

長野経済研究所プレスリリース ～消費動向調査結果(2023年1月調査)～

消費抑制の要因として、物価上昇と新型コロナの影響が続く

本調査は、県内の消費動向や消費者意識を把握するため、県内1,000世帯を対象に、3カ月ごとに実施している。

 調査結果のポイント

1. 新型コロナに対する意識や消費行動の変化について

新型コロナへの不安感が強まる

- ・ 新型コロナに対する意識は、「とても不安に感じている」が前回(22年10月、以下同じ)調査に比べ3.9ポイント上昇した。

抑制的な消費行動の割合は上昇

- ・ 新型コロナ感染拡大前と比べた消費行動は、抑制的(「抑制的になった」+「やや抑制的になった」)の回答割合が前回調査に比べ8.5ポイント上昇した。

消費行動を抑制する理由として、「物価の上昇」が大きく上昇

- ・ 消費行動を抑制する理由については、「物価の上昇」が69.2%と最も高く、前回調査から13.2ポイント上昇した。

今後の消費行動は、抑制的な割合が増加

- ・ 今後の消費行動については、抑制的(「抑制的になる」+「やや抑制的になる」)の回答割合が前回調査から5.0ポイント上昇した。

2. 物価について

物価の上昇を感じている割合が約9割

- ・ 最近の物の値段やサービスの価格については、上昇(「上昇している」+「やや上昇している」)の回答割合が約9割となった。また、物価の上昇を感じる項目としては、「食料品代」が最も高くなった。

「物価上昇により支出が増えている」が6割を超える

- ・ 最近の物価上昇の変化に伴う家計支出については、「物価上昇により支出が増えている」が66.7%と前回調査から7.5ポイント上昇した。

物価上昇の中、「収入は変わっていない」が6割を超える

- ・ 物価上昇の一方で、最近の収入の変化については、「収入は変わっていない」が62.7%と6割を超えた。また、今後の収入の見通しについても、「収入は変わらない見通し」が最も高くなった。

3. 旅行の意向について

「予定はまだないが、旅行をしたいと思っている」が約4割

- ・ 今年、旅行を実施する予定(意向)について尋ねたところ、「予定はまだないが、旅行をしたいと思っている」が42.7%と最も高く、次いで「旅行をするつもりはない」(32.6%)となった。

「旅行をするか迷っている、するつもりがない」理由として新型コロナの影響がトップ

- ・ 旅行をするか迷っている、するつもりがない理由として「コロナの影響で、旅行することに不安があるから」が最も高く、次いで「物価高が続いているから」となった。さらに、どのような状態になれば旅行をしようと思うかについては、「物価高が収まっている」が最も高くなった。

- 今回の調査でも、「物価の上昇」が消費行動を抑制する理由のトップとなり、物価上昇の影響が続いている状況がうかがえた。また、旅行の実施意向について尋ねたところ、旅行をしたいと思っている人の割合は4割を超えたものの、旅行に対する懸念材料として物価高と新型コロナに関連する回答が上位となった。引き続き物価高と新型コロナが、消費抑制の大きな要因となるとみられる。

