

収入改善の中で、根強い節約志向

～広島県内の個人消費の動向に関するアンケート調査より～

2026年7月

株式会社ひろぎんホールディングス
経済産業調査部

調査概要と本レポートのサマリー	P. 2
Ⅰ． 家計収支の状況と暮らし向き	P. 3－9
Ⅱ． 物価に対する意識と消費姿勢	P. 10－14
Ⅲ． 消費行動にかかる構造分析	P. 15
【参考1】 資産価額の変動と消費行動	P. 16
【参考2】 商品券・給付金の使い途	P. 17
おわりに	P. 18

品質向上のためアンケートにご協力ください。



経済調査

PCの方は[こちらをクリック](#)

※ ナインアウト株式会社が提供する
アンケートサイトへ遷移します。

調査概要と本レポートのサマリー

【調査概要】

- 調査対象 : 広島県内在住の20歳以上の男女 2,064人
- 調査時点 : 2026年6月12日～16日
- 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
- 回答者属性 : 右表のとおり
※年代別構成は2020年の「国勢調査」における広島県の人口構成を参考に調整)

(人、%)

		人数	構成比
総数		2,064	100.0
男女別	男性	1,032	50.0
	女性	1,032	50.0
年代別	20代～30代	504	24.4
	40代	362	17.5
	50代	314	15.2
	60代以上	884	42.8

【本レポートのサマリー】

収入・支出の状況と暮らし向き

- ✓ **世帯収入DI**（※）が4調査ぶりに改善しプラスに転じた一方で、**消費支出DI**（※）は商品・サービスの値上げを受けて引き続き高水準で推移。
- ✓ **家計収支**（収入－支出）は、賃上げの動きや消費者物価の伸び率鈍化の中で改善の兆しが窺えるものの、**暮らし向きの実感**にはつながりにくい状況。

（※）世帯収入（消費支出）DI＝収入（支出）が「増加」した世帯の割合－「減少」した世帯の割合

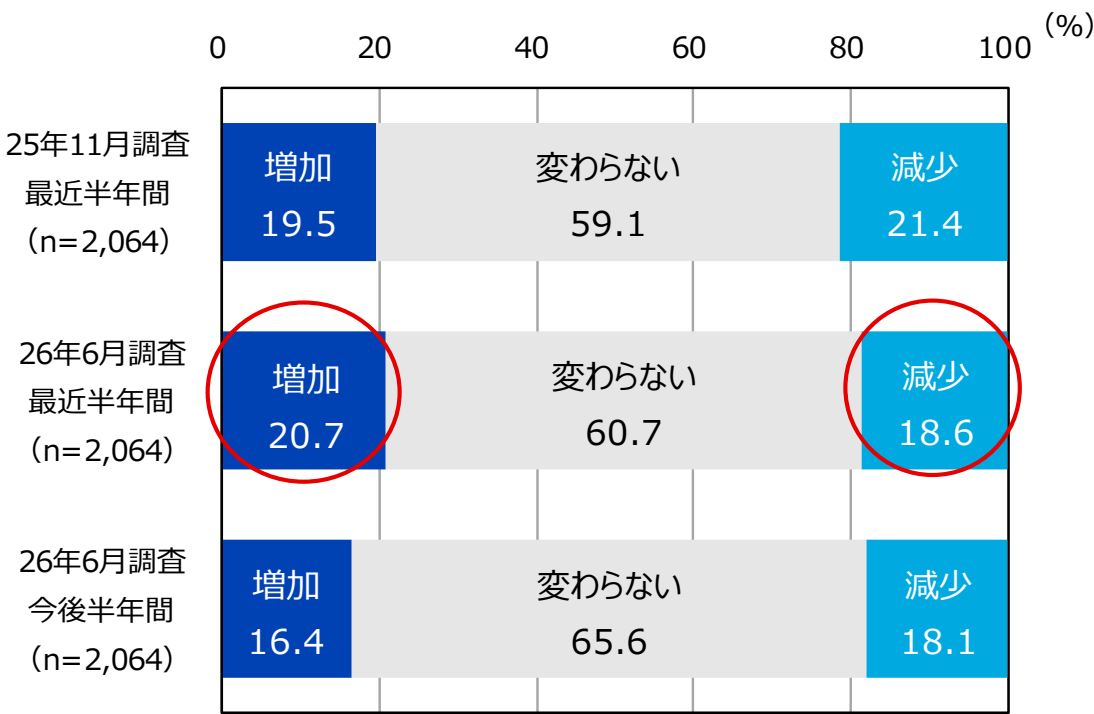
物価に対する意識と今後の消費姿勢

- ✓ 物価に対する「**負担感を感じている**」人は引き続き9割を超えるが、「**強い負担感を感じている**」人の割合は幾分低下。
- ✓ ただし、イラン情勢の影響から**先行きの物価上昇**への警戒感は強く、根強い**節約志向**が続いている。

- 最近半年間（2026年1月～6月）の世帯収入が1年前と比較して「増加」した世帯の割合は20.7%と、前回調査（19.5%）から小幅ながら上昇。一方、「減少」した世帯は18.6%（同21.4%）と低下した（図表1）。
- この結果、世帯収入DI（※）は+2.1%ポイント（同▲1.9%ポイント）とプラスに転じ、全ての年代で前回調査から改善した（図表2）。なお、最近半年間と比較した今後半年間のDIは▲1.7%ポイントと、低下を見込んでいる。

（※）世帯収入DI＝収入が「増加」した世帯の割合－「減少」した世帯の割合

図表1 世帯収入の状況



(注1) 最近半年間は1年前、今後半年間は最近半年間との比較
(注2) 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）

図表2 世帯収入DIの推移

		(%ポイント)			
		n	25年 11月 調査	26年6月調査 最近 半年間	今後 半年間
全体	20～30代	2,064	▲ 1.9	2.1	▲ 1.7
	40代	504	14.3	15.2	10.5
	50代	362	6.9	8.3	▲ 1.4
	60代～	314	▲ 6.1	0.0	▲ 2.2
		884	▲ 13.2	▲ 7.0	▲ 8.6

（注） nは今回26年6月調査のサンプル数

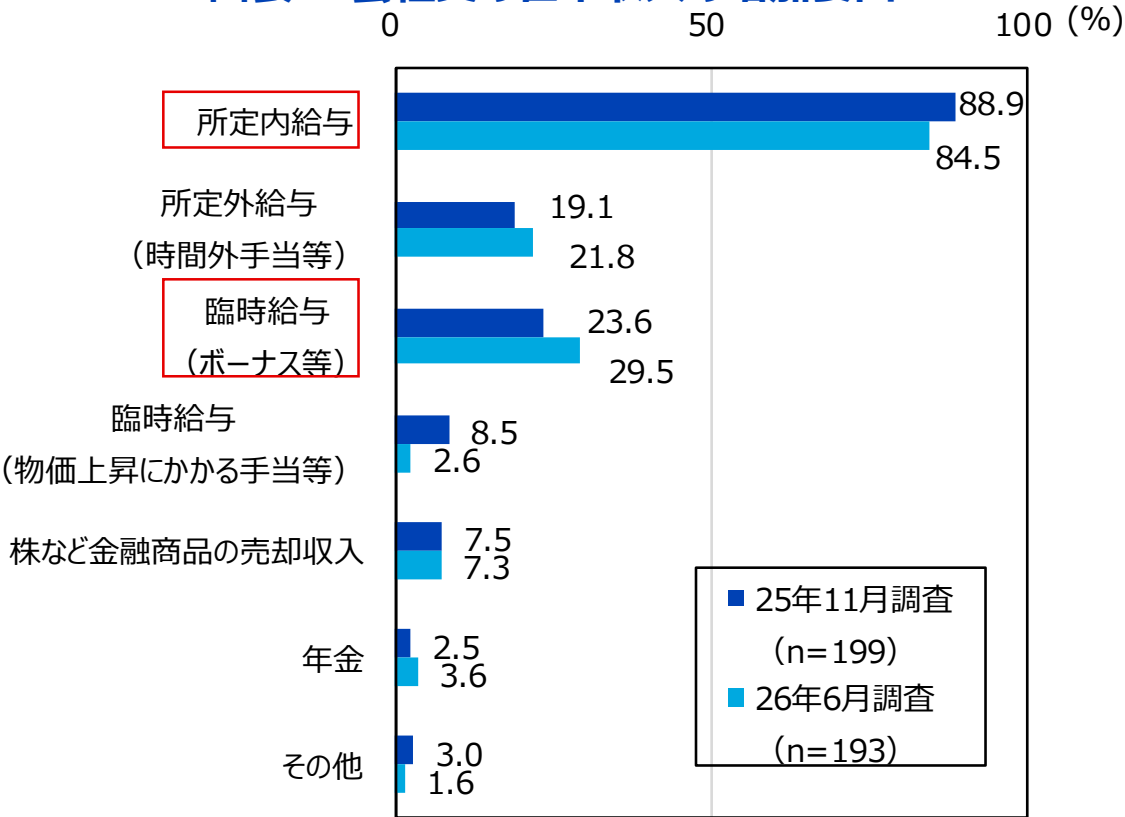
- 会社員の世帯収入DIは前回調査の+4.4%ポイントから+7.8%ポイントに上昇。50代以上で低下したものの、20～30代、40代はともに2桁のプラスとなった（図表3）。ただし、今後半年間のDIは+2.9%と、慎重な見方となっている。
- 世帯収入が「増加した」世帯では、その要因として「所定内給与」（84.5%）を挙げる割合が引き続き8割超を占めたほか、ボーナス等の「臨時給与」（29.5%）も3割近くに達しており、昨今の賃上げの動きを反映した結果となっている（図表4）。

