

2024 年 2 月 29 日

広島県内の個人消費の動向(2024 年 1 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（2024 年 1 月調査）」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 (2024 年 1 月調査)

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ます。

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、物価高の影響等についての調査を行いました。

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 (20.2%) は上昇し、「減少」した世帯の割合 (21.4%) は低下した。この結果、世帯収入 DI (※) は▲1.2%ポイントと、19 年 1 月の調査開始以来最も高い水準となった。

(※) 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」した世帯の割合は 4 割を占め、「減少」した世帯の割合 (9.8%) を大きく上回った。支出増加の理由としては、「物やサービスの値上がり」を挙げる割合が 8 割を超えて突出。消費支出 DI の上位 3 項目は「水道・光熱費」、「食費 (自宅)」、「自動車関連費」となっている。

3. 最近の暮らし向きの実感 (暮らしに対する満足度) DI は▲13.6%ポイントと、前回 23 年 7 月調査 (▲20.0%ポイント) から改善、1 年後の見通し (▲11.6%ポイント) も改善が進む見通しである。

4. 9 割を超える人が最近の物価高を負担に感じ、うち「強く負担に感じる」人の割合は 5 割近くを占めている。こうした中で、大半の人が今後半年程度の物価は上昇ないしは高止まりの状況が続くと考えており、今後「節約姿勢を強める」とする人も 3 分の 2 を占めている。

【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】 2024 年 1 月 15 日～17 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

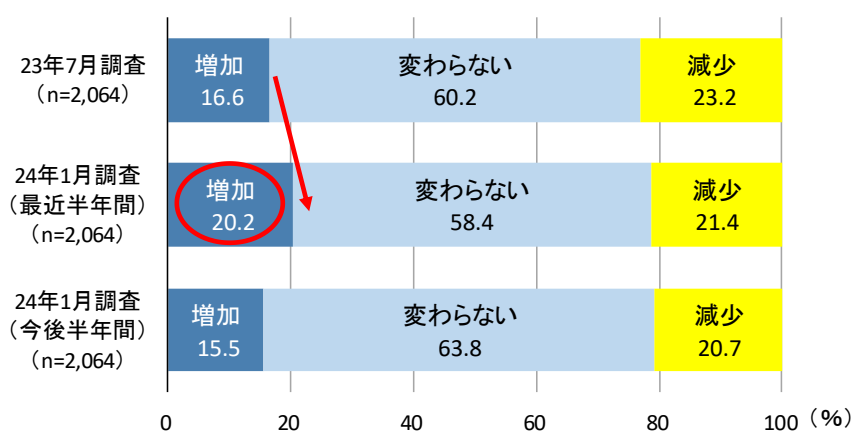
本調査では、23 年 7～12 月を「最近半年間」、24 年 1～6 月を「今後半年間」とし、「最近半年間」は 1 年前、「今後半年間」は「最近半年間」と比較している。

1. 世帯収入の「増加」割合が上昇

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 20.2%と、23 年 7 月調査（16.6%）から +3.6%ポイント上昇。また、「減少した」世帯は 21.4%と、▲1.8%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」世帯（20.7%、▲0.7%ポイント）が引き続き低下するものの、「変わらない」世帯（63.8%、+5.4%ポイント）が増加し、「増加する」世帯（15.5%、▲4.7%ポイント）は低下に転じる見込みである。

図表 1 世帯収入の状況

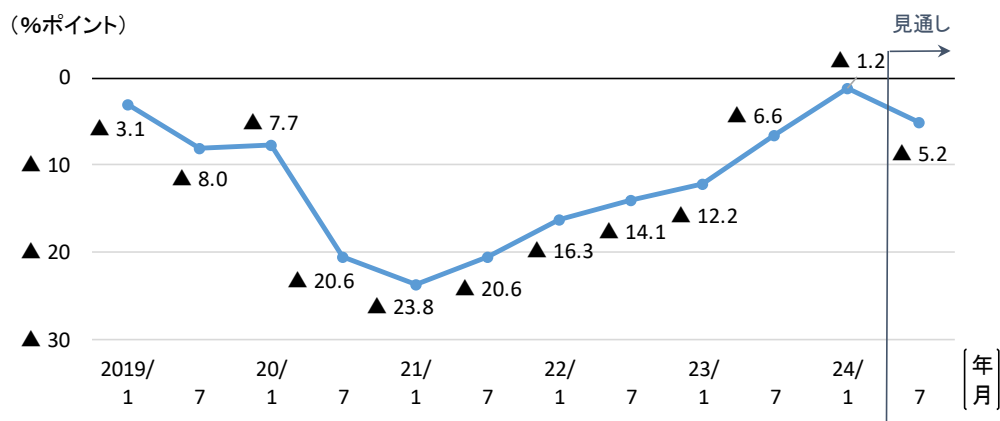


（注）四捨五入の関係で合計が 100%にならない場合がある（以下同様）

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り、今回調査では▲1.2%ポイントと、19 年 1 月の調査開始以来最も高い水準となった（図表 2）。

ただし、今後半年間の見通しは▲5.2%ポイントと低下している。

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、最近半年間は全ての年代で改善し、30 代以下では 2 桁のプラスに上昇（図表 3）。なお、30 代以下のプラス圏内での推移、50 代以上のマイナス圏内での推移はライフステージの違いによると考えられる。

このうち、「会社員」も 6.5%ポイントと、30 代以下を中心にプラス幅が拡大した（図表 4）。ただし、今後半年間の世帯収入 DI は全体、うち「会社員」とも低下し、やや慎重な見方が窺える。

図表 3 世帯収入 DI の状況【年代別】

(%ポイント)

	n	23年7月調査	24年1月調査	
			最近半年間	今後半年間
全体	2,064	▲ 6.6	▲ 1.2	▲ 5.2
20代	234	6.4	16.2	13.7
30代	270	8.1	19.6	16.7
40代	362	1.9	6.4	▲ 2.2
50代	314	▲ 7.3	▲ 5.4	▲ 7.6
60代～	884	▲ 17.9	▲ 13.8	▲ 17.2

図表 4 世帯収入 DI の状況【会社員、年代別】

(%ポイント)

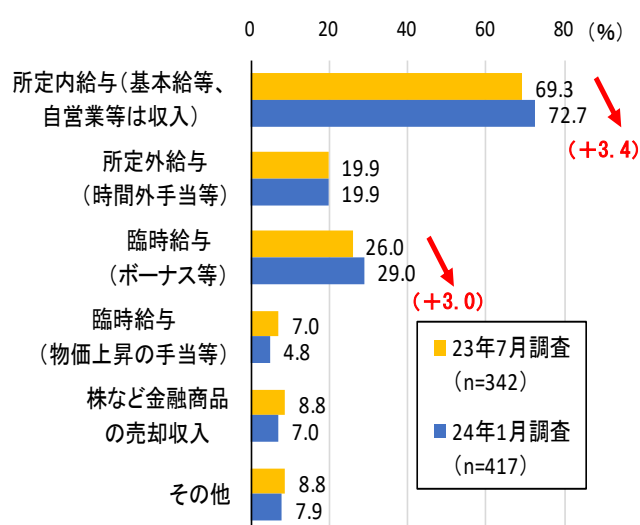
	n	23年7月調査	n	24年1月調査	
				最近半年間	今後半年間
全体	761	2.8	814	6.5	0.7
20代	119	16.8	110	30.9	14.5
30代	149	17.4	146	24.0	24.0
40代	175	5.1	222	9.5	▲ 0.5
50代	151	▲ 4.6	149	▲ 2.7	▲ 8.7
60代～	167	▲ 16.2	187	▲ 17.6	▲ 16.6

