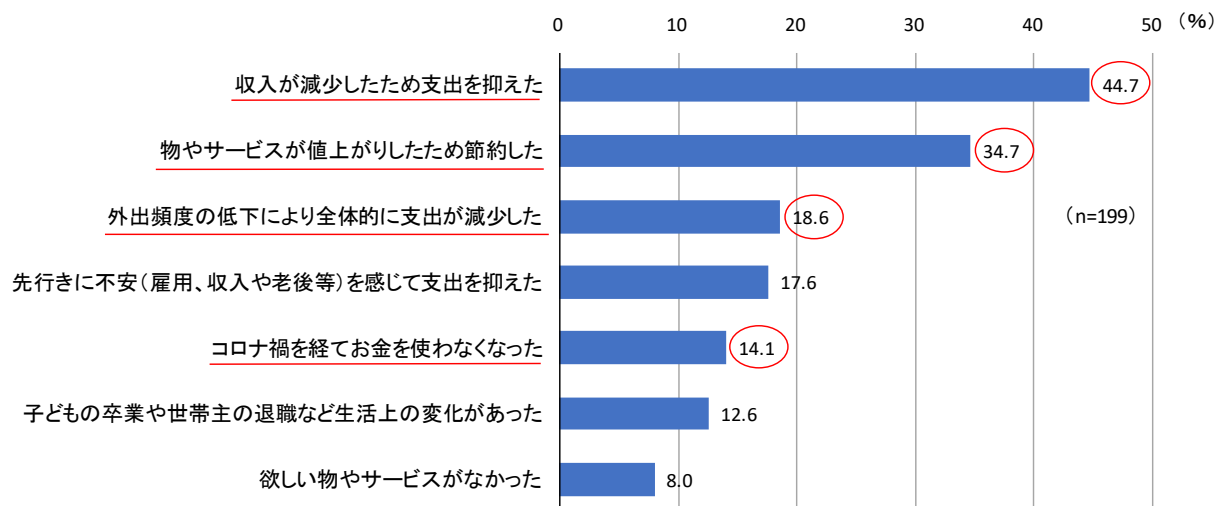
(注) 複数回答 (3 つまで)

3. 支出減少理由は「収入減」と「節約」等

一方、「減少した」世帯では、「収入が減少したため支出を抑えた」を挙げる割合（44.7%）が4割台半ばを占めて最も多いが、「物やサービスが値上がりしたため節約した」（34.7%）を挙げる割合も3分の1を占めている（図表10）。

また、「外出頻度の低下により全体的に支出が減少した」（18.6%）や「コロナ禍を経てお金を使わなくなった」（14.1%）も一定割合を占めており、約3年間のコロナ禍を通じて消費者の行動が変化している可能性もある。

図表10 消費支出の減少理由【上位7項目】



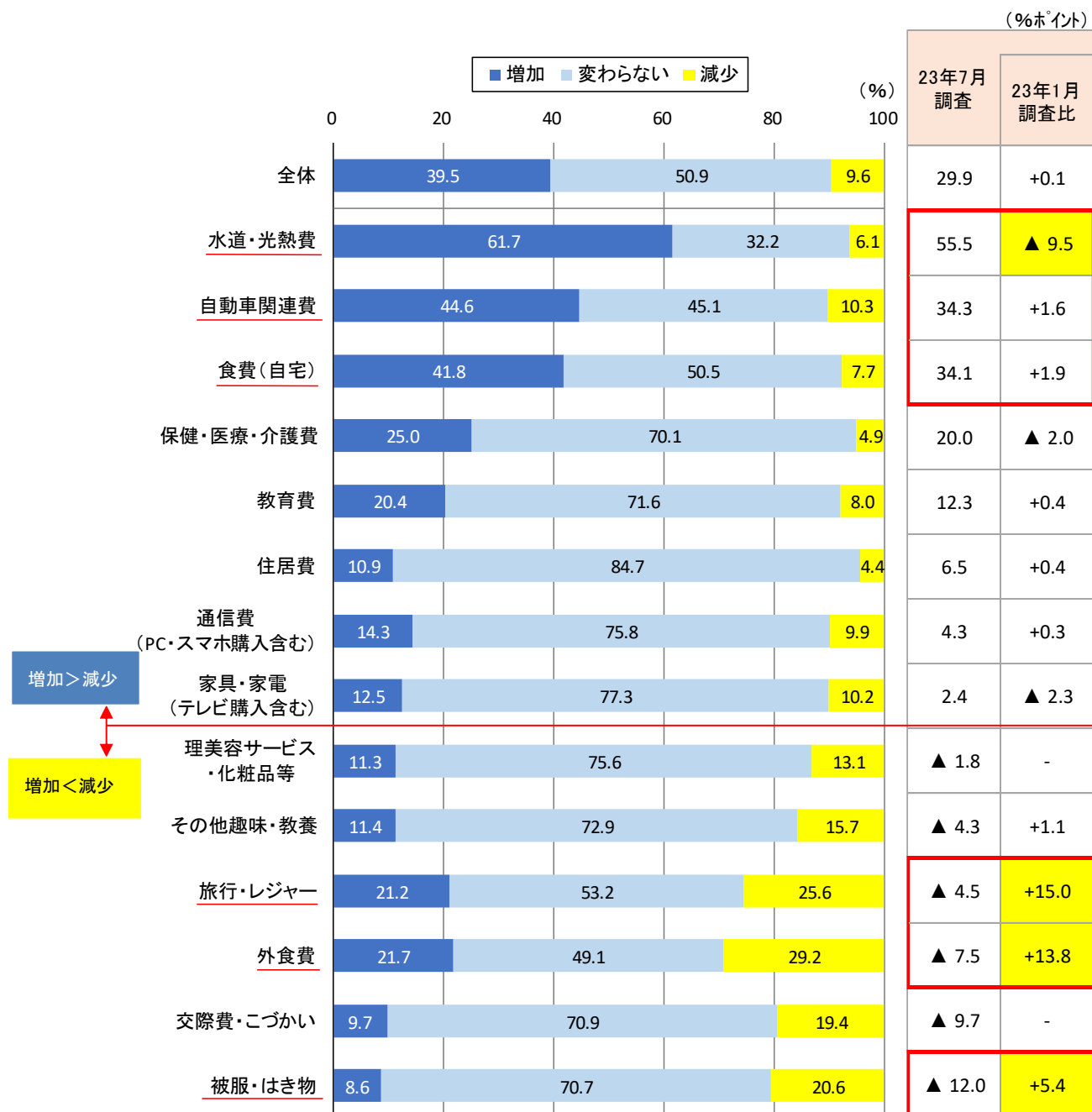
(注) 複数回答 (3 つまで)