<お問い合わせ先>

一般財団法人 長野経済研究所 電話：026-224-0501

担当：調査部 主任研究員 寺嶋 孝太郎

研究員 伊東 聡史

【調査の概要】

「消費動向調査」アンケート実施概要

調査時期： 2023年1月下旬～2月上旬

調査対象： 長野県内在住の1,000世帯

回答属性： 単独世帯 254世帯
二人以上世帯 746世帯

性別 男性 50.0% 女性 50.0%
年齢別

20代	2.7%
30代	16.8%
40代	18.1%
50代	22.1%
60代	21.9%
70代以上	18.4%

調査方法： インターネット調査

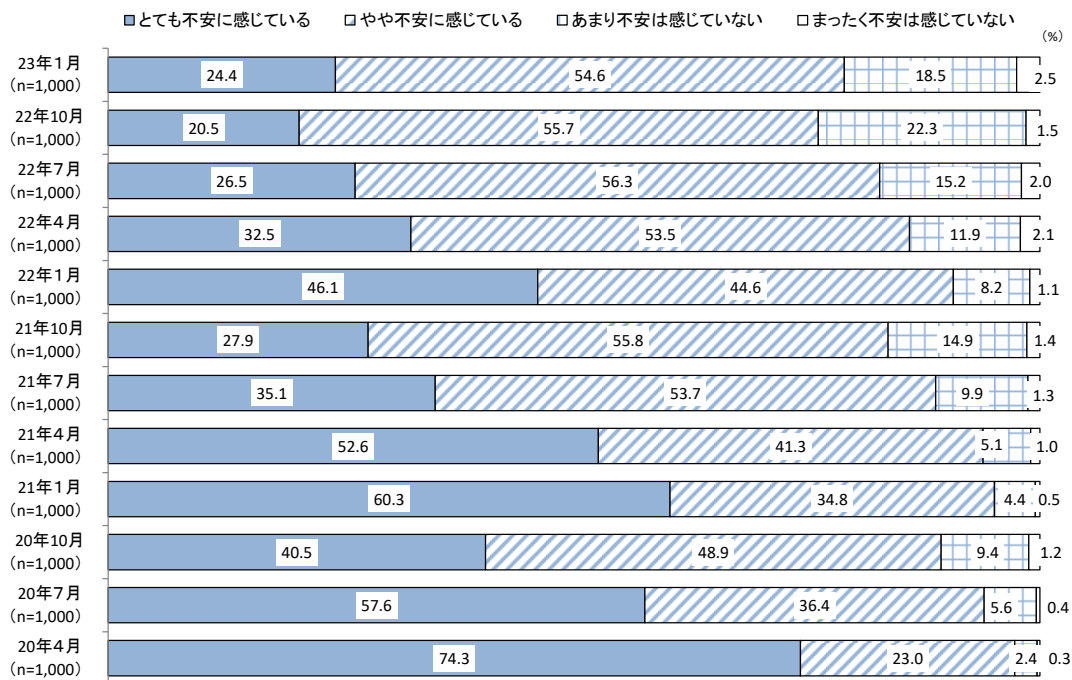
※ 四捨五入の関係で、合計が100%にならない場合がある。

1. 新型コロナに対する意識や消費行動の変化について

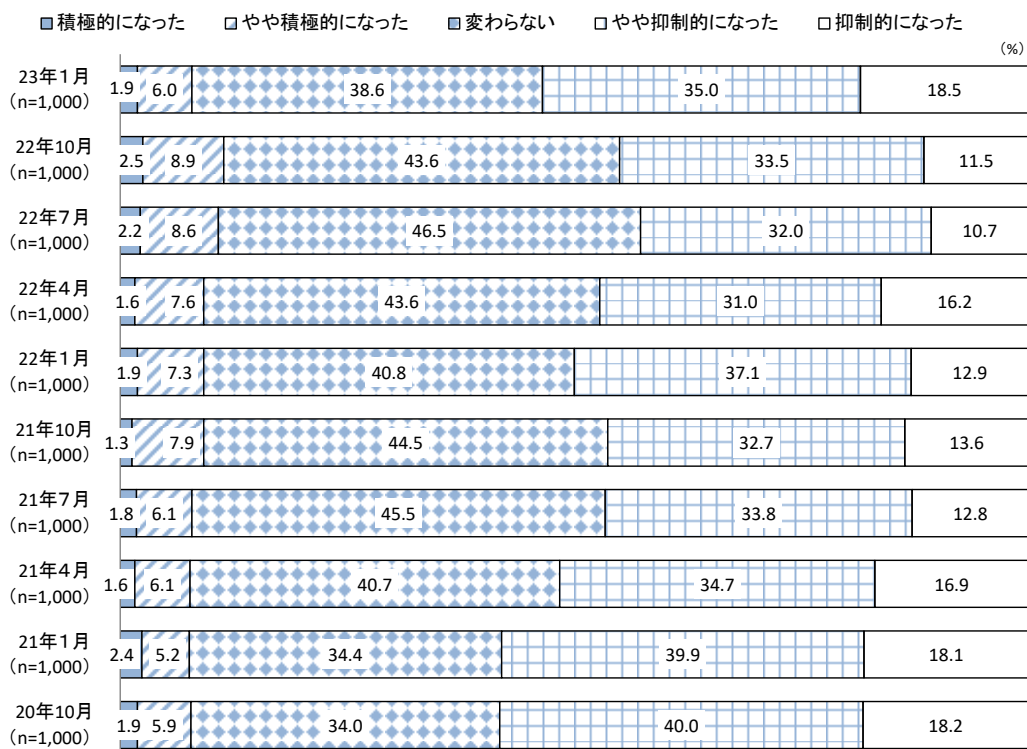
(1) 新型コロナへの不安感が強まる

- 新型コロナに対する意識は、**図表1**のように「とても不安に感じている」(24.4%)と「やや不安に感じている」(54.6%)を合わせた79.0%が不安を感じている。また、「とても不安に感じている」は前回(22年10月、以下同じ)調査に比べ3.9ポイント上昇した。
- 新型コロナ感染拡大前と比べた消費行動は、**図表2**のように、抑制的(「抑制的になった」+「やや抑制的になった」)の回答割合が53.5%と、前回調査に比べ8.5ポイント上昇し、積極的(「積極的になった」+「やや積極的になった」)の7.9%を大きく上回っている。