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（基本給与等、自営業等は収入）」を挙げる割合（72.7%）が最も高く、前回 23 年 7 月調査（69.3%）から +3.4%ポイント上昇（図表 5）。「臨時給与（ボーナス等）」（29.0%）を挙げる割合も +3.0%ポイント上昇した。

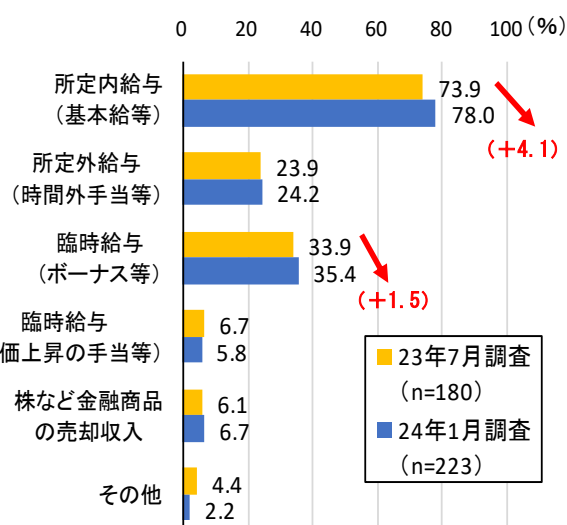
このうち「会社員」の世帯も、賃上げの動きを反映して「所定内給与」が 78.0%（23 年 7 月調査 73.9%）に上昇し、上昇幅（+4.1%ポイント）は全体（+3.4%ポイント）を上回った（図表 6）。

図表 5 世帯収入増加の内容



(注1) () 内の数値は 23 年 7 月調査と 24 年 1 月調査の差
(注2) 複数回答 (あてはまるものを全て)

図表 6 世帯収入増加の内容【会社員】



(注1) () 内の数値は 23 年 7 月調査と 24 年 1 月調査の差
(注2) 複数回答 (あてはまるものを全て)

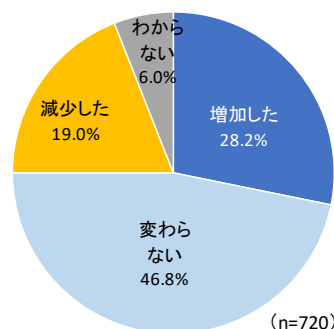
今冬のボーナスの状況

【今冬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今冬のボーナス支給について尋ねたところ、昨年冬から「増加した」と回答した人が28.2%を占めて「減少した」人（19.0%）を上回った（図表7）。

また、会社員だけでみても同様に増加（25.8%）が減少（19.8%）を上回った。

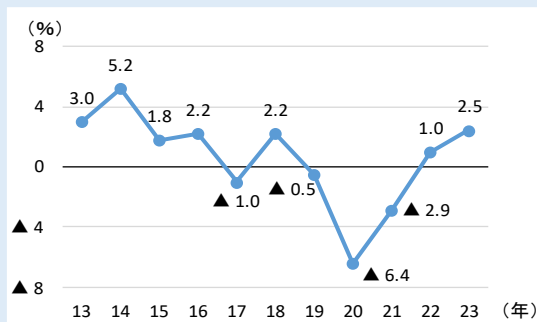
図表7 会社員・公務員の
今冬ボーナスの増減



(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

因みに、当部が実施した「2023年冬季ボーナス支給（見込み）アンケート調査」では、県内企業の正社員一人当たりの冬季ボーナス支給額は前年比+2.5%と、コロナ禍前の18年（同+2.2%）を上回り、2年連続のプラスとなった（図表8）。

図表8 冬季一人当たり支給額の推移
（前年比増減率）



(資料) ひろぎんHD 経済産業調査部「2023年冬季ボーナス支給（見込み）アンケート調査結果（2023年10月調査）」

【主な使いみちは貯蓄】

今冬のボーナスの使いみちでは、「貯蓄」を挙げる割合が57.5%を占めて最も多いが、物価上昇の中で「生活費の補てん」（44.2%）も4割を超えた（図表9）。

年代別には、30代以下では「貯蓄」、40代以上では「生活費の補てん」の割合が相対的に高い。そのほか、「旅行・レジャー、教養・娯楽」は20代（23.4%）、「資産運用」は30代（28.7%）、「家具・家電、車等の耐久消費財」は60代以上（17.0%）で相対的に高くなっている。

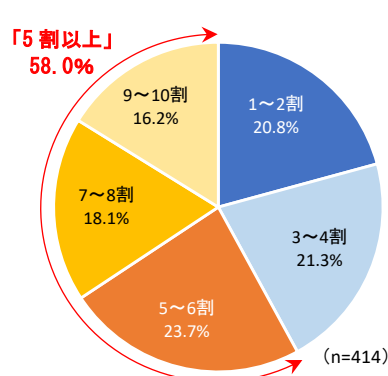
なお、「貯蓄」を挙げた人にボーナスに占める貯蓄割合を尋ねたところ、「5割以上」と回答した人が6割近くを占めた（図表10）。

図表9 ボーナスの使いみち【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、車等の耐久消費財
全体	720	57.5	44.2	19.9	15.1	14.0
20代	107	64.5	41.1	23.4	8.4	14.0
30代	136	67.6	33.1	20.6	28.7	9.6
40代	197	56.3	48.2	21.3	15.7	14.7
50代	139	52.5	46.0	15.1	10.8	14.4
60代～	141	48.9	49.6	19.1	10.6	17.0

(注) 複数回答（主なものを3つまで）

図表10 ボーナスの貯蓄割合



Ⅱ. 消費支出の状況

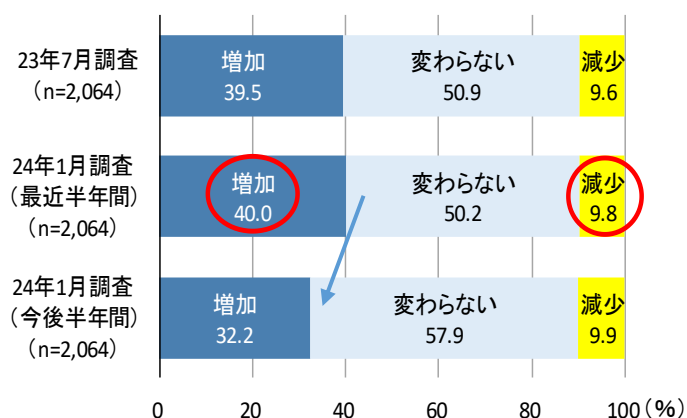
1. 支出が増加した世帯は引き続き約 4 割

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40.0%で、前回調査に続き「減少した」世帯（9.8%）を大きく上回った（図表11）。