図表3 会社員の世帯収入DIの推移

(％ポイント)						
		n	25年11月 調査	26年6月調査		
				最近 半年間	今後 半年間	
全体		770	4.4	 7.8	 2.9	
	20～30代	268	17.6	 25.0	 18.6	
	40代	183	3.4	 12.5	 7.6	
	50代	153	4.0	 1.3	 ▲ 5.9	
	60代～	166	▲ 14.0	 ▲ 19.3	 ▲ 19.3	

(注1) nは今回26年6月調査のサンプル数
(注2) 本アンケートの回答者のうち、会社員が占める割合は37.3%
他職種・・・アルバイト：17.3%、無職：16.0%、専業主婦：14.9%
自営業・自由業：5.2%、公務員：3.5%、その他：2.9%、
学生：1.6%、経営者・役員：1.2%

図表4 会社員の世帯収入の増加要因

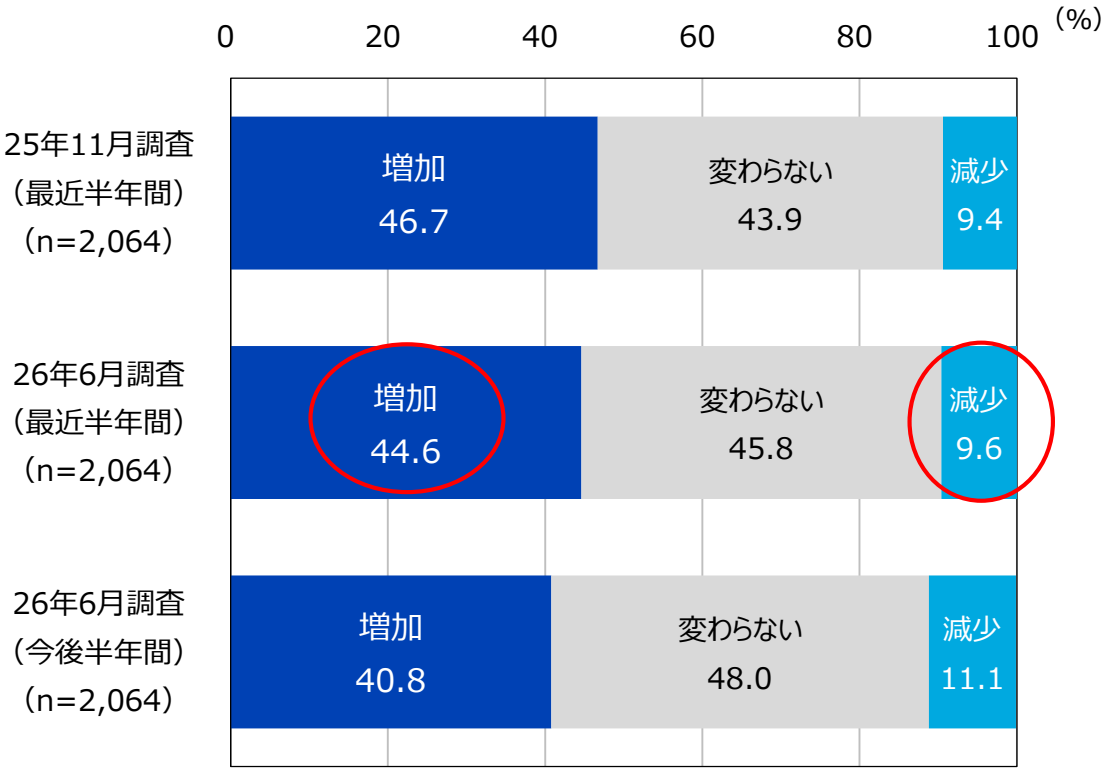


(注) 複数回答（あてはまるものを全て）

- 最近半年間の消費支出が1年前と比較して「減少」した世帯は9.6%と、前回調査（9.4%）と横這いながら、「増加」した世帯の割合は44.6%（同46.7%）と幾分低下した（図表5）。
- この結果、消費支出DI（※）は+35.0%ポイントと、なお高い水準ながら前回調査（37.3%ポイント）から低下し、今後半年間の消費支出DI（+29.7%ポイント）は一段の低下を見込んでいる（図表6）。

（※）消費支出DI=支出が「増加」した世帯の割合－「減少」した世帯の割合

図表5 消費支出の状況



（注）最近半年間は1年前、今後半年間は最近半年間との比較

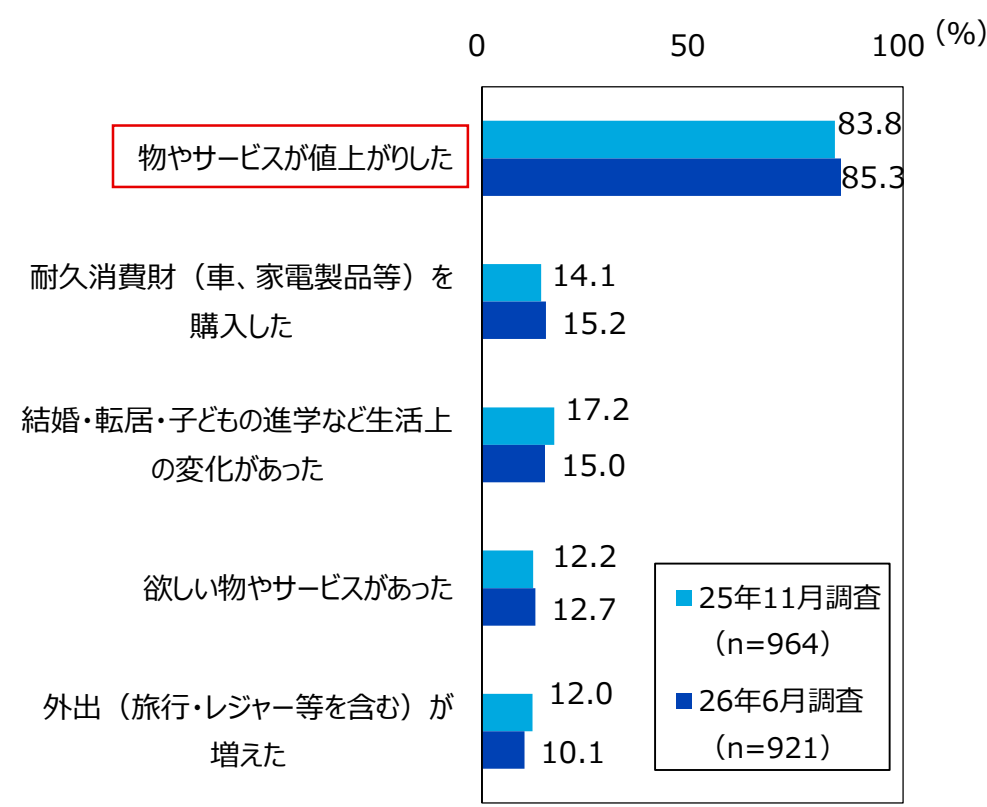
図表6 消費支出DIの推移

		(%ポイント)			
		n	25年 11月 調査	26年6月調査	
				最近 半年間	今後 半年間
全体		2,064	37.3	 35.0	 29.7
	～30代	504	40.5	 36.9	 26.4
	40代	362	43.7	 36.2	 30.4
	50代	314	30.0	 29.7	 24.2
	60代～	884	35.5	 35.4	 33.3