図表1 新型コロナに対する意識



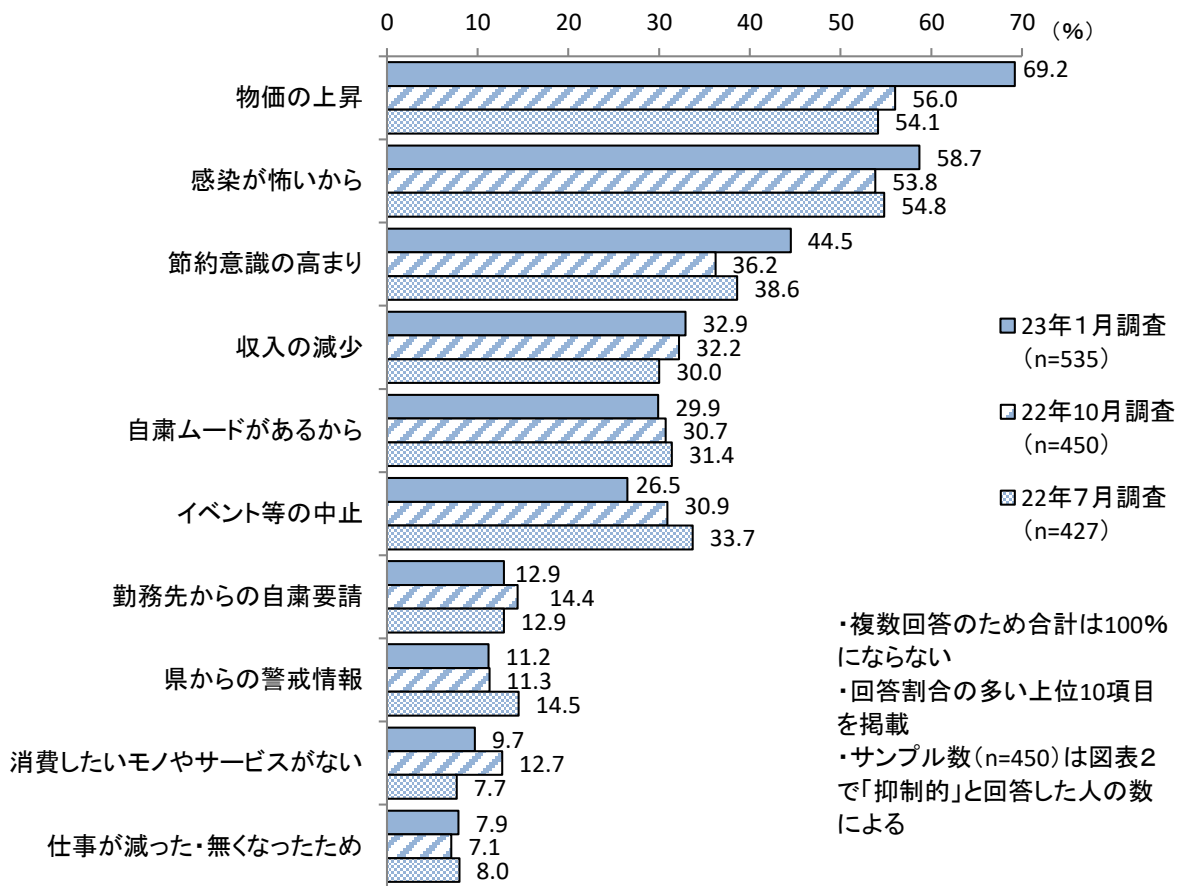
図表2 新型コロナ感染拡大前と比べた消費行動



(2) 消費行動を抑制する理由として、「物価の上昇」が大きく上昇

- 消費行動を抑制する理由については、**図表3**のように「物価の上昇」が69.2%と最も高く、次いで「感染が怖いから」(58.7%)、「節約意識の高まり」(44.5%) などとなった。
- 特に「物価の上昇」は前回調査に比べ 13.2 ポイント上昇したほか、「節約意識の高まり」が 8.3 ポイント上昇した。