しかし、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（32.2%）は引き続き「減少する」世帯（9.9%）を上回るものの、その割合は低下している。

消費支出DIを年代別にみると、最近半年間は30代と40代は高水準ながら低下、今後半年間は全ての年代で低下している（図表12）。

図表11 消費支出の状況



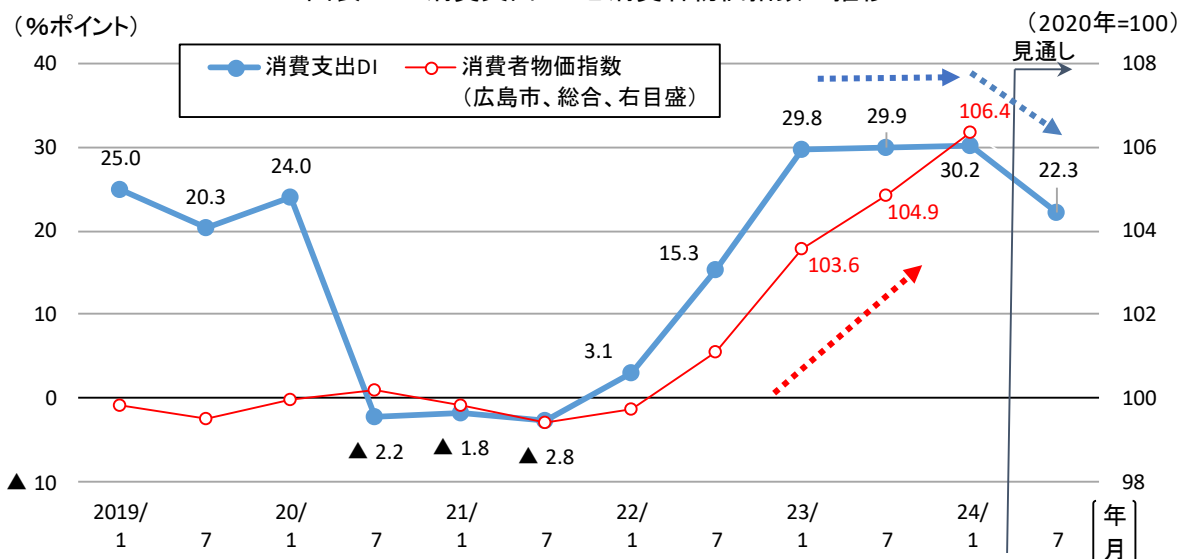
図表12 消費支出DIの状況【年代別】

		(%ポイント)		
	n	23年7月調査	24年1月調査 最近半年間	今後半年間
全体	2,064	29.9	30.2	22.3
20代	234	17.1	26.9	16.2
30代	270	46.3	38.5	23.0
40代	362	40.9	36.5	25.4
50代	314	23.9	25.2	19.7
60代～	884	25.8	27.8	23.2

消費支出DIの推移をみると、22年1月調査以降は原材料価格の高騰や円安の進行、コロナ禍からの経済の回復に伴う消費者物価の上昇に連動する形で上昇し、今回24年1月調査は30.2%ポイントと、高止まりの状況が続いている（図表13）。

ただし、今後半年間の見通しは22.3%ポイントと低下に転じており、物価上昇の長期化の中で支出行動が慎重化している可能性がある。

図表13 消費支出DIと消費者物価指数の推移



（注1）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

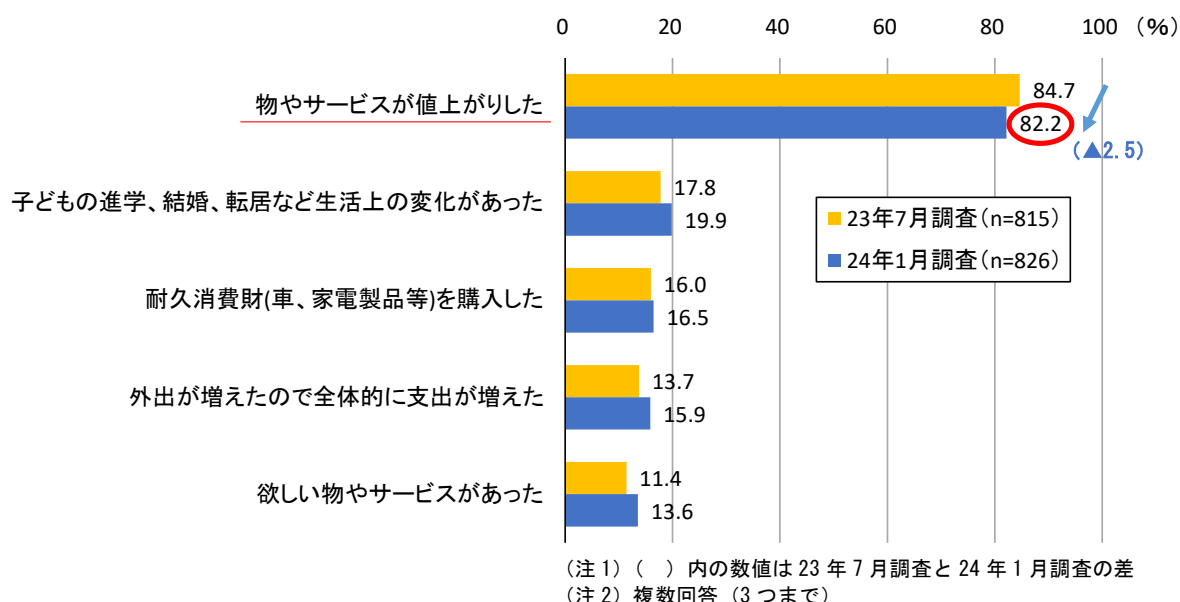
（注2）消費者物価指数は当該月前の半年平均

（資料）総務省資料よりひろぎんHD経済産業調査部作成

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」を挙げる割合は、23年7月調査比僅かながら低下しているものの、依然として8割を超えて突出している（図表14）。