（注） n は今回26年6月調査のサンプル数

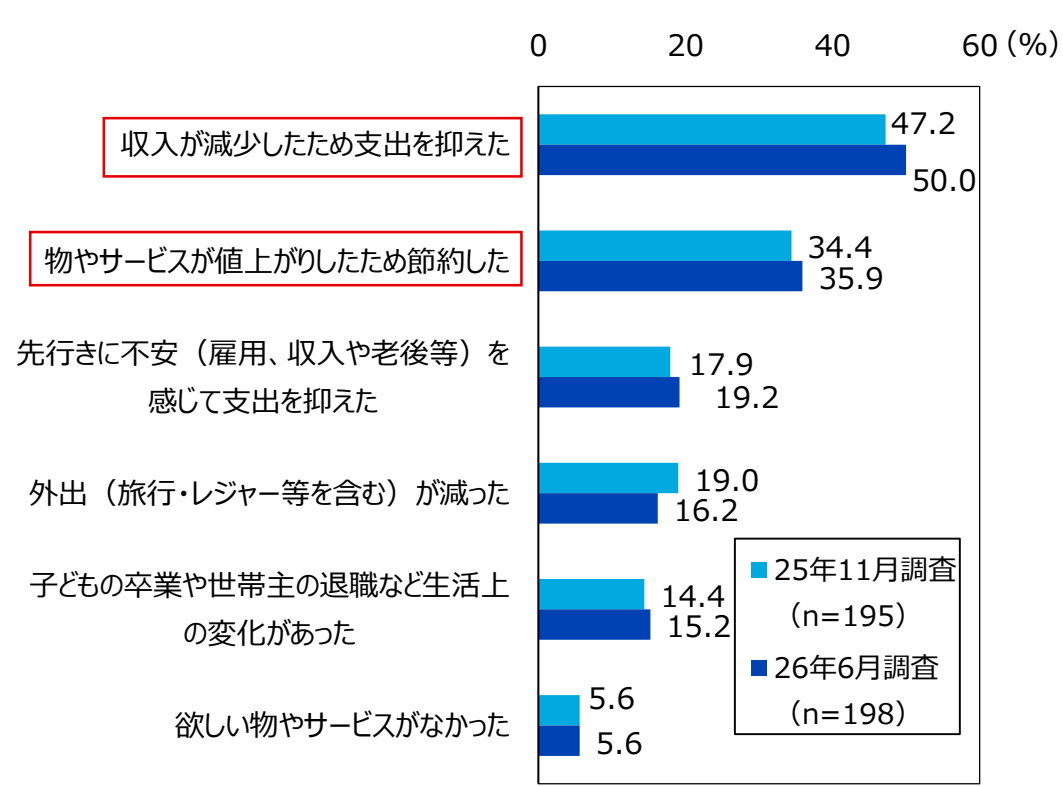
- 最近半年間の消費支出が1年前と比べて「増加した」世帯では、「物やサービスの値上がり」を理由に挙げる割合が85.3%と、前回調査（83.8%）からさらに上昇した（図表7）。
- 一方、「減少」した世帯では、引き続き「収入減少による支出の抑制」（50.0%）を挙げる割合が最も高く、「物やサービスの値上がりに伴う節約」（35.9%）などと続いている（図表8）。

図表7 消費支出の増加理由【上位5項目】



（注）複数回答（3つまで）

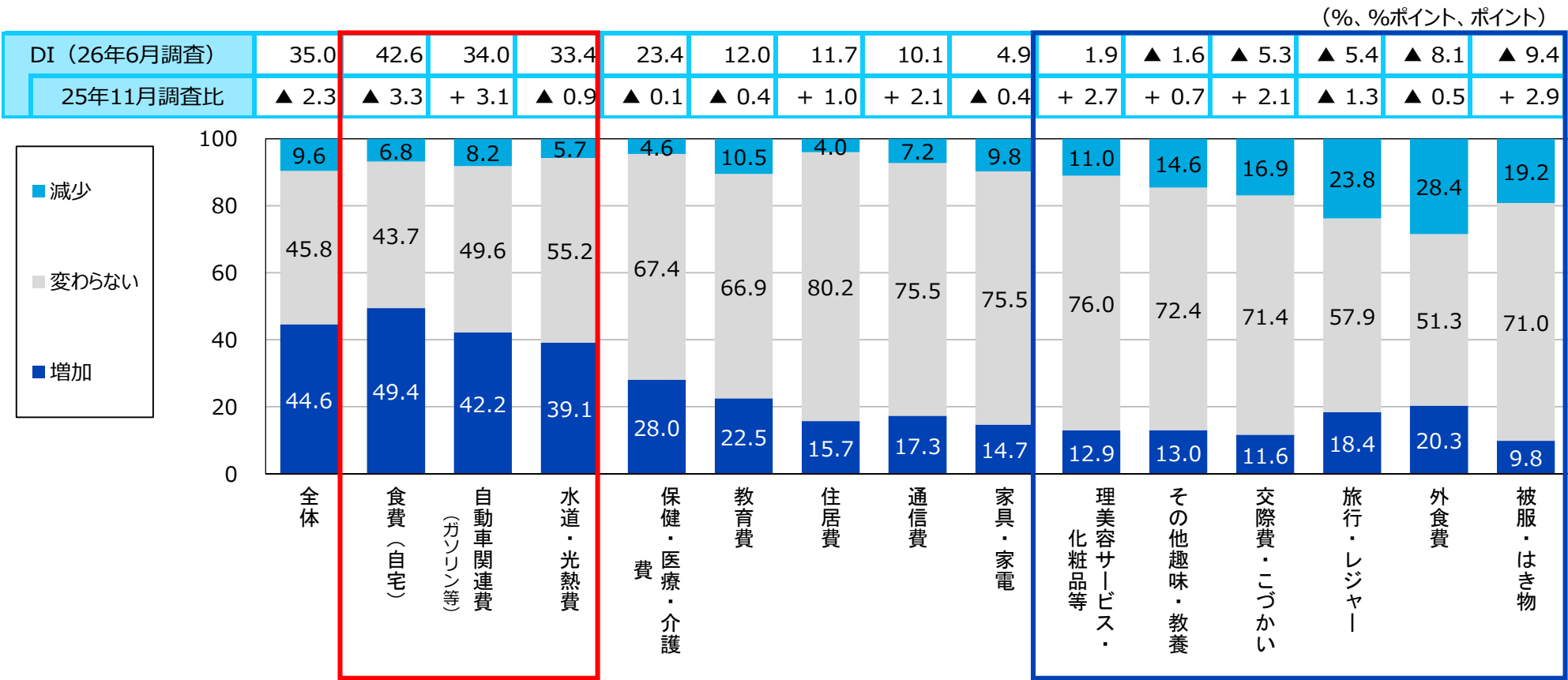
図表8 消費支出の減少理由【上位6項目】



（注）複数回答（3つまで）

- 消費支出DIを費目別にみると、「食費（自宅）」（+42.6%ポイント）、ガソリン等の「自動車関連費」（+34.0%ポイント）、「水道・光熱費」（+33.4%ポイント）の3費目が引き続き高い水準で上位を占めた（図表9）。
- なお、DIの下位6費目は前回調査と同じであるが、旅行・レジャーおよび外食費を除く4費目で前回調査から幾分上昇。このうち、「理美容サービス・化粧品等」は小幅ながらプラスに転じており、こうした選択的費目全体では改善の兆しも窺える。

図表9 費目別の消費支出の状況と消費支出DI



(注) n=2,064（費目ごとに「該当なし」を除いて集計）

- 食料品の購買行動について、1年前と比較した最近半年間の変化（※）を尋ねたところ、購入単価では「上昇」した（77.5%）が8割近く、購入量では「変化なし」（61.0%）が約6割と、最も高い割合を占めた。ちなみに、購入単価「上昇」かつ購入量「変化なし」の割合は47.1%と半数近くに達しており、家計支出の増加が生活必需品を中心とした価格上昇によりもたらされている側面を反映した結果ともなっている（図表10）。
- なお、購入単価が「上昇」した人について購入量の変化をみたところ、何れの年代においても「変化なし」の割合が最も高く、家計が値上げを受け入れざるを得ない状況が窺える（図表11）。

（※）購入する食料品の1商品当たりの価格や選ぶ商品の価格帯と、購入数量が全体としてどのように変化したかについて質問

図表10 食料品の購入単価・購入量の変化

		購入単価			
		上昇	変化なし	低下	合計
購入量	増加	18.1	3.1	1.6	22.8
	変化なし	47.1	12.8	1.1	61.0
	減少	12.3	1.2	2.7	16.2
	合計	77.5	17.1	5.4	100.0