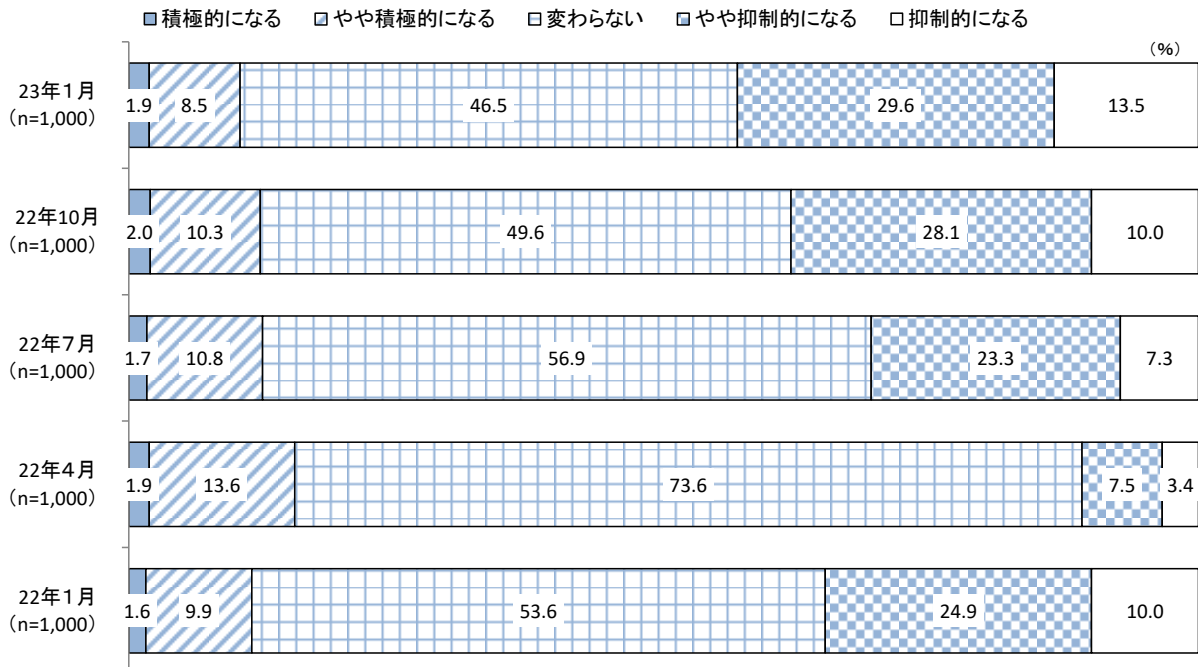
図表3 消費行動を抑制する理由



(3) 今後の消費行動は、抑制的な割合が増加

- 今後の消費行動については、図表4のように、「変わらない」の回答割合が46.5%と最も高くなった。
- 抑制的（「抑制的になる」＋「やや抑制的になる」）の回答割合は43.1%と前回調査に比べ5.0ポイント上昇した。一方で、積極的（「積極的になる」＋「やや積極的になる」）の回答割合は10.4%と前回調査から1.9ポイント低下した。