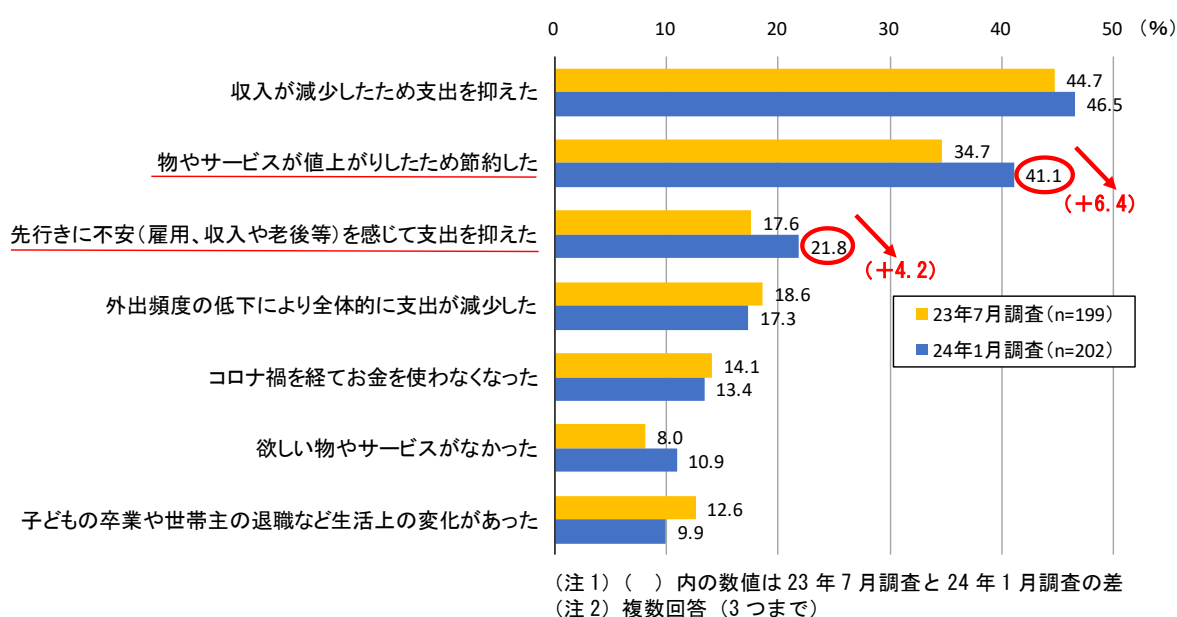
図表14 消費支出の増加理由【上位5項目】



3. 支出減少理由は「節約」の割合が上昇

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（46.5%）が引き続き最も高い（図表15）。また、「物やサービスが値上がりしたため節約した」（41.1%）を挙げる割合が4割を超えて上昇したほか、「先行きに不安（雇用、収入や老後等）を感じて支出を抑えた」（21.8%）を挙げる割合も2割を超えている。

図表15 消費支出の減少理由【上位7項目】

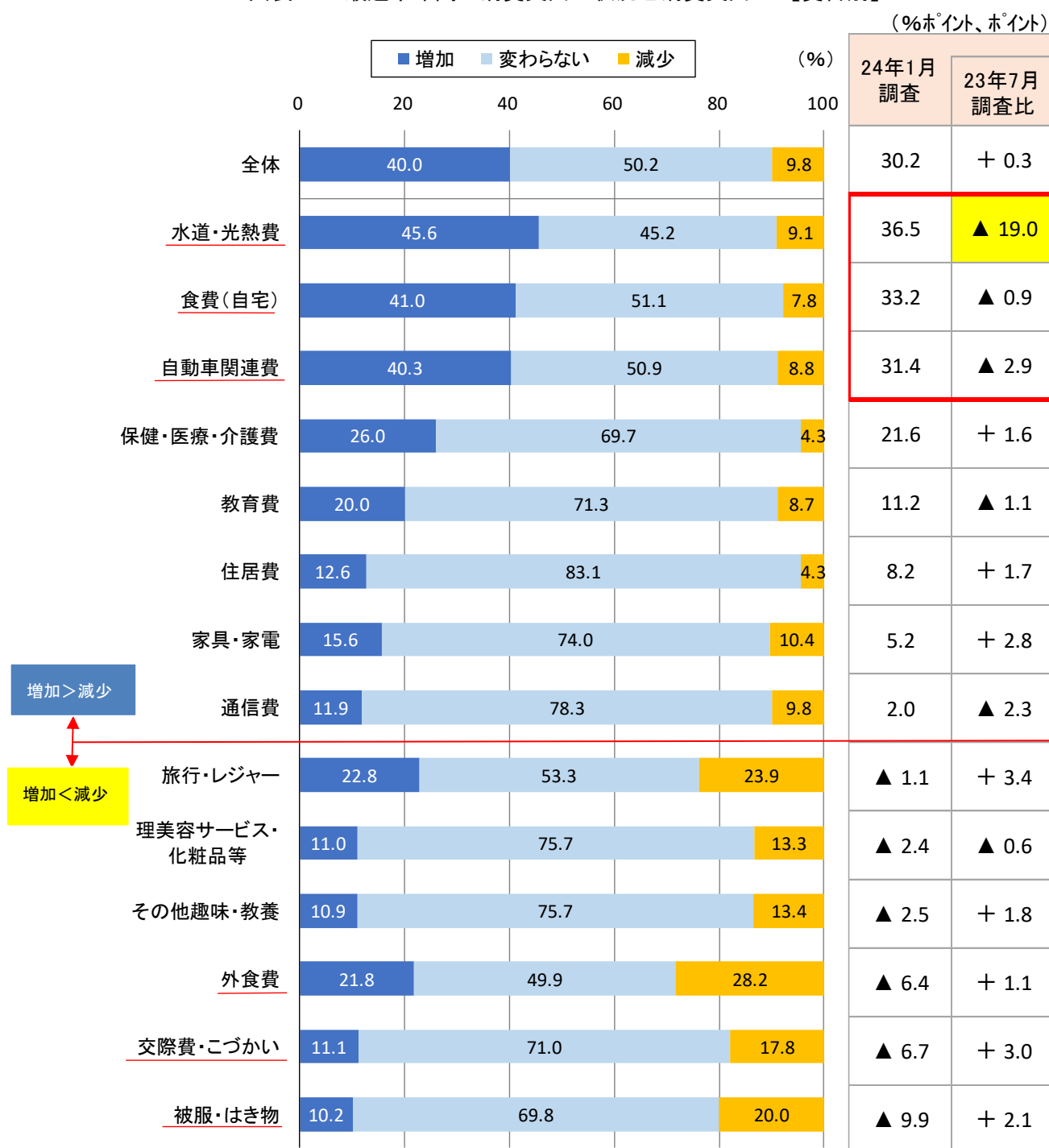


4. 「水道・光熱費」、「食費（自宅）」、「自動車関連費」を中心に支出増

最近半年間の消費支出DIを費目別にみると、「水道・光熱費」（36.5%ポイント）、「食費（自宅）」（33.2%ポイント）、「自動車関連費」（31.4%ポイント）の3費目が上位を占めている（図表16）。ただし、「水道・光熱費」は電気・ガス料金の政府の価格抑制策を反映して23年7月調査比▲19.0ポイント低下している。

また、「被服・はき物」（▲9.9%ポイント）や「交際費・こづかい」（▲6.7%ポイント）、「外食費」（▲6.4%ポイント）等は小幅上昇ながら依然マイナスが続いており、生活必需費目の支出増をこれらの節約でカバーしている様子が推察される。