4. 「水道・光熱費」、「自動車関連費」、「食費（自宅）」を中心に支出増

最近半年間の消費支出DIを費目別にみると、「水道・光熱費」（55.5%ポイント）、「自動車関連費」（34.3%ポイント）、「食費（自宅）」（34.1%ポイント）の3費目が上位を占めている（図表11）。ただし、「水道・光熱費」は23年1月調査比▲9.5%ポイント低下しており、その要因として、電気・ガス料金にかかる政府の物価抑制策の実施も考えられる。

一方、コロナ影響を大きく受けた「旅行・レジャー」（▲4.5%ポイント）および「外食費」（▲7.5%ポイント）はともにマイナス圏ながら、23年1月調査比2桁の上昇となっており、「被服・はき物」も23年1月調査から上昇した。

図表11 最近半年間の消費支出の状況と消費支出DI【費目別】

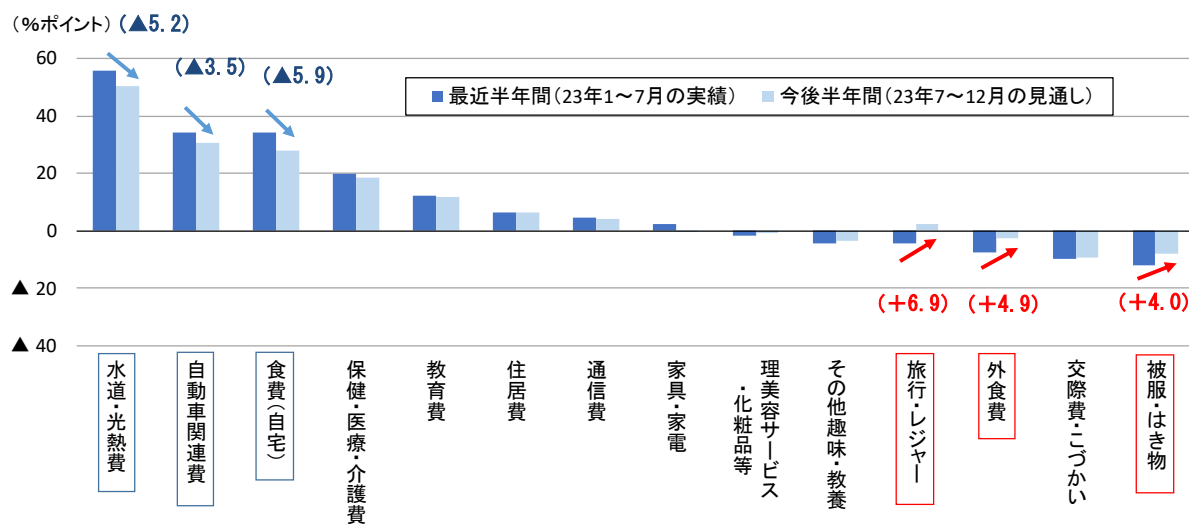


5. 今後、節約姿勢が強まる可能性も

今後半年間の消費支出 DI は「水道・光熱費」、「自動車関連費」、「食費（自宅）」の3費目で引き続き上位を占めるものの、それぞれ水準は低下しており、家計の節約姿勢が強まる可能性がある（図表 12）。