図表4 今後の消費行動

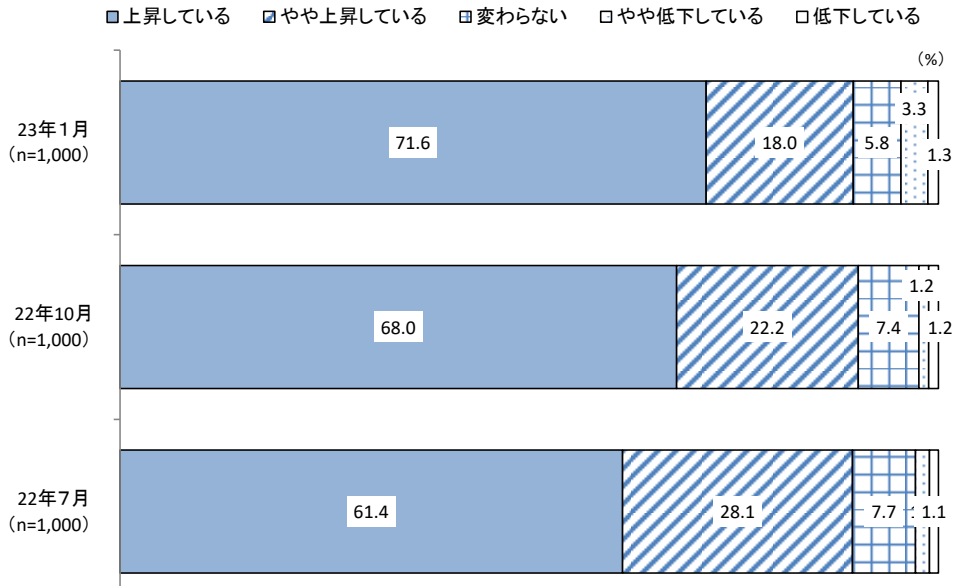


2. 物価について

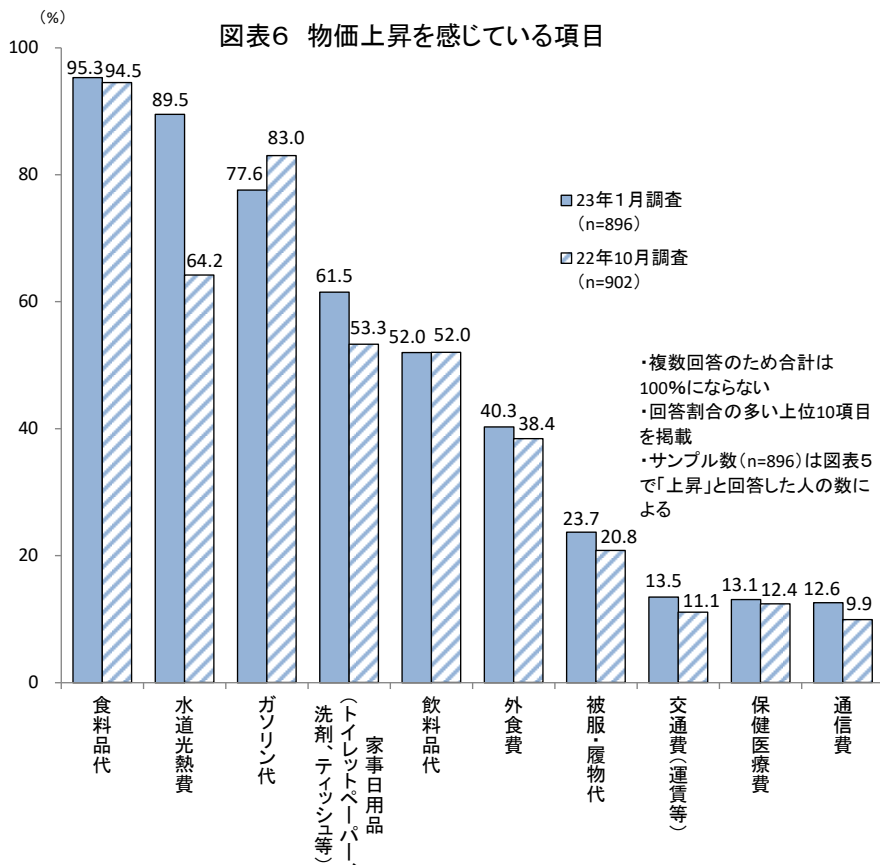
(1) 物価の上昇を感じている割合が約9割

- ・ 最近の物の値段やサービスの価格については図表5のように、上昇（「上昇している」＋「やや上昇している」）の回答割合が89.6%と、物価の上昇を感じている割合は約9割となっている。
- ・ 物価上昇を感じている項目としては、図表6のように、「食料品代」が95.3%と最も高く、次いで「水道光熱費」（89.5%）、「ガソリン代」（77.6%）などとなった。
- ・ 前回調査から上昇した項目では、「水道光熱費」（＋25.3ポイント）、「家事日用品」（＋8.2ポイント）などが上位となった。