図表 16 最近半年間の消費支出の状況と消費支出DI【費目別】



(注) n=2,064（「該当なし」を除いて集計）

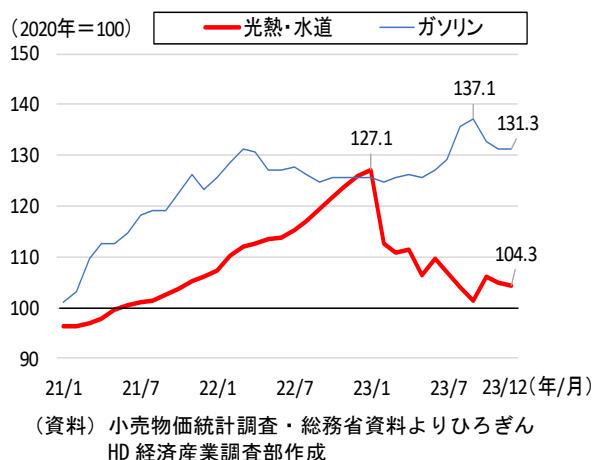
光熱・水道とガソリン価格の動向

広島市の消費者物価指数（2020年＝100）のうち、「光熱・水道」は21年以降大きく上昇したが、政府の価格抑制策の実施により23年1月（127.1、前年同期比＋18.5%）にピークを付け、23年12月は104.3（同▲17.2%）と大きく低下している（図表17）。

一方、「ガソリン」は22年1月に価格抑制策が開始されたが、補助率の引き下げに伴って、23年9月には137.1（同＋9.8%）と2000年以降の過去最高値を記録した。その後は支援策の延長により、高水準ながら幾分低下している。

なお、政府支援は「ガソリン」が24年4月末まで、電気・ガス料金が同年5月使用分（6月検針分）までの予定（24年2月13日現在）。

図表17 広島市の消費者物価指数の推移

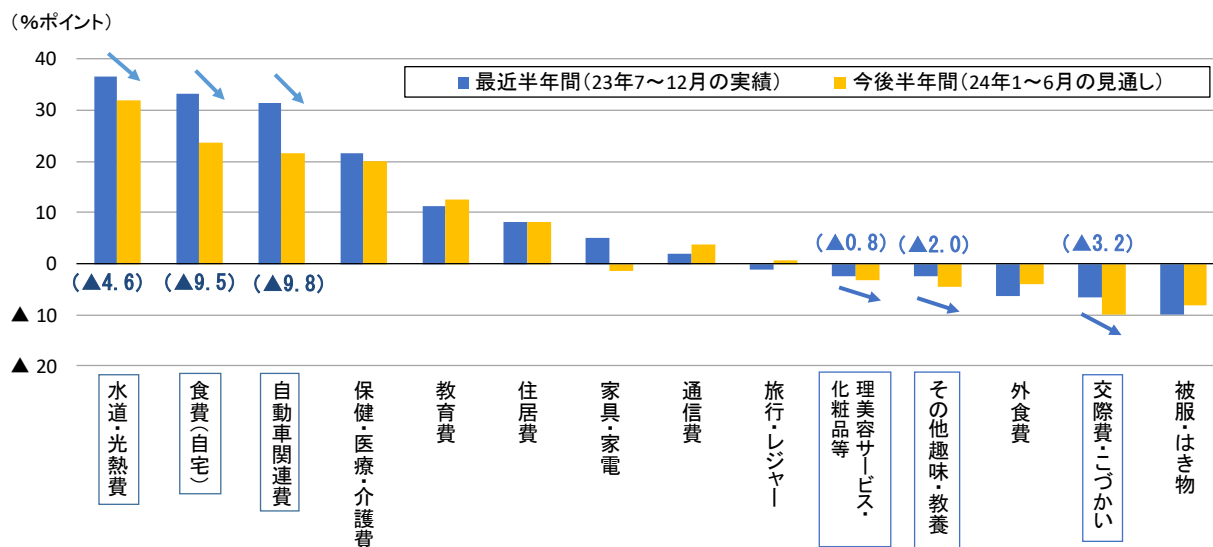


5. 今後は上位3品目のDIが大きく低下

今後半年間の消費支出DIは「水道・光熱費」、「食費（自宅）」、「自動車関連費」の3費目で引き続き上位を占めるものの、プラス幅が大きく縮小している（図表18）。

また、「理美容サービス・化粧品等」や「その他趣味・教養」、「交際費・こづかい」はマイナス幅が拡大しており、消費マインドの慎重化により節約姿勢が強まっている可能性がある。

図表18 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

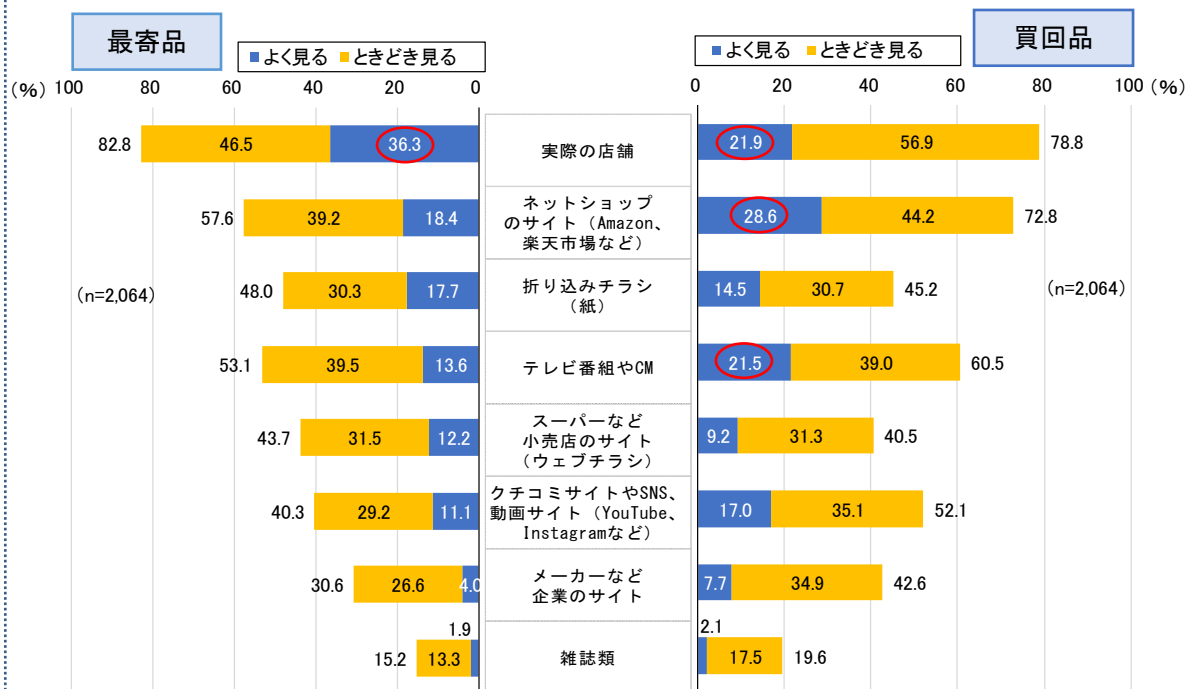
(注2) n=2,064（「該当なし」を除いて集計）

最近の購買行動（参考にする情報媒体）

アフターコロナ期に入り食料や日用品等の「最寄品」と、衣服や家電製品等の「買回品」を購入する際に参考にする情報媒体について、改めて聞いてみた。

最寄品について「よく見る」割合は、「実際の店舗」（36.3%）が4割近くを占めて特に高い（図表19）。一方、買回品については「ネットショップのサイト」（28.6%）が3割近くを占めて最も高く、「実際の店舗」（21.9%）、「テレビ番組やCM」（21.5%）などと続いている。