（注）n=2,053

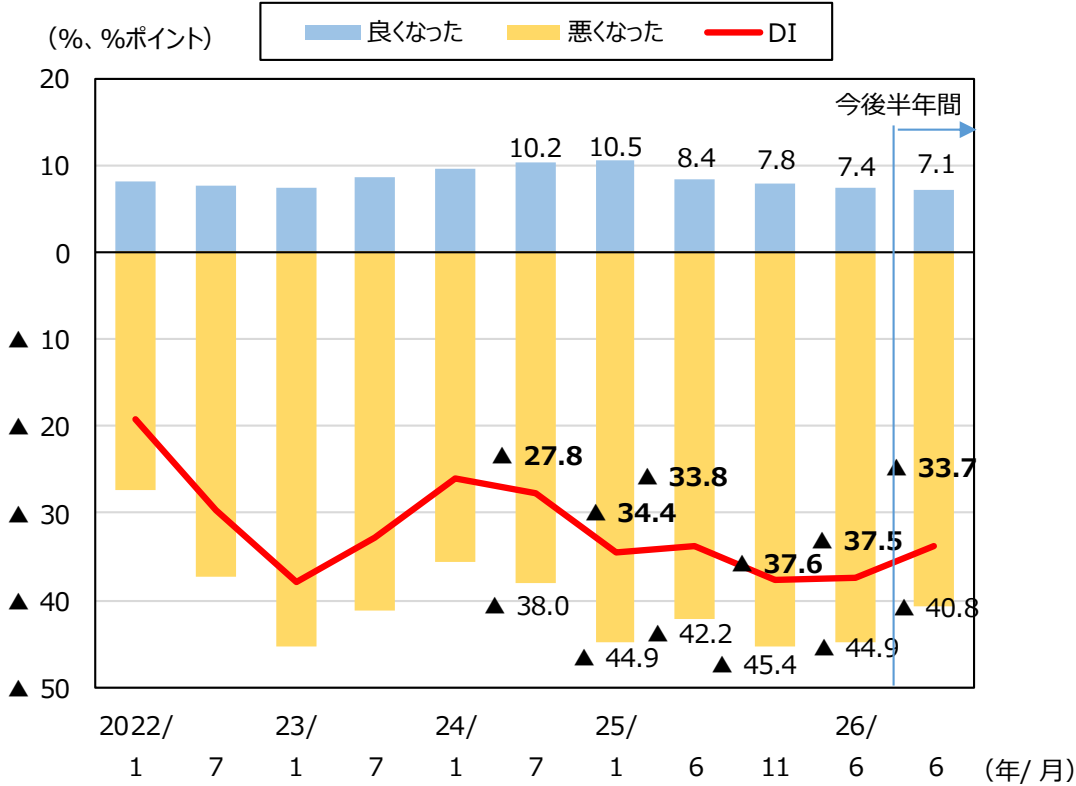
図表11 購入単価が上昇した人の購入量の変化

		n	購入量 増加	購入量 変化なし	購入量 減少
全体	20～30代	325	27.0	29.8	8.7
	40代	278	22.9	41.7	12.2
	50代	237	14.3	48.1	13.1
	60代～	752	12.5	58.7	14.2

- 最近半年間の家計収支DI（※1）は▲37.5%ポイントと前回調査（▲37.6%ポイント）から横這いながら、暮らし向きの実感（暮らしに対する満足度）DI（※2）は▲26.0%ポイント（同▲23.0%ポイント）と低下した（図表12・13）。
- 今後半年間については、家計収支DI(▲33.7%ポイント) は改善を見込むものの、暮らし向きの実感DI(▲27.4%ポイント) はマイナス幅が拡大する見通しである。すなわち、家計収支に改善の兆しが窺える一方で、暮らし向きの実感にはつながりにくい状況が続いている。

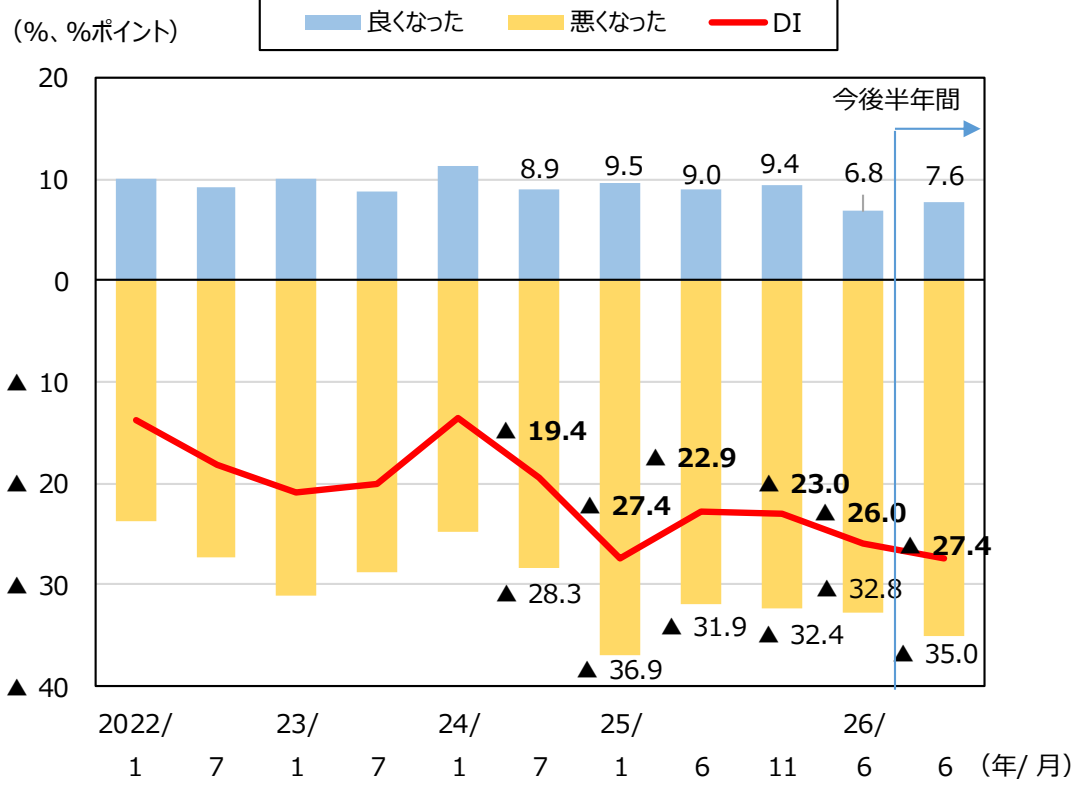
（※1）家計収支DI＝ 家計収支（収入－支出）が「良くなった」世帯の割合－「悪くなった」世帯の割合
（※2）暮らし向きの実感DI＝ 最近の暮らし向きが「良くなった」世帯の割合－「悪くなった」世帯の割合