一方、アフターコロナへの移行の中で、「旅行・レジャー」がプラスに転じるほか、「外食費」、「被服・はき物」も引き続きマイナス幅が縮小しているが、家計の節約姿勢が強まれば、こうした選択的支出が優先的に削減されるとみられる。

図表 12 最近半年間と今後半年間の消費支出 DI



(注 1) () 内数値は、今後半年間の消費支出 DI と最近半年間の消費支出 DI の差

(注 2) n=2,064 (「該当なし」を除いて集計)

なお、「旅行・レジャー」、「外食費」、「被服・はき物」について年代別にみると、DI は各年代とも概ね上昇傾向を辿っている（図表 13）。

ただし、「旅行・レジャー」と比較した「外食費」や「被服・はき物」の回復は、50 代以上を中心にやや遅れ気味である。

図表 13 旅行・レジャー、外食費、被服・はき物の消費支出 DI の推移【年代別】

(%ポイント)

	n	旅行・レジャー			外食費			被服・はき物		
		23年1月調査	23年7月調査		23年1月調査	23年7月調査		23年1月調査	23年7月調査	
			最近半年間	今後半年間		最近半年間	今後半年間		最近半年間	今後半年間
全体	2,064	▲ 19.4	▲ 4.5	+2.4	▲ 21.3	▲ 7.5	▲ 2.6	▲ 17.4	▲ 12.0	▲ 8.0
20代	234	+4.6	+10.6	+11.3	+6.1	+7.6	+2.6	+1.4	▲ 3.8	+1.4
30代	270	▲ 4.3	+10.5	+12.7	▲ 5.5	+11.4	+8.2	▲ 9.9	▲ 4.2	+1.9
40代	362	▲ 17.0	▲ 1.6	+1.3	▲ 16.2	▲ 4.7	+1.4	▲ 12.5	▲ 7.7	▲ 1.7
50代	314	▲ 23.2	▲ 13.9	▲ 0.8	▲ 27.9	▲ 9.8	▲ 5.9	▲ 19.9	▲ 13.2	▲ 10.9
60代～	884	▲ 30.1	▲ 11.3	▲ 1.9	▲ 33.9	▲ 18.2	▲ 8.1	▲ 25.6	▲ 17.7	▲ 15.0

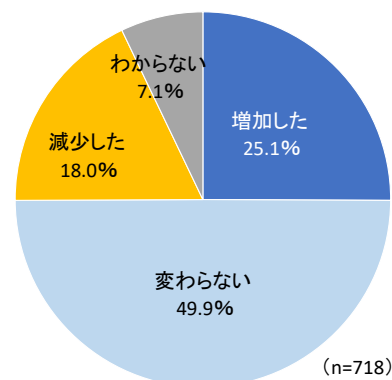
今夏のボーナスの使いみち

【今夏のボーナスは増加が減少を上回る】

会社員および公務員に、昨年夏と比較した今夏のボーナス支給額の増減について尋ねたところ、「増加した」と回答した人が25.1%を占めて「減少した」人(18.0%)を上回った(図表14)。

なお、「変わらない」とする人が約半数を占めて最も多い。

図表14 今夏のボーナスの状況



(注1) 世帯全体ではなく回答者個人への質問

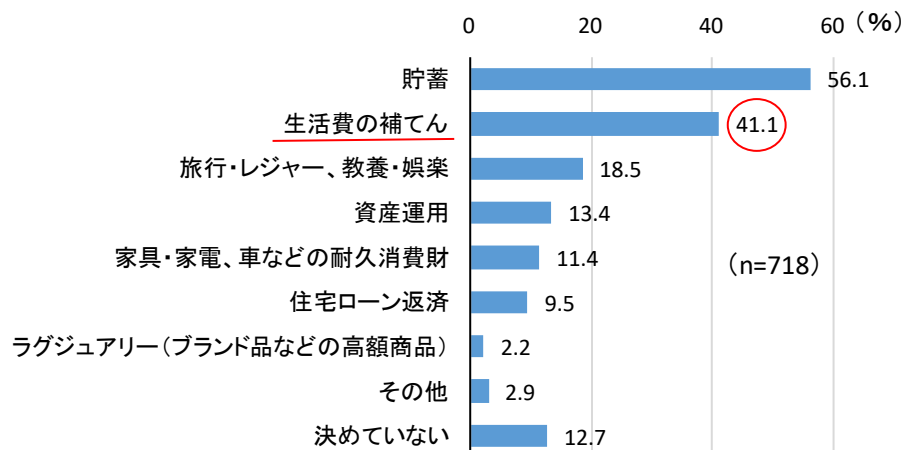
(注2) 支給対象者のみ、見込みを含む

【主な使いみち】

今夏のボーナスの使いみちでは、「貯蓄」を挙げる割合が56.1%を占めて最も多いが、物価上昇の中で「生活費の補てん」(41.1%)も4割を超えた(図表15)。

また、「旅行・レジャー、教養・娯楽」(18.5%)が2割近くを占めたほか、「資産運用」(13.4%)、「耐久消費財」(11.4%)も一定割合を占めた。

図表15 ボーナスの使いみち



(注) 複数回答(主なものを3つまで)