図表 19 最近の購買行動



また、買回品について年代別にみると、50代以下では「ネットショップのサイト」が、60代以上では「テレビ番組やCM」を「よく見る」人が最も多い（図表20）。そのほか、30代以下では「クチコミサイトやSNS、動画サイト」、40代以上では「テレビ番組やCM」、「折り込みチラシ（紙）」を「よく見る」割合が相対的に高い。

図表 20 買回品を購入する際に「よく見る」割合【年代別】

		(%ポイント)							
	n	ネットショップのサイト	実際の店舗	テレビ番組やCM	クチコミサイトやSNS、動画サイト	折り込みチラシ (紙)	スーパーなど小売店のサイト (ウェブチラシ)	メーカーなど企業のサイト	雑誌類
全体	2,064	28.6	21.9	21.5	17.0	14.5	9.2	7.7	2.1
20代	234	35.9	24.8	13.7	32.1	7.3	11.1	7.7	2.6
30代	270	38.1	31.9	14.1	34.1	4.8	11.1	11.9	2.6
40代	362	32.9	22.9	20.4	16.9	11.6	11.3	10.5	2.2
50代	314	28.3	16.9	22.6	14.0	11.8	8.0	4.5	1.0
60代～	884	22.1	19.6	25.9	8.9	21.6	7.7	6.3	2.3

(注) 網かけは各年代の上位3項目。1位 、2位 、3位 。

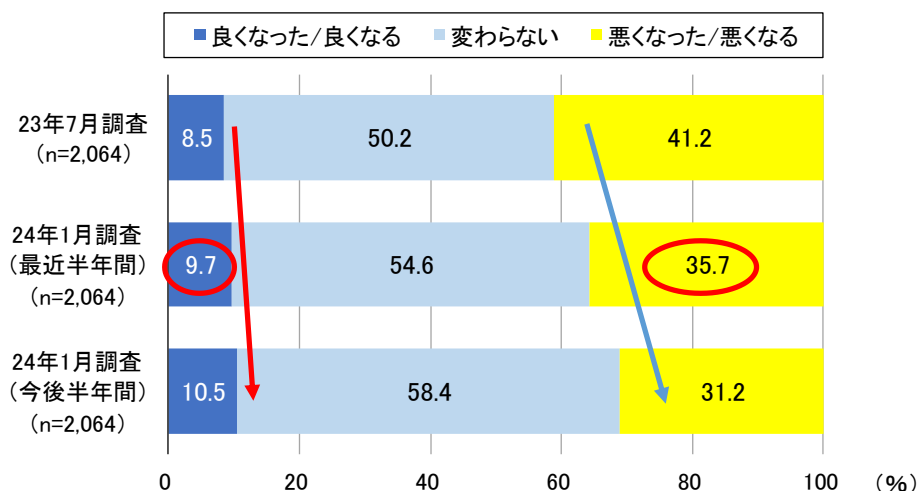
Ⅲ. 家計収支と暮らし向きの実感

1. 家計収支 DI は改善

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（9.7％）は、23年7月調査から小幅ながら上昇。一方、「悪くなった」世帯の割合（35.7％）は大きく低下した（図表21）。

今後についても、「良くなる」世帯の割合（10.5％）が上昇し、「悪くなる」世帯の割合（31.2％）は低下が見込まれている。

図表 21 家計収支の状況



この結果、最近の家計収支 DI（▲26.0％ポイント）はマイナスながら改善し、今後（▲20.7％ポイント）についても引き続き改善している（図表22）。

ただし、世帯収入 DI（現状▲1.2％ポイント→今後▲5.2％ポイント）が幾分低下し、消費支出 DI（同 30.2％ポイント→22.3％ポイント）が大きく低下していることを勘案すれば、前述の通り、全体としては支出抑制により収支を改善する姿勢が窺える。

なお、年代別にみると、30代以下の家計収支 DI はプラスに転じる見通しとなっている。

図表 22 家計収支 DI の状況【年代別】

		(%ポイント)			
	n	23年7月調査	24年1月調査		
			最近半年間	今後半年間	
全体	2,064	▲ 32.7	▲ 26.0	▲ 20.7	
20代	234	▲ 16.7	▲ 6.4	6.8	
30代	270	▲ 23.3	▲ 11.5	1.1	
40代	362	▲ 29.8	▲ 24.9	▲ 26.0	
50代	314	▲ 30.9	▲ 29.3	▲ 23.2	
60代～	884	▲ 41.6	▲ 34.7	▲ 31.6	

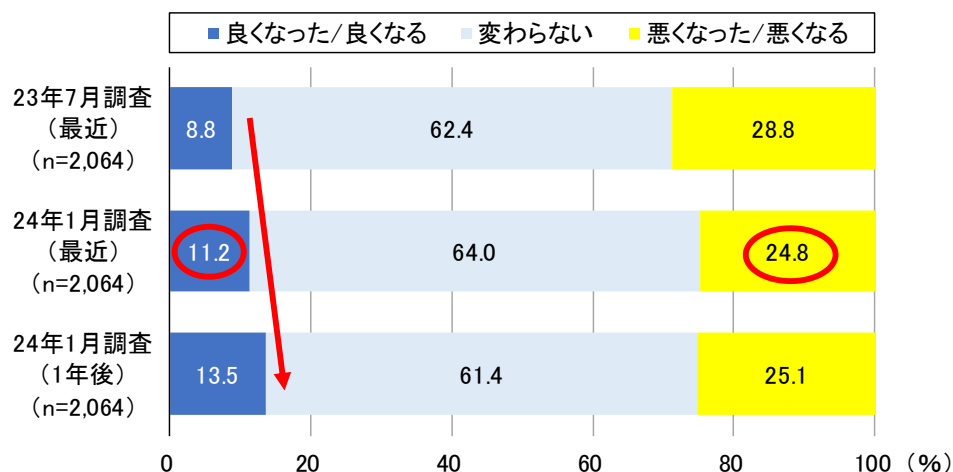
（注）家計収支 DI＝家計収支が１年前と比べて（今後半年間は最近半年間と比べて）「良くなった（良くなる）」割合－「悪くなった（悪くなる）」割合

2. 暮らし向きの実感 DI は改善

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（24.8%）は23年7月調査から▲4.0%ポイント低下する一方で、「良くなった」とする人（11.2%）は2.4%ポイント上昇した（図表23）。

1年後の見通しについては、「悪くなる」人の割合（25.1%）はやや上昇するものの、「良くなる」人の割合（13.5%）は引き続き上昇している。

図表 23 暮らし向きの実感の状況



この結果、最近の暮らし向きの実感 DI（▲13.6%ポイント）は+6.4ポイント改善し、1年後（▲11.6%ポイント）についても引き続き改善が進む見通しである（図表24）。