図表12 家計収支DIの推移



（注）最近半年間は1年前、今後半年間は最近半年間との比較

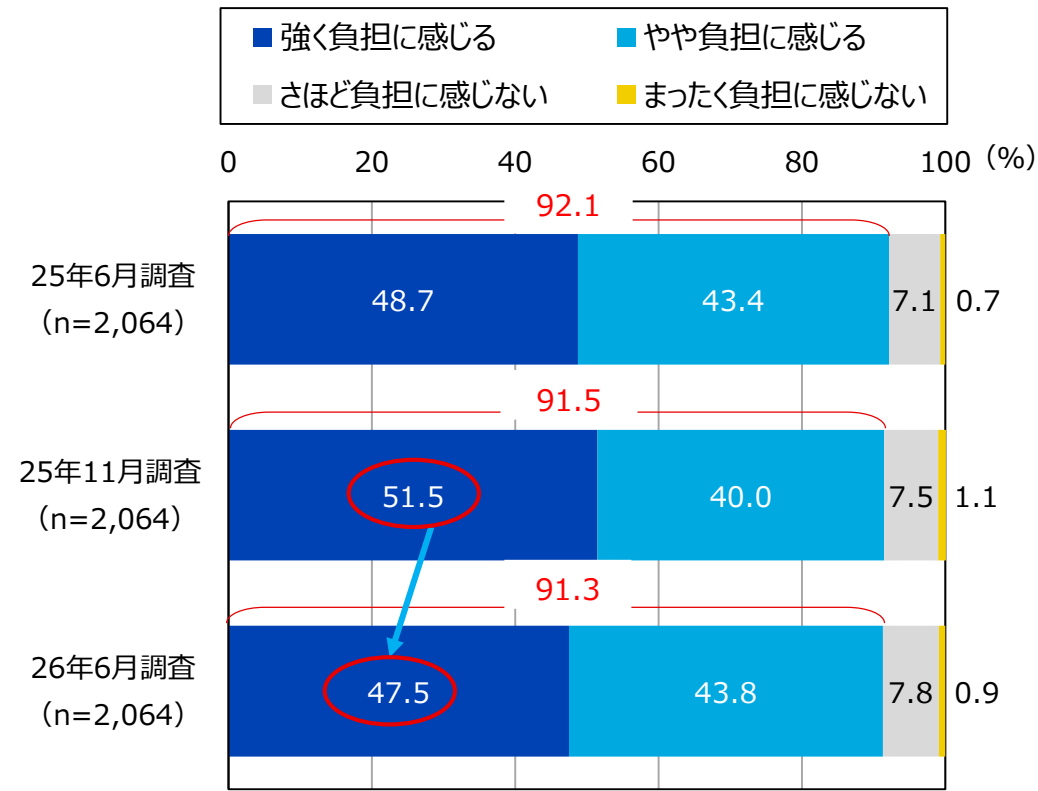
図表13 暮らし向きの実感DIの推移



（注）最近半年間は1年前、今後半年間は最近半年間との比較

- 最近の物価水準について「負担を感じる」人の割合は91.3%と、物価上昇の長期化の中で依然9割を超えている。ただし、「強く負担を感じる」人の割合は47.5%と前回調査（51.5%）から低下しており、米類等の低下に伴う食料の伸び率鈍化や政府のエネルギー価格の抑制策の中で、物価高に対する負担感に変化の兆しも見受けられる（図表14）。
- なお、「強く負担を感じる」人の割合は、年代別には40代、世帯構成別では「子供のいる」世帯で相対的に高い（図表15）。

図表14 最近の物価高に対する負担感

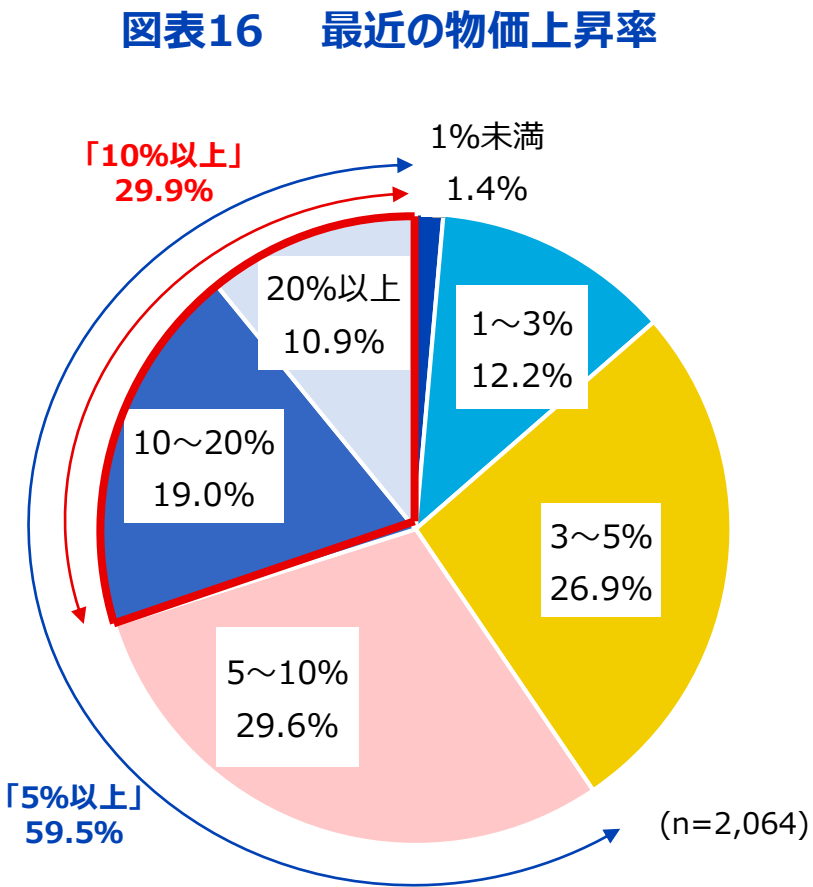


図表15 「負担を感じる」人の割合

		n	負担に 感じる	(%)
				うち「強く 負担に感じる」
全体		2,064	91.3	47.5
年 代 別	20～30代	504	89.7	48.8
	40代	362	92.3	57.2
	50代	314	90.4	47.1
	60代～	884	92.2	43.0
世 帯 別	単身世帯	411	91.0	49.4
	夫婦のみ	634	90.0	38.6
	夫婦と子供	731	92.2	51.8
	ひとり親と子供	162	91.4	56.2
	その他	126	93.7	50.0

- 最近の物価上昇率について尋ねたところ、「5%以上」（59.5%）とする回答が約6割、うち「10%以上」（29.9%）も約3割を占めている（**図表16**）。
- 「5%以上」、「10%以上」とする割合はともに前回調査（各67.3%、33.0%）から低下している（**図表17**）。とは言え、足元での消費者の物価実感は、年代別にバラツキはあるものの、総じて高い水準（※）にある。

（※）2026年5月の広島市の消費者物価（総合）上昇率：前年同月比＋1.6%、うち食料同＋3.5%、エネルギー（電気・ガソリン等）同▲3.8%



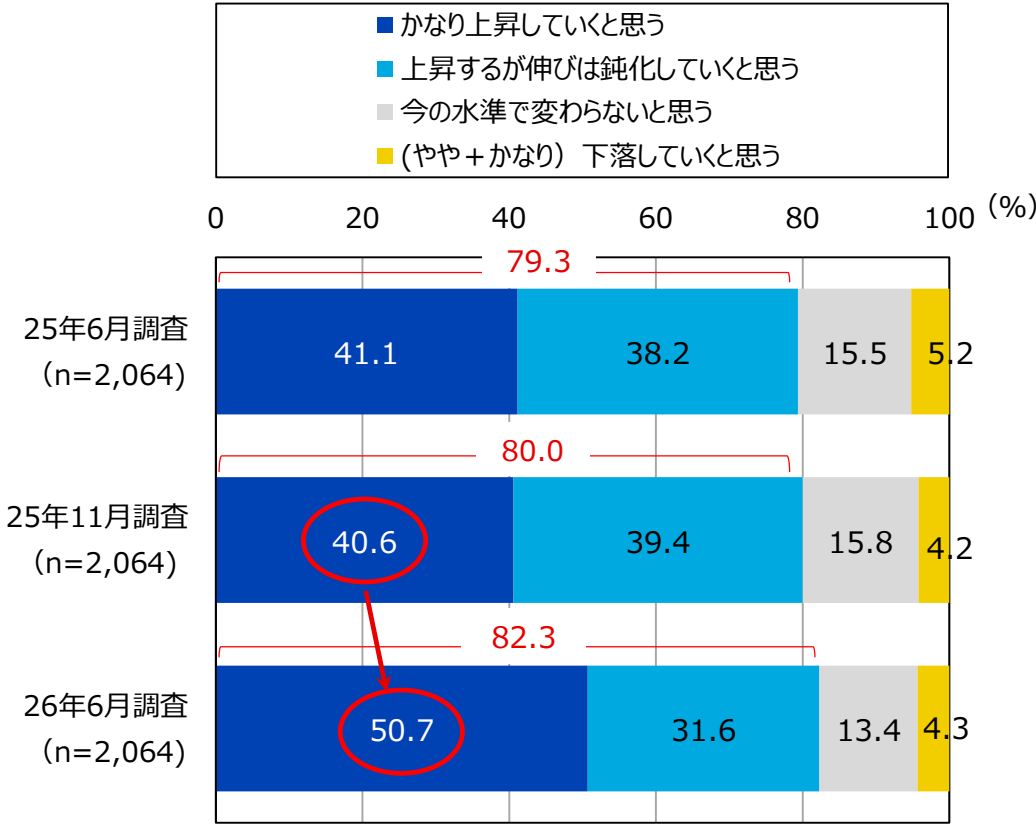
図表17 物価上昇率「5%以上」と回答した人の割合 (%)

	n	25年11月調査		26年6月調査	
		5%以上	うち10%以上	5%以上	うち10%以上
全体	1,228	67.3	33.0	59.5	29.9
20~30代	239	59.0	28.0	47.4	21.0
40代	229	68.5	29.3	63.2	32.3
50代	179	66.5	36.6	57.0	26.1
60代~	581	71.8	36.2	65.7	35.4