なお、上位5項目について年代別の割合をみると、「貯蓄」は40代以下、「生活費の補てん」は50代以上、「旅行・レジャー、教養・娯楽」および「資産運用」は30代で相対的に高い割合を占めている(図表16)。

図表16 ボーナスの使いみち【年代別・上位5項目】

		(%)				
	n	貯蓄	生活費の補てん	旅行・レジャー、教養・娯楽	資産運用	家具・家電、車などの耐久消費財
全体	718	56.1	41.1	18.5	13.4	11.4
20代	117	65.0	28.2	19.7	9.4	12.0
30代	144	59.0	38.2	22.9	22.9	11.8
40代	171	62.6	41.5	18.7	14.0	8.2
50代	145	51.0	46.2	13.8	11.7	13.8
60代～	141	43.3	48.9	17.7	7.8	12.1

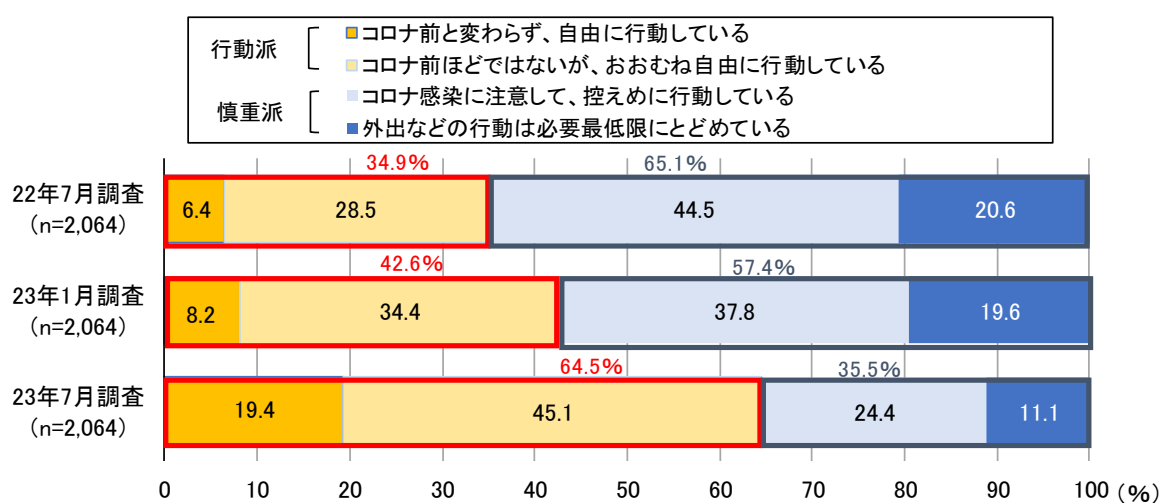
Ⅲ. アフターコロナ下での消費行動

1. “行動派”が6割台半ばに増加

最近の自身の行動について、「コロナ前と変わらず、自由に行動している」(19.4%)と「コロナ前ほどではないが、おおむね自由に行動している」(45.1%)を合わせた“行動派”の割合は64.5%と、23年1月調査(42.6%)から大きく上昇した(図表17)。

ただし、「コロナ感染に注意して、控えめに行動している」(24.4%)と「外出などの行動は必要最低限にとどめている」(11.1%)を合わせた“慎重派”の割合は35.5%と、依然3分の1を占めている。

図表 17 最近の行動姿勢



因みに、“行動派”の割合は、年代が下がるほど高いものの、全ての年代で23年1月調査から大きく上昇している(図表18)。ただし、見方を変えれば、20代でも約8割、60代以上では5割台半ばにとどまっている。

今年5月、新型コロナの感染症法上の位置付けが「5類」へ引き下げられたが、消費者の行動は完全にはコロナ前に戻っておらず、前述の通り、コロナ前から変化している可能性もある。

図表 18 “行動派”の割合【年代別】

		(%, %ポイント)				
	n	22年7月調査	23年1月調査	23年7月調査	23年1月調査比	
全体	2,064	34.9	42.6	64.5	+21.9	
20代	234	53.4	72.6	81.2	+8.5	
30代	270	43.7	48.5	74.4	+25.9	
40代	362	38.1	45.0	71.8	+26.8	
50代	314	33.4	40.4	61.8	+21.3	
60代～	884	26.5	32.7	55.0	+22.3	