年代別には、30代以下で大きく改善して2桁のプラスとなっており、収入状況の改善等も影響していると考えられる。

図表 24 暮らし向きの実感 DI の状況【年代別】

		(%ポイント)			
	n	23年7月調査	24年1月調査		
			最近	1年後	
全体	2,064	▲ 20.0	▲ 13.6	▲ 11.6	
20代	234	3.4	13.2	17.9	
30代	270	▲ 12.6	7.0	16.7	
40代	362	▲ 17.7	▲ 17.4	▲ 14.1	
50代	314	▲ 25.8	▲ 21.7	▲ 19.1	
60代～	884	▲ 27.3	▲ 22.5	▲ 24.5	

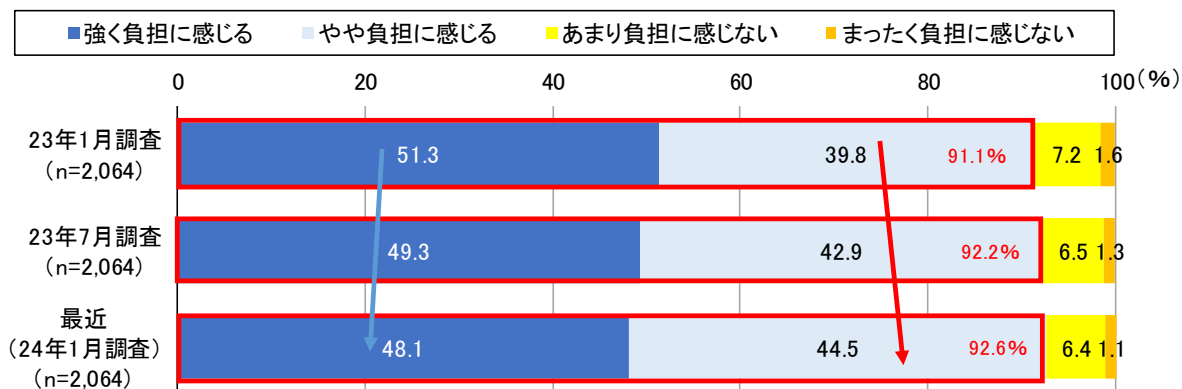
（注）暮らし向きの実感 DI＝暮らし向きの実感が1年前と比べて（1年後は最近と比べて）「良くなった（良くなる）」割合－「悪くなった（悪くなる）」割合

IV. 物価高の負担感と今後の消費姿勢

1. 物価高を「負担に感じる」割合は9割超が続く

最近の物価高を「負担に感じる」人の割合は92.6%に達し、23年7月調査（92.2%）から小幅ながら引き続き上昇した（図表25）。政府の物価抑制策の中で、「強く負担に感じる」割合（48.1%）は幾分低下してはいるものの、依然5割近くを占めている。

図表25 物価高の負担感



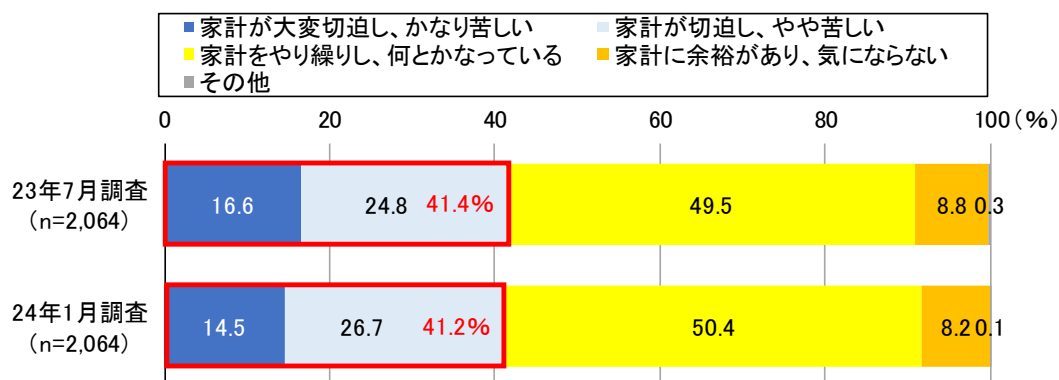
「負担に感じる」人の割合は全ての年代で9割を超えており、40代以下では「強く負担に感じる」割合が5割を超えている（図表26）。

また、「家計が苦しい」と感じる人は41.2%と、23年7月調査に続き4割を超えている（図表27）。

図表26 物価高の負担感【年代別】

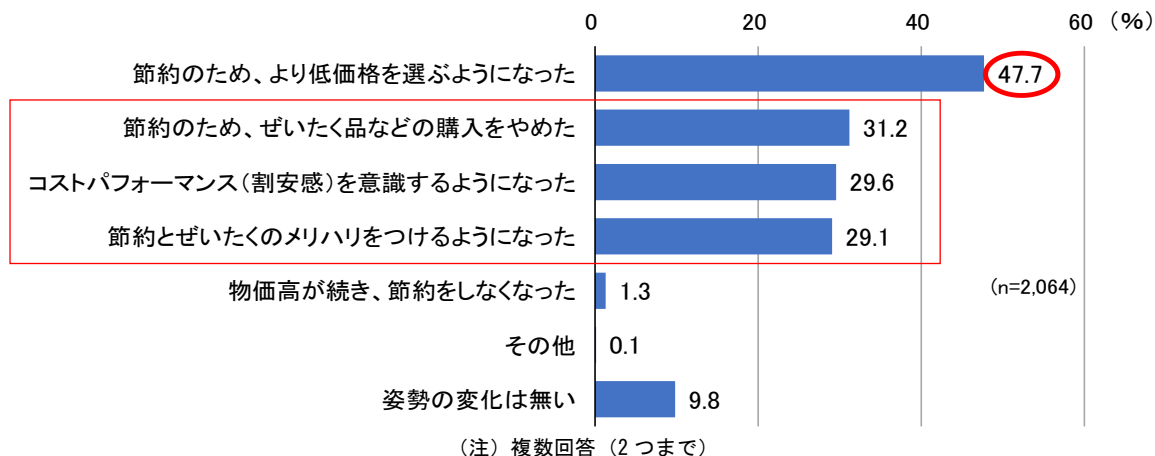
図表 1-1 労働者の負担感【年代別】						(%)
	n	負担に感じる			あまり負担に感じない	まったく負担に感じない
			強く負担に感じる	やや負担に感じる		
全体	2,064	92.5	48.1	44.5	6.4	1.1
20代	234	91.9	54.7	37.2	5.1	3.0
30代	270	92.2	53.0	39.3	6.7	1.1
40代	362	93.1	53.6	39.5	5.0	1.9
50代	314	92.7	48.1	44.6	6.4	1.0
60代～	884	92.5	42.5	50.0	7.2	0.2

図表27 物価高の家計への影響



こうした中で、「節約のため、より低価格を選ぶようになった」との回答が5割近くを占め、「ぜいたく品などの購入をやめた」、「コストパフォーマンス（割安感）を意識するようになった」、「メリハリをつけるようになった」との回答も3割前後を占めた（図表28）。