（注） nは今回26年6月調査のサンプル数

- 今後1年程度の物価の動きについては、「上昇していくと思う」人の割合が82.3%と前回調査（80.0%）から上昇。とくに、「かなり上昇していくと思う」人の割合（50.7%）は5割を超えて前回調査（40.6%）を大きく上回った（図表18）。
- こうした物価の先高観はイラン情勢の緊迫化を契機に強まっているとみられ、「かなり上昇していく」と考える人の割合は、すべての年代で前回調査から上昇している（図表19）。

図表18 今後1年程度の物価の動き



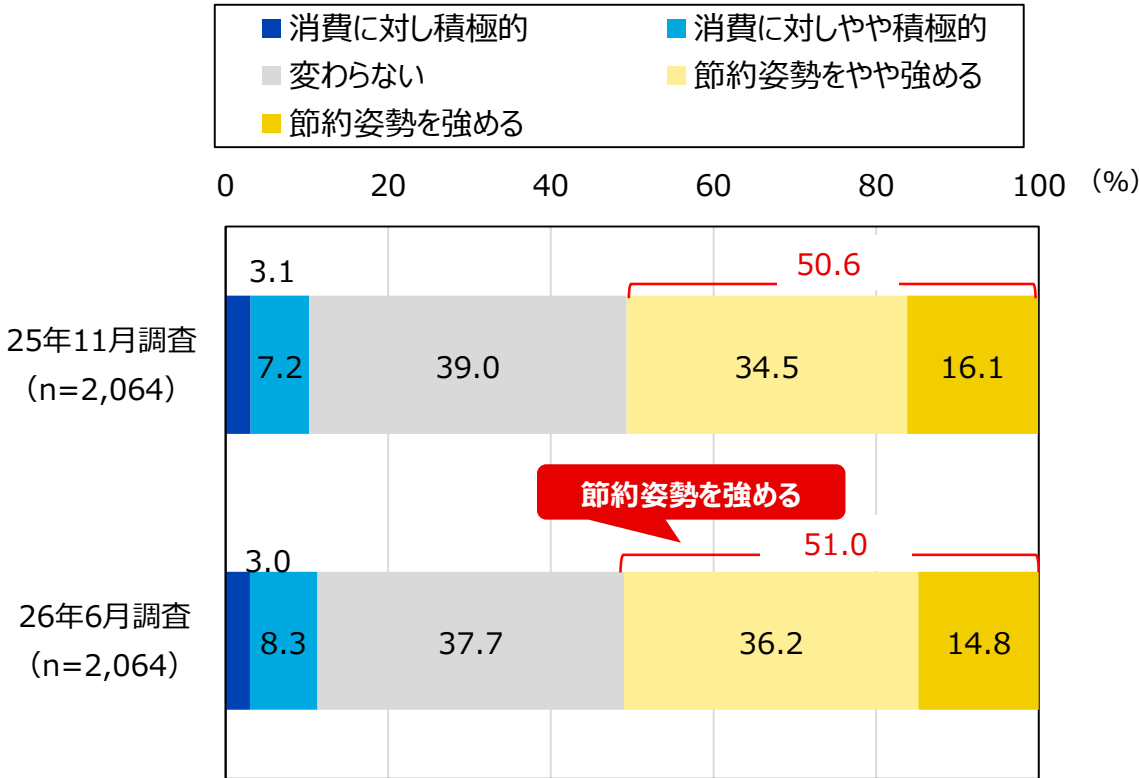
図表19 物価が「かなり上昇していく」と考える人の割合

(%, %ポイント)				
	n	25年11月調査	26年6月調査	25年11月調査比
全体	1,047	40.6	50.7	10.1
20～30代	227	38.7	45.0	6.3
40代	195	45.0	53.9	8.9
50代	145	37.9	46.2	8.3
60代～	480	40.8	54.3	13.5

(注) nは今回26年6月調査のサンプル数

- 今後の消費姿勢について尋ねたところ、「節約姿勢を（やや）強める」と回答した人の割合は引き続き半数超を占める一方、「消費に対し（やや）積極的」との回答は約1割にとどまっている。物価の負担感と先高観の中で、慎重な消費姿勢は当面続くものと考えられる（図表20）。
- なお、「節約姿勢を（やや）強める」とする割合は、40代以上で前回調査から上昇する一方、20代～30代では低下している（図表21）。

図表20 今後の消費姿勢



図表21 「節約姿勢を（やや）強める」回答者の割合

(%、%ポイント)				
	n	25年11月調査	26年6月調査	前回差
全体	1,053	50.6	51.0	0.4
20～30代	235	51.0	46.6	▲ 4.4
40代	203	52.5	56.1	3.6
50代	157	48.8	50.0	1.2
60代～	458	50.3	51.8	1.5

(注1) 節約姿勢を「強める」と「やや強める」人の合計
(注2) nは今回26年6月調査のサンプル数

- ちなみに、現在の手取り収入がどの程度増加すれば、自身の「前向きな消費行動」につながるか尋ねたところ、「10%以上20%未満」とする回答が22.9%と最も多く、「20%以上30%未満」（17.1%）、「5%以上10%未満」（15.8%）と続いた（図表22）。
- 「10%以上」とする割合は55.3%と全体の半数超に達しており、個人年収別では1,000万円以上を除き、年代別には全ての世代で概ね50～60%程度を占めている。消費拡大のためには相応の手取り収入の増加が必要と考えられるが、そのハードルはインフレ下でさらに高まっている可能性がある。

図表22 前向きな消費行動につながる手取り収入の水準（現状比増加率）

			10%以上 : 55.3%						(%)	
		n	既に 前向きな 消費行動 である	5%未満	5%以上 10%未満	10%以上 20%未満	20%以上 30%未満	30%以上 50%未満	50%以上	該当しない
全体		(2035)	7.4	6.7	15.8	22.9	17.1	7.3	8.0	14.9
個人 年収	～200万未満	(877)	7.8	6.6	11.3	19.8	16.1	7.8	10.1	20.5
	200～400万円未満	(627)	6.1	6.2	17.7	23.9	18.0	8.3	6.1	13.7
	400～1000万円未満	(503)	7.6	7.2	20.9	26.4	18.5	5.6	6.8	7.2
	1000万円以上	(28)	25.0	10.7	25.0	28.6	0.0	0.0	7.1	3.6
年代	20～30代	(497)	7.8	10.7	19.5	19.3	14.9	5.0	10.1	12.7
	40代	(357)	6.7	7.8	11.5	20.7	21.6	10.9	8.7	12.0
	50代	(311)	8.0	6.1	14.8	23.5	17.7	7.4	7.7	14.8
	60代～	(870)	7.2	4.1	15.9	25.5	16.2	7.0	6.7	17.4

（注）「わからない」を除く

- 参考までに、収入変化、支出変化、家計収支、暮らし向き、物価負担感、物価見通しおよび消費姿勢の7指標について、**相関分析と階層的クラスタリング**を行い、**消費行動にかかる構造分析**を行った。
- 分析の結果、**消費行動は収入の増減そのものよりも、収支状況や暮らし向きといった家計の余裕感や安心感と強く結び付いていることが確認された**。裏返せば、「家計収支に改善の兆しがみられるものの、大半の人が物価に対する強い負担感を有する中で、生活実感は上向いていない」という、本アンケート結果と整合的である。こうしたことから、**賃上げの効果が直ちに消費拡大へ波及する状況には至っていないと考えられる（図表23・24）**。