2. 買い物、外食、イベント等、旅行は大きく改善

50代以下の人に、旅行やレジャー、外食など11項目に関する最近半年間および今後半年間の利用や行動（頻度）の増減を尋ねた結果が図表19である。

23年1月調査で2桁マイナスであった買い物、外食、イベント等、旅行の行動状況DIはいずれも大きく改善し、今後半年間では殆どがプラスに転じている。中でも、「国内旅行」や「飲み会」、「大規模イベントへの参加」、「大型商業施設での買い物」等は回復が顕著である。一方、フードデリバリーの利用などコロナ禍で拡大したサービスのDIは低下傾向にある。

図表19 行動状況DI【20代～50代】

(%ポイント)

項目 (n=1,180)			23年1月調査	23年7月調査			
				最近半年間	23年1月調査比	今後半年間	23年1月調査比
1	買い物	外出をするための支出（美容、衣料など）	▲ 20.5	▲ 4.5	+16.0	▲ 0.3	+20.3
2		大型商業施設（百貨店・ショッピングモール等）での買い物	▲ 24.5	▲ 6.6	+17.9	6.7	+31.2
3	外食	家族での外食	▲ 20.7	▲ 0.3	+20.3	4.0	+24.7
4		友人や知人などとの食事や飲み会	▲ 32.3	▲ 2.1	+30.2	9.6	+41.9
5	イベント等	スポーツ観戦、コンサートなど大規模イベントへの参加	▲ 22.4	▲ 0.5	+21.9	10.5	+32.9
6		映画館での映画鑑賞	▲ 19.4	▲ 7.1	+12.3	6.5	+25.9
7	旅行	国内旅行	▲ 22.3	▲ 1.6	+20.7	20.2	+42.5
8		海外旅行	▲ 13.1	▲ 6.4	+6.7	5.8	+18.8
9	コロナ禍で拡大	フードデリバリーの利用	▲ 2.1	▲ 6.2	▲ 4.1	▲ 6.4	▲ 4.2
10		飲食店のテイクアウトの利用	3.3	▲ 8.6	▲ 11.9	▲ 5.4	▲ 8.7
11		動画配信、音楽、ゲーム等の定額制サービス（サブスクリプション）の利用	11.2	5.9	▲ 5.3	▲ 0.2	▲ 11.4

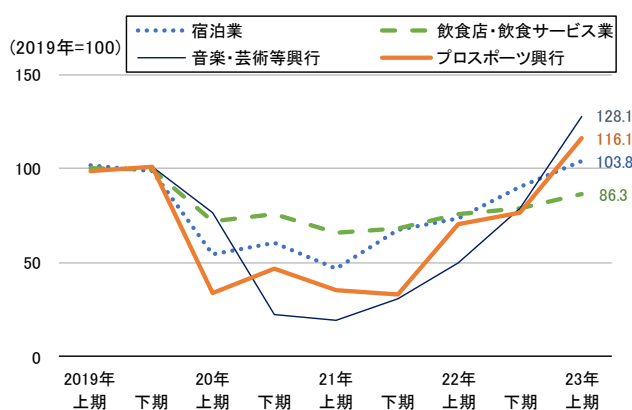
（注）行動状況DI＝利用や行動（頻度）が「増えた（増やす）」割合－「減った（減らす）」割合

対面型サービス業の回復

2019年＝100とした第3次産業活動指数の推移をみると、コロナ禍で落ち込んだ対面型サービスの回復が顕著である（図表20）。

このうち、飲食店・飲食サービス業（23年上期：86.3）は依然回復途上であるものの、とくに音楽・芸術等興行（同：128.1）、プロスポーツ興行（同：116.1）といったイベント関連はコロナ前を大幅に上回って上昇しているほか、宿泊業もコロナ前水準を回復している。

図表20 第3次産業活動指数の推移



（注）上期は1～6月、下期は7～12月
（資料）経済産業省資料より当部作成

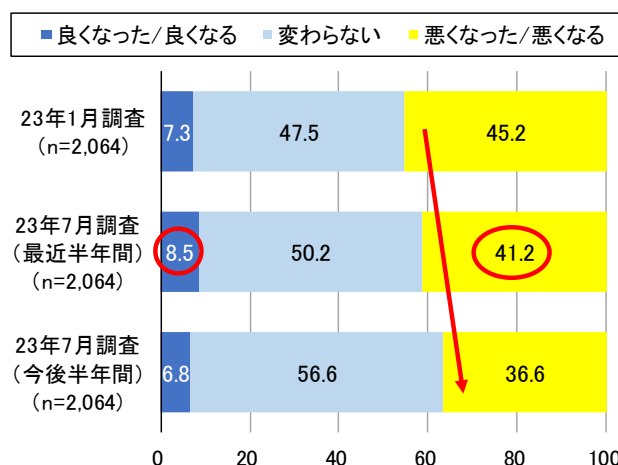
IV. 物価高の影響と今後の消費姿勢

1. 家計収支 DI は改善傾向ながら大幅なマイナス圏内

最近半年間の家計収支(収入－支出)が1年前と比較して「良くなった」世帯の割合(8.5%)は、23年1月調査から+1.2%ポイント上昇。一方、「悪くなった」世帯の割合(41.2%)は▲4.0%ポイント低下し、DIは+5.2%ポイント改善した(図表21・22)。