図表5 最近の物やサービスの価格



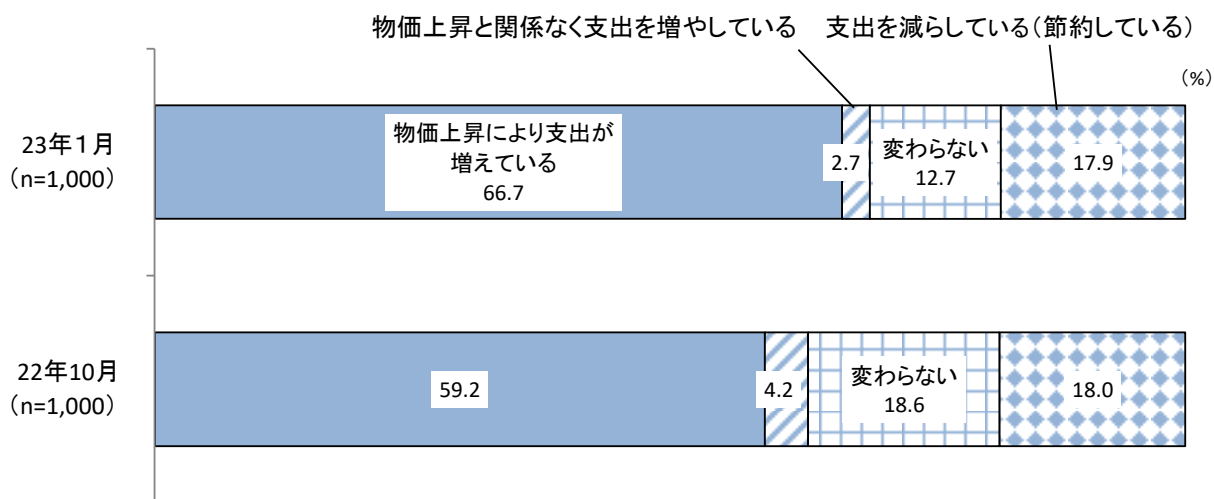
図表6 物価上昇を感じている項目



(2) 「物価上昇により支出が増えている」が6割を超える

- 最近の物価上昇に伴う家計支出の状況については、図表7のように、「物価上昇により支出が増えている」が66.7%と前回調査から7.5ポイント上昇した。

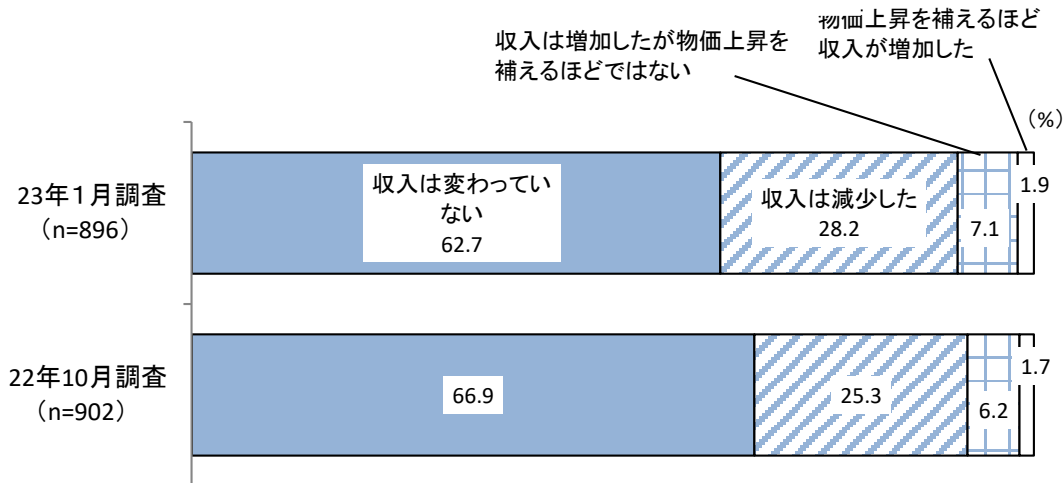
図表7 最近の物価の変化に伴う家計支出



(3) 物価上昇の中、「収入は変わっていない」が6割を超える

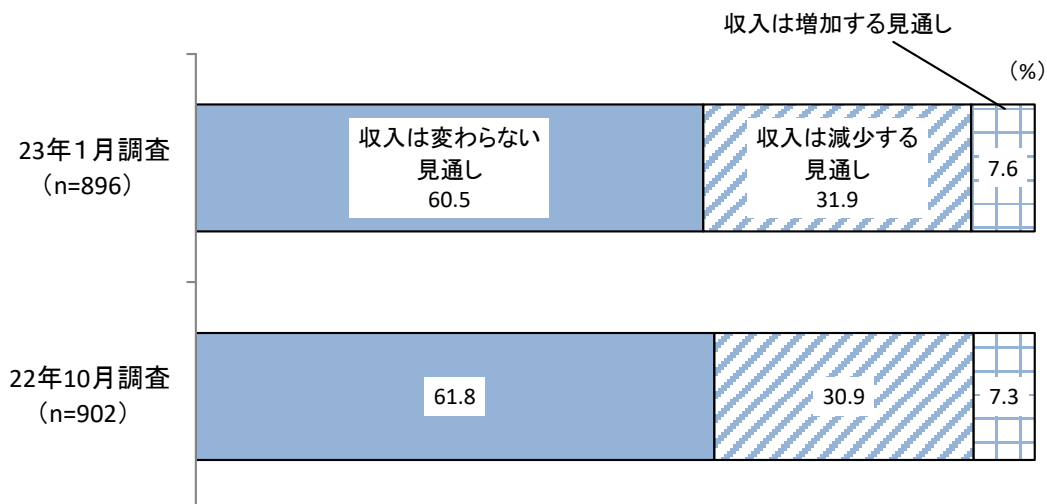
- 最近の収入の変化については、**図表8**のように、「収入は変わっていない」が62.7%、「収入は減少した」が28.2%となった。一方で、「物価上昇を補えるほど収入が増加した」は1.9%にとどまった。
- 今後の収入の見通しについても、**図表9**のように、「収入は変わらない見通し」が60.5%と最も高く、次いで「収入は減少する見通し」が31.9%となった。一方で「収入は増加する見通し」は7.6%にとどまっている。