図表23 相関分析および階層的クラスタリング分析の概要

◆主要指標は以下の3つのクラスターに分類された。

① 家計変化クラスター

- ✓収入変化
- ✓支出変化

- 収入変化と支出変化には一定の関連がみられる。
- 収入環境の変化は支出行動にも影響を与えていることが確認された。

② 物価認識クラスター

- ✓物価負担感
- ✓物価見通し

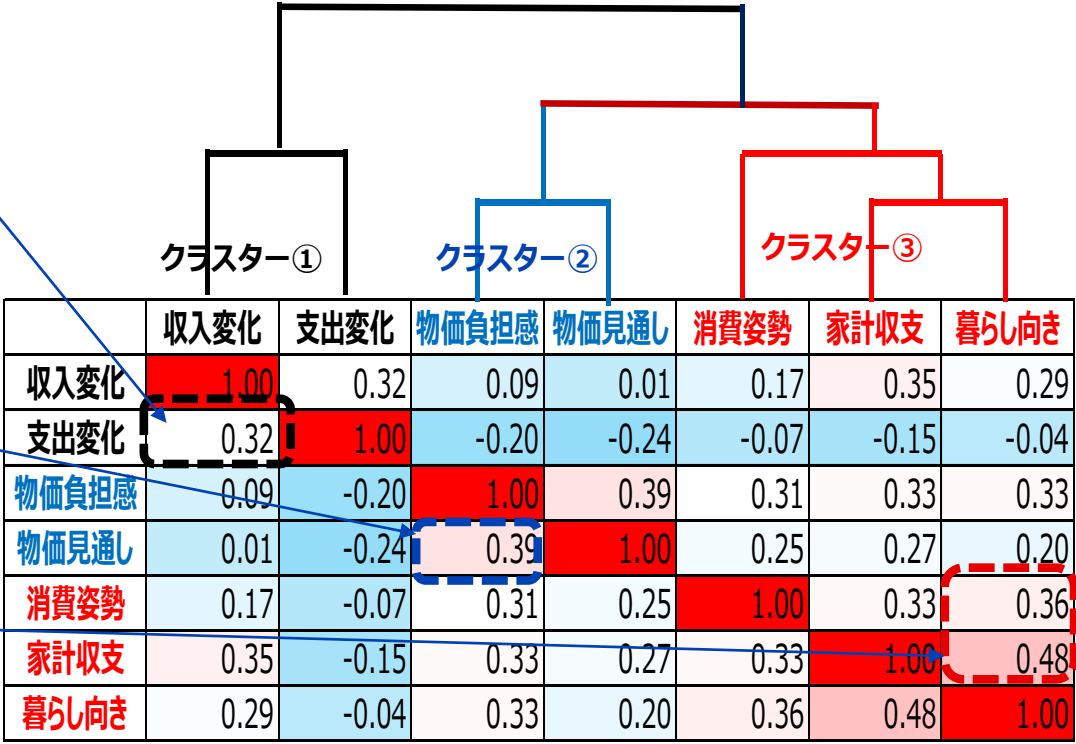
- 足元で物価負担を強く感じる人ほど、先行きの物価上昇も警戒する傾向がみられた。
- 一方、収入変化との関連は弱く、所得環境の改善は物価の負担感や物価の先高観の緩和にはつながっていないことが窺える。

③ 生活実感クラスター

- ✓家計収支
- ✓暮らし向き
- ✓消費姿勢

- 家計収支、暮らし向き、消費姿勢は比較的強い結び付きがみられた。
- このことは、消費姿勢が収入増加そのものよりも、「家計に余裕がある」、「暮らし向きが改善」といった生活実感と結び付いている可能性を示している。

図表24 消費者意識の構造（階層的クラスタリング）



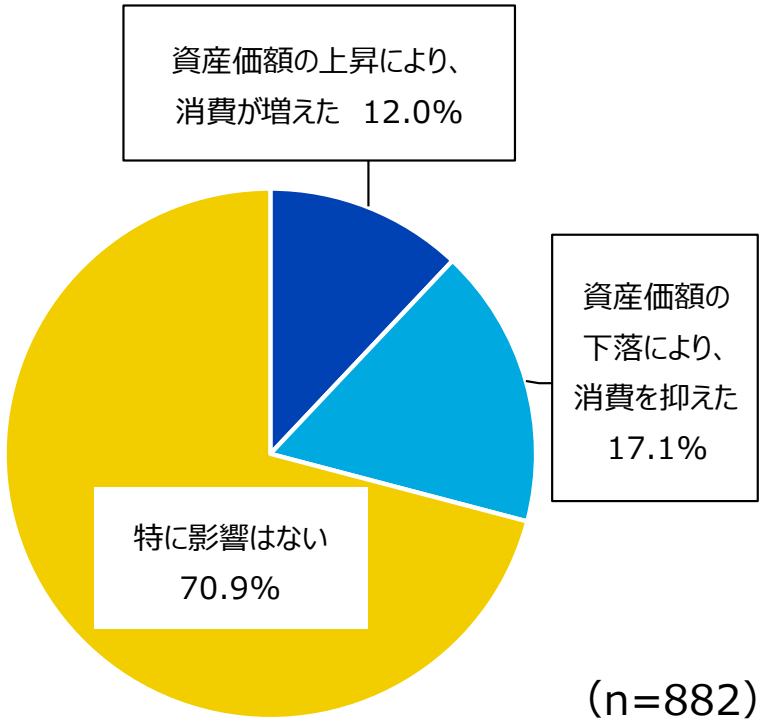
- 本アンケート回答者のうち、何らかの金融商品（預貯金を除く）を保有している人（43.3%）は4割を超え、うち投資信託（28.8%）または株式（27.3%）を保有している人はともに3割近くを占めている（図表25）。年代別にも概ね同様の傾向であるが、個人年収別には、年収が多いほど金融商品の保有割合は高くなっている。
- 金融資産保有者のうち、「資産価額が上昇したことにより消費が増えた」とする人は12.0%にとどまる一方、「特に影響はない」とする人は約7割を占めている。昨今は株価等の上昇が注目を集めているが、資産効果（資産価額の上昇が消費を喚起する効果）については限定的と考えられる（図表26）。

図表25 金融商品の保有状況（個人年収別）

		（％）								
	n	保有 して いる	投資 信託	株式	外貨 預金	債券	金	暗号 資産	その他	保有 して いない
全体	2,035	43.3	28.0	27.3	4.7	4.5	4.3	3.4	1.1	56.7
～200万円未満	877	33.0	20.6	19.5	3.5	3.1	2.6	2.2	1.1	67.0
200～ 400万円未満	627	41.3	25.8	23.9	3.0	4.0	4.5	2.4	0.6	58.7
400～ 1000万円未満	503	61.4	41.7	42.3	7.6	6.6	7.0	6.2	1.8	38.6
1000万円以上	28	89.3	60.7	78.6	25.0	25.0	3.6	14.3	0.0	10.7

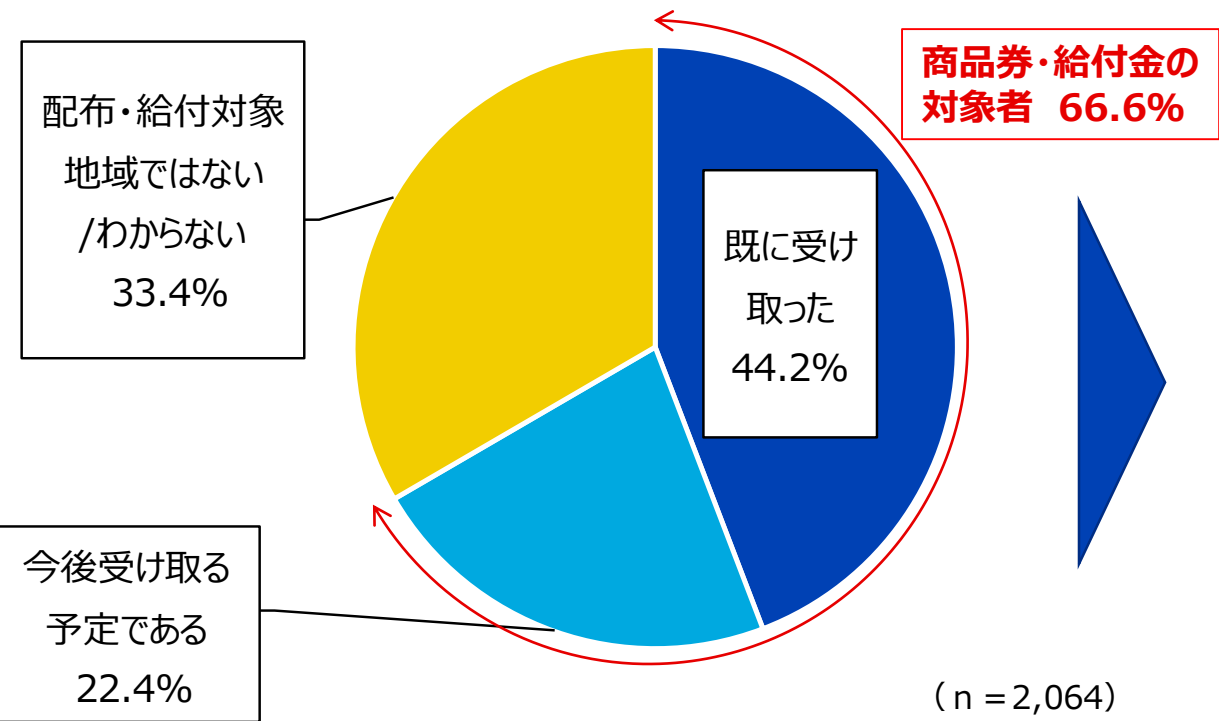
(注1) 「わからない」を除く
(注2) 複数回答（あてはまるもの全て）

図表26 資産価額変動の消費への影響



- 本アンケート回答者のうち、物価高騰対策としての商品券・給付金の対象は1,375世帯（全体の66.6%）であった（図表27）。
- その主な使い途について尋ねたところ、食料品が63.2%と突出して多く、日用品（11.7%）、外食（4.0%）と続いており、全ての年代で概ね同様の傾向となっている（図表28）。貯蓄に回るケースが多かった従来の給付と異なり、今回の商品券・給付金の活用は生活必需品の購入が中心となっており、政策目的に沿った活用がなされる見込みである（図表28）。