今後半年間のDIは▲29.8%ポイント(+2.9%ポイント)と引き続き改善するが、年代の高い層を中心に依然大幅なマイナス圏内で推移している。

図表 21 家計収支の状況



図表 22 家計収支 DI の推移【年代別】

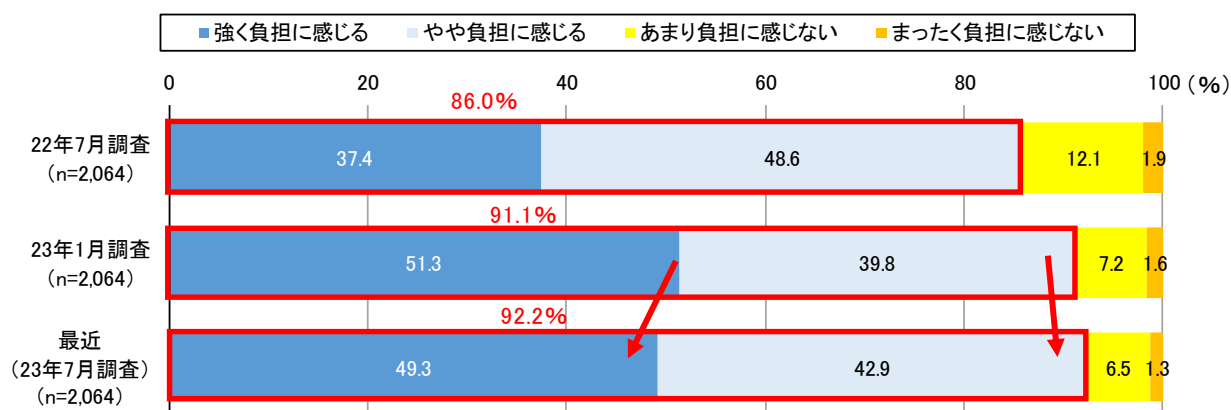
		(ポイント)		
	n	23年1月調査	23年7月調査	
			最近半年間	今後半年間
全体	2,064	▲ 37.9	▲ 32.7	▲ 29.8
20代	234	▲ 15.8	▲ 16.7	▲ 8.5
30代	270	▲ 26.3	▲ 23.3	▲ 20.4
40代	362	▲ 33.1	▲ 29.8	▲ 23.5
50代	314	▲ 39.2	▲ 30.9	▲ 34.4
60代～	884	▲ 48.9	▲ 41.6	▲ 39.3

(注) 家計収支 DI = 家計収支が1年前と比べて(今後半年間は最近半年間と比べて)「良くなった(良くなる)」割合－「悪くなった(悪くなる)」割合

2. 物価高に「負担を感じる」人は9割超

こうした中で、最近の物価高を「負担を感じる」人の割合は92.2%に達し、23年1月調査(91.1%)からさらに上昇した(図表23)。ただし、政府の物価抑制策の中で、「強く負担を感じる」人の割合(49.3%)は23年1月調査(51.3%)から幾分低下している。

図表 23 物価高の負担感



また、物価高により「家計が苦しい」と感じる人は4割を超えており、うち「かなり苦しい」とする人は6分の1を占めている(次頁図表24)。

「家計が苦しい」とする人の割合は、年代別では40代以下、世帯人数別では1人および4人以上で相対的に高く、単身者や子育て世帯等を中心に負担感が大きいことが窺える。

図表 24 物価高の家計への影響【年代別、世帯人数別】

(%、%ポイント)

		n	家計が苦しい			家計をやり繰りし何とか なっている	家計に余裕があり 気にならない	その他
				家計が 大変切迫し かなり苦しい	家計が 切迫し やや苦しい			
全体		2,064	41.4	16.6	24.8	49.5	8.8	0.3
年代別	20代	234	47.0	16.2	30.8	41.0	10.7	1.3
	30代	270	48.1	17.4	30.7	45.6	6.3	0.0
	40代	362	48.9	18.8	30.1	43.6	7.2	0.3
	50代	314	42.0	17.8	24.2	48.7	8.9	0.3
	60代～	884	34.6	15.2	19.5	55.7	9.6	0.1
世帯人数別	1人	359	44.3	18.7	25.6	45.7	9.7	0.3
	2人	745	34.1	14.5	19.6	54.6	11.1	0.1
	3人	493	39.6	15.4	24.1	53.1	6.7	0.6
	4人～	467	52.9	19.7	33.2	40.5	6.4	0.2