図表8 最近の収入の変化



※図表5で「上昇」と回答した人の数による

図表9 収入の変化の見通し

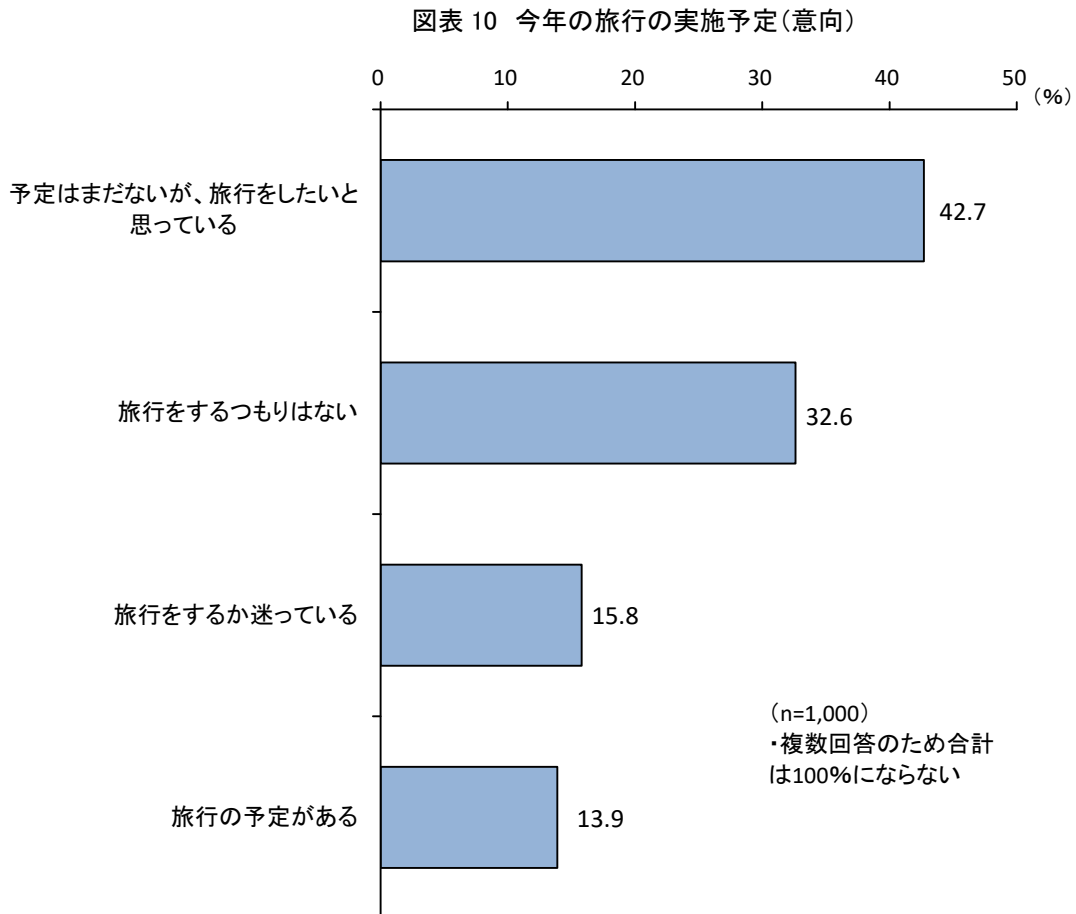


※図表5で「上昇」と回答した人の数による

3. 旅行の意向について

(1) 「予定はまだないが、旅行をしたいと思っている」が約4割

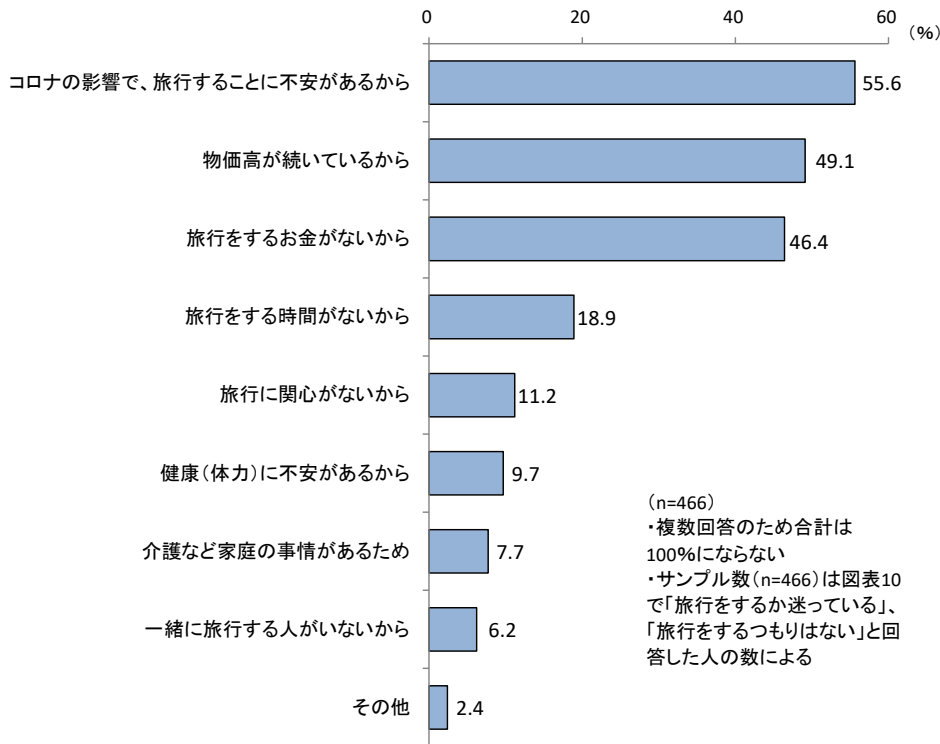
- ・ 新型コロナや物価上昇の影響が続いている中、県内消費者の旅行意向や旅行の際に重視する点等について尋ねた。
- ・ 今年、旅行を実施する予定（意向）について尋ねたところ、**図表 10** のように、「予定はまだないが、旅行をしたいと思っている」が 42.7%と最も高く、次いで「旅行をするつもりはない」(32.6%) となった。



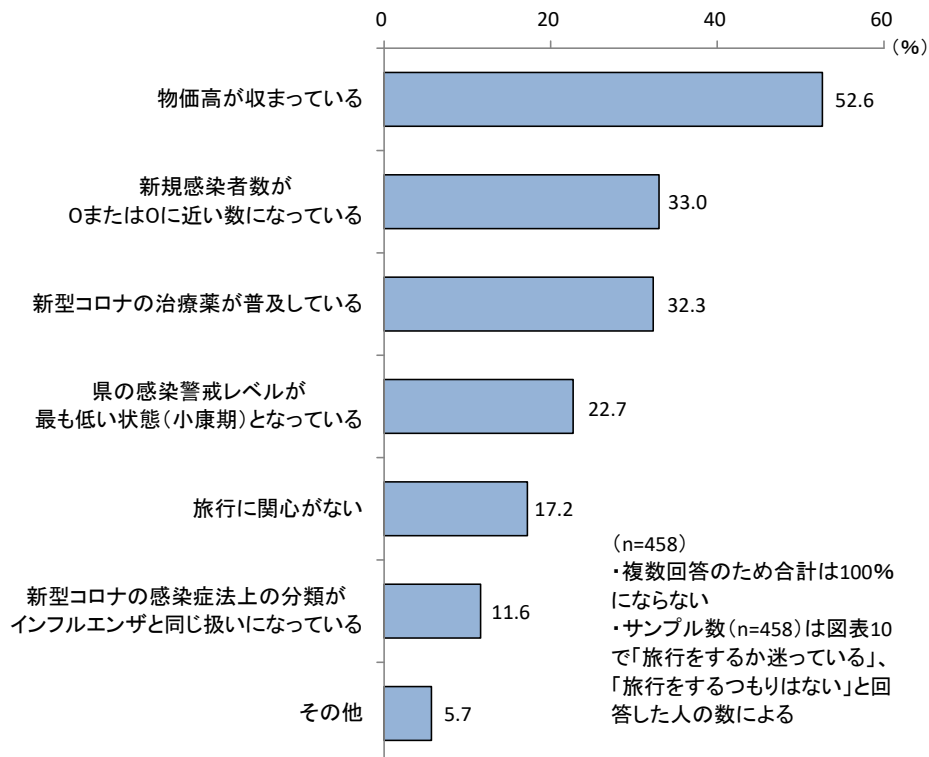
(2) 「旅行をするか迷っている、するつもりがない」理由として新型コロナの影響がトップ