図表27 商品券・給付金の受取状況



図表28 商品券・給付金の主な使い途

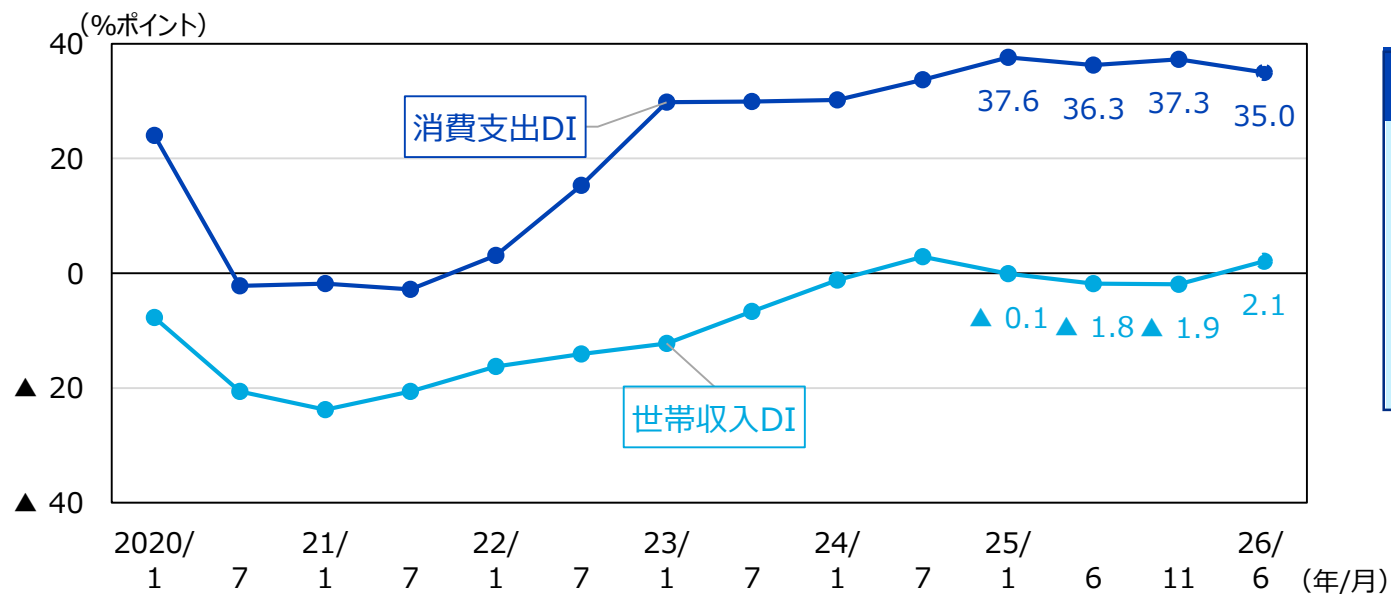
		(%)				
	n	食料品	日用品	外食	その他	わから ない
全体	1,375	63.2	11.7	4.0	13.1	8.0
20～30代	291	59.8	14.1	5.8	11.3	8.9
40代	238	64.7	11.3	4.2	12.2	7.6
50代	218	64.2	13.3	3.2	11.9	7.3
60代～	628	63.9	10.2	3.3	14.6	8.0

(注1) 最もあてはまるものを1つ
(注2) 「その他」は、衣料品、家具・家電、趣味・娯楽、上記以外の日常の支出

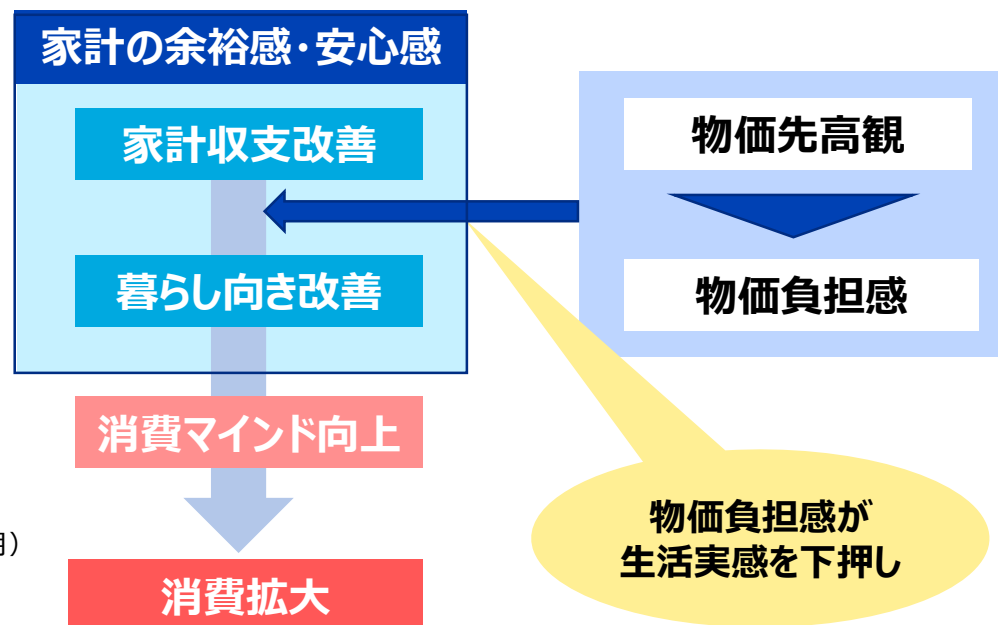
- 今回の調査において、世帯収入DIが4調査ぶりに改善しプラスに転じる一方で、消費支出DIは引き続き高水準で推移している。足元の消費者物価は、食料価格の伸び率鈍化や政府のエネルギー価格抑制策の中で、伸び幅は縮小しているものの、物価高に対する家計の負担感やインフレ情勢の緊迫化に伴う物価の先高観から根強い節約姿勢が続いており、現状は、上向きつつある家計収支が暮らし向きの実感の改善につながりにくい状況にある（図表29・30）。
- このように、賃上げの流れが消費マインドの改善を通じて前向きな消費を喚起していくには、その基盤となる家計の余裕感や安心感の改善が重要で、しばらくは所得改善の効果と物価高の影響がせめぎ合う展開が続くと考えられる。

（ひろぎんホールディングス経済産業調査部 山下 浩平）

図表29 世帯収入DIと消費支出DIの推移



図表30 収入増加が消費拡大につながりにくい現状



アンケートのお願い

【アンケートのお願い】

- ひろぎんホールディングス経済産業調査部では、レポートの品質向上を目的として、アンケートを実施しております。（所要時間：1分程度）
- 下記の二次元コードまたはリンクからご回答いただきますようお願い申し上げます。なお、個別のご質問に対する回答は原則として行っておりませんので、あらかじめご了承ください。

アンケートはこちらから
ご回答ください



PCの方は[こちらをクリック](#)してください。

※ ナインアウト株式会社が提供する
アンケートサイトへ遷移します。

- ◆ 本資料は情報提供のみを目的として作成されたものであり、何らかの行動を勧誘するものではありません。
- ◆ 本資料は、信頼できると思われる情報に基づいて作成されていますが、その正確性を保証するものではありません。また、本資料に記載された内容等は作成時点のものであり、今後予告なく修正、変更されることがあります。資料のご利用に関しては、お客さまご自身の責任において判断なされますよう、お願い申し上げます。
- ◆ 本資料に関連して生じた一切の損害については、責任を負いません。その他、専門的知識に係る問題については、必ず弁護士、税理士、公認会計士等の専門家にご相談のうえ、ご確認ください。
- ◆ 本資料の一部または全部を、当社の事前の了承なく複製または転送等を行うことを禁じます。
- ◆ 本件に関するご照会は、ひろぎんホールディングス経済産業調査部 山下 （082-247-4958）までお願いします。

未来を、ひろげる。