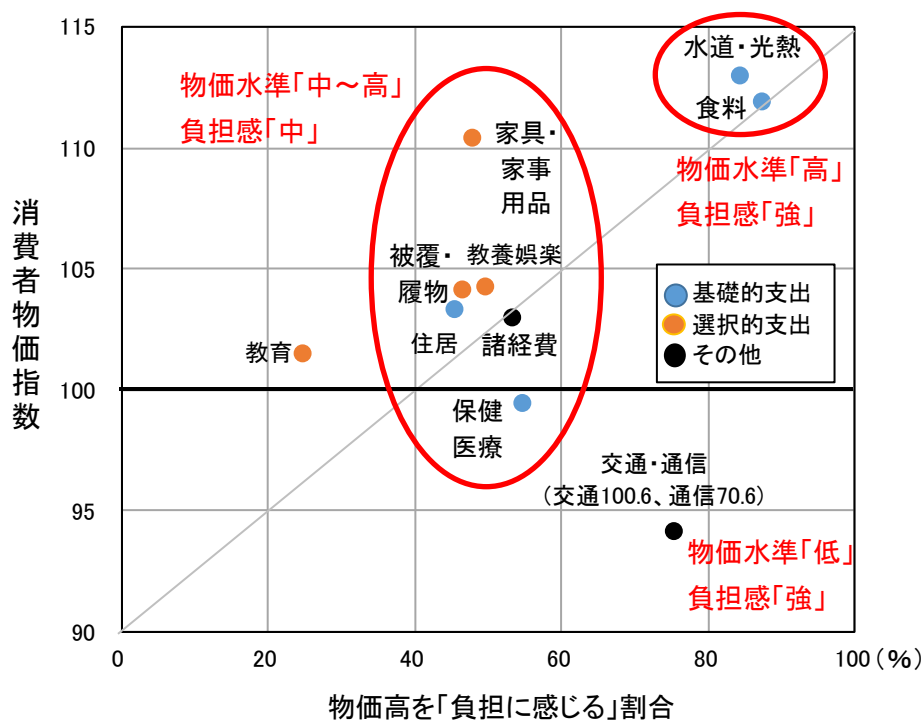
10 大費目の物価水準と負担感

10 大費目について、23 年 1～6 月の月平均の消費者物価指数を縦軸に、「物価高を負担に感じる」人の割合を横軸にプロットしたのが図表 25 である。

基礎的支出では、「水道・光熱」および「食料」が物価水準・負担感とも突出している。また、ガソリンや携帯電話を含む「交通・通信」は、全体では物価は低下しているものの、購入頻度の高さもあって、負担感は強い。なお、選択的支出は、物価水準にバラツキがみられるが、「教育」を除き一定の負担感がある。

図表 25 物価高の負担感と消費者物価指数【費目別】

(2020年=100)

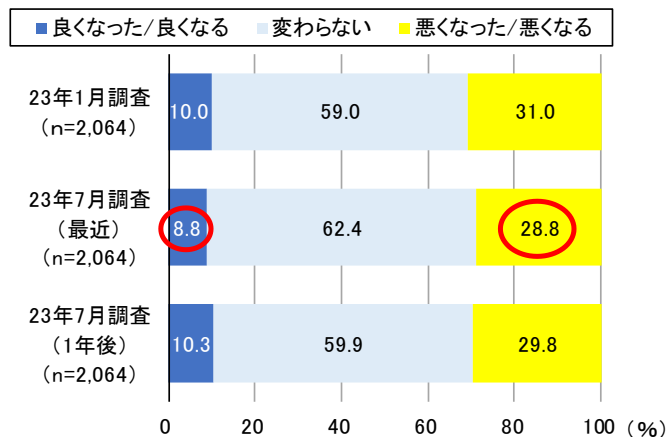


3. 暮らし向きの実感 DI も 20 代を除きマイナス

最近の暮らし向きの実感（暮らしに対する満足度）が 1 年前と比較して「悪くなった」とする人（28.8%）は 23 年 1 月調査から▲2.2%ポイント低下したものの、「良くなった」とする人（8.8%）も▲1.2%ポイント低下した（図表 26）。

このため、暮らし向きの実感 DI は▲20.0%ポイントと、20 代を除いて 2 桁マイナスで推移しており、1 年後の見通し（▲19.5%ポイント）もほぼ横這いとなっている（図表 27）。

図表 26 暮らし向きの実感



図表 27 暮らし向きの実感 DI【年代別】

		(%ポイント)		
	n	23年1月調査	23年7月調査	
			最近	1年後
全体	2,064	▲ 20.9	▲ 20.0	▲ 19.5
20代	234	+17.5	+3.4	+11.5
30代	270	▲ 4.8	▲ 12.6	▲ 9.3
40代	362	▲ 21.5	▲ 17.7	▲ 17.4
50代	314	▲ 27.4	▲ 25.8	▲ 22.3
60代～	884	▲ 33.5	▲ 27.3	▲ 30.7