- 旅行をするか迷っている、するつもりがない理由として図表 11 のように、「コロナの影響で、旅行することに不安があるから」が 55.6%と最も高く、次いで「物価高が続いているから」の 49.1%となった。
- どのような状態になれば旅行をしようと思うかについては、図表 12 のように、「物価高が収まっている」が 52.6%と最も高く、次いで「新規感染者数が0または0に近い数になっている」(33.0%)、「新型コロナの治療薬が普及している」(32.3%)となった。

図表 11 旅行をするか迷っている、するつもりがない理由



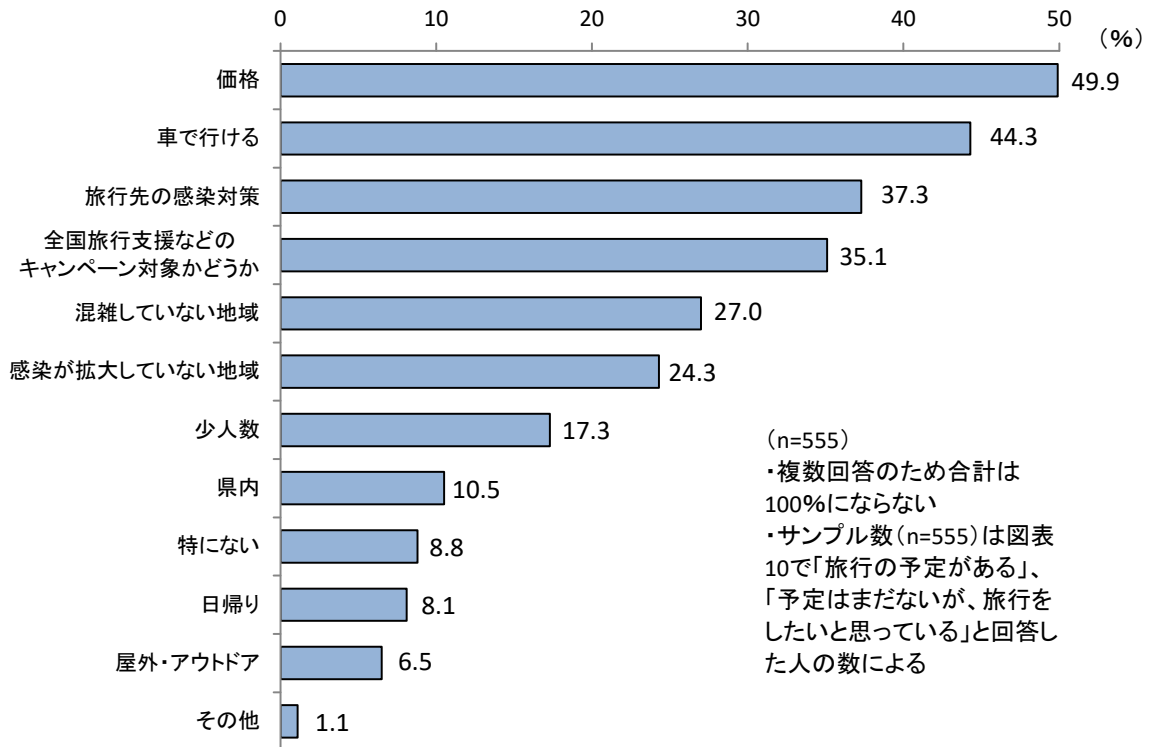
図表 12 どのような状態になれば旅行をしようと思うか



(3) 「旅行をする際に重視すること」として「価格」が約5割

- 新型コロナや物価高の影響がある中で、旅行をする際に重視することは、図表 13 のように「価格」が 49.9% と最も高く、次いで「車で行ける」(44.3%)、「旅行先の感染対策」(37.3%) と続いた。

図表 13 旅行をする際に重視すること



以上