図表28 消費姿勢の変化

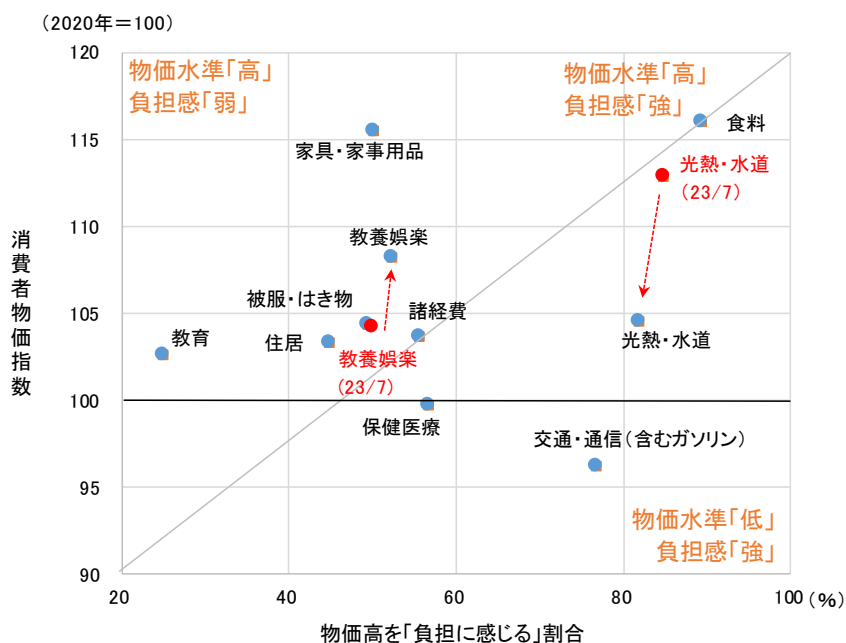


10大費目の物価水準と負担感

10大費目について、23年7～12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」割合を横軸にプロットしたのが図表29である。

基礎的支出では「食料」が物価水準・負担感とも引き続き突出している。また、「光熱・水道」の価格は足下で大きく低下しているものの、負担感は引き続き強い。逆に「教養娯楽」の価格は上昇しているものの、負担感に大きな変化はない。

図表29 物価高の負担感と消費者物価指数【費目別】



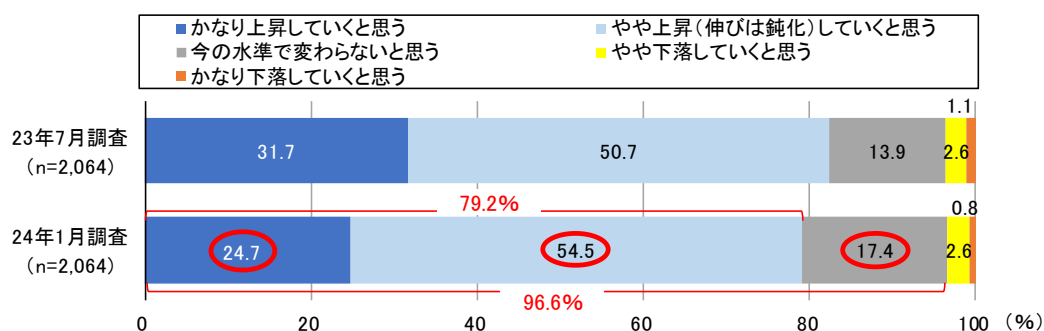
(資料) 総務省資料よりひろぎんHD経済産業調査部作成

2. 物価は下がらないと考える人が大半

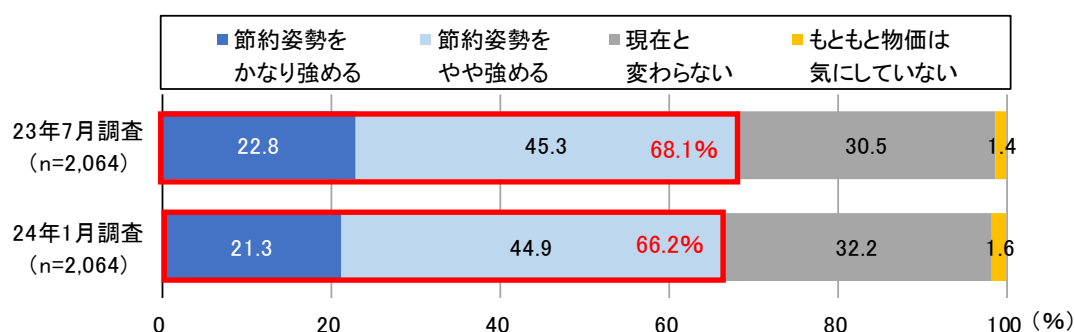
今後半年程度の物価については、「かなり上昇していく」が24.7%、「やや上昇（伸びは鈍化）していく」が54.5%、「今の水準で変わらない」が17.4%となり、大半の人が物価は上昇、ないしは高止まりの状況が続くと考えている（図表30）。

また、3分の2の人が今後「節約姿勢を強める」と回答し、特に「収入の減少」あるいは「物価高に対する負担感」が強い人では「かなり強める」とする割合が高い（図表31・32）。

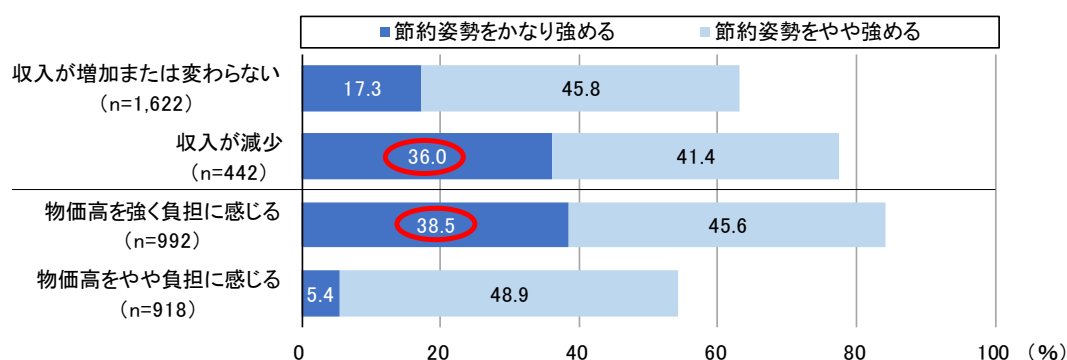
図表30 今後半年程度の物価に対する考え



図表31 今後半年程度の消費姿勢



図表32 今後半年程度の消費姿勢【収入の増減別、物価高の負担感別】



おわりに

2023年はコロナ禍からの経済の正常化が進み、人流が回復する中で例年以上の賃上げが行われるなど、明るい動きが広がりました。しかし、食料やガソリンなど身近な物価の上昇あるいは高止まりにより消費者の負担感は増しており、節約意識も高まっています。

今後、消費者物価の伸びは鈍化が見込まれますが、その一方で企業の価格転嫁の動きは続き、鈍化ペースは緩やかにとどまるものとみられます。こうしたことから、今春の賃上げの動きが大手のみならず中堅・中小事業者にも広がり、賃金と物価の好循環に繋がるかが注目されます。