(注) 暮らし向きの実感 DI＝暮らし向きの実感が 1 年前と比べて (1 年後は最近と比べて)「良くなった (良くなる)」割合－「悪くなった (悪くなる)」割合

なお、最近の「暮らし向きの実感」DI を最近半年間の「家計収支」DI と比較してみると、バラツキはあるものの、全ての年代で「暮らし向きの実感」が家計収支を上回っている（図表 28）。

とくに 20 代ではその差は大きく、アフターコロナに移行し、マインドが上向いたことも影響しているものと推察される。

ただし、今後も所得が伸び悩み、物価高が長期化すれば、家計のマインドは次第に慎重化し、暮らし向きの実感 DI のマイナス幅が拡大する可能性がある。

図表 28 家計収支 DI と暮らし向きの実感 DI【年代別】

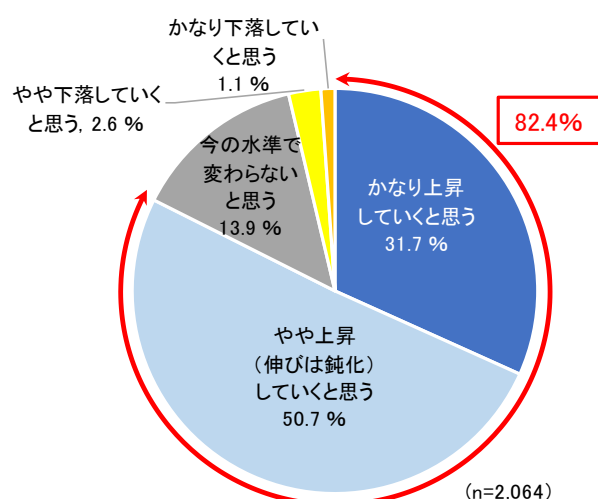
		(%ポイント)		
	n	家計収支DI	暮らし向きの実感 DI	家計収支DI比
全体	2,064	▲ 32.7	▲ 20.0	+12.7
20代	234	▲ 16.7	+3.4	+20.1
30代	270	▲ 23.3	▲ 12.6	+10.7
40代	362	▲ 29.8	▲ 17.7	+12.2
50代	314	▲ 30.9	▲ 25.8	+5.1
60代～	884	▲ 41.6	▲ 27.3	+14.4

4. 今後「節約姿勢を強める」が7割近く

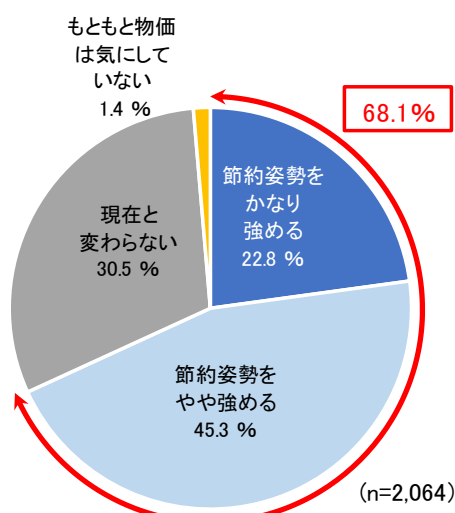
因みに、今後半年程度の物価について、「かなり上昇していくと思う」(31.7%)と「やや上昇(伸びは鈍化)していくと思う」(50.7%)を合わせて、8割以上の人が上昇が続くと考えている(図表29)。

そして、消費に対する姿勢としては、「かなり強める」(22.8%)と「やや強める」(45.3%)を合わせて、7割近くが「節約姿勢を強める」と回答している(図表30)。

図表29 今後半年程度の物価



図表30 今後半年程度の消費姿勢



おわりに

本アンケートは、23年5月に新型コロナウイルスが感染症法上の「5類」に移行して以降、初めての調査であった。

アフターコロナ下で、旅行や外食、大規模イベントなど、これまで制約のあったサービスを中心に消費者の行動姿勢は前向きに転じており、こうした動きが今後の個人消費の回復を下支えすることが期待される。

しかしながら、家計の支出増加の主因は、電気・ガス、ガソリン、食料といった日常生活に欠かせない費目の価格上昇である。9割を超える人が最近の物価高に対して負担を感じており、7割近くの人が今後、節約姿勢を強めると回答している。

本稿執筆時点では、燃料油価格や電気・ガス料金に対する政府の価格抑制策も9月末の終了が予定されている。所得の伸びを上回る物価上昇の長期化により、家計の消費マインドが一段と慎重化し、消費を下押しする懸念が高まっている。